

MESTRADO
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

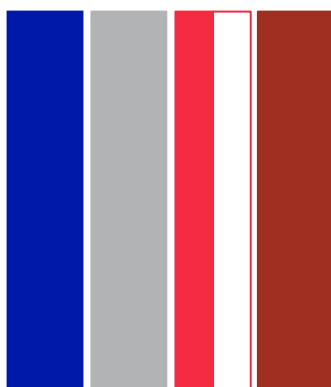
Os conceitos antónimos de parcialidade e imparcialidade no jornalismo segundo a instantaneidade da informação

O caso Porto Canal

Daniela Matos

M

2023



Daniela Matos

Os conceitos antónimos da parcialidade e imparcialidade no jornalismo segundo a instantaneidade da informação

O caso Porto Canal

Relatório de estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação,
orientado pelo Professor Doutor Fernando Zamith

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

Dedico este relatório aos meus pais e aos meus padrinhos que me apoiaram em todos os momentos e estiveram sempre presentes.

Sumário

Declaração de honra	6
Agradecimentos	7
Resumo.....	8
Abstract	9
Índice de Figuras	10
Índice de Tabelas.....	11
Índice de Gráficos.....	12
Introdução.....	13
1.Jornalismo	16
1.1. Notícia.....	17
1.1.1. Imparcialidade	18
1.2. Jornalismo Local/Regional:.....	20
1.3. O jornalismo no meio digital	23
1.3.1. Publishers.....	26
1.4. Jornalismo regional inserido no jornalismo digital.....	33
2.Estágio no Porto Canal	38
2.1. – Apresentação da Identidade	38
2.2. Os Jornalistas digitais do Porto Canal.....	42
2.3. O Jornalismo no meio digital	45
2.3.1. Plano Formação Estágio.....	47
2.3.1.1. Notícias para o site do Porto Canal.....	47
2.3.1.2. Instagram	53
2.3.1.2.1. Publicação em <i>Feed</i>	54
2.4. Percurso de Estágio	56
2.5. Porto Canal e a relação com o jornalismo regional.....	57
3.Estudo de Caso - Análise ao tema da parcialidade e instantaneidade	60
3.1. Metodologia.....	60

3.1.1.....	Opções Metodológicas	
61		
3.1.2.....	Modelo de investigação e métodos de recolha de dados	
62		
3.2. Porto Canal em análise		63
3.2.1.....	Dados Semanais	
63		
3.2.2.....	Casos específicos	
78		
3.3. Conclusão		82
Referências Bibliográficas		86
Anexos		91
Anexo 1.....		91
Anexo 2.....		92
Anexo 3.....		93
Anexo 4.....		94
Anexo 5.....		95
Anexo 6.....		96
Apêndice 1.....		97

Declaração de honra

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 3 Fevereiro

Daniela Matos

Agradecimentos

Quero agradecer a todos aqueles que diretamente ou indiretamente contribuíram para o meu sucesso e para a conclusão desta etapa.

Em primeiro lugar, agradeço à Universidade do Porto pelo contributo na minha formação académica.

Ao Professor Fernando Zamith, meu orientador de estágio, que foi uma motivação importante, agradeço o apoio e compreensão na elaboração deste relatório, assim como pela disponibilidade, sugestões e críticas construtivas.

À empresa Porto Canal, em especial aos publishers Fábio Lopes, Mafalda Miranda e João Pedro Gomes, estou grata por toda a aprendizagem e pela confiança depositada em mim. Senti-me ver-dadeiramente um membro da equipa, dando-me assim uma oportunidade de aplicar as minhas competências no meio profissional. E obrigada pela preocupação e compreensão em todas as situações.

Por fim, um agradecimento aos meus pais, pelo apoio que me deram, por todos os sacrifícios que fize-ram e pelo encorajamento ao longo deste percurso. Acrescento ainda um agradecimento aos meus padrinhos por todo o incentivo e ajuda que me deram para realizar de forma mais fácil o estágio e todo o meu percurso escolar.

Resumo

Com este relatório tenciona-se explorar os conceitos antónimos de parcialidade e imparcialidade no jornalismo tendo em conta a instantaneidade da informação. O jornalista, seja da especialização que for, necessita de ser sempre objetivo de modo a chegar a todo o público e procurar o máximo de informação. Só assim consegue dar a notícia de forma mais detalhada e rigorosa possível. Numa época em que a instantaneidade vigora no meio da comunicação, até que ponto o jornalista tem tempo para aprofundar e detalhar a informação? Assim sendo, por vezes a escolha das fontes ou a análise do conteúdo recebido advém de critérios de parcialidade ou opção própria do redator ou instituição.

Vários são os estudos que afirmam haver parcialidade jornalística, mais evidente em especializações como o desporto, a política ou região. No entanto, a imparcialidade procurada deve ser generalizada a todos os ramos jornalísticos. O estágio na empresa Porto Canal teve como intuito aumentar a aprendizagem no meio da comunicação, mas também ajudar a apurar e perceber, de forma mais completa, as técnicas e critérios de imparcialidade jornalística, ao mesmo tempo que pretendeu comprovar que cada vez mais a instantaneidade da informação é importante no meio da comunicação.

Numa segunda fase apresenta-se uma análise ao tempo de estágio, explicando os projetos e a aprendizagem obtida. No final será realizada uma análise ao tema da parcialidade e instantaneidade em comparação à apuração de dados obtidos durante a realização do estágio.

Palavras-chave: [Jornalismo; Parcialidade; Instantaneidade; Digital; Novos Media]

Abstract

This report intends to explore the antonyms of partiality and impartiality in journalism taking into account the instantaneousness of information. The journalist, whatever his specialisation, needs to be always objective in order to reach all the public and seek the maximum amount of information. This is the only way to give the news in the most detailed and rigorous way possible. At a time when instantaneity prevails in the media, to what extent does the journalist have time to go into the information in depth and detail? Therefore, sometimes the choice of sources or the analysis of the content received is based on the criteria of partiality or choice of the editor or institution.

Several studies state that there is journalistic bias, more evident in specialisations such as sport, politics or the region. However, the impartiality sought should be generalized to all branches of journalism. The internship in the Porto Canal company aims to increase learning in the medium of communication but also to help ascertain and understand, in a more complete way, the techniques and criteria of journalistic impartiality while proving that the instantaneity of information is increasingly important in the medium of communication.

In a second phase, an analysis of the internship time is presented, explaining the projects and the learning obtained. At the end, an analysis of the theme of partiality and instantaneity will be carried out in comparison to the data obtained during the internship.

Key-words: [Journalism; Partiality; Instantaneous; Digital; News Media]

Índice de Figuras

FIGURA 1 - NOTÍCIA PORTO CANAL DIVULGADA NAS REDES SOCIAIS ₅	32
FIGURA 2 - IMAGEM 1: NOTÍCIA PORTO CANAL DIVULGADA NAS REDES SOCIAIS.....	32
FIGURA 3 IMAGEM DA PÁGINA DE INSTAGRAM DO PORTO CANAL.....	44
FIGURA 4 - MAPA DE COR PARA DIVISÃO DO TOP DE NOTÍCIAS SEMANAIS	66
FIGURA 5 - TOP 15 DE NOTÍCIAS LIDAS NO SITE DO PORTO CANAL (31/10 A 6/11).....	66
FIGURA 7 - TOP 10 DE INTERAÇÕES DE NOTÍCIAS NO FACEBOOK DO PORTO CANAL (31/10 A 6/11)	67
FIGURA 6 - TOP 10 DE INTERAÇÕES DE NOTÍCIAS NO TWITTER DO PORTO CANAL (31/10 A 6/11).....	67
FIGURA 8 - TOP 10 DE INTERAÇÕES DE NOTÍCIAS NO INSTAGRAM DO PORTO CANAL (31/10 A 6/11)	68
FIGURA 9 - TOP 15 DE NOTÍCIAS MAIS LIDAS NO SITE DO PORTO CANAL (28/11 A 4/12)	75
FIGURA 10 - TOP 10 DE INTERAÇÕES DE NOTÍCIAS NO INSTAGRAM DO PORTO CANAL (28/11 A 4/12)	76
FIGURA 11 - DADOS SOBRE A NOTÍCIA DE HOMEM ELECTROCUTADO NA VIA PUBLICA EM RIO TINTO - NOTÍCIA 309281.....	80
FIGURA 12 - IMAGEM GRÁFICA SOBRE DIOGO COSTA	81

Índice de Tabelas

TABELA 2 DADOS COMPARATIVOS ENTRE 2021 E 2022 SOBRE VISUALIZAÇÕES DE SITE	58
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS	
GRÁFICO 1 - MEIOS DE CONSUMO DE NOTÍCIAS EM PORTUGAL	30
GRÁFICO 2 - MEIOS DE CONSUMO DE NOTÍCIAS EM PORTUGAL	30
GRÁFICO 3 - DADOS DA EVOLUÇÃO DA PAGEVIEWS DO SITE (28/11 A 4/12).....	78

Introdução

Para haver “bom” jornalismo é necessário ter sempre em atenção as fontes, e salienta-se que estas não necessitam de ser alguém, todos os elementos que constituem a informação podem ser considerados fontes, como local e documentos, mas o fundamental é haver uma relação de “equilíbrio e respeito” entre a fonte e o jornalista.

Em seguimento às fontes vem a informação que posteriormente formará a notícia. Contudo, este processo é bastante debatido devido às escolhas de conteúdo e a forma como jornalista expõe os factos. Estamos assim perante a imparcialidade jornalística, um dos principais objetivos da profissão.

A imparcialidade é cada vez mais questionada, segundo a autora Ana Margarida Ladeira, na nossa atualidade, é cada vez mais difícil ser-se imparcial, não por opção do próprio jornalista, mas devido à pressão requerida para obter uma maior audiência, não garantido assim a credibilidade total dos factos. Os jornalistas são incutidos a reprimirem-se de modo a agradar os seus superiores e por sua vez organizações políticas, desportivas, entre outros casos. (Ladeira, 2013, p.68)

O foco do jornalista nunca pode ser pela escolha de um lado, a informação tem de ser clara, limpa e espelhada à realidade. O julgamento dos factos e acontecimentos cabe ao público decidir.

No entanto, há casos onde há realmente sinais de parcialidade nas notícias expostas, porém toda a situação é questionável. Exemplo disso é o caso de estudo apresentado neste relatório de estágio, o Porto Canal.

O Porto Canal considera-se um canal generalista, contudo o canal tem vindo a consolidar a sua posição na região com a do país pois desde o slogan aos programas televisivos é perceptível um maior destaque na região Norte. Há então aí o debate da imparcialidade jornalística visto que há a escolha por salientar mais uma região do país apesar de que considera-se um canal generalista. Nasce aí a questão, sendo um canal aberto para todo o país e generalista não devia seguir uma linearidade de factos pelo

país em geral? E por sua vez ao dar destaque a uma região não há uma escolha de preferência que leva à inferioridade de todas as outras notícias que não agreguem o tema?

Para além desta ótica entre os conceitos de parcialidade e imparcialidade é também de novo posta em causa a imparcialidade no facto da empresa pertencer ao Grupo FC Porto e ser bastante visível o destaque e a quantidade de informação noticiosa dada ao clube.

Mas todo este processo de análise e de procura por resposta para entender os conceitos de parcialidade e imparcialidade no jornalismo tornam-se cada vez mais difíceis devido à quantidade e rapidez de informação que chega na nossa atualidade.

O jornalista cada vez mais tem acesso a factos num curto espaço de tempo, e rapidamente tem que decidir que informações pretende expor para o público. Portanto, há todo um processo de escolha que por norma advém da seleção da informação que o jornalista acha mais importante para leitor mas também, em alguns casos, a decisão da escolha do conteúdo noticioso advém da pressão de outras entidades.

Esta rapidez de informação, seja como recetor ou como difusor tem como base o conceito de instantaneidade. Isto é, há cada vez mais um aumento pela procura por ser-se os primeiros a informar de forma mais detalhada possível. Assim sendo, o jornalista está sempre numa corrida contra o tempo.

O surgimento do digital nos meios da comunicação tornou-se um aliado para que a instantaneidade resultasse. Com os avanços tecnológicos foi possível criar uma maior aproximação com o público e chegar a mais pessoas e a mais lugares num curto espaço de tempo.

Durante o meu percurso de estágio no Porto Canal tive a oportunidade de explorar a vertente digital. Através de um estudo de caso pretendo entender os conceitos antónimos da parcialidade e imparcialidade no jornalismo tendo em conta a instantaneidade da informação.

O estudo realizou-se através da análise detalhada de um mês de publicações no site do Porto Canal e nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram. Com os dados obtidos foi possível perceber o público-alvo do canal e os temas que estes mais procuram estar informados, ao mesmo tempo foi também perceptível o tipo de notícia que o canal dá mais destaque e o impacto das notícias divulgadas. Com toda a informação obtida tentou-se perceber se no Porto Canal a instantaneidade é uma característica do jornalismo digital e se a imparcialidade ou não imparcialidade é comprovada nas suas publicações.

1. Jornalismo

O jornalismo, seja geral, local, de proximidade ou direcionado para alguma vertente, tem sempre o mesmo objetivo: recolher e analisar informação de modo a produzir conteúdo que interesse ou afete a sociedade. Jornalismo é, portanto, uma produção informativa que, após completa, é difundida nos meios de comunicação - sejam estes a imprensa, rádio, televisão ou digital. O jornalista é o intermediário entre a informação e o público, assim sendo, é necessário que aquele seja imparcial na apresentação dos factos.

Para uma melhor compreensão do tema apresento o conceito de “jornalista”:

“pessoa que trabalha em comunicação social com o objetivo de informar o público, seja em publicações periódicas, em agências ou sites noticiosos, na televisão ou na rádio, podendo exercer diversas atividades, como pesquisa de factos e de notícias, redação de artigos, realização de entrevistas, apresentação de noticiários, etc.” (Porto Editora – *jornalista* no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa)

Sendo a principal função do jornalista informar, este tem que ter sempre em atenção a objetividade, a veracidade e a rigorosidade da notícia. Para isso a informação exige uma análise profunda, procurando sempre fontes plausíveis e tendo sempre em atenção o público alvo.

Esta profissão necessita de seguir limitações que estão presentes no código deontológico do jornalista, tais como procurar ser objetivo em vez de dar a sua opinião pessoal.

Gradim afirma que,

“O papel do jornalista é fazer com que o jornal cumpra o seu dever de informar os leitores, e por isso do que já foi dito se aplica também à atividade de quem escreve para jornais. O jornalista não é uma vivandeira que espalha boatos e devassa a intimidade e privacidade das figuras públicas, não trafica influências; não paga nem presta favores; não promove nem desfaz a imagem de ninguém; não ameaça; não dá recados; não trai a confiança dos leitores ou

das fontes; não se arvora juiz ou autoridade moral das questões quando relata factos. Limitar-se-á a relatá-los”. (Gradim, citado por Fernandes, M. et al., 2014)

Assim sendo o profissional desta área necessita de ter sempre em foco o papel de informar a verdade e apenas a verdade, de forma honesta e em nenhuma circunstância procurar ser o centro das atenções. A notícia é o foco, tal como afirma a expressão americana “newsman is no news”.

1.1. Notícia

A notícia pode ser reportada em diferentes meios de comunicação, contudo a ciência por detrás da notícia tem sempre o mesmo fundamento, ser rigorosa e o mais credível possível.

“O trabalho da ciência é contar a verdade sobre os factos. Seguindo esta linha de raciocínio, o trabalho das ciências sociais deverá representar um reflexo da realidade ao invés de assumirem posições e com elas influenciarem a opinião pública”. (Auguste Comte citado por Fernandes, M. et al 2014, p.4)

Para Rodrigues (1988), o conceito de notícia abraça o conceito de acontecimento:

“a notícia seria mesmo um meta-acontecimento, um acontecimento que se debruça sobre outro acontecimento, sendo acontecimento por ser notável, singular e potencial fonte de acontecimentos notáveis. Notícia e acontecimento estariam, aliás, interligados. Muitas vezes, a própria notícia funciona como acontecimento suscetível de desencadear novos acontecimentos.”

A palavra “notícia”, proveniente da palavra latina “*notitia*” que significa “notoriedade, conhecimento, reputação”, tem como principal objetivo informar a sociedade sobre algo. A notícia pode ser previsível ou não, e o “peso” da mesma varia consoante a sua relevância.

A notícia não se esgota na sua produção. Engloba também a sua circulação e o seu consumo (Alsina, 1993), tendo em conta que necessita de ser objetiva, rigorosa e verdadeira.

No entanto, a informação noticiosa advém de uma vasta pesquisa de factos e por sua vez de fontes.

García afirma que as fontes podem ser distinguidas em três categorias: “as de primeira mão (quando o jornalista assiste ao acontecimento presencialmente), de segunda mão (quando o jornalista toma conhecimento no local por testemunhos obtidos) e em terceira mão (quando o jornalista toma conhecimento por outra fonte).” (Dias, 2012, p. 21) Sendo que as fontes podem ainda ser divididas em duas secções, as públicas (que sabemos quem é a fonte) ou privadas (quando a fonte não é referida).

1.1.1. Imparcialidade

No entanto, a informação que é transmitida tem que procurar ser o mais imparcial possível. Contudo, há quem questione a possibilidade de o jornalista ser totalmente imparcial. Visto que, desde o momento em que decide o que vai ser notícia, a informação que vai divulgar e a que vai ocultar, a escolha das imagens ou dos ângulos/perspetivas das fotografias são todos momentos de opção própria do jornalista e por isso é questionada a sua imparcialidade.

Segundo o Dicionário de Língua Portuguesa, a definição de imparcial é:

“adj.. 2 gén, que não é parcial; que não toma partido ou favorece um dos lados numa disputa ou controvérsia; neutral; equitativo; que coloca a justiça acima de quaisquer interesses; isento; reto; justo”¹

O jornalista em momento algum pode rejeitar a imparcialidade. Segundo Grando (2012), imparcialidade é conseguir numa determinada situação fazer escolhas que não favoreçam nem desvalorizem nenhuma das partes.

A imparcialidade no jornalismo já advém dos primórdios da área, no século XIX, o filósofo francês Auguste Comte (1798-1857)) defendia que o jornalismo tinha de ser puramente objetivo e assim sendo, devia espelhar a realidade, foi então criada a primeira teoria do jornalismo, também conhecida por “Teoria do Espelho”. (Fernandes 2014 p.21)

¹ Priberan “imparcial”. dicionário.Priberan.org . Consultado a 7 de dezembro 2022

A Teoria do Espelho é por sua vez a ideia de que o jornalista deve ser preciso no que vê e deve refletir a realidade dos factos na íntegra. Nelson Traquina (2002) acredita que essa teoria pretende que o jornalista se torne um comunicador desinteressado, ou seja, sem interesses a defender, que o desviem de informar, contar o que aconteceu e dizer a verdade, doa a quem doer.

Para Ladeira, na nossa atualidade, é cada vez mais difícil ser-se imparcial, não por opção do próprio jornalista, mas devido à pressão requerida para obter uma maior audiência, não garantido assim a credibilidade total dos factos.

O jornalista não pode fazer escolhas conforme as suas preferências, ou sentir-se dominado pela própria opinião, tem de ser sempre isento, e ético. José António Pereira, jornalista da RTP, afirmou no sexto seminário, da unidade curricular “Seminário de Jornalismo Especializado”, do primeiro ano do mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Porto: “O jornalista tem de vestir uma capa”. Esta “capa” pretende cobrir as emoções e favoritismo e, metaforicamente, o jornalista torna-se uma câmara de vídeo, somente relata o que está a ser visto.

Assim sendo o jornalista necessita de ser o mais rigoroso e objetivo possível para que nunca coloque em causa a imparcialidade.

Para Birolí e Miguel “a imparcialidade, entendida como ausência de posição social, é um requisito para a construção de um entendimento válido de justiça” (Birolí P. e Miguel L. 2010 p.64), com isto entende-se que um jornalismo justo tem de ouvir todas as partes envolvidas sem tirar partido de nenhuma.

Durante o percurso de estágio vários foram os exemplos de situações onde não foi possível dar de imediato as notícias porque por muita informação que houvesse não tínhamos argumentos de todas as pessoas afetadas. Na maioria dos casos era aguardada uma resposta, sendo que por vezes, após várias tentativas de contacto, os jornalistas optavam por fazer o texto simplesmente com os factos que já sabiam. Contudo para salvaguardar qualquer tipo de insinuações de imparcialidade era acrescentado que não tinha sido possível contactar uma das partes envolvidas.

Traquina destaca que a relação do jornalista com a fonte é uma das principais causas para a parcialidade noticiosa. “[Quando] fazem parte da mesma 'rotina' de uma forma regular, podem estabelecer uma interdependência” (Traquina N., 2002, p. 120).

A produção e desenvolvimento da notícia advém desde o primeiro contacto com as fontes e os factos. No entanto, segundo Gurevith e Blumer, citados por Jerónimo (2013) “existem vários processos de decisão, que começam no próprio (jornalista) e que podem passar ainda pelos seus superiores hierárquicos (editores, chefes-de-redação, diretores).” Todas as decisões que forem tomadas, desde as escolhas da informação à ocultação de conteúdo é que farão com que a notícia seja construída e publicada.

Coelho (2004) refere que no jornalismo regional a imparcialidade é bastante difícil visto que há “proximidade demasiado próxima”, Pascoal (1996) acrescenta que é mais difícil para os profissionais “afirmarem a sua autonomia e a sua liberdade de expressão” (Jerónimo P., 2013, p. 42).

1.2. Jornalismo Local/Regional:

“Num país, onde a diferenciação cultural não parece por si só suficientemente legitimadora da criação de regiões, a mera competitividade que se exige entre as diferentes partes que constituem o todo nacional solicitam a mobilização dos cidadãos em torno de projectos de desenvolvimento regional. Ou seja, pressupõe a partilha e a efectiva vivência - conscientemente assumida - de problemas comuns. É aqui que o papel dos media regionais ganha especial interesse.” João Carlos Correia (Dias J., 2012, p.9).

O jornalismo em Portugal por muito que tente abranger todo o país é muitas vezes centralizado no Centro, exemplo disso é as sedes, redações e a maior parte das grandes instituições estarem localizadas em Lisboa ou em zonas envolventes.

Com o aumento da centralização, as pessoas ficam cada vez mais distanciadas dos locais que lhes são mais próximos, por isso é que o jornalismo regional ou local é essencial para manter a população informada do que acontece perto de si.

A definição de imprensa regional segundo o Estatuto da Imprensa Regional, e como consta no Decreto-Lei nº 106/88 de 31 de março é: “Consideram-se de imprensa

regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.”² Assim sendo, subentende-se que a imprensa regional pretende informar de forma mais aprofundada o quotidiano regional, distanciando-se do jornalismo mais generalizado.

“O jornalismo regional é visto muitas vezes como um produto inferior quando comparado com a imprensa de âmbito nacional”, segundo é afirmado na “Imprensa Local e Regional em Portugal” (2010)³. No entanto, a desvalorização dada a este tipo de jornalismo advém grande parte das vezes das limitações regionais.

Citado por Vieira (2009), Carlos Camponez afirma que “imprensa regional (...) prima pela proximidade entre o jornalista e o público numa espécie de compromisso mútuo”. (Camponez et al 2002 citado por Vieira, 2009). O jornalismo regional salienta-se também pela proximidade com o leitor/espectador. Daí a imprensa regional/local estar ligada ao jornalismo de proximidade, pois está nas imediações do público e mais perto das fontes.

Segundo o autor Jaime Dias, a imprensa regional caracteriza-se como um corte horizontal no jornalismo específico, visto que “se verifica um corte horizontal na vida do país”, onde é procurado “dar expressão, renovar e recriar as suas formas de sentir e viver o quotidiano” (Dias, 2012, citado por Camponez, et al 2002). Segundo o autor ao haver o corte na horizontal, todas as editoras vão ser na mesma percorridas, no entanto serão seleccionados “apenas os assuntos respetivos à área de cobertura” (idem, ibidem, p.28), isto é, assuntos que terão mais interesse sobre a região. Algo que não acontece no corte vertical, sendo que este foca-se numa só editora.

O jornalismo de proximidade tem como principal objetivo haver uma maior interação entre o jornalista e o público-alvo tal como referido por Vieira (2009).

² Estatuto da Imprensa Regional, artigo 1. Disponível em https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=144&tabela=lei_velhas&nversao=1&so_miolo=

³ Entidade Reguladora para a Comunicação Social, “Imprensa Local e Regional em Portugal”, 2010 p. 115. Disponível a 10 de dezembro 2022 em <https://www.erc.pt/documentos/ERCImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>

No entanto, as notícias do jornalismo regional tornam-se mais restritas, daí quanto mais exclusivas forem mais impacto terão no público. E haverá um maior alcance de destaque da notícia a nível nacional, tal como afirma Jaime Dias “a exclusividade é um fator de destaque do próprio meio regional. Permite-lhe ter uma projeção que possa atingir os meios nacionais, que se basearão nele, conquistando a confiança da audiência.” (Idem, 2012, p.15)

A forma como se comunica a notícia tem por trás vários critérios de organização, citando Dias, para Armentia e Marcet (2003) os critérios estão hierarquizados segundo a relevância na construção da agenda no âmbito local.

“Por ordem descendente, os critérios são: a temporalidade; a proximidade geográfica, afetiva e temática; a exclusividade; o interesse público e do público; a excecionalidade; a generalidade, isto é, o número de pessoas afetadas ou a quem a notícia diz respeito; a circulação, no sentido de que uma notícia deve ser falada, circular entre as pessoas; as consequências para o público; a relevância dos atores; o conflito entre as partes intervenientes; a evolução futura dos acontecimentos; o modelo de jornal, se são populares ou interpretativos; a disponibilidade de material; a qualidade da história; o equilíbrio global da informação; a expectativa recíproca.” (Dias, 2012, p. 14)

Devido a todos os critérios especificados anteriormente, é perceptível que o jornalista tem que tomar decisões antes de escrever a notícia em si. Daí vários autores questionarem a imparcialidade do jornalista. Salientando que como o jornalismo regional tem, por norma, uma relação mais próxima com o público e com as fontes é ainda mais questionada a total independência e afastamento aos factos da notícia.

O Porto Canal, é uma empresa nacional que tem uma forte ligação ao Norte, daí mesmo procurando informar dos assuntos mais generalizados do país, e do mundo em geral, exemplo disso são as notícias sobre política, tragédias, insólitos, entre outros, tem sempre uma categoria direcionada para o Norte. Nesta categoria, é dado mais ênfase a notícias regionais das mais várias vertentes. Não só a nível jornalístico como também em programas de entretenimento, o Porto Canal aposta num leque variado de programas direcionados para o Grande Porto e restantes regiões do norte do país.

O slogan do Porto Canal, instituído também nas redes sociais do canal, remete diretamente para o objetivo de jornalismo regional “Você é o nosso norte”, porque devido ao facto de uma grande quantidade dos programas focarem-se na região norte do país há uma ligação direta com os espetadores da mesma região que procuram manter-se informados do que passa a seu redor, até porque por vezes “as notícias da vizinhança” afetam os próprios, há então uma “tendência para reforçar um sentimento de partilha de um destino comum”. (Dias, 2012, citado por Correia, et al 1998).

1.3. O jornalismo no meio digital

“Não somente a dimensão da sala de redação de cada um dos média tomado individualmente teve tendência a reduzir-se durante estes últimos anos, mas uma parte crescente dos efetivos concentra-se hoje em dia na alimentação dos sítios da Internet, ao ponto de distinguirmos cada vez mais os «jornalistas web» daqueles que não o são, os «meros» jornalistas” (Gaspar 2018, citado por Cagé, et al 2016 p. 43).

Desde o século XX que os avanços tecnológicos têm vindo a ganhar um grande peso na sociedade. Atualmente cada vez mais as empresas, instituições e meios de comunicação procuram marcar presença na internet.

Dias (2012), afirma que com o surgimento das novas tecnologias “nasce uma nova oportunidade para os meios de comunicação regionais e locais”, uma vez que há uma evolução no jornalismo de proximidade.

A transmissão de notícias pelo meio digital tem tido impacto nos outros veículos de transmissão, segundo Maria Margarida Gaspar, o crescimento do ciberjornalismo tem vindo a diminuir a venda de jornais e as audiências das rádios e das televisões. (Gaspar 2018).

“A imprensa, a rádio e a televisão perceberam que tinham na Internet uma forma adicional de chegar às suas audiências e de, eventualmente, conquistar novos públicos e novas receitas, usando-a como suporte alternativo para difusão da sua produção. Como sempre acontece quando surge um novo meio,

as primeiras presenças de jornalismo na Internet limitaram-se à mera transposição de conteúdos dos meios tradicionais (o chamado shovelware)” (Zamith, 2011 p.17).

João Pedro Sousa afirma que o crescimento do jornalismo online tem influenciado dois aspetos, “em primeiro lugar, influência as rotinas jornalísticas (que passam a depender muito da internet) e, em segundo lugar, leva à criação de edições jornalísticas na internet (complementares ou substitutas das edições impressas, radiofónicas e televisivas)” (Gaspar, 2018, citado por Sousa, et al., 2006).

O uso da internet como meio de jornalismo faz com que haja uma multimedialidade visto que como Salaverría define há “a capacidade, outorgada pelo suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som” (Salaverría, 2005 p.32).

Jerónimo, na sua tese “Ciberjornalismo de proximidade: a construção de notícias online na imprensa regional em Portugal”, apresenta os onze pontos da “Carta de Princípios do Jornalismo na Era da Internet” resultante do Projeto Jornalismo e Sociedade, liderado por Gustavo Cardoso e Adelino Gomes:

- “1. A primeira obrigação do jornalismo é a busca da verdade e a sua publicitação.
2. O jornalismo deve manter-se leal aos cidadãos, estimulando o debate e a construção de opinião.
3. A essência do jornalismo assenta na verificação da informação e no confronto de fontes e de versões.
4. O jornalismo deve escrutinar os diferentes poderes. Aqueles que o exercem devem ser independentes em relação às pessoas, organizações e acontecimentos que cobrem.
5. O jornalismo deve tornar interessante o que é relevante e procurar no que é interessante ou mobiliza a atenção dos cidadãos o que é importante e significativo.

6. A produção jornalística deve seguir princípios de rigor, isenção, clareza, abrangência e proporcionalidade, e deve empenhar-se em dar voz e visibilidade a cidadãos, grupos e comunidades mais esquecidas.
7. Os jornalistas devem ser livres de seguir a sua consciência.
8. O jornalismo deve ser transparente e favorecer o debate público das suas opções e práticas e o escrutínio das ligações, interesses e poderes que o suportam.
9. O jornalismo deve adaptar-se às diferentes plataformas informativas e interagir com a diversidade de atores presentes no ambiente comunicacional, integrando as suas vozes no processo de produção profissional de narrativas noticiosas e de opinião.
10. Inovações empresariais e tecnológicas no ecossistema informativo devem ser feitas com respeito por padrões de exigência profissional e no quadro ético e deontológico em vigor numa imprensa livre e democrática.
11. Os cidadãos têm direitos e responsabilidades, no que diz respeito à informação noticiosa.” (Jerónimo P., 2013, p.49-51)

Fernando Zamith afirma que a Internet aliada ao jornalismo é uma mais-valia. Segundo o autor, entre as muitas potencialidades jornalísticas da Internet, “nunca antes foi possível aos média guardar, reutilizar e disponibilizar todo o seu arquivo num único local acessível a qualquer momento e em qualquer ponto do planeta” (Zamith, 2008, p.31).

Com o digital a proximidade com o público aumenta, tal como acontece no jornalismo regional/local, visto que para além da rapidez da informação a interatividade entre o meio de comunicação e o espectador é mais direta.

Pilling (2006) acredita que consumo de notícias locais através dos novos media tem vindo a distanciar-se do jornalismo impresso e tem ganho um novo público, a geração mais jovem.

Helder Bastos no ensaio “A diluição do jornalismo no ciberjornalismo” afirma que “o aparecimento da Internet e a subsequente emergência do ciberjornalismo proporcionou ao jornalismo a exploração de novos territórios e diferentes linguagens. Surgiram

narrativas inovadoras e práticas inéditas. Nasceram novos géneros” (Bastos, 2012, p.1). E como os novos géneros surgiram também novas funções para o jornalista, exemplo disso é o caso dos *publishers*.

1.3.1. Publishers

“As organizações de jornalismo estão a reconfigurar ou até mesmo reinventar-se em empresas de multimédia com diferentes padrões de filtragem e disseminação de informações do que no passado. Num nível mais amplo, a função ou o papel do jornalismo na sociedade está aberta à redefinição, à medida que os profissionais se deparam com questões de identidade e de campo ocupacional” (Lowrey et al., 2006 citado por Gaspar M, 2018).

Com o avançar da era digital em envolvimento com os meios de comunicação foi necessário que houvesse jornalistas mais especializados neste meio tecnológico. Helder Bastos e Julia Cagé acreditam que os jornalistas que trabalham para o digital não saem com frequência da redação. Segundo Bastos (2012), “Os jornalistas que trabalham em média na Internet encontram-se provavelmente entre os que menos contacto direto têm com o exterior. Ocupados quase sempre com simples tarefas de edição, na maioria dos meios digitais atuais, o seu trabalho limita-se a reconverter para o suporte digital os conteúdos previamente elaborados por outros para o papel, a rádio ou a televisão” (Bastos, 2012 p.5).

A autora Julia Cagé acrescenta que “foram jornalistas, produtores de informação, certamente do «papel», que foram despedidos, para serem substituídos por informáticos ou por jornalistas hábeis no seu domínio do Java, mas aos quais não se dará a oportunidade de abandonarem o ecrã para irem para o terreno” (Cagé J, 2016 p.44).

Esta ideia vincada pela autora é oposta ao que acontece no Porto Canal. Os *publishers*, jornalistas que trabalham com o meio digital, do Porto Canal são não só jornalistas com um grande peso na redação como também aliados ao exterior.

O conceito “publisher” já se encontra ligado ao jornalismo há bastante tempo, contudo a função de publisher na imprensa é diferente do meio digital.

Segundo o livro “Dicionário de Comunicação”, escrito por Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (2002), o publisher não cria conteúdo. A principal função é selecionar e filtrar informação.

Se seguirmos a palavra desde a origem em inglês, o publisher é o editor que por norma é o “responsável pelo lançamento, distribuição e, eventualmente, venda da publicação” (Rabaça C. e Barbosa G 2002, p.17). Contudo o termo pode ter outros significados, tal como afirmam os autores: a função do publisher pode consistir em “reunir, organizar, anotar e, eventualmente, prefaciar, posfaciar ou copidesclar texto de um ou de vários autores” (idem ibidem p.17).

Já no digital, o termo publisher tem outro significado. Um editor digital, ou publisher é o responsável pela criação de média digital e ao mesmo tempo distribui a informação on-line, sendo que sua função pode ter fins lucrativos ou não. (Macedo P. 2017)

O “terreno” do jornalista digital não é só o local em frente ao computador porque há uma ligação a todo o exterior e a toda a informação.

Um exemplo disso, presenciado enquanto realizava o estágio no Porto Canal, foi o contacto dos publishers com as fontes. Muitas das vezes as informações chegavam aos jornalistas e estes procuravam saber mais conteúdo noticioso sobre o tema. Para isso, não só procuravam fontes online, como notícias já dadas noutros sites, como tentavam abordar as fontes via telefónica ou por email e em certos casos para aprofundar mais a informação, os jornalistas deslocavam-se ao local. Para além de que havia uma cooperação entre colegas de terreno e colegas do digital que se entretinham, tornando o trabalho mais fácil, rápido e desfazendo a linha de separação dos tipos de jornalistas.

Muitas das vezes as informações passadas para os jornalistas de terreno só chegavam após os do meio digital saberem, estes por sua vez, informavam os colegas que de imediato se deslocavam para o local. Sendo que por vezes eram os jornalistas digitais, também publishers, que se deslocavam ao local. Tudo dependia do tema, circunstância e meios disponíveis.

Fernando Zamith salienta que é necessário dar a importância devida do jornalismo digital. Segundo o autor “o ciberjornalismo não é um jornalismo menor ou de segunda, mas, em Portugal, ainda é visto pelas empresas como algo de acessório, em que não vale a pena investir muito, até porque o meio (ainda) não é atrativo para os anunciantes” (Zamith, 2008 p.90).

No entanto o autor ainda realçou que “As receitas de publicidade associadas ao jornalismo na Internet são ainda insuficientes, e têm fracassado quase todas as experiências de acesso pago aos conteúdos jornalísticos online. Ao optarem pelo acesso livre na Internet, os media ganham audiência, mas veem o seu futuro ameaçado pela falta de sustentabilidade económica” (Zamith, 2011, p.12).

De novo comparando com o Porto Canal, algo que presenciei e tive como função de trabalho enquanto estagiária foi as notícias publicitárias ligadas ao meio digital. O canal televisivo tem vários programas onde publicitam empresas, instituições e até programas de divertimentos familiares na região Norte, no entanto, tal como os outros canais televisivos têm algumas publicidades a decorrer no intervalo dos programas.

No meio digital não há muita diferença, aliás os jornalistas digitais do Porto Canal perante as “notícias publicitárias” noticiadas com reportagens que passam na emissão televisiva têm de fazer uma notícia de texto onde aborde o assunto principal e anexar juntamente com a notícia o vídeo da reportagem, para que os leitores tenham a possibilidade de ver de novo toda a informação sobre o tema. As publicidades pagas que, por norma são conhecidas por aparecerem nos intervalos dos programas, estão também presentes no meio digital. No site aparecem em torno da página, sendo que o tamanho e o local onde terão destaque advém do acordo com a empresa e seguindo a tabela de preços apresentada.

Nas redes sociais são também promovidas, sendo que são agendadas, por norma, três publicidades por dia que saem a horas e horário estratégico, isto é, horas com mais afluência de público.

O jornalista não pode em modo algum fazer publicidade, contudo o Porto Canal ao fazer artigos sobre reportagens feitas pelo canal, que nomeadamente promovem

eventos, não considera que está a fazer publicidade, mas sim a promover conteúdo jornalístico do próprio canal em diferentes meios de comunicação.

Algumas das reportagens feitas pelos jornalistas são simplesmente a promoverem eventos na zona norte da qual muitas vezes para além do evento em si, dão destaque a algumas marcas, acabando por as publicitar. Portanto, a meu ver pessoal, em vez de parecer uma reportagem, a ideia transmitida é quase a de um programa semanal que promove eventos e produtos que se encontrem integrados.

No entanto, enquanto estagiei na empresa foi-me pedido para fazer pequenos *copys* (textos pequenos que resumam a informação mais importante para os leitores) sobre publicidades de empresas, como foi o exemplo da feira anual dos móveis.

Na minha opinião, esta informação, por muito resumida que fosse, ao aparecer como publicação nas páginas das redes sociais do canal, aparenta ser uma notícia, contudo, a informação que é transmitida é a de uma publicidade, e por isso mesmo não considero correto este tipo de trabalho por parte de um jornalista.

Algo interessante e que vai de acordo com a ideia da autora Julia Cagé é o facto de que “os média não são empresas como as outras. São empresas que têm por principal objetivo o fornecimento de um bem público: uma informação de qualidade, livre e independente, indispensável ao debate democrático, e não a maximização do lucro e a distribuição de dividendos aos seus acionistas” (Cagé, 2016: 112).

No Porto Canal os jornalistas digitais seguem uma linearidade temporal para publicar notícias nas redes sociais, por norma um distanciamento de dez minutos, exceto casos de “última hora” ou notícias com um grau de importância superior.

Se logo após ser publicada uma notícia sair uma publicidade, a instituição dá mais “peso” à informação noticiosa. Salientando até que em casos de bastante importância da notícia a mesma é republicada por cima da publicidade.

Segundo um gráfico (Gráfico 1) apresentado pela Reuters sobre o consumo de notícias em Portugal é perceptível que o consumo de notícias tem regredido ao longo dos anos, contudo é notável que os novos media têm ganho uma superioridade perante os outros meios de comunicação.

Os jornalistas cada vez pretendem mais adequar o conteúdo informativo ao público-alvo, que sabe a informação que pretende consumir (Abiahy, 2005). Para isso a forma como as notícias são divulgadas necessitam de se adequar muito ao local de transmissão e há forma de divulgação. Visto que o público varia de local para local (exemplo do site e Facebook que englobam um público mais maduro, ao contrário do Instagram que apresenta usuários mais jovens).

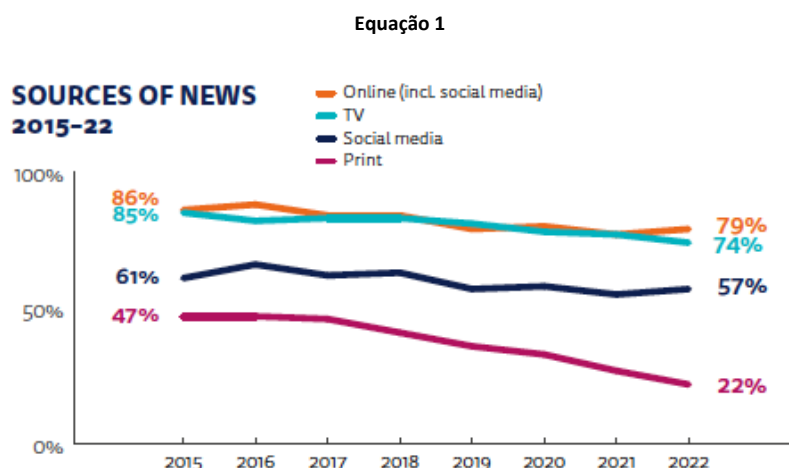


Gráfico 1: Meios de consumo de notícias em Portugal ⁴

Tal como afirma o estudo “Digital News Report” da Reuters de 2022: “Once again, most of these changes – such as the decline in Facebook use over the last few years – result from shifts in behaviour of the youngest cohort of social natives, not older respondents, who tend to have more entrenched habits. In the following chart from the UK, we illustrate how the attention of this group has gradually shifted – from Facebook, to Instagram, and now to TikTok” (Gráfico 2).

⁴ Digital News Report pelo Reuters Institute (2022), pág 97.

Portanto o conteúdo ao adaptar-se à local de transmissão também a forma como a notícia é divulgada varia. No caso do Porto Canal as redes sociais Facebook e Twitter são meios usados como elo de ligação ao site sendo que, todas as notícias que são colocadas no website são partilhadas nessas redes, com hiperligação direta à notícia na integra que se encontra no site.

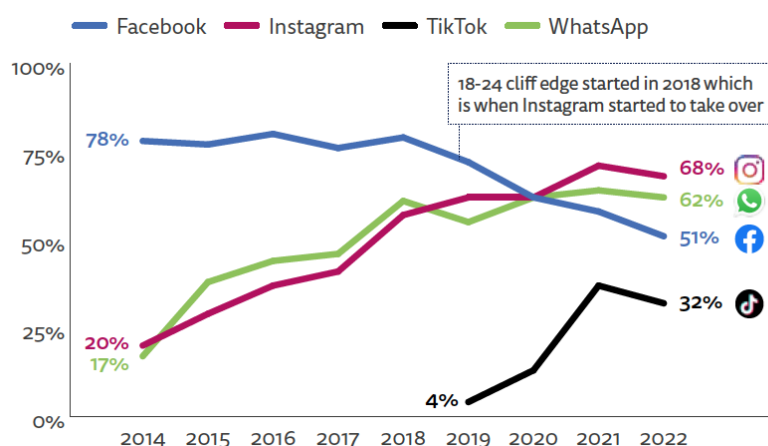


Gráfico 2 Exemplo do consumo de redes sociais pelos jovens na Grã-Bretanha

Para a partilha nessas redes sociais, o Porto Canal segue uma lógica de apelo pela atenção do público, para isso na publicação coloca um pequeno excerto da notícia, um pequeno lead que não divulgue toda a informação relevante, mas que cativa a atenção dos leitores. Em casos especiais, como acontecimentos de última hora, somente acompanha o link uma chamada de atenção - “última hora”.

Destaca-se o facto de a partilha aparecer com a fotografia que está presente na notícia e o título também aparece em grande destaque daí a escolha do título ser também um dos pontos mais essenciais do jornalista digital.

O exemplo apresentado em seguida é de uma notícia escrita por mim durante o meu percurso de estágio. Como é visível na imagem 1 aparece um pequeno lead na publicação “Nos anos 70, várias pessoas dizem ter avistado seres aparentemente não humanos. Conheça alguns dos casos insólitos no Porto”. Numa breve análise a este

pequeno texto é percebido que na primeira frase é apresentado o tema da notícia e na segunda frase é chamada a atenção do leitor através do apelo à curiosidade “conheça” e destacando um público-alvo “no Porto”.

No entanto, o título reforça a ideia do lead “Aliens no Porto? Há vários relatos de encontros insólitos nos anos 70”. De novo o facto de fazer uma relação a seres não humanos e a cidade do Porto abre a curiosidade da população. A imagem por sua vez ainda salienta mais o conteúdo da notícia porque remete para os temas alienígenas.

A notícia em questão teve bastante interação. Como é visível nas estatísticas do próprio Facebook teve 2.2x mais de destaque em comparação a outras notícias.



Figura 1 - Notícia Porto Canal divulgada nas redes sociais

No Instagram as notícias já não são divulgadas da mesma forma. A primeira grande diferença é a seleção. Nem todas as notícias do site são partilhadas nesta rede social, é

6 Disponível a 2 de janeiro de 2023 em:

<https://www.facebook.com/portocanal/posts/pfbid02NAGstny6LsU3BTkat14JmmxcK5jbj6YCK4QpULbxEnSxa62xY1au9Q3s8BtX6HKvI>

feita uma escolha durante todo o dia informativo, dando prioridades a notícias mais importantes para o país ou para a zona norte.

Para além de que a forma de divulgação é dividida em duas partes. Por norma a divulgação é feita através de um story. Para isso é criada uma imagem gráfica com um pequeno lead, sendo que mais frente será explicado melhor como é composto este trabalho. Após a publicação estar finalizada o conteúdo é partilhado com o link de hiperligação para o site. Salienta-se que todo o processo tem de ser executado o mais rápido possível porque atualmente o jornalismo está em constante luta contra o tempo.

O feed é mais utilizado em casos de notícias mais importantes ou insólitos, sendo que, na maioria, têm mais que uma imagem, ou são acompanhadas por vídeos. Também todas as reportagens feitas pelos jornalistas do digital são feitas principalmente para o feed do Instagram, acompanhadas sempre com um pequeno texto que explique o tema da notícia.

A questão que se opõe é: Os novos media trazem benefícios para as notícias? Seguindo o exemplo do Porto Canal, sim. Fernando Zamith (2013) afirma que o jornalismo digital aproveita algumas potencialidades da internet tais como a interatividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, memória.

Enquanto estagiei no Porto Canal apercebi-me do uso dessas características da internet, um grande exemplo disso é as notícias de última hora. Quando a informação primária chega à redação é necessário informar de imediato o público, tendo sempre a atenção a veracidade das fontes, no entanto nem sempre há hipóteses de apurar todos os factos de imediato, por isso há a procura da rapidez, do instantâneo, no entanto depois de procurar mais fontes e informações é feita uma atualização à notícia primária, seguindo-se de imagens, vídeos ou links, se for o caso.

1.4. Jornalismo regional inserido no jornalismo digital

Com o desenvolvimento da tecnologia a globalização andou a passos largos, no jornalismo online, por exemplo, é por vezes mais fácil estar informado sobre o que se passa do outro lado do mundo do que acontece na nossa região, como conclui Camponez (2002).

Jerónimo (2013) acredita que “a afirmação da identidade é cada vez mais um desafio num mundo globalizado” (Jerónimo P. 2013 p.14). Por isso é que o jornalismo tem vindo a apostar muito nas categorias nos seus websites. Assim conseguem dividir e distinguir temas mais gerais de temas mais próximo aos leitores.

O Porto Canal por exemplo, divide o seu site em categorias mais generalistas, como “mundo”, “desporto” e “país”, no entanto inclui também categorias mais direcionadas ao público regional, a categoria “norte”, que se subdivide pelos concelhos do norte do país e também a categoria “Porto”, no qual estão presentes todas as notícias da cidade do Porto, sejam do setor económico, político ou de qualquer outra especialização. A preocupação de informar sobre os acontecimentos mais próximos deve-se porque o jornalista local está “em contacto direto com o cidadão e o ajuda a resolver problemas ‘menores’ de uma cidade, de um bairro, de uma rua” (Jerónimo cit. Junior, 2011, p.35). Pedro Jerónimo, citando Peruzzo (2005), acrescenta que:

“Entendemos por informação de proximidade aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e económicas no exercício do poder” (Jerónimo, 2013, citado por Peruzzo, et al., 2005).

Emídio Rangel, fundador da SIC acredita que nesta era de globalização, o jornalismo regional/local é necessário visto que, cada vez mais as pessoas são sobrecarregadas de informação vinda de todo o mundo e por isso necessitam de saber que acontece perto de si e “de saber quem somos” (cit. Akadémicos, 2012).

“Se, por um lado, a chegada do novo meio teve como consequências um maior e mais rápido acesso às fontes, por outro, regista-se a dificuldade em identificar a credibilidade dos conteúdos disponíveis. São algumas das conclusões do estudo *The influence of the Internet on European Journalism*” (Jerónimo P. 2013 p.28 cit Fortunati et al., 2009).

A instantaneidade do digital trouxe uma mais-valia para o jornalismo. No entanto, com o aumento da informação e com a rapidez torna-se difícil perceber a total veracidade da notícia.

A procura de fontes e de mais conteúdo informativo é um processo demorado sendo que, com o digital o jornalista consegue ter o trabalho mais facilitado pois é muito mais fácil e rápido editar, acrescentar ou apagar informação. O jornalista pode estar em constante atualização do conteúdo, uma simples mudança no texto será instantaneamente mudada para o público.

Contudo, por muito possível que seja aumentar o conhecimento de conteúdos e apurar mais factos para que a notícia fique mais completa nem sempre a informação que consta na notícia é totalmente “limpa”. Isto é, por vezes certas escolhas do jornalista ou ordens impostas por outrem fazem questionar um dos principais temas deste relatório, a imparcialidade.

A imparcialidade, como visto anteriormente, é uma das principais regras do jornalismo que muitas vezes é posta em causa por forças superiores. Esta questão não só advém das escolhas do jornalista como muitas das vezes o poder de outros, sejam estes diretores da redação, políticos, empresas, entre muitas figuras com um peso superior, que retraem e escolhem a informação a transmitir.

Com o aparecimento do jornalismo na internet o problema manteve-se tendo até surgido mais um ponto que faz com que a informação não seja tão imparcial quanto devia. O público passou a ter um maior peso as escolhas jornalísticas por isso, por vezes a notícia é dada com ênfase em questões que se sabe que trarão mais impacto no espectador do que realmente na informação mais importante.

Para além de que com o surgimento das redes sociais, os utilizadores passam a assumir um papel de jornalistas que advém da seleção, produção e partilha das notícias, algo que deixou de ser exclusivo dos profissionais da área. Assim sendo, começam a ser feitas mais escolhas e começa a haver um maior peso pessoal no conteúdo divulgado diminuindo o distanciamento entre conteúdo e jornalista.

Jerónimo (2013), afirma que:

“uma das implicações que a Internet trouxe ao trabalho dos jornalistas foi a sua relação com o público. Se numa fase inicial o jornalista assumia o papel

de gatekeeper (Lewin, 1947), isto é, aquele que guarda (keeper) a informação e a deixa passar, ou não, pelos vários portões (gates) que integram as diferentes fases das suas rotinas de produção, posteriormente ocorreu uma mudança de paradigma. Isto porque o aparecimento dos blogues e das redes sociais online (Hi5, Facebook, YouTube ou Twitter), por exemplo, permitiu aos utilizadores assumirem eles mesmos o “comando” informativo. A seleção, a produção e a partilha deixou de ser exclusiva dos jornalistas”. (Jerónimo P. 2013 p. 66).

No entanto o autor também relembra que o papel do jornalista não é substituível pelo público porque com a instantaneidade de partilha é mais difícil apurar os verdadeiros factos e fontes, trabalho esse que o verdadeiro profissional têm de ter sempre em atenção (idem, ibidem, p.67). Aliás Juarez Bahia destaca alguns dos principais pontos que o jornalista tem de seguir para exercer bem a sua profissão, para isso necessita de “apurar, seleccionar e difundir notícias, ideias, acontecimentos e informações gerais com veracidade, exatidão, clareza, rapidez” (Jerónimo p. 2013 p.42)

A autora Cantalapiedra, acredita que no jornalismo digital o profissional tem de ser claro, curto e eficaz. No entanto, é de lembrar que divulgar a informação principal não é o mesmo de ocultar conteúdo, porque se o jornalista colocar em causa a verdadeira informação ao não divulgar factos, por opção própria, deixa de haver imparcialidade na notícia. (Idem, ibidem. p.44)

A imparcialidade jornalística no digital será que só advém das escolhas dos factos a transmitir ou será que a escolha da hora a que se publica e a forma como se divulga são também preponderante para decidir se a notícia é totalmente imparcial?

O presente relatório vai ainda mais a fundo, como foi realizado um estágio curricular na empresa Porto Canal, que já foi alvo de polémica devido ao regionalismo noticioso, pretende-se então perceber se no meio digital, área no qual estagiei e daí ser a predominante área de estudo do caso, a escolha de pequenos pormenores fazem a diferença para divulgar as notícias.

Por isso mais uma vez, a questão da imparcialidade é posta em causa pois não é só partilhada a informação pelo conteúdo, mas também pelos interesses do público e das

redações. A teoria será desenvolvida mais aprofundadamente no estudo de caso apresentando mais à frente, onde serão visíveis vários exemplos de conteúdo que tentarão explicar se é possível ou não haver imparcialidade no jornalismo regional.

2. Estágio no Porto Canal

2.1. – Apresentação da Identidade

O Porto Canal é uma estação televisiva disponível em todas as operadoras. A sua sede situa-se na Senhora da Hora, em Matosinhos e, inicialmente, o conteúdo transmitido era essencialmente dedicado à região Norte. A primeira transmissão televisiva data de 29 de Setembro de 2006, tendo como público-alvo a população da zona do Grande Porto. O canal pode contar com a colaboração das Câmaras Municipais, empresas locais e da Universidade do Porto.

Contudo, ao longo dos tempos, a empresa decidiu alargar o público-alvo, tendo começado a integrar conteúdo de outros distritos do Norte do país. Novas delegações foram criadas em vários pontos do país, sendo que quase todas se encontravam na Zona Norte até 2012, altura que abriu uma delegação em Lisboa.

A estação televisiva não só abriu portas a novas delegações como também foi alargando o núcleo de funcionários. Quando o canal começou, havia só três jornalistas, um repórter de imagem e uma produtora que asseguravam dois blocos noticiosos diários de 15 minutos, entre segunda e sexta-feira. Após um ano de estação “o número de jornalistas aumentou para seis, passando a contar com dois produtores e três repórteres de imagem. O Repórter da Cidade aumentou de 15 para 25 minutos e começou a contar apenas com uma edição diária que incluía sete reportagens”. (Silva, 2012, p.19).

O Porto Canal, em 2011, começou a ser gerido pelo Futebol Clube do Porto e iniciou uma parceria com a empresa MediaPro. Com esta mudança, a organização teve alterações: “Domingos de Andrade assumiu o cargo de Diretor de Informação e Programas, Rui Cerqueira o de Diretor de Conteúdos Desportivos, Fernando Tavares o de Assessor de Direção, Vanda Balieiro o de Chefe de Redação e Sara Barbosa o de chefe da produção de informação” (Dias, 2012, p 51).

A transmissão de programas desportivos foi também uma aposta com a nova gestão; exemplos disso são: o “Somos Porto”, transmitido à 2ª segunda-feira das 22 horas às

23 horas, e o “Flash Porto” inicialmente de segunda a sexta-feira com a duração de 10 minutos.” (Silva, 2012, p.20).

A aposta na área desportiva, mais concretamente no clube dos “dragões”, não só remete para a equipa de futebol principal, mas também para equipa B e camadas mais jovens, como ainda para todas as outras modalidades que o FC Porto tem -Andebol, Hóquei em Patins, Basquetebol e Voleibol.

Ainda em 2011, com o quinto aniversário do canal, a grelha de programas transmitidos dividiu-se em dois grupos: os informativos e os desportivos. Cada vez mais os programas desportivos foram ganhando maior peso, tornando-se a marca FC Porto um ponto de referência.

A empresa, mesmo com a aposta em programas direcionados à região Norte e em programas desportivos direcionados para o clube especificado anteriormente, afirma no seu estatuto editorial que é uma “estação de TV privada e generalista que tem por missão contribuir, através do esclarecimento da opinião pública e da partilha de informação, para a afirmação da identidade, da cultura e dos valores do País e das suas regiões.” ⁷

O canal, atualmente, tem uma grelha de 24 horas de transmissão televisiva, sendo a produção totalmente nacional. O Porto Canal procura bastante a interação direta com a população, muito visível nas reportagens de rua.

O slogan do canal, “O Norte começa aqui”, mostra mais uma vez o realce que a empresa dá à região, mesmo tendo em conta a totalidade do país, daí a Entidade Reguladora para a Comunicação Social considerar a estação televisiva como um canal de âmbito nacional.⁸

⁷ https://portocanal.sapo.pt/estatuto_editorial/ (consultado a 10 dezembro 2022)

⁸ ³ “Em 28 de Setembro de 2006, a ERC autorizou a transmissão de outro canal temático de cobertura nacional e acesso não condicionado, denominado Porto Canal (Deliberação 8-A/2006, de 28 de Setembro de 2006). Este canal iniciou as emissões no dia seguinte, em 29 de Setembro de 2006”, (<http://www.gmc.pt/pt/autorizacoes>). (consultado a 11 dezembro 2022)

Atualmente, a equipa do Porto Canal está organizada desta forma: Diretor de Informação: Tiago Girão, Diretora Adjunta: Estela Machado, Coordenador de Programas e Emissão: Mafalda Campos, Chefe de Redação: Vanda Balieiro, Diretor de Conteúdos FCP: Francisco J. Marques, Coordenador: Paulo Miguel Castro, Diretor de Informação (online): Tiago Girão, Editor e Coordenador de conteúdos: André Arantes e Webmaster: Fernando Cunha.

A grelha de programas que o canal abrange tem vindo a crescer cada vez mais e atualmente, em 2022, esta é a lista de programas, organizados por categorias:

Informação: Manhã Informativa; Tarde Informativa; Noite Informativa 22h; Noite Informativa 00h;

Desporto: Flash Porto; Desporto em Direto; Vencedores como sempre; Noite desportiva; Pré-Match, Universo Porto; Pós-Match;

Atualidade: Nós Europa; Finanças a contar, Economia Real; Justiça às Claras;

Saúde/Ciência: Consultório; Planeta Verde, Veterinários-todo-o-terreno;

Cultura/História: N'Agenda; Caminhos da História; Ao Norte; Escritores a norte;

Gastronomia/Culinária: Imperdíveis;

Entretenimento: Viver Aqui, Glitter, Glitter late night; Há ir e Voltar;

Cinema: Cinema Batalha;

Séries: Pole Position.

Desde junho de 2022, a empresa decidiu fazer uma nova aposta. O digital ganhou outro peso, tendo a redação sido dividida em duas secções. A sede na Senhora da Hora, apresenta dois andares e, desde que foi decidido aprofundar mais a parte digital, os funcionários da empresa dividiram-se. No piso superior encontram-se os jornalistas, produtores e diretores da parte televisiva e no piso 0 estão os jornalistas, publishers, diretores do digital e um gráfico.

O digital, área onde realizei o meu estágio, remete para uma parte jornalística que tem vindo cada vez mais a fazer parte da vida quotidiana das pessoas. Nesta secção, dirigida por Pedro Bragança, os jornalistas direccionam todas as suas reportagens para o site e redes sociais. Por vezes, quando são temas mais aprofundados ou específicos, são trabalhados como peças, no entanto, são também remetidos para a rede social *Instagram*, para os chamados *reels*.

Nesta vertente jornalística, encontramos os publishers, jornalistas que por norma ficam na redacção e que trabalham com o conceito de “instantaneidade” de forma muito próxima, A sua principal função é informar a todo o momento, tratar toda a informação que surge, para além de serem os principais gestores do site do canal e das redes sociais.

É de destacar o contrato do Porto Canal com a Agência Lusa. Deste modo, o canal consegue aceder a um pacote de notícias, quase atualizado ao minuto, divulgadas pela empresa. Este serviço facilita o trabalho do jornalista pois são fornecidos pela Lusa, instantaneamente, vários conteúdos, o que faz com que seja possível obter informação sobre os acontecimentos, nacionais ou mundiais, de uma forma muito mais rápida.

A Lusa - Agência de Notícias de Portugal, começou em 1986 e é a maior agência noticiosa portuguesa de língua portuguesa. A Lusa tem mais de 280 jornalistas e fornece um serviço noticioso a vários jornais, rádios e canais televisivos portugueses, tal como é o caso do Porto Canal.

Ainda assim, salienta-se que o trabalho no digital não passa só por ver as notícias das outras fontes informativas, é sempre desejável aprofundar mais a informação e, se necessário, procurar novas fontes.

Para além das notícias nacionais, capazes de serem encontradas noutras fontes informativas, no site e nas redes sociais são divulgadas notícias exclusivas do canal, que até por vezes levam a peças para a televisão.

O site divide-se numa lista de secções:

Porto: engloba as notícias que acontecem na zona do Grande Porto

Norte: que abrange todos os concelhos do Norte do País que não sejam o Porto

Mundo: como o próprio nome indica, tudo o que se encontra fora do país

Política: toda a informação partidária ou que direcione para a área da política

Economia: tudo o que englobe a parte financeira está abrangido nesta secção.

Desporto: nesta secção encontram-se notícias desportivas gerais, no entanto, um grosso da informação está direccionado ao FC Porto.

Contudo, por vezes, a escolha da secção é subjetiva. Por exemplo, enquanto estagiava decorreu o debate sobre o Orçamento de Estado para 2023. As notícias na maioria das vezes poderiam ser consideradas da parte política, no entanto algumas encontravam-se na parte da economia, visto que remetiam para assuntos financeiros que afetariam os portugueses e, noutros casos os assuntos eram mais generalizados, daí encontrarem-se na secção país.

2.2. Os Jornalistas digitais do Porto Canal

Como referido anteriormente, o Porto Canal, desde junho de 2022, decidiu apostar com maior força na área do digital, e, assim sendo, a redação localizada na Senhora da Hora dividiu-se em dois pisos, ficando o piso inferior dedicado ao jornalismo digital.

A redação digital é dirigida por Pedro Bragança e conta com Francisco Graça como editor executivo de Estratégia e Digital. Os jornalistas que se encontram no digital são, na maioria, jornalistas que já se encontravam a exercer profissão na estação televisiva e que, desde a data de alteração, foram propostos para trabalhar com o meio digital. Os jornalistas são jovens, o que faz com que tenham uma ligação ao meio tecnológico muito mais aprofundada, contudo, tiveram de aprender de raiz a sair do meio televisivo e a adaptar-se a um ecrã mais pequeno, como um computador ou telemóvel.

Os jornalistas da redação digital dividem-se em dois grupos: os que saem para o terreno e os publishers.

No primeiro grupo encontram-se os jornalistas que já estavam habituados a trabalhar no terreno, sendo que o continuam a fazer, no entanto, para um público diferente e através de outras estratégias de comunicação.

O segundo grupo, por norma, fica na redação e está atento a todas as notícias que vão aparecendo durante o dia, trabalhando muito com a instantaneidade, isto é, estão sempre em luta com o tempo. Para além de fazerem as notícias para o site, os publishers tratam também das redes sociais, assim sendo, têm a função de partilhar todas as notícias do site nas redes sociais do canal - *Facebook* e *Twitter*. O *Instagram*, por sua vez, é uma exceção que dá um trabalho diferente aos publishers. Nesta rede social são criados posts e *stories* a divulgar notícias com maior destaque, como, por exemplo, imagens dos avanços das obras do metro ou escândalos da TAP, mas também é muito divulgado conteúdo sobre o FC Porto, tal como as conferências de imprensa (antes e após jogo) e *post* de dia de jogo.

O conteúdo de partilha é muito importante no canal, pelo que, em suportes como *Facebook* e *Twitter* são partilhadas todas as notícias do site. No entanto, há que destacar que, quando as notícias remetem para o tema FC Porto, por vezes, são divulgadas com mais rapidez do que algumas já presentes no site, e o mesmo acontece com notícias insólitas, mais importantes ou que remetam para a zona Norte do país. Há, portanto, uma hierarquização no conteúdo divulgado.

Como é visível na imagem 2, o *feed* de *Instagram* não segue uma linha de linearidade, visto que tanto pode divulgar reportagens, como imagens fixas ou carrosséis de imagens. No exemplo apresentado, é visível logo no primeiro seguimento de imagens uma reportagem sobre uma obra no Porto, em seguida, o destaque para o dia de jogo do FC Porto e de novo uma reportagem, desta vez, sobre o centro Islâmico da Cidade do Porto.

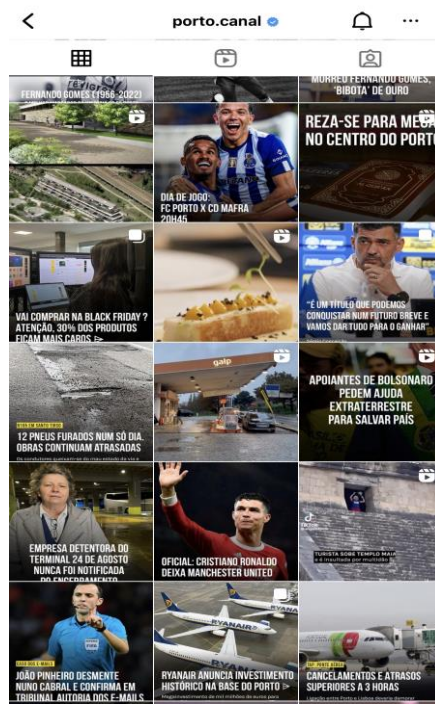


Figura 3 Imagem da página de Instagram do Porto Canal

A segunda linha é iniciada com uma notícia que simplesmente anexa à imagem de capa um vídeo de uma entrevista, daí não ser considerada uma reportagem como nos casos acima ditos, pois não houve trabalho de edição de vídeo nem foi um trabalho jornalístico tão elaborado. Nestes casos específicos, onde simplesmente aparecerá um excerto de uma entrevista que remete para a notícia presente em site, é feita uma imagem de capa para o público entender o tema. De novo detalhando a segunda linha do feed, temos então um vídeo sobre um desafio gastronómico feito no Mercado do Bolhão; neste caso específico, não há voz do jornalista e toda a ação do acontecimento é apresentada ao público através das imagens do vídeo, seguindo-se um pequeno texto na descrição, para ajudar a entender melhor o tema- copy. Por fim, encontra-se de novo FC Porto, tendo na imagem de capa Sérgio Conceição, treinador do clube, e depois segue-se um excerto da conferência de imprensa prévia ao jogo. Este tipo de publicação é feita constantemente, sendo que, por vezes, quando os jogadores também estão presentes na conferência e também têm destaque no feed.

Generalizando a restante parte da imagem 2, são também destacados os casos de notícias em feed, que são apresentadas através de uma imagem trabalhada no

Photoshop que inclui um título e um pequeno destaque a amarelo que pretende salientar o tema da notícia - é visível isso na primeira imagem da terceira linha do feed. Ainda se salienta que nas publicações de vídeo há sempre a atenção de se colocar legendas, de modo que o público consiga seguir a informação ou pelo som ou pelo texto.

2.3. O Jornalismo no meio digital

O estágio iniciou-se em setembro de 2022, contudo, e como seria previsível, as primeiras semanas foram de adaptação e aprendizagem, por isso, todos os projetos desenvolvidos eram simplesmente análise e recolha de informação de notícias de agências de que o Porto Canal tinha subscrição, como a Agência Lusa. Com o recorrer do tempo, e já com algumas noções básicas do funcionamento da empresa, comecei a publicar notícias.

Numa primeira etapa, as notícias eram feitas para o site e depois partilhadas nas redes sociais Facebook e Twitter. No entanto, em outubro, comecei também a realizar publicações para a rede social Instagram.

Durante o percurso de estágio a minha principal função foi a redação de notícias, contudo, tive também algumas situações em que o meu trabalho consistia na captação da imagem estática ou em movimento.

Quando acompanhava jornalistas experientes nas suas reportagens, o meu papel era principalmente gravar e, quando chegava à redação, com auxílio do programa Adobe Premiere, editava o conteúdo e fazia a exportação dos vídeos, que depois eram partilhados nas redes sociais. Só em alguns casos em concreto, em que a reportagem necessitava de mais detalhe a nível de efeitos e edição, é que o conteúdo era direcionado para os editores de conteúdo do Porto Canal.

Na maioria dos casos, as reportagens gravadas para o digital, como são realizadas por captação de imagem de um telemóvel, são editadas pelos próprios jornalistas, pois o intuito é que sejam publicadas o mais rápido possível, e na maioria somente são colocadas na rede social Instagram.

Quanto à captação de imagem dinâmica, o meu papel foi, portanto, acompanhar os jornalistas, que nestes casos também eram acompanhados por cameramen, pois eram conteúdos mais elaborados e divulgados não só no meio digital, mas também na emissão televisiva.

Durante o estágio, como referi anteriormente, também fiz captura de vídeo, como foi o exemplo da reportagem sobre a comunidade britânica no Porto (<https://www.instagram.com/reel/CismPrhjMkk/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>) e na intervenção de Pinto da Costa na primeira edição do evento Thinking Football. (https://www.instagram.com/reel/CIJpQXhvKD_/?igshid=YmMyMTA2M2Y=).

Quanto à captura de imagem estática, isto é fotografia, a minha função passou por reportar os acontecimentos através da captura de imagem e divulgá-los num post de Instagram sempre acompanhado por um copy (pequeno texto a contextualizar a informação da notícia), sendo que as imagens depois também eram usadas pelos jornalistas quando escreviam a notícia para o site e, mais tarde, eram divulgadas no Facebook e Twitter.

As duas reportagens que acompanhei para cumprir essa função foram: um direto da jornalista Ana Mota, na cidade da Maia, quando um camião ficou preso num aluimento de terra, e a reportagem de Joana Carvalho sobre o fecho do centro comercial STOP, no Porto.

A edição de vídeo também fez parte do meu estágio, não só nos vídeos referidos acima, mas também em casos de notícias em que usava imagens já encontradas online e tinha que as compor e editar para criar um vídeo. Exemplo disso foi a publicação no Instagram da notícia da mulher que subiu ao templo Maia (<https://www.instagram.com/reel/CIQ-5B8uVWh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>) e, como abordado mais à frente, a reportagem de minha autoria sobre o centro Islâmico do Porto, cuja edição também foi realizada por mim no Adobe Premiere.

Durante todo o percurso de estágio, a minha maior dificuldade consistiu, não na captação de imagens, mas sim na redação e divulgação de notícias de uma forma tão imediata. Com a instantaneidade a dominar na comunicação, a rapidez com que se

obtem informação é também necessária na divulgação da notícia finalizada. Por vezes, sentia uma pressão acrescida, devido a querer rever a estrutura do texto escrito e reconfirmar fontes, porém, sabia que o tempo era meu inimigo.

2.3.1. Plano Formação Estágio

2.3.1.1. Notícias para o site do Porto Canal

A função do publisher no Porto Canal é, durante todo o dia, manter-se informado das notícias que vão ocorrendo. Para isso, está em constante atenção aos sites noticiosos e à caixa de correio, pois, muitas vezes, certas notícias iniciavam-se através de informações chegadas à redação por meio telefónico ou email.

As notícias eram variadas e podiam pertencer a qualquer secção jornalística, tal como desporto, país, norte ou Porto.

Em média, por dia, o Porto Canal publicava cerca de 20 a 30 notícias no site. Por isso, durante o meu percurso de estágio, publiquei diversas notícias (setenta e duas no total), que enumero por secção em seguida:

- Porto: “Quatro anos depois, o Mercado do Bolhão está de volta”; “Dança inclusiva e pela diferença no Rivoli”; “Já há imagens da futura Estação de metro Manuel Leão”; “Câmara vota cedências de terreno em Ramalde para construção da Academia de Futebol do Porto”; “Cinco ruas portuenses recebem novos topónimos”; “Cemitério de Leça do Balio em estado avançado de degradação”; “Desporto no Bairro pôs quase mil crianças do Porto a praticar desportos olímpico”; “Incêndio em habitação na zona do Bonfim deixa homem gravemente ferido”; “Operação policial na Baixa da cidade do Porto detém 11 pessoas”; “Idosa de 75 anos morre em incêndio urbano no Porto”; “Taxistas e condutores TVDE receiam serviços em bairros do Porto”; “Corpo avistado na praia de Lavadores em Vila Nova de Gaia”; “Vários túneis da cidade do Porto vão ser alvo de manutenção nos próximos dias”; “Aliens no Porto? Há vários relatos de encontro insólitos nos anos 70”; “Reza-se a meca no centro do Porto”.
- Norte: “Universidade de Aveiro é reconhecida pelo mérito dos universitários”; “Mulher de 36 anos acusada por maus-tratos a animais em Viana do Castelo”; “Dois

carros incendeiam-se após colisão em Felgueiras”, “Acidente na A3 provoca um morto e dois feridos graves”

- Política: “Presidente CM Matosinhos constituída arguida na operação Teia”; “Juiz exige indemnização de dois mil euros a vizinho por galinha roubada”,
- País: “Atribuição de apoio de 125 euros marcada por queixas e erros no Portal das Finanças”; “PJ desmantela maior organização criminosa de tráfico de droga em Portugal”; ““Foi resposta uma justiça.”Após dez anos todas as viaturas de bombeiros ficam isenta de portagem”;
- Mundo: “Atleta de escalada iraniana dada como desaparecida após competir sem véu”; “Jovem de 16 anos espancada até à morte por se recusar a cantar hino do regime iraniano”; “O discurso na íntegra de Jair Bolsonaro”; “Fragmento do foguetão chinês já caiu”; “É esperado esta terça-feira o último eclipse lunar dos próximos três anos”; “Horário de Verão: Sim o Não? Lula da Silva questiona brasileiros”; Padre brasileiro recusa dar missa a apoiantes de Lula”; “Conforama Ibérica alvo de ataques informáticos”; “Famosos..., mas pouco. Caos com identidades no Twitter de Elon Musk”; “Mais de 15 mil manifestantes iranianos foram presos. Até agora 344 detenções conduziram a pena de morte”; “Homem mais perto de regressar à Lua. Nasa lançou com sucesso Ártemis I”; “Pena de morte usada como instrumento de repressão no Irão”
- Desporto: “Jogo entre Copenhaga e Sevilha termina sem golos”; “Londrinos empatam a um golo com Salzburgo”; “Taça de Portugal. Já são conhecidos os duelos da quarta eliminatória”; “FC Porto (Basquetebol): ‘Dragões’ perdem com heroes Den Bosch na 3.ª jornada da FIBA Europe Cup”; “Imprensa espanhola não perdoa a saída das competições europeias ao Atlético de Madrid e arrasa equipa de Simeone”; “Sporting viaja para a Liga Europa depois de perder com Eintracht Frankfurt”; “FC Porto: Foi um jogo equilibrado? Não foi, fomos superiores. Tivemos momentos que roçaram a perfeição”; “Galeno e Pepê em destaque no FC Porto- Atlético de Madrid”; “A partida do FC Porto foi brilhante”, Iker Casillas felicita os dragões”; “FC Porto - Atlético de Madrid: Chama do Dragão garante o primeiro lugar na Liga dos Campeões”;

“É o melhor goleiro do mundo”. Felipe Neto em êxtase com mensagem de Diogo Costa”; “Diogo Dalot já tem cântico no Manchester United”; “FC Porto - Paços de Ferreira. Portas do estádio do Dragão abrem às 16h30”; “Alex Telles fica em lágrimas ao saber da convocatória para o Mundial 2022”; “Digam-lhe isso a ele. Sobem de tom as acusações entre João Felix e Diego Simeone”; “Sérgio Conceição: “Quero que os meus jogadores estejam no fio da navalha em todos os jogos”; “FC Porto: Já há datas e horários para os oitavos de final da Champions; “Taça de Portugal. FC Porto defronta FC Arouca na 5ª eliminatória”; “Sou mais bem-parecido”. Ronaldo dispara até contra Wayne Rooney”; “Manchester United reage à entrevista de Ronaldo”; “Ronaldo nunca mais deve jogar no United”. Ten Hag exclui o jogador português”; “A bola da Mão de deus” de Maradona vai ser leiloada por mais de dois milhões de euros”; “Pelé hospitalizado de urgência”; “”Para mim está acabado”. Cassano acredita que Ronaldo prejudica a seleção portuguesa”

- Mundial 2022: “Seis ex-Dragões” nos convocados da seleção do Brasil para o mundial do Qatar 2022”; Haaland na sétima divisão? Ashton United propõe ajudar o jogador manter a forma física durante o Mundial”; “Tenho cidadania portuguesa e jogaria por Portugal com o amor orgulho”. Galeno pisca o olho à seleção portuguesa”; “Camas e televisões nos estádios do Mundial 2022? Conheça alguns dos luxos do Médio Oriente”; “Adeptos argentinos entoam cântico racistas contra a seleção francesa”; “Tradição não está do lado de Portugal. Seleção das ‘quinas’ já perdeu com os três adversários do Mundial”; “Bilhetes do Mundial do Catar escritos à mão”; “Mundial2022: Seleção alemã tapa a aboca na foto de grupo em protesto contra a FIFA”; “Mundial’2022: Selecionador. Do Gana pede “bravura” e espera “jogo equilibrado” com Portugal”; “Sósia de Neymar gera confusão no Mundial do Catar”; “Mundial’2022: Alemanha diz ‘adeus’ ao Catar com a primeira vitória na competição”

Na maioria das notícias apresentadas anteriormente, a minha função consistiu, em primeira instância, em ficar atenta às notícias divulgadas pelos outros sites noticiosos, de modo a estar sempre em “alerta” a novos acontecimentos e, quando encontrava conteúdos relevantes, procurava mais dados e fontes e começava a redigir o corpo da notícia para depois partilhar no site.

Destaco em seguida as notícias “Dança inclusiva e pela diferença no Rivoli”, Aliens no Porto? Há vários relatos de encontro insólitos nos anos 70” e “Reza-se a meca no centro do Porto”, pois são três reportagens de minha autoria, propostas à redação e aceites para a pesquisa e realização das mesmas.

A primeira, “Dança inclusiva e pela diferença no Rivoli”, iniciou-se a partir de um email do Rivoli para a redação do Porto Canal a informar sobre o evento; no entanto, ninguém tinha aprofundado o tema, e, então, decidi procurar mais sobre o espetáculo e propus uma entrevista à companhia de dança.

Acontece que esta entrevista foi realizada em contrarrelógio. A mesma ficou marcada somente para o dia de estreia do espetáculo, contudo, não havia equipamento nem equipa disponível na redação para acompanhar-me; então, foi a primeira vez que saí sozinha. Como o espetáculo iria acontecer naquela noite, foi necessário fazer a entrevista toda na parte da manhã e redigir o texto ainda no início da tarde, pois não fazia sentido a publicação após o espetáculo. A entrevista ocorreu no hotel onde os artistas estavam alojados e foram entrevistados um membro de apoio da companhia e uma das bailarinas.

Talvez por ter sido a primeira notícia de autoria própria fora da redação ou pelo facto de não ter tido qualquer apoio por parte da redação, tanto na preparação como na edição do conteúdo, senti que a entrevista ficou aquém das minhas expectativas, no entanto, o produto final, isto é, a notícia redigida, deixou-me bastante orgulhosa. Mesmo numa luta constante contra o tempo, consegui processar ao máximo o conteúdo dos entrevistados e, juntamente com alguma da informação que já tinha da minha prévia pesquisa, consegui cumprir o objetivo, informar o público sobre o principal tema do espetáculo.

“Aliens no Porto? Há vários relatos de encontro insólitos nos anos 70” foi a notícia que mais tempo demorei a realizar. Propus este tema pela curiosidade dos factos e por remeter para a cidade do Porto, contudo, para a realização desta notícia, necessitei de fazer uma investigação profunda sobre o tema, entrevistar o autor do livro que apresenta os relatos e, por fim, procurar outras fontes que comprovassem os factos

apresentados na obra. É também a notícia mais longa que redigi para o site do Porto Canal, porém, esta mesma publicação, quando partilhada nas redes sociais, teve bastante interação com o público, acabando por se tornar das notícias mais lidas da semana.

Por fim, a última notícia de total autoria própria foi a que mais gostei de fazer. Tem como título “Reza-se a meca no centro do Porto” e conta a história da primeira “mesquita” da Cidade Invicta e descreve como a comunidade muçulmana se tem adaptado à cultura do Porto. Num primeiro momento, foi realizada uma pesquisa sobre a comunidade muçulmana e sobre a história do Centro Islâmico do Porto. Em seguida, marquei uma entrevista com o responsável pelo local de culto e preparei previamente todas as questões que pretendia fazer. No local, foi possível também falar com pessoas que frequentavam o Centro e capturar imagens durante a realização da cerimónia.

Nesta reportagem, tive o apoio da jornalista Joana Carvalho, que me acompanhou durante as entrevistas e ajudou na redação do texto. Esta reportagem, para além de ter sido redigida para o site, foi também adaptada em reels para o Instagram. Com a realização do reels, senti-me uma verdadeira jornalista do canal, pois tive que editar todo o conteúdo filmado e juntar pequenos textos sobre o tema para ir contextualizando o vídeo. Tornou-se uma reportagem bastante trabalhada e detalhada, mas todo esse processo foi crucial para o resultado final.

Das publicações no site, destaco também cinco notícias, “Corpo avistado na praia de Lavadores em Vila Nova de Gaia”, “Dois carros incendeiam-se após colisão em Felgueiras”, “Acidente na A3 provoca um morto e dois feridos graves”, “Incêndio em habitação na zona do Bonfim deixa homem gravemente ferido” e “Idosa de 75 anos morre em incêndio urbano no Porto”, todas elas iniciadas como notícias de “última hora”. Nestas notícias, a informação inicial era bastante reduzida, contudo, o importante era divulgar o conteúdo noticioso o mais depressa possível, por isso, na maioria dos casos, era divulgada em primeira instância uma notícia com a informação inicial, mas com o intuito de esta ir sendo atualizada e completada o mais depressa possível. Para obter mais informações, os jornalistas têm de procurar contactar as

fontes mais próximas e diretas, por isso, em todas as notícias referidas tive que entrar em contacto com as autoridades policiais, bombeiros ou outras entidades passíveis de acrescentar informação.

Por fim, dou também realce à notícia “Atribuição de apoio de 125 euros marcada por queixas e erros no Portal das Finanças”, pois foi uma notícia exclusiva Porto Canal e realizou-se em parceria com o jornalista João Pedro Gomes. Foi o meu primeiro contacto com o jornalismo de investigação e com esta notícia aprendi sobretudo três conceitos: persistência, paciência e determinação. Durante a investigação, foram analisados vários casos concretos, foram realizadas inúmeras tentativas de contacto com a Autoridade Tributária e, por fim, foi necessário juntar toda a informação obtida e perceber como a divulgar e explicar ao público.

Contudo, houve notícias que me foram pedidas para redigir que não eram estritamente jornalísticas. O Porto Canal é um órgão de comunicação que aposta principalmente na emissão televisiva e, por sua vez, algum do conteúdo divulgado para esse média era também publicado no site do canal. Um dos objetivos do canal, na maioria desses casos, não era apenas divulgar a informação da notícia, mas também promover o programa. O que me propunham redigir era uma pequena síntese sobre o tema do programa, mas sem deixar de destacar o nome e a hora do programa.

Outro ponto interessante é que grande parte desse conteúdo não tinha só o peso informativo visto que as reportagens sobre eventos continham uma ideia de convite a conhecer os locais ou espetáculos, portanto havia também o intuito de promover. Com esta experiência compreendemos que a fronteira entre informação e promoção é muitas vezes fluída. isto questionámos, será que nestes casos fiz jornalismo, ou simplesmente estive a promover a empresa? Há uma grande diferença entre fazer jornalismo e fazer comunicação publicitária. Quando a comunicação está ligada ao marketing, tem como foco partilhar e divulgar com o público a empresa e todos os seus serviços, neste caso programas e patrocínios. Já o jornalismo pretende investigar e analisar informações de modo a partilhar com o público conteúdo que é do seu interesse. Estas duas vertentes acabam por se fundir frequentemente na atualidade nos programas informativos de quase todos os canais.

2.3.1.2. Instagram

Como já referido ao longo do relatório, o Instagram é uma rede social que o Porto Canal utiliza como meio de comunicação. No entanto, as publicações nesta aplicação não são as mesmas que se encontram no site. Podem, contudo, interligar-se e completar-se.

O feed é o principal elemento da rede social, é onde surgem todas as publicações. Visto que o feed é o primeiro contacto que o público tem com a empresa, é necessário que este esteja bem coerente e bem organizado. E, no caso do Porto Canal, que usa o feed para divulgar conteúdos noticiosos, necessita que os posts sejam perceptíveis quanto ao assunto que pretendem divulgar.

Os stories estão no Instagram desde 2016 e têm como principal objetivo compartilhar temporariamente fotografias e vídeos. Esta funcionalidade limita em 24 horas todo o conteúdo partilhado e, para o Porto Canal, os stories são um bom meio de divulgação das notícias do site, pois com uma imagem sobre o tema, um título e a hiperligação para a notícia, conseguem alcançar ainda mais público.

Por fim, os reels são das funcionalidades mais recentes da rede social e pretendem ser uma forma de compartilhar vídeos com uma duração superior a 15 segundos (mas que não ultrapasse um minuto). Esta nova dinâmica dos vídeos tem sido bastante usada pelo Porto Canal, pois como as reportagens para o digital, por norma, são mais curtas que as divulgadas na televisão, estas pretendem ser, como o próprio nome indica, direcionadas para um público online. Os reels vieram ser os “portadores” dessas reportagens. Os jornalistas sabem que têm que reduzir ao máximo a informação que pretendem partilhar no vídeo, sendo que este tem que ser, para além de informativo, dinâmico.

As imagens e vídeos são editadas no Adobe Photoshop e no Adobe Premiere. E enquanto as imagens estáticas remetem, na maioria, para notícias de grande destaque que estão completadas no site, os vídeos são reportagens realizadas pelos jornalistas do Digital (e editadas pelos mesmos).

As imagens são, sobretudo, destaques noticiosos, mas também se encontram carroceis de imagens que são sobretudo um conjunto de fotografias sobre algum assunto em particular.

Ainda nas publicações de imagens há exceções, em casos de conferências de imprensa, como é o exemplo das antevisões de jogo feitas por Sérgio Conceição. Nesses casos, é feita uma imagem gráfica com uma fotografia do entrevistado e uma frase dita durante o discurso. Juntamente com a imagem é acrescentado um excerto da entrevista em vídeo.

Durante o meu percurso de estágio, várias foram as publicações que fiz para o Instagram. Por norma, os jornalistas do digital publicam aproximadamente dez stories por dia na rede social, sendo que estes stories são simplesmente uma imagem gráfica acompanhada por um título e com hiperligação para a notícia do site. Já quanto ao feed, por dia, são realizadas, por norma, entre duas a quatro publicações.

2.3.1.2.1. Publicação em Feed

A primeira interação que tive com o feed do Instagram do Porto Canal foi a 19 de setembro. Durante essa semana, acompanhei as entrevistas realizadas pela jornalista Maria Abrantes à comunidade britânica e eu realizei algumas das gravações da reportagem. Depois acompanhei de perto a edição da reportagem e fiz o texto que seguia a publicação na rede social.

A 1 de outubro fiz a minha primeira publicação, que remetia para a minha notícia sobre o espetáculo de dança no Rivoli. “Dança inclusiva e pela diferença no Rivoli” era a frase de destaque da publicação e era acompanhada por imagens sobre o espetáculo.

A 25 de Outubro foi-me pedido para criar no Photoshop imagens gráficas sobre os novos topónimos da cidade do Porto. A notícia chegou através da Câmara do Porto, e Pedro Bragança achou interessante que, em vez de uma imagem a afirmar a mudança de nomes dos topónimos, fossem feitas imagens com os novos nomes. E assim criou-se o post “Cinco ruas portuenses recebem novos topónimos”.

O FC Porto fez uma grande exibição num jogo para a Liga dos Campeões, então, no dia 26 de outubro, após o jogo terminar, foram feitas, para além das publicações habituais das entrevistas do pós-match, outras sobre o tema. No meu caso, fiz a publicação “Vamo Porto!” Felipe Neto deixa apoio aos dragões” e fiz a imagem gráfica “Diogo “the wall””, que, para além de divulgada no Instagram, foi também partilhada no Facebook e Twitter.

No dia 28 de outubro postei a antevisão de Sérgio Conceição ao jogo do FC Porto contra o Santa Clara - “Temos mais esta batalha. Para nós são todas decisivas todas são finais”.

No dia seguinte, 29 de outubro, fiz a publicação da imagem gráfica sobre a hora da partida de futebol.

Para terminar outubro, no dia 31, acompanhei Joana Carvalho à entrevista no centro Comercial Stop. A minha tarefa foi fotografar o espaço e tudo o que este envolvesse, para fazer depois um carrossel de imagens sobre o centro comercial. A reportagem de Joana Carvalho não era para o digital e, por isso, foi a primeira vez que saí para acompanhar uma reportagem televisiva. Esta experiência foi marcante, pois a jornalista propôs-me a ser eu a fazer uma parte da entrevista. Por isso, o excerto da entrevista, transmitida no Porto Canal a 2 de novembro, em que o grupo “Batucadas” fala, foi realizado por mim.

Quanto às fotografias, foram partilhadas no Instagram, em modo carrossel e estavam acompanhadas pelo título “Stop pode vir a encerrar por “problemas estruturais””. Foi ainda escrita uma notícia para site sobre o tema e as fotografias que acompanharam foram as mesmas.

A 3 de novembro acompanhei a jornalista Ana Mota no direto do meio dia sobre um camião que tinha caído. Para além de aprender como funcionavam os diretos, o meu papel foi fotografar o local e estar em contacto direto com os publishers para os ir atualizando, sempre que houvesse nova informação. A publicação encontra-se com o nome “Camião de 26 toneladas cai em cratera”

Na segunda semana de novembro, Pedro Bragança pediu-me para fazer uma publicação de várias fotografias do Porto que remetessem para a chegada do Outono à cidade. As fotografias foram encontradas na base de imagens a que o Porto Canal tem acesso e foram editadas no Photoshop de modo a melhorar as cores, os contrastes e outros pequenos detalhes. A publicação no Instagram foi realizada a 14 de novembro com o título “Tons de outono pintam o Porto”.

A 22 de novembro, editei um pequeno vídeo, usando o Adobe Première, “Turista sobe Templo Maia”. A notícia estava a surgir em diversas fontes noticiosas, e então achou-se interessante divulgar o vídeo fazendo-o acompanhar com pequenas descrições sobre o acontecimento.

No mesmo dia, foi oficializada a saída de Ronaldo do Manchester, e, por isso, fiz a imagem gráfica sobre este grande destaque do dia.

A minha última publicação no feed foi a 24 de novembro e foi também o meu primeiro reels. “Reza-se para Meca no centro do Porto” é o nome da reportagem de minha autoria e que é completada em notícia no site.

2.4. Percurso de Estágio

O meu percurso pelo Porto Canal teve a duração de três meses, iniciando-se a 5 de setembro de 2022 e terminando a 5 de dezembro.

O estágio consistiu em trabalhar na nova aposta da instituição, a redação digital.

Durante o período de estágio, aprendi a publicar notícias no site Porto Canal, fiz a gestão de informação e publicações nas redes sociais, especificamente nas plataformas Twitter, Instagram e Facebook. Para além destas funções, também capturei imagens, editei vídeos e fui responsável por reportagens multimédia, disponíveis em site e redes.

O apoio e a dinâmica da equipa foram importantes na evolução gradual de aprendizagem. Na primeira semana, o trabalho foi mais limitado ao site e começou com uma aprendizagem geral sobre como aceder, escrever e editar no programa. Ao início, a busca por fontes da parte dos estagiários era mais reduzida; tínhamos acesso à

Agência Lusa, da qual retirávamos grande parte da informação para realizarmos as notícias.

Na segunda semana já houve acesso às credenciais das redes sociais, tendo começado a fazer a publicação nesses meios.

A terceira semana foi o ponto de avanço para uma maior liberdade de trabalho. Como já havia uma maior adaptação ao meio, começamos a procuramos fontes noutros locais. Fomos incentivados a começar a contactar diretamente as fontes, começamos a sair com os jornalistas do digital ajudando na captação de imagem e, mais tarde, na edição dos vídeos. Nessa semana também nos deram a liberdade para começarmos as nossas próprias reportagens, caso tivéssemos assuntos que achássemos relevantes.

A redação digital do Porto Canal trabalha muito com equipamentos próprios, isto é, fora as grandes reportagens que necessitam de recursos mais específicos, como câmara de vídeo e cameraman, na maior parte dos casos, o digital usa telemóveis como câmara principal que para além de serem mais fáceis de transportar, fazem com que seja possível gravar na vertical, fazendo com que os vídeos se adaptem bem às telas dos telemóveis do público. Saliente-se que a maior parte destas reportagens em vídeo só iriam ser divulgadas nas redes sociais. A acompanhar os telemóveis eram também elementos essenciais nas reportagens objetos de estabilização e microfones.

Toda a aprendizagem obtida foi essencial para perceber “um outro mundo” do jornalismo, ao qual ainda não estamos muito habituados. A rapidez de informação, o contacto com as fontes e a ligação com o público foram essenciais não só para o meu crescimento laboral, mas também foram cruciais para a análise do meu caso de estudo.

2.5. Porto Canal e a relação com o jornalismo regional

Como é possível perceber, as notícias do Porto Canal têm um grande peso informativo sobre a região Norte e o FC Porto, contudo temas mais generalistas que sejam também considerados importantes têm a atenção da redação, como no exemplo da Imagem 2 relativa ao destaque da TAP.

Francisco Graça, atual editor executivo de Estratégia e Digital do Porto Canal, fez uma pequena apresentação na primeira semana de novembro, durante a qual apresentou dados sobre a atividade digital da empresa. Nessa reunião, em que estive presente, Francisco afirmou que, desde que surgiu a redação digital no Porto Canal, em junho de 2022, a interatividade com o site teve um aumento bastante elevado. Segundo os dados apresentados pelo editor, no dia um de junho de 2022, havia 8.977 visualizações de páginas, já a 20 de outubro do mesmo ano, as estatísticas afirmam que houve um aumento de 834%, sendo que os dados afirmavam que nesse dia havia 74.831 visualizações de páginas. (Anexo 1).

Ainda seguindo as estatísticas, o aumento de atividade com o digital foi bastante marcante na interação com o público face a 2021. Tal como é visível na Imagem 3, as visualizações no site e, por sua vez, das notícias teve um aumento de quase 50%. Este aumento deveu-se do facto de haver uma maior interação com o público, muito devido à instantaneidade do digital, à rapidez e constante disponibilização de nova informação.

	2021	2022
junho	479.596	610.765
julho	625.888	785.642
agosto	348.641	610.265
setembro	419.821	987.088
outubro	368.381	1.165.951
	2.242.327	4.159.711

Tabela 1 - Dados comparativos entre 2021 e 2022 sobre visualizações de site

Com a aposta no digital, o Porto Canal conseguiu ainda analisar e compreender melhor quais os principais interesses do seu público, muito devido ao número de visualizações e à interação das pessoas com as notícias.

Nos dados apresentados por Francisco Graça, foi possível entender quais os temas que mais ênfase têm. Esta informação transporta-nos para o próximo capítulo, o meu estudo de caso. Nesse capítulo, tentarei explicar como é que na era da instantaneidade informativa as escolhas dos jornalistas do Porto Canal fazem prevalecer a imparcialidade ou parcialidade noticiosa.

Será que, ao saber os interesses do público, haverá uma discrepância na forma como a notícia é dada ou haverá uma maior preocupação na escolha das notícias? Será que a instantaneidade é um ponto crucial para o aumento de visualizações?

3. Estudo de Caso - Análise ao tema da parcialidade e instantaneidade

Na prática jornalística contemporânea, os conceitos de parcialidade e imparcialidade desempenham papéis importantes na forma como as notícias são apresentadas ao público (Wahl-Jorgensen, et al., 2016; Panievsky, 2021).

A imparcialidade no jornalismo é geralmente considerada como um ideal a ser alcançado (Flood et al., 2011). Este conceito assevera que os jornalistas devem se esforçar para apresentar as informações de forma objetiva, evitando tomar partido ou expressar opiniões pessoais. Um jornalista imparcial deve procurar os fatos, consultar fontes confiáveis e apresentar os diferentes pontos de vista de forma equilibrada. Por outro lado, a parcialidade no jornalismo ocorre quando os jornalistas expressam um viés pessoal ou tomam partido de uma questão (Aggarwal et al., 2020). Sendo que este tipo de prática pode acontecer através de seleção de informações que apoiam um determinado ponto de vista, omissão de informações relevantes ou uso de linguagem tendenciosa. A parcialidade pode ocorrer devido a vários fatores, como influências políticas, interesses económicos ou preconceitos pessoais.

A parcialidade no jornalismo é geralmente considerada problemática, pois compromete a credibilidade da reportagem e pode levar a distorções da realidade (Aggarwal et al., 2020). Os leitores, ouvintes ou telespectadores podem sentir que estão a ser manipulados ou mal informados. De facto, a confiança no jornalismo pode ser abalada quando há perceção de parcialidade.

3.1. Metodologia

O enquadramento metodológico é uma secção essencial de um trabalho académico-científico que tem como objetivo descrever detalhadamente a metodologia utilizada na investigação. Este envolve a identificação do método de pesquisa, técnicas, instrumentos e procedimentos empregados para recolha, tratamento, análise, discussão ou interpretação dos dados e apresentação dos resultados.

3.1.1. Opções Metodológicas

O modelo proposto por Quivy e Campenhoudt (1998) foi utilizado no presente trabalho. Este afirma que o investigador deve identificar e delimitar claramente o problema de pesquisa que pretende investigar, o que envolve a formulação de perguntas de pesquisa específicas e estabelecimento dos objetivos do estudo. Segue-se a recolha de dados e a análise dos mesmos, que envolve a organização, categorização, codificação e interpretação dos dados para responder às perguntas de pesquisa e alcançar os objetivos propostos.

Segundo Quivy e Campenhoudt: “O sucesso de um programa de pesquisa petrolífera depende do procedimento seguido” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p.15). Assim sendo, e seguindo os passos apresentados no “Manual de Investigação em ciências sociais”, o procedimento utilizado neste trabalho seguiu as seguintes etapas: i) Etapa 1 – A pergunta de partida; ii) Etapa 2 – A exploração (As leituras e entrevistas exploratórias); Etapa 3 – A problemática; Etapa 4 – A construção do modelo de análise; Etapa 5 – A observação; Etapa 6 – A análise das informações; e Etapa 7 – As conclusões.

Para iniciar um projeto de investigação é necessário enunciar o trabalho na forma de uma pergunta de partida. Através desta questão, o investigador procura explicar o principal foco do tema. “A pergunta de partida deve apresentar qualidades de clareza, de exequibilidade e de pertinência” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p.44)

A determinação da pergunta de partida focou-se numa primeira instância na procura de estudos de caso de “parcialidade” e “instantaneidade”. Após identificação das lacunas na literatura foi apresentada a seguinte pergunta de partida:

Segundo a instantaneidade da informação, como é que os conceitos antónimos da parcialidade e imparcialidade são trabalhados pelos jornalistas do Porto Canal?

Após definir a pergunta de partida foram identificados os objetivos gerais e específicos. De acordo com Fortin (2009), o objetivo geral é o fio orientador de toda a investigação, ou seja, é ele que apresenta a ideia central do trabalho a realizar. Assim, o objetivo geral da presente dissertação, foi:

Explorar como são trabalhados os conceitos da parcialidade e imparcialidade pelos jornalistas do Porto Canal

No que concerne aos objetivos específicos, estes estão relacionados com as respostas que se pretendem obter após a elaboração do trabalho de investigação (Fortin, 2009). Assim, os objetivos específicos foram os seguintes:

Determinar se as notícias instantâneas do Porto Canal são afetadas pela parcialidade

Analisar se a parcialidade está associada à região onde está sediado o Canal;

Aferir se as motivações para a escolha das notícias são imparciais ou parciais.

3.1.2. Modelo de investigação e métodos de recolha de dados

Para prosseguir com a investigação é necessário obter informações sobre o objeto de estudo. Muitas das vezes o trabalho exploratório é realizado através de um trabalho de leitura e entrevistas. “As leituras preparatórias servem, antes de mais, para obter informação sobre as investigações já levadas a cabo sobre o tema do trabalho e para situar em relação a elas a nova contribuição que se pretende fazer” (Quivy e Campenhoudt, 1998, p.85). Após a leitura dos dados recolhidos, o investigador pode mais facilmente fazer uma interpretação do tema. Ao longo do presente trabalho foi realizada uma sistematização de conceitos e organização por temas, de modo a responder a cada um dos objetivos propostos.

A etapa de exploração é grande parte das vezes acompanhada por entrevistas. No entanto, no presente trabalho foi realizada uma reunião presencial com o editor executivo de Estratégia e Digital do Porto Canal, Francisco Graça, durante o estágio do Porto Canal. Durante essa reunião, foram discutidas ideias, colocadas questões e o editor executivo de Estratégia e Digital abordou vários pontos importantes para o estudo, que serão expostos posteriormente. Para além desta análise, foi feita uma avaliação do número de visualizações das notícias do Porto Canal através do Google Analytics entre os dias 1 de outubro e 13 de novembro de 2022.

3.2. Porto Canal em análise

O Porto Canal é um canal de televisão português do grupo FC Porto, com sede na cidade do Porto, em Portugal. Foi lançado em 29 de setembro de 2006 e é conhecido pelo seu foco regional, cobrindo notícias, desporto e eventos culturais, principalmente relacionados com a área metropolitana do Porto e a região norte de Portugal⁹

3.2.1. Dados Semanais

De modo a avaliar o número de visualizações das notícias publicadas pelo Porto Canal, foi realizada uma recolha de dados referente ao período compreendido entre o dia 1 de outubro e 13 de novembro de 2022. A escolha do penúltimo mês do ano advém do facto da redação digital ter iniciado somente em junho e desde então esteve sempre em crescimento. A meio do mês de outubro o site do Porto Canal atingiu o pico de visualizações, dados de Francisco Graça afirmam que no dia 14 de outubro a Homepage do site atingiu as 120.944 visualizações. No entanto o crescimento foi progressivo e na última semana de outubro os dados demonstram que no dia 29 de outubro o site teve 121.921 visualizações (Gráfico 3). Como o progresso foi gradual ao longo dos meses, houve necessidade da análise do mês de novembro. Este mês revelou-se fundamental para a análise de dados, uma vez que houve uma estabilidade de visualizações para além de que o “digital” já estava mais integrado no meio do Porto Canal.

⁹ https://portocanal.sapo.pt/estatuto_editorial

EVOLUÇÃO PAGEVIEWS
SITE PORTOCANAL
1/10 A 13/11



Gráfico 3 - Dados da evolução da pageviews do site

Todos os dados apresentados foram realizados com o auxílio do Google Analytics. O Google Analytics recolhe dados de sites ou aplicações, apresentando no fim o relatório da análise para a empresa. "O Analytics é capaz de identificar além da tradicional taxa de exibição e hit de uma página, localização geográfica do visitante, forma com a qual chegou na página, sistema operacional, navegador, navegador e sistema operacional combinados e suas versões, resolução de tela, Java, reprodutor de flash instalado, entre outros, em períodos diários, semanais, mensais e anuais."¹⁰

O Porto Canal usufruía de conta nesta plataforma tornando mais fácil a pesquisa e a análise do site e das redes sociais.

Francisco Graça, numa reunião presencial na redação do Porto Canal, apresentou um estudo realizado pelo mesmo, através dos dados obtidos na base de dados do canal, e segundo o estudo o Porto Canal no mês de outubro liderou a imprensa digital quanto à informação sobre Portugal, segundo o número de interações no site. O total de interações (visualizações e partilhas) foi superior a instituições como a SIC Notícias ou o Público, sendo que os dados estatísticos remetem para o número de publicações em relação às visualizações do público. Este feito foi possível muito devido a publicações dos vídeos (principalmente reportagens) e pelo aumento de seguidores.

¹⁰ Relatório Google Analytics. Disponível em dashgoo.com. Consultado a 20 de Janeiro de 2023

Contudo as notícias mais lidas durante esse mês foram principalmente sobre a região Norte ou assuntos mais polémicos. No top 10 de notícias mais lidas desse mês encontram-se as seguintes, ordenadas da mais lida para a menos lida:

- 1 - Terminal do Campo 24 de Agosto vai encerrar
- 2 - Insólito. Sporting garante ter conquistado “o primeiro troféu da época”
- 3 - As primeiras imagens das novas composições do Metro a caminho do Porto
- 4 - Calendário para os dois próximos anos letivos já são conhecidos. Veja aqui
- 5 - Conheça a nova ponte sobre o Douro da Metro do Porto
- 6 - Insólito. Benfica apresenta-se na nova época com Supertaça que não conquistou
- 7 - Bispo do Porto diz que apego a animais de estimação “é típico de sociedades decadentes”
- 8 - As primeiras imagens do veículo destruído da família de Sérgio Conceição
- 9 - Sérgio Conceição recorre ao Twitter para aplaudir discurso do basquetebolista Miguel Queiroz após o jogo contra o Benfica. Reveja as imagens do Porto Canal
- 10 - Equipa de pista da TAP mostra carro com 30 anos e onde chove dentro

Para o editor executivo, a estratégia de orientação editorial advém do top 100 das notícias, sendo que o mesmo afirma que os tópicos que têm alcançado mais destaque no site do Porto Canal são: Notícias locais e de interesse à população do Porto/Norte; Conteúdos FC Porto; TAP e Aeroporto de Lisboa; Virais; Crime e Desporto.

Como o mesmo afirma, todo este alcance do Porto Canal advém da “velocidade de publicação e resposta a Últimas Horas, criatividade na publicação de Reels, aumento da entreajuda Publishers/Jornalistas de Campo e a descoberta de notícias e boas “histórias”.” Como é possível perceber para Francisco Graça a rapidez é um dos pontos fundamentais para o aumento de visualizações das notícias e por sua vez faz com que haja um maior alcance do site, assim sendo acredita-se que a instantaneidade na comunicação veio para o digital como um aliado para que este esteja em constante crescimento e cada vez mais ligado ao público.

Para uma análise mais detalhada e aprofundada, os dados foram divididos por semanas, sendo apresentados apenas os que remetem ao mês de novembro. De forma a melhorar a organização dos dados foram escolhidas cores para as categorias noticiosas. Sendo que como o objetivo do presente trabalho é avaliar se há parcialidade ou não no jornalismo, as temáticas foram divididas por desporto, política, região, visto que são os temas cuja parcialidade é mais posta em causa e todos os outros assuntos (países, mundo e insólitos) agregam-se numa outra cor distinta. O mapa de cor escolhido foi o apresentado na Imagem 3.



Figura 4 - Mapa de cor para divisão do top de notícias semanais

Semana 1 - 31/10 a 6/11

Há um novo radar na VCI a funcionar desde setembro e não está identificado	66 660
Piloto em NASCAR atira-se contra o muro e ultrapassa adversários. O vídeo da manobra "impensável" já se tornou viral	38 831
Arouca-Santa Maria da Feira. Nova ligação rodoviária abre ao tráfego este mês	31 751
"Noite de terror no Porto". O triunfo do FC Porto sobre o Atlético de Madrid aos olhos da imprensa espanhola	23 275
Catarina Borges torna-se a mais jovem doutorada da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto	22 936
Linha Amarela chega a Vila d'Este. Metro do Porto revela novas imagens	19 776
"Foi reposta uma justiça". Após dez anos todas as viaturas de bombeiros ficam isentas de portagem	16 524
Um dia depois, novo radar na VCI já está sinalizado	14 439
"Destruiria êxitos como os do FC Porto". Liga Espanhola opõem-se à Superliga Europeia e não esquece 'Dragões'	12 253
Adepto sofre paragem cardiorrespiratória no Estádio do Dragão	12 072
Aluimento de terras "engole" camião com 26 toneladas de rações para animais	10 953
FC Porto destaca 'regresso' de Felipe ao Dragão	9 615
Das lágrimas em Madrid à entrada triunfal no relvado do Dragão. A paixão do 'pequeno' Gonçalo pelo FC Porto	9 601

Figura 5 - Top 15 de notícias lidas no site do Porto Canal (31/10 a 6/11)

Na primeira semana de novembro, o top 15 de notícias mais lidas no site do Porto Canal foram as apresentadas na Imagem 5. Como é visível cinco delas remetem para a cidade do Porto e um segundo terço de notícias são relativas ao tema FC Porto.

O mesmo acontece nas redes sociais, como é possível aferir nas Imagem 5 e 6, o público-alvo do Porto Canal são pessoas interessadas no clube FC Porto ou pessoas do norte do país. Na imagem é notável que a mancha de notícias do clube é a que mais interações teve tanto da rede social Facebook como no Twitter (Imagem 5 e 6).

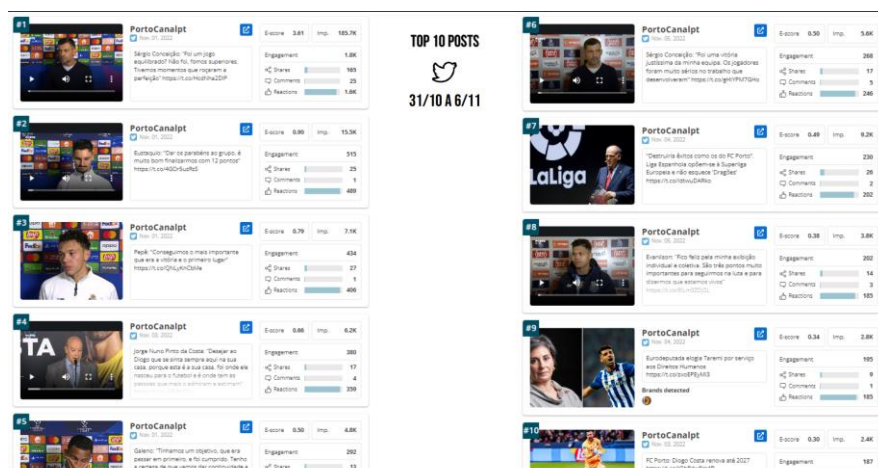


Figura 7 - Top 10 de interações de notícias no Twitter do Porto Canal (31/10 a 6/11)

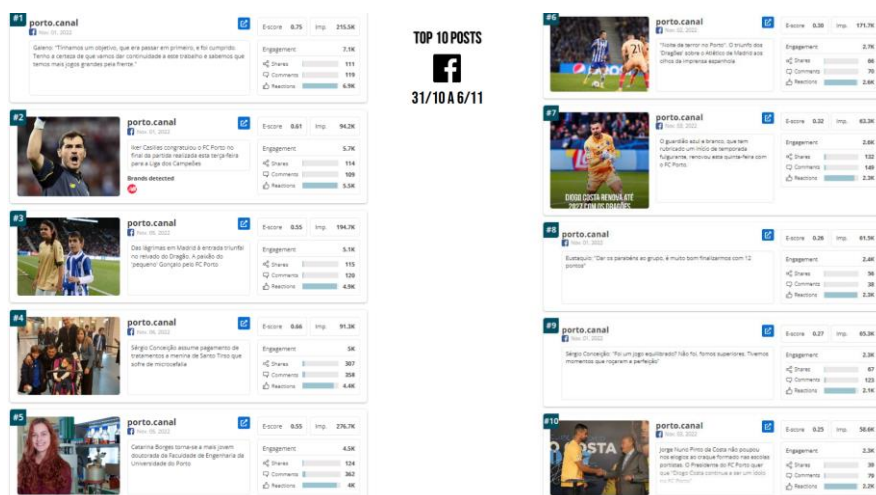


Figura 6 - Top 10 de interações de notícias no Facebook do Porto Canal (31/10 a 6/11)

Este fenómeno é resultado do conhecimento por parte do público da relação entre o Porto Canal e o FC Porto, daí dar um destaque diferente, salientando que em nenhuma das notícias é visível informação do fórum negativo sobre o clube.

Mesmo nos casos de notícias sobre jogos onde o clube sai derrotado, é tentado salientar pontos positivos ou então é somente colocada a notícia do resultado, algo que não acontece em caso de vitória. Como é visível na imagem 6 foram bastaste as notícias que o canal decidiu publicar sobre a vitória do clube. E em todas elas é destacado pontos positivos, sendo que salienta-se que a semana em que ocorreu estas publicações foi também uma semana gloriosa para a equipa na Liga dos Campeões. No entanto, o canal televisivo fez questão de ao longo da mesma semana ir sempre relembrando o feito do FC Porto.

Tal como acontecia no site é então perceptível que nas redes sociais, o público-alvo do Porto Canal são também, na maioria, pessoas interessadas no clube FC Porto ou pessoas do norte do país.

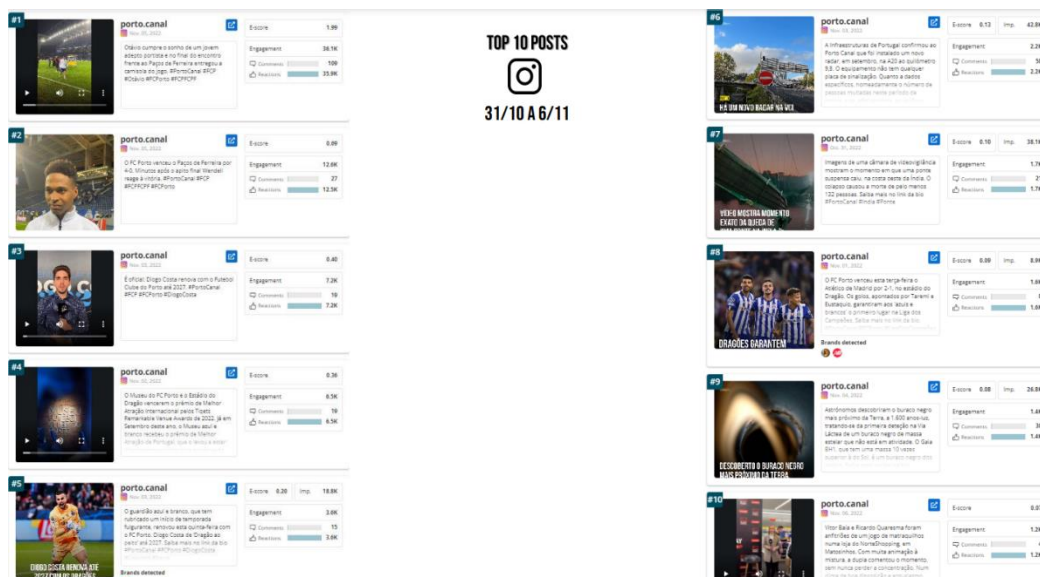


Figura 8 - Top 10 de interações de notícias no Instagram do Porto Canal (31/10 a 6/11)

No Instagram (Imagem 7) os dados de novo então em congruência com os anteriores (Imagens 5 e 6), as publicações com mais destaque foram as do clube. Só que a essas junta-se dois posts interessantes, na mancha azul e branca do top 10 de publicações no Instagram estão presentes duas notícias publicadas no site que remetem para insólitos - “Descoberto o buraco negro mais próximo da terra. Chama-se Gaia” e “Vídeo mostra momento exato da queda de uma ponte na Índia”.

Das 34 publicações feitas na rede social Instagram durante a primeira semana de novembro, onze eram direcionadas ao FC Porto e seis sobre a cidade do Porto. No entanto, nesta semana outro assunto foi bastante divulgado pelo Porto Canal, dado que a semana anterior tinha sido a semana de eleições brasileiras, o canal deu bastante ênfase a todo o assunto político passado no país da América do Sul, tendo divulgado 10 publicações no Instagram, durante a primeira semana de novembro, sobre o tema.

De novo salienta-se que a forma como a informação é divulgada é também preponderante. O título e o próprio corpo de texto da notícia procuram salientar aspetos positivos do clube, como é visível nas notícias publicadas pela instituição, em nenhuma das notícias o FC Porto é prejudicado pelo contrário, é sempre tentado abordar ou destacar aspetos positivos. Esta situação foi bastante visível durante o percurso de estágio porque mesmo em derrotas o canal tentava sempre não diminuir o estatuto do clube.

Quanto às notícias locais ou mais direcionadas para o Norte do país, o Porto Canal já não só procura salientar os aspetos positivos, uma vez que abordava notícias de diversos temas, no entanto, mais uma vez era dada uma importância maior às notícias relativas ao norte do que notícias do centro e sul do país. Sendo que a empresa de comunicação considera-se um canal nacional, mas ao dar mais importância às notícias da região norte poderá estar a tomar uma posição de parcialidade.

Nas restantes notícias, como o caso desta semana que teve um forte peso na política brasileira, o canal já não tem a preocupação em deitar “chama para a brasa”. Isto é, por vezes são salientados casos mais polémicos ou com forte impacto e não é

procurado embelezar ou destacar nenhum aspeto em pormenor. O importante é deixar o assunto principal bem explicado e ao mesmo tempo chamar a atenção do público.

Semana 2 -7/11 a 13/11

A segunda semana de novembro teve um grande destaque no futebol, muito devido à aproximação do mundial e também da polémica do Cristiano Ronaldo com o Manchester United.

O Porto Canal esteve bastante presente no Mundial do Catar 2022, tendo até criado um programa televisivo durante a competição, onde estiveram presentes ex-jogadores de futebol. A nível digital foi também criada uma nova secção onde não só eram publicadas notícias sobre resultados de jogos, mas sobre o Mundial no geral - polémicas, insólitos, curiosidades, entre outros temas. Por isso ao longo do mês de novembro o futebol teve bastante impacto nos media do canal.

Mesmo nas notícias sobre o Mundial, o FC Porto é salientado, exemplo disso são as notícias: “Alerta dos Super Dragões sobre o Mundial corre o mundo” e “Seis ex-Dragões nos convocados da seleção do Brasil para o Mundial do Catar 2022”. Ambas as notícias ocuparam posição no Top 15 de notícias da semana.

Ainda assim, mesmo com o futebol a reinar a semana (anexo 2), houve ainda destaque para notícias locais, estando 5 no top 15 das quais três remetem para obras na Metro do Porto e trânsito.

Nas restantes notícias com maior destaque, só uma destaca o país em geral, sendo esta da secção da política e aborda a polémica do novo adjunto da Ministra da Presidência.

Nas redes sociais através dos dados obtidos foi possível perceber que no Instagram os 10 posts com mais destaque são também notícias que tiveram impacto no site (Anexo 3). O futebol teve de novo grande destaque, sendo três das notícias sobre o Mundial e outras três sobre o FC Porto. Duas das notícias locais, que se encontram também no

top 15 das mais lidas no site foram realçadas - “Prodígio da universidade do Porto” e “Atrasos na Linha Rosa do Metro” - para além dessas secções entra no top 10, a notícia de política sobre o jovem de 21 anos que se tornou o novo adjunto da Ministra da Presidência.

Já no Facebook (Anexo 4), o desporto foi o tema da semana, as 10 notícias com mais interações no site são todas sobre a secção desportiva, sendo que à exceção de uma sobre a seleção portuguesa de hóquei, todas as outras remetem para futebol.

O Mundial 2022 foi o principal foco sendo que, de novo são destacados elementos clubísticos dentro desta competição. Exemplos disso são o destaque ao jogador do FC Porto Taremi e a notícia sobre Alex Telles, ex-jogador do clube. Aliás nesta última, a fotografia escolhida para a publicação foi do jogador ainda com o equipamento da equipa portuguesa, no entanto a notícia é sobre o Mundial.

Algo interessante na análise é o facto do público-alvo, que mostra uma grande afeição ao clube do Norte, gostam também das notícias mais “polémicas” sobre adversários, por exemplo a notícia sobre a descida de valor do ex-jogador do Benfica João Felix foi das notícias mais destacadas da semana na rede social.

Por fim, no Twitter (Anexo 5), o futebol volta a ter destaque, não obstante que já não foi o Mundial o tema mais marcado, mas sim o FC Porto. Para além das notícias do fórum desportivo juntam-se duas locais, uma sobre a Presidente da Câmara de Matosinhos e outra sobre a cidade do Porto ter sido considerada o “Melhor Destino de Cidade do Mundo 2022”. Contudo, destaca-se que em primeiro lugar no Twitter ficou uma notícia sobre a divulgação de uma reportagem que iria estreiar. A divulgação apresenta um pequeno trailer do que viria a ser a reportagem e, a título pessoal a escolha dos excertos, um pouco humorístico, fizeram a diferença para que esta notícia tivesse o impacto que teve.

Semana 3 - 14/11 a 20/11

A tendência de crescimento face à semana anterior é notória. No total, nesta semana houve mais 14,33% de pageviews do que na semana anterior. Na semana 3, o “Local Porto” e o “Futebol” foram os temas que mais contribuíram para as pageviews. Sendo que das notícias, sete têm o tema FC Porto incluindo, de forma direta ou indireta, isto é, falam diretamente do clube ou algum elemento dos azuis e brancos está presente na notícia. Sobre a cidade do Porto estão no top 15 quatro notícias, sendo que de novo a Metro do Porto continua a ser dos temas mais lidos pelo público. Na análise ainda percebemos que a polémica sobre a entrevista de Ronaldo teve bastante interesse pelos leitores, estando as duas notícias nas mais lidas. Algo curioso dos dados apreendidos foi o facto do tema Benfica também estar nos assuntos principais da semana, não obstante que nas duas notícias em que o clube de Lisboa, e rival direto do FC Porto, aparece o conteúdo noticioso é um tanto polémico. Ambas as notícias, “Jogador do Benfica acusa Diogo Dalot de justificar crimes e atrocidades” e “Coordenador editorial do Benfica discrimina Otávio por motivo de sanguinidade”, remetem para um confronto direto com alguém que faz ou fez parte do clube do Norte (Anexo 6).

No Instagram, o tema futebol prevalece como principal tópico da semana, sendo que três das notícias são sobre o Mundial, no entanto só uma remete para os jogos da competição, mais especificamente a notícia remete para a chegada da seleção do Gana ao Catar, as outras duas abordam curiosidades sobre o Mundial, como a proibição de cerveja e informações sobre os bastidores da competição.

O tema FC Porto esteve presente através do presidente Nuno Pinto da Costa. Duas das notícias do top 10 do Instagram têm o presidente na notícia. Uma é sobre o estádio do dragão ter recebido mais de mil clubes para a *General Assembly* e a segunda notícia remete para a presença de Pinto da Costa na primeira conferência de futebol no Porto, a *Thinking Football*. Ainda com bastante alcance do público estiveram notícias da cidade do Porto, os dados afirmam que no Instagram quatro das notícias da semana abordam a cidade. Uma delas remete para novos empreendimentos em Matosinhos, duas são sobre a linha do metro e a última não remete para a notícia no site, sendo um

exclusivo de Instagram e representa um carrossel de imagens sobre o Porto durante o Outono.

No Facebook o único tema com mais impacto da semana foi futebol, estando as dez notícias com mais interações dentro desse tema, no entanto sete das notícias são sobre o FC Porto, estando incluído a entrevista de Pinto da Costa na conferência *Thinking Football*. E curiosamente a única notícia com mais destaque para o público do Facebook do Porto Canal sobre a seleção portuguesa, que tinha jogado nessa semana para o Mundial, tem o clube do norte incluído, visto que fala sobre o jogador Otávio ter ganho um prémio de mérito pela sua atuação no jogo. As outras duas notícias com mais destaque remetem para a polémica de Ronaldo e para uma entrevista que o treinador do Benfica tinha dado em que elogia a arbitragem portuguesa.

Já no Twitter a história repete-se, futebol foi o tema da semana, sendo que oito das notícias foram sobre o FC Porto e as outras duas remetem para o Benfica. Mais uma vez, nenhuma das notícias sobre o clube da Luz é destacado pela positiva.

Semana 4 - 21/11 a 27/11

Nesta semana, foi obtida uma média de 75.500 pageviews diárias, sendo que os números diários foram bastante estáveis. No total da semana, atingiu-se mais de meio milhão de pageviews (528.647).

Durante a quarta semana de novembro, os temas com maior impacto continuaram a ser o Futebol e o Local Norte. No top 15 de notícias mais lidas no site do Porto Canal durante esta semana são visíveis várias notícias regionais, tais como: o deslizamento de terra em Esposende que causou a morte de uma jovem grávida e uns postes espalhados pela cidade do Porto. Desta vez não há um destaque específico para a cidade do Porto, mas para a zona norte em geral, visto que houve notícias de destaque sobre Aveiro, Vila Nova de Gaia e Esposende.

No entanto, o futebol continuou a ser um dos temas principais da semana. O tema FC Porto foi dos mais procurados pelo público e, nesta semana de novembro, morreu

umas das maiores lendas do clube, Fernando Gomes. Contudo, somente uma das notícias sobre este acontecimento ficou nas mais lidas da semana, mas salienta-se que o canal deu bastante ênfase à morte do ex-jogador tendo sido feitas cerca de 13 notícias sobre o assunto.

Ainda com destaque semanal estiveram outras notícias sobre futebol, relacionadas com o Mundial 2022 e a oficialização da saída de Ronaldo do Manchester United. Destaca-se ainda a escolha das palavras dos jornalistas do Porto Canal que de novo procuram realçar o tema FC Porto em notícias que na integra não abordam o clube. Exemplo disso é a notícia "Mundial'2022: Irão bate País de Gales com final dramático. Taremi em destaque". Como é visível é realçado o nome do atual jogador do FC Porto devido à sua exibição, contudo a notícia é sobre o resultado do jogo.

No Instagram os dados já revelam que a morte de Fernando Gomes teve mais impacto, sendo que das 10 notícias mais impactantes da semana, quatro são sobre o ex-jogador, desde a notícia que anuncia o seu falecimento a notícias que homenageiam o “eterno Bibota”. Ainda sobre clube houve outra notícia que teve realce na semana que foi a conferência de imprensa de Sérgio Conceição, de antevisão ao jogo contra o Mafra.

Ainda nesta rede social, duas notícias sobre a cidade do Porto tiveram destaque, uma sobre a Ryanair e uma pequena reportagem sobre a construção de casas de luxo na Quinta da China. Além das anteriores, esteve também esta semana no top 10 um insólito “Mundo”, sobre uma mulher que tentou escalar o Templo Maia no México e uma notícia sobre o caso dos e-mails, que recorda-se que é um caso em tribunal sobre a corrupção no clube rival do Porto, o Benfica.

No Facebook e Twitter, o top 10 foi muito parecido, de novo Fernando Gomes em destaque. Sendo que no Facebook houve três notícias do mundial que também tiveram bastante interação com o público, porém em todas elas o FC Porto é abordado visto que, uma refere-se à lesão do jogador do Porto Otávio durante o jogo de Portugal, a segunda remete para Taremi ter aberto o marcador no jogo do Irão e a última apresenta um vídeo de um rapaz a festejar a vitória do Japão vestido com o equipamento do clube azul e branco. Interessante é que nesta semana houve uma

notícia sobre o país em geral que teve destaque, sendo ela sobre o facto de Portugal ter tido um aumento da sua área verde.

Já no Twitter a notícia de Otávio e do rapaz equipado com o FC Porto continuaram a ter destaque e junta-se uma notícia sobre o jogo do clube do norte contra o Mafra, mas o tema Benfica esteve também presente, para além da notícia sobre o caso dos emails. Nas mais lidas do site, esteve também uma polémica com o ministro da cultura por este afirmar não ir ao Catar ver o Mundial porque o lugar dele é no Estádio da Luz e por último a notícia da possibilidade de João Feliz, ex-jogador encarnado não ter clube em janeiro de 2023.

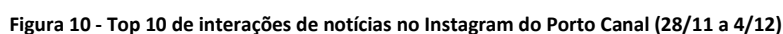
Semana 5 - 28/11 a 4/12

Nesta última semana, conseguiu-se mais 12,74% de pageviews que do que na semana anterior, sendo que no site o tema “Local” mantém a primeira posição, mas é de notar a entrada de uma notícia relacionada com Justiça e duas de carácter Nacional no top 15 da semana (Imagem 7). Ao contrário das semanas anteriores, o tema do FC Porto já não ocupa uma mancha tão grande nas notícias mais lidas.



Figura 9 - Top 15 de notícias mais lidas no site do Porto Canal (28/11 a 4/12)

Como é perceptível o desporto não dominou a semana, contudo esteve presente duas notícias sobre o FC Porto que ocuparam o top 10 e segundo os dados, sobre o Mundial houve também dois acontecimentos que foram de maior interesse para o público do Instagram, sendo eles a invasão de campo de um ativista durante o jogo de Portugal e Uruguai e a reação de Ronaldo quando foi substituído na partida. Esta última parece ter mais impacto também pela escolha da imagem, como é perceptível na Imagem 9. A fotografia de Ronaldo é acompanhada com as alegadas palavras do jogador quando saía e a frase em si tem impacto no leitor devido ao termos usados.



Já nas outras redes sociais o Futebol voltou a ser tema principal, sendo que no Facebook foi até o único tema que ocupou o top 10 da semana. Das notícias em destaque a morte de Fernando Gomes ainda continuou a marcar presença, no entanto a exibição do guarda-redes do FC Porto, Diogo Costa, no Mundial foi o assunto que mais impacto teve, estando quatro notícias sobre o jogador nas principais da semana. O tema FC Porto e Mundial ainda continuaram de mão dada, e uma notícia acompanhada de vídeo do Porto Canal mostra que durante o jogo do Brasil os pais de Alex Sandro e Alex Telles falam da passagem dos filhos pelo clube português.

Por fim a seleção portuguesa também teve destaque nesta última semana do mês, salienta-se que a escolha para a fotografia de jogo da seleção das quinas foi a de Pepe, também jogador do FC Porto.

No Twitter o desporto foi de novo o tema mais marcado da semana, contudo para além das notícias de futebol que vão muito em congruência com as do top 10 de notícias do Facebook, estão duas notícias de outras modalidades do clube do Norte, sendo uma do voleibol feminino e outra sobre o desporto adaptado.

Apesar disso, há uma notícia à exceção do desporto que marca a semana no Twitter, esta mesma que também teve bastante impacto no site e foi noticiada em primeira mão pelo Porto Canal. Esta remete para a detenção da apresentadora Ana Lúcia Matos por fraude fiscal. Como disse, a notícia foi divulgada em exclusivo pelo canal e de imediato os outros media começaram a dar também a informação, no entanto sempre afirmaram que a fonte era o Porto Canal. Com esta divulgação, a taxa de visualizações do site teve um aumento notório, como é visível no Gráfico 4 . A notícia foi dada a 30 de novembro e como se pode observar no gráfico houve um aumento de visualizações no site nesse dia. A instantaneidade é aqui apresentada visto que, a rapidez com que a notícia foi espalhada por todos os meios de comunicação, num curto espaço de tempo, foi enorme e não só houve uma divulgação notória como também através do uso de hyperlink por parte de outras entidades de informação, que identificavam o Porto Canal como fonte. A instantaneidade como o leitor conseguia localizar a informação

inicial e ter assim acesso a mais dados foi notória, pois mais uma vez o aumento de pageviews comprova isso.

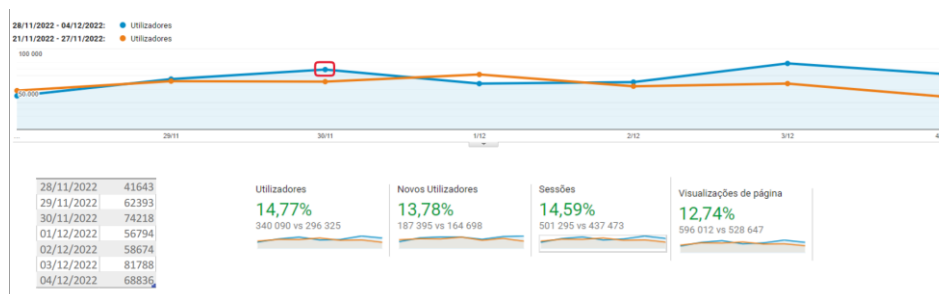


Gráfico 3 - Dados da evolução da pageviews do site (28/11 a 4/12)

3.2.2. Casos específicos

6.2.2. Casos Específicos

Para além da análise do mês de novembro foi ainda incluído no estudo alguns casos específicos que procuram aumentar os dados e posteriormente ajudar a perceber melhor os resultados.

Durante o percurso de estágio houve três acontecimentos que marcaram bastante a programação do canal a nível televisivo, mas ainda mais no digital, um remete para o caso do falecimento do antigo jogador do FC Porto Fernando Gomes, os outros dois remetem para o mês de setembro e o mês de outubro daí serem agora abordados à posteriori.

O caso remetente para o mês de setembro relata a semana da morte da rainha Elizabeth II. Durante a segunda semana de setembro todos os meios de comunicação sobrecarregaram o público com notícias sobre a Rainha de Inglaterra, desde o anúncio do seu estado debilitado ao comunicado da sua morte, que consequentemente gerou ainda mais acontecimentos, tais como os dias de luto e todo o percurso até à passagem de título para o filho, Charles III.

O Porto Canal, tal como os outros meios de comunicação foi estando ao corrente de todos os novos dados e procurou sempre divulgar tudo com a maior eficiência e rapidez possível - de novo o fator instantaneidade - um acontecimento a bastante quilómetros de Portugal a ser quase relatado e informado em tempo real, isto só acontece com o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação que fez com que fosse exequível esta velocidade de informação.

Entretanto, curiosamente, houve um acontecimento que quebrou toda a linha de destaque para a Rainha. Como um meio de comunicação diversificado, o Porto Canal foi continuando sempre a divulgar notícias sobre outros assuntos, desde locais a desporto, política, país, entre outros temas. Uma notícia local, divulgada nessa semana teve um impacto nos leitores surpreendente, “Homem eletrocutado na via publica em Rio Tinto fica gravemente ferido” (Imagem 9), esta notícia teve bastante interação com os leitores, algo interessante porque mesmo numa semana onde o tema “Mundo” estava em número um, uma notícia local veio quebrar um pouco o acontecimento da Rainha, isto comprova mais uma vez que o maior publico do porto Canal procura notícias locais ou de interesse próximo. O facto da notícia referir que o acidentado foi eletrocutado mas não morreu poderá estar na origem do destaque, uma vez que os erros dos jornalistas são muito apreciados na Internet. Para além disso o facto da notícia estar inserida na categoria de insólitos também pode estar na origem do destaque, pois é uma palavra que chama logo a atenção do público e desperta a sua curiosidade.

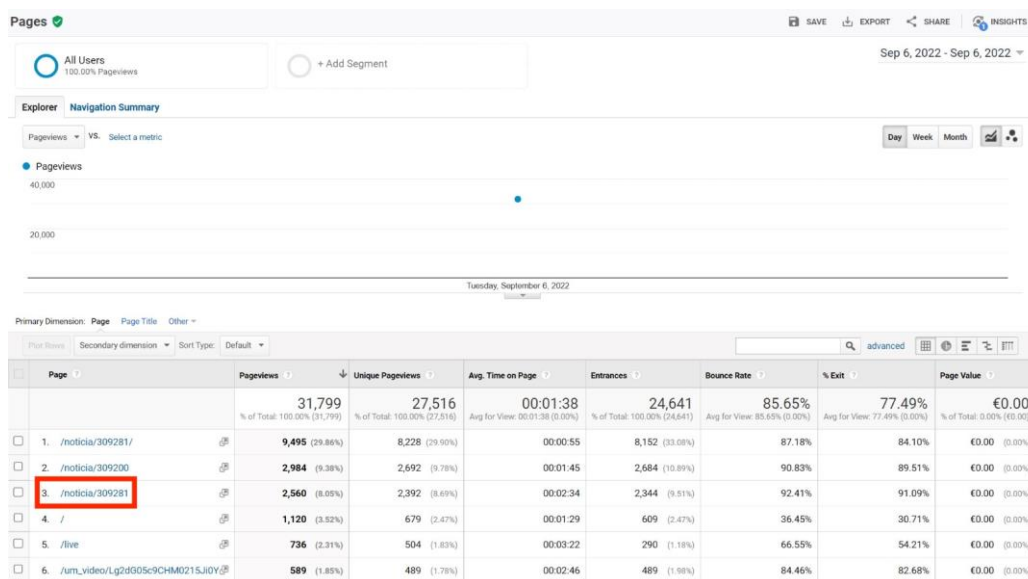


Figura 11 - Dados sobre a notícia de Homem electrocutado na via publica em Rio Tinto - notícia 309281

O segundo momento foi a presença do FC Porto na Liga dos Campeões, sendo que o caso mais marcante foi o de Diogo Costa ter defendido três penaltis em três jogos consecutivos. O destaque foi dado no jogo do clube português contra o Club Brugge, na quinta jornada da fase de grupos quando guarda-redes defendeu uma grande penalidade mandada repetir pelo árbitro e a segunda tentativa foi também defendida.

O Porto Canal deu bastante ênfase a esse jogo, tendo feito inúmeras publicações, todas após o fim do jogo, aqui é realçada a instantaneidade de partilha e a divulgação de informação, pois num curto par de segundos foi informado ao público todos os dados do jogo incluindo entrevistas do pós-match. Entre as publicações, foi realizada pela autora do presente trabalho, uma imagem de destaque do jogo, esta toda editada de raiz no photoshop e que “joga” com o facto de Diogo Costa ter tido uma exibição exemplar na partida (Imagem 10). A imagem gráfica foi feita através do uso de montagem e sobreposição de camadas e remete para o facto do guarda-redes ser como um muro nas balizas, daí a metáfora do Games of Thrones “The Wall”.

Aqui é de novo salientado a importância do clube para o canal, a procura em destacar o acontecimento através do “bombardeamento” de notícias sobre o jogo e a equipa mostra mais uma vez a proximidade com um clube que por sua vez faz com que não

haja imparcialidade desportiva, pois não foi dado nenhum destaque aos outros clubes portugueses que também estavam na competição.

Esta imagem foi elaborada num curto espaço de tempo, pois o objetivo era ser divulgada ainda enquanto as notícias do jogo estavam “quentes”. A publicação devido à sua originalidade e diferenciação teve bastante impacto. A instantaneidade é aqui de novo comprovada, porque logo após a divulgação, por volta das 22:00, e até ao fecho das publicações do dia (00:00h) a imagem teve aproximadamente 10 mil interações e mais de mil partilhas. A Imagem 11 remete para o dia seguinte à publicação e como é visível com as redes sociais a rapidez com que a palavra se propaga é enorme e daí cada vez mais o longe fica perto e tudo é mais rápido de aceder.



Figura 12 - Imagem gráfica sobre Diogo Costa

3.3. Conclusão

Segundo Francisco Graça, editor executivo de Estratégia e Digital do Porto Canal, o jornalismo digital veio aumentar o sucesso da comunicação. O editor salienta que no caso específico do canal o aumento do sucesso advém de quatro tópicos:

- I. A “criatividade na publicação de Reels”, que por sua vez mostra a procura pelo uso das redes sociais para informar o público e a inovação na forma como é noticiado os acontecimentos;
- II. “O aumento da entreajuda Publishers/Jornalistas de Campo”;
- III. A rapidez com que informação chega tornando possível a “descoberta de mais (e novas) notícias e boas “histórias””;
- IV. E com a instantaneidade do digital houve notoriamente um aumento na “velocidade de publicação e resposta a Últimas Horas”.

Com o avanço da tecnologia no jornalismo surgiram novas características no jornalismo, entre as quais Interatividade, hipertextualidade e multimedialidade e por sua vez a instantaneidade.

Esta última veio fornecer a possibilidade do jornalista poder publicar a qualquer momento, “sem ter de esperar pela edição em papel do dia ou semana seguinte ou do próximo noticiário radiofónico ou televisivo” (Jerónimo, 2012 p.37).

Como foi possível comprovar com o estudo de caso do Porto Canal, o instantâneo veio acrescentar ao jornalismo uma rapidez de produção e de publicação fazendo com que seja possível estar-se mais a par da informação ocorrente e ao mesmo tempo aproximar os quatros cantos do mundo, pois mesmo com um acontecimento distante de Portugal, a informação chega quase no momento, salienta-se que este privilégio só é concretizado devido à evolução da Internet.

A Instantaneidade veio também ajudar o jornalista a corrigir e a informar com uma maior precisão o público, tal como afirma Granado, citado por Zamith (2008): “Eu corrijo o erro de um site em segundos. E não corrijo erro nenhum num jornal... ou melhor, corrijo no dia seguinte”.

Com os dados obtidos com o estudo de caso, foi possível perceber que para além do jornalismo digital estar a crescer rapidamente, há cada vez mais procura dos leitores, pois sabem que terão informações imediatas e atualizadas.

Contudo com toda a análise realizada foi também possível entender que o público procura mais temas que lhes são próximos do que de interesse comum. O Porto Canal, como foi visível pelos resultados, tem uma maior visibilidade nos temas agregados à região Norte e ao clube FC Porto. Como o canal tem conhecimento do que o leitor procura, também dá mais ênfase a esses temas.

A questão que se opunha era se ao haver uma escolha tão óbvia na temática norte e principalmente no FC Porto, não haveria um risco de estar a pisar a imparcialidade jornalística. De facto, verificou-se no presente trabalho que a imparcialidade não se destaca como característica do Porto Canal. Na verdade, este canal televisivo, apesar de se apresentar como nacional, apresenta parcialidade no destaque das notícias regionais, enfatiza as notícias relacionadas com o clube de futebol da sua cidade, FC Porto.

Muita das vezes a pressão por parte dos superiores faz com que o jornalista não possa ser totalmente imparcial. O facto é que o canal pertence ao grupo FC Porto e por sua vez é normal que dê destaque à empresa que o gere, acontece que neste caso é uma empresa desportiva e com um dos clubes mais reconhecidos de Portugal. Contudo, apesar do canal fazer parte do clube, a parcialidade na escolha das notícias não é total.

Após a conclusão do estágio e ter analisado e refletido neste estudo de caso, acredito que a resposta à questão “segundo a instantaneidade de informação, como é que os conceitos antónimos da parcialidade e imparcialidade são trabalhados no Porto Canal?”, é que a empresa, na sua área digital, está verdadeiramente ligada à instantaneidade de informação. Visto que a velocidade com que se produz conteúdo informativo é bastante maior, muito devido à rapidez da internet, o que faz com que seja possível noticiar quase em tempo real os acontecimentos.

Acontece que no Porto Canal todo o conteúdo é analisado de modo a perceber se o público alvo terá interesse ou não na notícia, contudo a informação é também

canalizada para os interesses da empresa pois, em modo algum pode noticiar acontecimentos pejorativos ao clube FC Porto. Acredito que há sim uma escolha na informação, mas que na totalidade o Porto Canal não demonstra ser imparcial, dá só mais ênfase a notícias regionais, pois sabe o que é de mais interesse para o seu público. Para além disso, não prejudica o clube FC Porto mas, também não produz notícias falaciosas a seu respeito de modo a realçá-lo, apenas opta, como já referido, por não divulgar certas informações.

Toda a minha experiência no estágio foi importante para o meu crescimento e desenvolvimento profissional, para além de que trabalhar diretamente com a profissão fez-me entender que nem tudo é “descortinado”. Todo o processo de seleção, de preocupação com as escolhas das notícias divulgadas e a forma como são escritas, são problemáticas constantes. Todo o trabalho na área do digital tem que ser feito com a maior rapidez possível, o objetivo é estar sempre atento ao acontecimento e tentar divulgar quase de imediato e ter sempre em questão todo o processo por vezes faz com que haja uma pressão acrescida no jornalista.

As notícias divulgadas na área do digital do Porto Canal, tinham que ter boas fontes, de modo que a informação fosse o mais verdadeira e detalhada possível, explícita, para que todos os leitores a conseguissem entender e tinham que ser divulgadas o mais rapidamente possível. Nas primeiras semanas o meu maior desafio foi trabalhar com a instantaneidade de informação. Durante todo o percurso universitário, aprendemos a procurar mais fontes e informações para termos uma boa base de conteúdo noticioso, mas neste caso, tínhamos que fazer esta pesquisa numa luta contra o tempo. Todos os minutos são cruciais para que a notícia seja considerada atual.

Após ter finalizado o estágio e ter realizado este estudo de caso houve algumas questões foram despertadas:

Será que com o aumento da instantaneidade de informação, os meios de comunicação vão deixar de ser tão conscientes nas suas escolhas e começar a divulgar mais notícias, independentemente de ser do interesse do público ou não?

Com o aumento da divulgação das notícias nas redes sociais e com o sensacionalismo da informação que estas conseguem transmitir, há uma ameaça de se sobreporem aos meios de comunicação social?

Na era da instantaneidade da informação e com a procura por ser o primeiro a dar a notícia há um maior risco de se perder critério e rigor na escrita das notícias?

Com o crescimento da Internet, os meios de comunicação mais tradicionais têm o seu fim há vista?

Referências Bibliográficas

Aggarwal, S., Sinha, T., Kukreti, Y., & Shikhar, S. (2020). Media bias detection and bias short term impact assessment. Array, 6(100025), 100025.

<https://doi.org/10.1016/j.array.2020.100025>

Alsina R.M (1993). La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós.

Akadémikos. (2012). O futuro do jornalismo também passa pelo bairro.

<http://issuu.com/leonelbrites/docs/akademikos57>.

Bastos, H. (2011). Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, Papéis e Ética. Lisboa: Livros Horizonte.

Bastos H. (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Em Estudos em Jornalismo e Mídia, vol. 9, n.º 2, julho a dezembro. (pp.284-298). Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina.

Bastos, H.; Lima, H.; Moutinho, N. (2012). A influência da Internet na imprensa portuguesa. Em Bastos, H. e Zamith, F. (Ed) Ciberjornalismo: Modelos de Negócio e Redes Sociais (pp. 69-82). Porto: Edições Afrontamento.

Camponez, C. (2002). Jornalismo de Proximidade. Edições Minerva Coimbra.

Canavilhas J. (2014). WebJornalismo 7 Características que marcam a diferença. livros labCom Covilhã. www.livroslabcom.ubi.pt

Correia, João Carlos. (1998). Jornalismo e Espaço Público. Universidade da Beira Interior.

Delicato, M.O.. (2008). Estudo de caso dos jornais Diário Digital e PortugalDiário [Dissertação de mestrado, Porto: Universidade Fernando Pessoa].

Dias J.. (2012). A orientação editorial do Jornalismo de Proximidade. [Relatório de Estágio realizado no Porto Canal, Faculdade de Letras da Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/73884>

Fernandes, M. J. da S. (2014). Identidade do jornalista desportivo: a pressão clubística. Ubibliorum.ubi.pt. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/5657>

Fortin, Marie-Fabienne, & Côté, José Filion, Françoise. (2009). Fundamentos e etapas do processo de investigação.. Lusodidacta. <https://cat.biblioteca.ipbeja.pt/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=62120>

Grando, A. A. (2012). O princípio da imparcialidade como limite ao exercício do poder discricionário. *Repositorio.ulusiada.pt*. <https://doi.org/10.34628/245v-7694>

Infopédia. (sd). Dicionário Infopédia Da Língua Portuguesa. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa-aa0/jornalista>.

Jerónimo, P. (2011). Ciberjornalismo de proximidade em Portugal: Um olhar histórico à transição da imprensa regional para a Internet. [Congresso]. Congresso Internacional de História dos Media e do Jornalismo – Génese e evolução do Jornalismo no Espaço Ibero-Americano. Lisboa. 6 e 7 de Outubro. Lisboa.

Jerónimo, P. (2013). Jornalismo de proximidade em mobilidade. Em Canavilhas, J. (Ed.), Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis (pp. 363-386). Covilhã: LabCom Books.

Ladeira, M. (2013). Jornalismo no conflito: a imparcialidade é possível? In Tecnologias da Informação, Novos Média e Literacia Digital vol.2 n.º1 (pp. 65–74). Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM).

Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research. Human Relations.

Macedo P. (2017). O que faz um editor de conteúdo web?.
<https://paulomaccedo.com/editor-de-conteudo-web/>

Miguel, L. F., & Biroli, F.. (2010). A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. Em Revista Brasileira De Ciências Sociais (volume 25, ed.73, pp. 59–76). <https://doi.org/10.1590/S0102-69092010000200004>.

Panievsky, A. (2022). The Strategic Bias: How Journalists Respond to Antimedia Populism. *The International Journal of Press/Politics*, 27(4), 808–826.

<https://doi.org/10.1177/19401612211022656>

Peruzzo, C. (2005). Mídia regional e local: aspetos conceituais e tendências. Em *Comunicação & Sociedade, Brasil*, (vol. 1, n. 38, 2005).

http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs_umesp/article/view/196/154.

Pinho, L. (2012). Júlio Magalhães: “Ser jornalista é ser repórter, não é ser apresentador de televisão”. *JPN-JornalismoPortoNet*. <https://www.jpn.up.pt/2012/11/14/julio-magalhaes-ser-jornalista-e-ser-reporter-nao-e-ser-apresentador-de-televisao/>.

Pilling, Rod. (2006). *Local journalists and the local press: waking up to change?*. Routledge.

Público. (2010). Porto Canal abre novas delegações e equaciona mudar o nome. http://www.publico.pt/Media/porto-canal-abre-novas-delegacoes-e-equaciona-mudaro-nome_1472977.

Quivy, Raymond e Campenhoudt, Luc Van (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 4ª Ed., Gradiva, Lisboa

Rodrigues, C. (2012). Jornalismo hiperlocal: sucessos e fracassos da informação de proximidade. Em CORREIA, J.C. (Ed.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 189-201). Covilhã: LabCom Books.

Salaverría, R. (2005). *Redacción Periodística en Internet*. Barcelona: Eunsal.

Sousa, J.P. (2000). As notícias e os seus efeitos. Coimbra: Minerva.

Traquina, N. (2002). Jornalismo: O que é?. Lisboa: Quimera.

Vieira, J.R.C (2009) O Jornalismo de proximidade na Era Digital: Análise funcional do online jornal da Mealhada . Universidade Fernando Pessoa.

<https://core.ac.uk/reader/61005000>

conte

Wahl-Jorgensen, K., Berry, M., Garcia-Blanco, I., Bennett, L., & Cable, J. (2017).

Rethinking balance and impartiality in journalism? How the BBC attempted and failed to change the paradigm. *Journalism (London, England)*, 18(7), 781–800.

<https://doi.org/10.1177/1464884916648094>

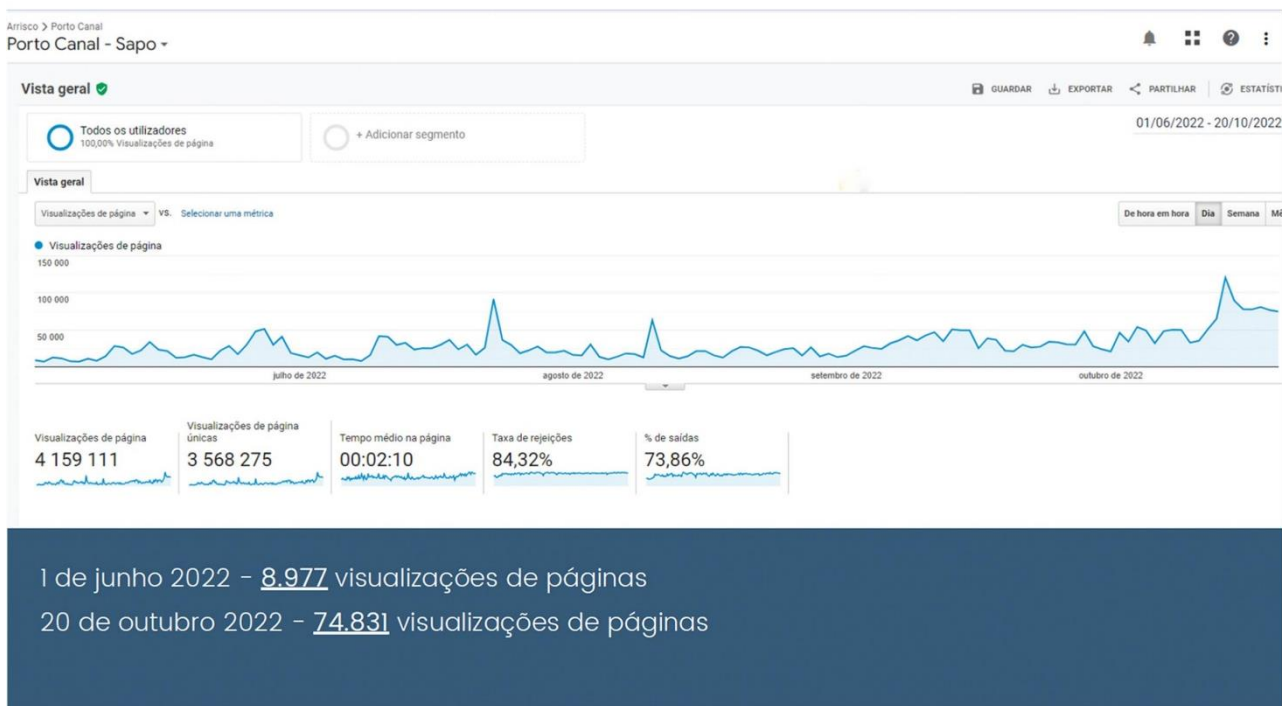
Zamith, F. (2008). Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses. Edições Afrontamento.

Zamith, F. (2011). A Contextualização no Ciberjornalismo. [Tese de doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/126988/3/395166.2.pdf>

Zamith, F.. (2012). Jornalismo participativo nos jornais de Portugal. Em Torres, E. G. Cartografía del periodismo participativo : estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela.(pp.305-332).Tirant Humanidades.

Anexos

Anexo 1



Anexo 2

TOP 15 NOTÍCIAS PORTO CANAL 7 A 13/11

	FC PORTO
	ASSOCIADO AO FC PORTO
	FUTEBOL
	LOCAL PORTO
	LOCAL NORTE
	POLÍTICA

	Alerta dos Super Dragões sobre Mundial corre o mundo	32 577
	Catarina Borges torna-se a mais jovem doutorada da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto	21 264
	Recém-licenciado de 21 anos vai ganhar 4 mil euros por mês. Tiago Ramos é o novo adjunto da Ministra da Presidência	14 856
	Mundial 2022: Qatar apresenta... adeptos portugueses "contratados" nas ruas de Doha	12 855
	"Digam-lhe isso a ele". Sobem de tom as acusações entre João Félix e Diego Simeone	12 328
	Metro do Porto. Circulação condicionada	10 981
	Última hora: Mudança de árbitro no Benfica-Gil Vicente	9 623
	ASAE encerra Intermarché de Vila Real por falta de condições de higiene	9 558
	"Disse-lhe para procurar equipa em janeiro". José Mourinho furioso com atitude de jogador da Roma	8 486
	"Sinto-me traído". Ronaldo dá entrevista e arrasa Manchester United	7 627
	Seis ex-"Dragões" nos convocados da seleção do Brasil para o Mundial do Qatar 2022	7 464
	Obras da estação do metro nos Aliados avançam com grandes progressos. Veja o ponto de situação	6 401
	Evanilson: situação clínica atualizada	6 267
	Mudanças no acesso à VCI provocam caos no trânsito	5 954
	Jovem de 24 anos tenta matar três homens a tiro no Bairro da Pasteleira Nova	5 942

Anexo 3

TOP 10 POSTS



7 A 13/11

#1	porto.canal Nov. 12, 2022 A clique do FC Porto Super Dragões exibiu uma faixa ao minuto 25 do Boavista - FC Porto (1-4), no Estádio do Bessa, a visar a organização do Mundial 2022, no Qatar, com início previsto para o próximo domingo, 20 de novembro. Na faixa exibida pelos Super Dragões lê-se '132'.	E-score 0.21 Imp. 30.1K Engagement 3.9K Comments 31 Reactions 3.8K
#2	porto.canal Nov. 08, 2022 Tiago Alberto Ramos tem 21 anos e terminou recentemente a sua licenciatura. O jovem é o novo adjunto da Ministra da Presidência da República Portuguesa, Mariana Vieira da Silva, e vai ganhar aproximadamente quatro mil euros por mês. Saiba mais no link na bio.	E-score 0.18 Imp. 55.7K Engagement 2.8K Comments 278 Reactions 2.9K
#3	porto.canal Nov. 08, 2022 A Ponte Maria Pia está sem uso há mais de 30 anos. A travessia entre Porto e Gaia, projetada por Gustave Eiffel há 145 anos, pode ter um novo destino. A infraestrutura de Portugal está a ponderar usar a ponte como via pedonal e ciclável. Insira no projeto de...	E-score 0.11 Engagement 1.9K Comments 23 Reactions 1.9K
#4	porto.canal Nov. 07, 2022 É oficial: o sorteio desta segunda-feira em Lyon, Suíça, definiu que o FC Porto vai enfrentar o Inter Milão nos oitavos de final da Liga dos Campeões. Saiba mais no link na bio. #PortoCanal #FCPorto #Oitavosdefinal #ligadoscampeoes #UCL #InterMilão #Lyon	E-score 0.10 Imp. 12.9K Engagement 1.9K Comments 10 Reactions 1.9K
#5	porto.canal Nov. 12, 2022 Autêntico ou encenação? A uma semana do início do Campeonato do Mundo de Futebol, o Qatar continua a ser notícia pelos motivos mais inusitados. Esta sexta-feira de manhã, uma centena de adeptos de diferentes países juntou-se nas ruas da capital. Finha: para celebrar a iminência...	E-score 0.10 Engagement 1.7K Comments 71 Reactions 1.6K
#6	porto.canal Nov. 07, 2022 Catarina Borges, 24 anos, é a estudante mais jovem a obter um doutoramento na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP), depois de já ter completado o Mestrado Integrado em Engenharia Mecânica na mesma instituição. Mais info no link na bio.	E-score 0.09 Imp. 25.3K Engagement 1.5K Comments 47 Reactions 1.5K
#7	porto.canal Nov. 11, 2022 Este sábado é dia de derbi na cidade Invicta. O FC Porto defronta o Boavista FC para a 13ª jornada da Liga às 20h30. Na conferência de imprensa do jogo, Sérgio Conceição afirmou que a equipa tem de ir ao Bessa 'com respeito pelo adversário, mas com o pensamento único e...	E-score 0.07 Imp. 11.6K Engagement 1.3K Comments 8 Reactions 1.3K
#8	porto.canal Nov. 07, 2022 O FC Porto desloca-se esta terça-feira a Mafra para defrontar a formação da segunda liga na 4ª eliminatória da Taça de Portugal (20h45). Na antevisão, Sérgio Conceição mostrou-se cauteloso e lembrou que 'na eliminatória anterior, houve oito jogadores da Liga que caíram...	E-score 0.07 Imp. 14.5K Engagement 1.3K Comments 2 Reactions 1.3K
#9	porto.canal Nov. 08, 2022 O primeiro-ministro português e o presidente da Venezuela foram firmados numa calorosa conversa à margem da COP27, esta terça-feira. Três anos depois de Portugal ter reconhecido Juan Guaidó como presidente da Venezuela, estão feitas as pazes entre Costa e Maduro?	E-score 0.06 Engagement 968 Comments 100 Reactions 868
#10	porto.canal Nov. 11, 2022 Os atrasos de 215 dias na construção da linha Rosa são um dos motivos que levaram os líderes das bancadas da Assembleia Municipal do Porto a pedir a presença da Metro, numa reunião urgente, marcada para o final da tarde de segunda-feira. A administração da empresa já...	E-score 0.05 Imp. 23K Engagement 906 Comments 12 Reactions 894

Anexo 4

#1		porto.canal Nov. 10, 2022 Além dos Super Dragões sobre Mundial corre o mundo.	E-score 0.64 Imp. 273.3K Engagement 4.5K Shares 411 Comments 277 Reactions 3.9K
#2		porto.canal Nov. 11, 2022 "Não há nenhum árbitro português no Mundial". Sérgio Conceição diz que ainda "há muito para melhorar" principalmente na arbitragem.	E-score 0.46 Imp. 98K Engagement 3.1K Shares 112 Comments 662 Reactions 2.3K
#3		porto.canal Nov. 08, 2022 Três anos depois, João Félix vale menos de metade do valor pago pelo Atlético de Madrid.	E-score 0.41 Imp. 85.5K Engagement 2.5K Shares 108 Comments 660 Reactions 1.8K
#4		porto.canal Nov. 10, 2022 Última hora: Brands detected	E-score 0.28 Imp. 48K Engagement 2.5K Shares 30 Comments 160 Reactions 2.3K
#5		porto.canal Nov. 10, 2022 O central portista recorreu às redes sociais no final do jogo contra o Bolevista.	E-score 0.24 Imp. 77.2K Engagement 2.3K Shares 26 Comments 89 Reactions 2.2K
#6		porto.canal Nov. 13, 2022 O Campeonato do Mundo 2022, no Qatar, tem arranque previsto para o próximo domingo. Esta é primeira edição da prova em décadas sem a presença de qualquer árbitro português.	E-score 0.44 Imp. 69.3K Engagement 2.2K Shares 118 Comments 954 Reactions 1.1K
#7		porto.canal Nov. 12, 2022 Hóquei em Fátima: Portugal bate França e garante lugar na Final do Mundial 2022.	E-score 0.27 Imp. 66.2K Engagement 2.1K Shares 124 Comments 109 Reactions 1.9K
#8		porto.canal Nov. 13, 2022 Última hora:	E-score 0.23 Imp. 69.8K Engagement 2.1K Shares 23 Comments 80 Reactions 2K
#9		porto.canal Nov. 12, 2022 Esta sexta-feira de manhã, uma centena de adeptos juntou-se nas ruas da capital, Doha, para celebrar a competição. Mas as imagens deixaram dúvidas.	E-score 0.32 Imp. 133.6K Engagement 2.1K Shares 145 Comments 378 Reactions 1.5K
#10		porto.canal Nov. 01, 2022 Alex Telles, ex-jogador do FC Porto emocionou-se quando percebeu que foi uma das escolhas do treinador Tite para representar o Brasil no Mundial de 2022.	E-score 0.22 Imp. 56.4K Engagement 2K Shares 21 Comments 87 Reactions 1.9K

TOP 10 POSTS



7 A 13/11

Anexo 5

#1		PortoCanalpt Nov. 10, 2022 Nova série COMO SOMOS Porto Canal A vida, a história, o mito Ninja de Gaia Estreia sexta-feira https://t.co/uf61v0BChI	E-score 2.89 Imp. 225.9K Engagement 1K Shares 214 Comments 62 Reactions 749
#2		PortoCanalpt Nov. 08, 2022 Três anos depois, João Félix vale menos de metade do valor pago pelo Atlético de Madrid https://t.co/q4pUvOpaB8	E-score 1.02 Imp. 58.3K Engagement 329 Shares 45 Comments 97 Reactions 187
#3		PortoCanalpt Nov. 11, 2022 Presidente CM Matosinhos construída argila na operação Teia https://t.co/MHdV5d1g4	E-score 1.01 Imp. 30.3K Engagement 325 Shares 73 Comments 41 Reactions 211
#4		PortoCanalpt Nov. 10, 2022 "O Porto tem mais encanto vestido de azul e branco" Fábio Cardoso reage à vitória no Bessa https://t.co/QnzQZisRk	E-score 0.52 Imp. 8.8K Engagement 298 Shares 9 Comments 13 Reactions 276
#5		PortoCanalpt Nov. 07, 2022 Seis ex-"Dragões" nos convocados da seleção do Brasil para o Mundial do Qatar 2022 https://t.co/g1ML8TWYH	E-score 0.51 Imp. 7.7K Engagement 257 Shares 18 Comments 12 Reactions 227
#6		PortoCanalpt Nov. 12, 2022 Alerta dos Super Dragões sobre Mundial corre o mundo https://t.co/QP6r1q4jE	E-score 0.49 Imp. 7.6K Engagement 250 Shares 17 Comments 11 Reactions 222
#7		PortoCanalpt Nov. 10, 2022 Mundial sem álbuns portugueses pela primeira vez em 16 anos https://t.co/tNk1Anu7or	E-score 0.63 Imp. 14.8K Engagement 238 Shares 27 Comments 46 Reactions 165
#8		PortoCanalpt Nov. 09, 2022 FC Porto: Diogo Costa eleito o melhor jogador do mês de Outubro https://t.co/Zs6RvVpo0 Brands detected	E-score 0.38 Imp. 3.6K Engagement 238 Shares 6 Comments 2 Reactions 230
#9		PortoCanalpt Nov. 12, 2022 Porto é o Melhor Destino de Cidade do Mundo 2022. "Oscar" do Turismo entregues esta sexta-feira à noite https://t.co/j8gPHYdaT	E-score 0.52 Imp. 6.1K Engagement 228 Shares 32 Comments 3 Reactions 193
#10		PortoCanalpt Nov. 09, 2022 FC Porto reage à expulsão de Sérgio Conceição em Mafra https://t.co/3QOvMQx08	E-score 0.43 Imp. 5K Engagement 228 Shares 9 Comments 17 Reactions 202

TOP 10 POSTS



7 A 13/11

Anexo 6

TOP 15 NOTÍCIAS PORTO CANAL 14 A 20/11

	FC PORTO
	ASSOCIADO AO FC PORTO
	FUTEBOL
	LOCAL PORTO
	LOCAL NORTE
	POLÍTICA

	Já viu estes postes espalhados pela cidade do Porto? Saiba o que são	56 280
	Matosinhos a nova Califórnia? Fuse Valley vai nascer num "vale" da cidade	29 317
	Jogador do Benfica acusa Diogo Dalot de "justificar crimes e atrocidades"	13 549
	Metro do Porto divulga vídeo da conclusão do túnel da Linha Amarela	10 700
	"O FC Porto é um caso de estudo". Estádio do Dragão recebe European Leagues	10 413
	"Não permito que um treinador me coloque apenas três minutos para jogar". Novas revelações na entrevista de Cristiano Ronaldo	8 212
	Coordenador editorial do Benfica discrimina Otávio por motivo "de sanguinidade"	8 037
	Taça de Portugal. FC Porto defronta FC Arouca na 5ª eliminatória	7 816
	"Ronaldo nunca mais deve jogar no United". Ten Hag exclui o jogador português	7 112
	Fábio Cardoso na Seleção Nacional? "Temos lá outro jogador com três meses de futebol e ainda não mostrou nada"	6 962
	Mudanças no acesso à VCI provocam caos no trânsito	6 607
	É oficial. Benzema está fora do Mundial do Qatar	6 496
	Sérgio Conceição deixa emotiva mensagem a Jorge Nuno Pinto da Costa	6 039
	Alerta dos Super Dragões sobre Mundial corre o mundo	6 008
	"Sinto-me traído". Ronaldo dá entrevista e arrasa Manchester United	5 656

Apêndice 1

Avaliação de Estágio por parte do orientador da empresa Porto Canal

Avaliação de Estágio

Eu, Francisco Graça, jornalista com carteira profissional número 7683 e atual editor executivo de Estratégia e Digital do Porto Canal, confirmo que a Daniela Patrícia Freitas Matos foi estagiária na nossa redação de editoria “Digital” entre 5 de setembro e 5 de dezembro de 2022, tendo sido orientada e acompanhada pessoalmente por mim.

Durante o período de estágio, a Daniela foi responsável pela publicação de notícias no site do Porto Canal, gestão de informação e publicações nas redes sociais (especificamente nas plataformas Twitter, Instagram e Facebook), captou imagens, editou vídeos e foi responsável por reportagens multimídia.

A Daniela revelou proatividade, interesse noticioso e paixão por jornalismo. Quando responsável por notícias ou textos para site, foi séria, exigente e cumpridora das regras formais e informais no contacto com fontes e na execução de reportagens. Enquanto estagiária, adaptou-se rapidamente à cultura do local de trabalho e evoluiu consistentemente na capacidade escrita. Culturalmente, demonstrou empenho diário na leitura de jornais e manteve-se informada.

Na minha opinião, a Daniela é uma mais-valia numa redação jornalística, capacitada para fazer entrevistas e organizar de forma clara uma peça noticiosa. A dedicação à causa e a disposição curiosa e motivada preveem um bom crescimento e futuro na área.



27 de dezembro de 2022