

Faculdade de Letras

Critérios de noticiabilidade e jornalismo online: o caso do *Jornal de Notícias*

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de estágio
Título	CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E JORNALISMO ONLINE: O CASO DO <i>JORNAL DE NOTÍCIAS</i>
Autora	Catarina Alexandra Pereira Pedro
Orientadora	Doutora Rita Simões Basílio
Coorientador	Doutor Carlos Camponez
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Jornalismo
Data	2016



Agradecimentos

Se este trabalho foi possível de realizar, tenho de o dever a várias pessoas que, de uma maneira ou de outra, me foram marcando nos últimos anos. Falar da minha relação com os outros nunca foi o meu forte mas não seria justo passar esta fase sem agradecer a pessoas que foram deixando marcas.

Aos meus pais, ao meu irmão e à minha irmã. Pelo apoio, pela força. Sem eles todo este percurso nunca teria passado de uma ilusão.

À Joana com quem, ao final de cada dia de estágio, partilhava as inseguranças, as incertezas e as alegrias. À Cátia que foi sendo sempre capaz de encontrar um tempo para me ouvir e me aconselhou. À Telma pela companhia em todos os dias e noites de estudo. À Mara, à Jéssica e à Claudia que também sempre foram um apoio ao longo dos últimos anos da minha vida académica.

Ao *Jornal de Notícias* por me ter acolhido e dado a oportunidade de escrever para o seu site. Ao Molinos, ao Augusto, à Cláudia, ao Luís e ao Miguel que foram genuínos o suficiente para me transmitir conhecimentos e experiências para a vida. À Lúcia e à Daniela, que tornaram a experiência no JN mais enriquecedora e inesquecível. À Ana, à Isabel e à Ana Raquel pelos almoços e pela partilha do estágio.

À Doutora Rita Basílio por me ter orientado na fase inicial deste trabalho e ao Doutor Carlos Camponez por ter aceitado o desafio de me orientar na fase final.

“Todos nós somos seres multimídia há muito tempo, pois consumimos múltiplos meios de comunicação. A novidade é que temos à nossa disposição um meio que tem a capacidade de absorver as características de todos os outros meios. A Internet pode ser rádio, TV, jornal, revista, tudo ao mesmo tempo.”

Rosental Calmon Alves, 2006

Resumo

A partir de uma experiência de estágio, este relatório pretende fazer uma reflexão acerca das mudanças verificadas no jornalismo na era digital e sobre os caminhos que o jornalismo parece estar a preparar-se para percorrer. Os leitores estão cada vez menos dispostos a comprar um jornal e que a tecnologia não pára de se desenvolver: aqueles produtos que eram novidade deixam de o ser, em detrimento de tecnologias mais rápidas, mais autónomas e mais portáteis, associados a conteúdos mais ligeiros e superficiais, todos ao serviço do imperativo de satisfazer os interesses de quem consome.

Este processo foi possível graças à criação de várias gamas de produtos que permitiram que as inovações deixassem de estar disponíveis apenas para as classes mais elevadas e que se democratizasse o multimédia em linha, facilitando, também o acesso da população em geral aos conteúdos do jornalismo. É importante ter em consideração que, em março de 2016, 68% dos possuidores de telemóvel em Portugal já transportava consigo um smartphone o que lhe permite, desde logo, ter acesso a conteúdos mais alargados em qualquer lugar.

Os dados aqui sinalizados são trabalhados no sentido de perguntar quais os impactes destas mudanças no quadro dos valores-notícia do jornalismo. Esta reflexão implicará uma necessariamente breve contextualização histórica, para percebermos também os efeitos nalgumas formas de fazer hoje jornalismo.

Este relatório surge como o culminar de um estágio de três meses realizado na secção online do *Jornal de Notícias* e pretende, por isso, abordar as questões que se foram colocando durante esse período.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo *online*; redes sociais; valores-notícia; critérios de noticiabilidade; internet

Abstract

From a experience of internship, this work intends to do a reflection about the changings in journalism and the path that it seems to go through. At a time when the readers are increasingly unwilling to buy a newspaper and technology expands every day, the products that were once innovation are no longer new because of other electronic equipment that are faster, more autonomous and more portable. It was still in the last decades that we could watch the creation of several products that would allow the innovations wouldn't only be available for higher classes and permit other social classes to connect with the online journalism softening the access to journalism contents by general population.

It's important to take in consideration that in March of 2016, 68% of people that owned a mobile phone had a smartphone what would allow to have a more extended access to contents anywhere.

The data reported here are worked around a reflection on news-values where, at first, I'll give a historical contextualization, until the adaptation to our days. This report emerges as a climax point of a three month internship at *Jornal de Notícias* and, because of that, have to issue appearing questions during that time.

Key words: journalism; online journalism; social network; news-values; newsworthiness criteria; internet

Índice

Introdução	7
1 – DO ACONTECIMENTO À NOTÍCIA	9
1.1 O que transforma um acontecimento em notícia?	10
1.1.1 Incluir, excluir e hierarquizar	12
1.1.2 Valores-notícia.....	13
1.1.3 Selecionar e construir.....	16
2 – O APARECIMENTO DA INTERNET E AS MUDANÇAS NO JORNALISMO	22
2.1 A adaptação do jornalismo ao século XXI.....	23
2.1.1 A verificação dos dados no jornalismo online.....	32
2.1.2 A busca pela velocidade	34
2.2 A importância dos dispositivos móveis	36
2.3 A influência das redes sociais na produção noticiosa	38
2.4 Popularidade ou interesse informativo?	43
2.5 O jornalismo sentado e o jornalista enquanto <i>gatekeeper</i>	47
3 – ESTUDO DE CASO DE <i>JORNAL DE NOTÍCIAS</i>.....	49
3.1 Introdução ao meio de comunicação.....	50
3.2 Tarefas desempenhadas no estágio curricular	52
3.3 <i>Jornal de Notícias</i> no Facebook.....	55
3.4 Impacto das notícias.....	56
3.5 Notícias por secção.....	58
3.6 Notícias multimédia	60
3.7 Análise com base nos valores-notícia	62
Conclusão.....	67
Bibliografia.....	69
ANEXOS.....	74

Introdução

Para Adriano Duarte Rodrigues (Rodrigues, 1999: 27), um acontecimento corresponde a "tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de factos virtuais". A questão que se coloca é, então, o que leva certos acontecimentos a tornarem-se notícia? O que faz com que "meros" acontecimentos se tornem acontecimentos jornalísticos? Na lição do autor, são pelo menos três as características que levam a que essa distinção aconteça: o excesso, a falha e a inversão. Porém, estas três bases apresentadas não se mostravam como suficientes para tornar essa distinção possível e, por isso, os jornalistas usam diariamente, e já sem pensar ou notar, os valores-notícia de forma a determinar a noticiabilidade de determinado evento. Eles são vários e suscetíveis de diferentes visões. Nelson Traquina (2002: 186) chama-os de "óculos" que permitem aos jornalistas olhar de maneira diferente para a realidade universal.

Embora a história tenha mostrado que muitos dos valores-notícia expiram com a passagem do tempo, provou também que certos aspetos são alheios a esse fenómeno. Nesta época, que é de mudança, ainda à procura de adaptação à realidade tecnológica que tem acompanhado o dia a dia mundial principalmente nas últimas duas décadas, este relatório debruça-se, tendo em conta o estágio realizado na secção online do *Jornal de Notícias*, sobre essas mesmas mudanças. Acima de tudo, olha para as mudanças que tiveram lugar nos próprios critérios de noticialidade como forma de satisfazer o público, do qual agora o jornalista tem maior perceção dos gostos e do que procura ver nas páginas dos jornais. Será, talvez, por agora dispor dessa ferramenta que os/as jornalistas se deparam muitas vezes com dificuldades na hora da decisão. Estará, por isso, afinal, o jornalismo a decidir a agenda mediática, ou estará o público encarregue desse trabalho? A verdade é que, em muitas ocasiões me confrontei com a questão "será este tema notícia?" no decorrer do estágio, tendo essa dúvida culminado na realização deste trabalho.

O relatório encontra-se dividido em três capítulos. Num primeiro tempo iremos olhar para a contextualização histórica dos conceitos aqui abordados – a questão dos valores-notícia e dos critérios de noticiabilidade. Em segundo lugar é abordada a adaptação pela qual o

jornalismo teve de passar de forma a aproveitar as potencialidades oferecidas pelos novos meios – dando especial ênfase às redes sociais e, dentro destas, do Facebook enquanto fonte de notícias e meio difusor de conteúdos.

O terceiro capítulo apresenta-se como uma análise de notícias por mim realizadas para o website do *Jornal de Notícias* tendo em conta os próprios critérios de noticiabilidade e o local onde são difundidas, indo ao encontro do que é abordado nas partes anteriores do trabalho.

Aqui, encontramos uma reflexão sobre o passado mas, acima de tudo, encontramos um olhar para o futuro do jornalismo que passará, sem dúvida, pela exploração do que a internet tem para oferecer.

1 – DO ACONTECIMENTO À NOTÍCIA

1.1 O que transforma um acontecimento em notícia?

Num mundo com cerca de duas centenas de países, que todos os dias apresentam novidades, mais de sete mil milhões de pessoas, que todos os dias têm histórias para contar, e com um universo à sua volta a ser constantemente explorado, seria complicado, sem quaisquer orientações, definir o que é notícia, no meio de uma imensidão de acontecimentos.

A problemática não é, contudo, recente e já estava presente no século XVII, altura em que surgiram os primeiros jornais (bastante diferentes dos que conhecemos hoje). Os jornalistas da época já se questionavam sobre o que colocar naquelas folhas em que procuravam, mensal ou semanalmente, expôr as novidades às elites.

Nelson Traquina recorda que “geralmente” a atribuição do título de primeiro jornal mundial é dada ao *Aviso de Augsburgo*, no sul da Alemanha (2002: 176), no século XVII, tendo outras publicações surgido numa curta janela temporal e eram, normalmente, divulgadas uma vez por semana. É importante lembrar que esta era uma época onde se conjugaram três fatores que se tornaram determinantes para o aparecimento do jornalismo – “o progresso da tipografia, a melhoria das comunicações e o interesse do público pela notícia” (Tengarrinha, 1989: 35).

Contudo, em Inglaterra já circulavam as chamadas “folhas volantes”, dedicadas a um único tema e sem qualquer tipo de periodicidade associada.

Já em Portugal, realça José Tengarrinha (1989: 35), é à *Gazeta da Restauração* que se pode entregar o título de primeiro jornal português já que se trata do primeiro a quem foi reconhecida “periodicidade e continuidade ou encadeamento”, fatores essenciais para distinguirem um jornal de outras publicações.

Durante vários anos, a população dos diferentes países habituou-se a olhar para o mundo através dos jornais. Lá, encontravam essencialmente notícias sobre o que era internacional, como guerras, deixando de lado, muitas vezes, os assuntos mais próximos (Traquina, 2002: 174).

Os critérios utilizados, considera Traquina (2002: 173), eram bastante semelhantes, no geral, aos utilizados atualmente. Davam principal destaque à morte, ao insólito e ao ator principal que integrava na notícia. Os jornais eram, acima de tudo, uma arma política utilizada para contestar o poder, chegando, por norma, apenas às elites que eram, à época, a classe capaz de suportar o custo das publicações.

Se o custo e, conseqüentemente, o alcance do jornalismo eram uma problemática, esta foi superada, a partir do dia 3 de setembro de 1833 com Benjamin Day a publicar nos Estados Unidos da América, mais concretamente no estado de Nova Iorque, o diário *New York Sun*. Este periódico custava apenas *one penny*, tendo dado, assim, origem ao termo *penny press*, e permitiu, desta forma, que um maior número de pessoas fosse capaz de suportar os custos das publicações.

A alteração no preço que se verificou com o lançamento do jornal de Day permitiu que este deixasse de ser dedicado apenas à elite, chegando desta forma o jornalismo a um novo público – os menos instruídos, como realça Traquina (2002: 177). Foram tratados novos temas de forma a satisfazer os interesses, gostos e a capacidade de compreensão dos seus novos leitores.

“A maior invenção de Day foi a redefinição do conceito de notícias. Nos jornais anteriores, notícias significavam relatos e comentários sobre acontecimentos políticos, ou até mais importante, informação comercial como notícias de embarcações. As chamadas histórias de interesse humano podem muito bem ter originado na sua forma moderna nas páginas do *Sun*” (Örnebring e Jönsson, 2004: 288)

Algumas décadas mais tarde, mais precisamente entre 1880 e 1890, surge também nos EUA o chamado *yellow journalism*, marcado pelas histórias sensacionalistas e de origem um tanto duvidosa.

O inegável é que os movimentos decorridos ao longo do século XIX, principalmente os de origem norte-americana, vieram marcar uma nova era do jornalismo. A partir destes, o

jornalismo foi desenvolvendo-se tendo estas formas de fazer jornalismo deixado alguns conceitos assentes na sua nova era. As notícias tornava-se agora acessíveis a mais pessoas e começaram a surgir novos meios de comunicação com base nos ideais dos exemplares norte-americanos. De acordo com Örnebring e Jönsson (2004: 289), citando os críticos destes modelos, “a *penny press*, e mais tarde o *yellow journalism* de 1880 e 1890, simbolizavam tudo o que o bom jornalismo não devia ser”.

Em 1896 surge em Inglaterra o *Daily Mail* pelas mãos de Alfred Harmsworth, criando o que agora é conhecido como jornalismo tabloide.

Todas estas diferentes formas de difundir os conteúdos representaram uma nova visão do velho jornalismo, olhando para o que era procurado pelo público em geral. “O jornalismo tabloide tem a habilidade de ampliar o público, dando acesso a notícias a públicos que anteriormente não eram ‘o alvo’ da imprensa prestigiada” (Örnebring e Jönsson, 2004: 293).

1.1.1 Incluir, excluir e hierarquizar

O Homem, pela sua natureza, sempre teve necessidade de fazer chegar a outros pares certas novidades, querendo ser sempre o primeiro a fazê-lo, procurando ser reconhecido por isso mesmo. Para Fontcuberta, é exactamente esta base que está em causa na hora de difundir notícias, embora numa escala inferior.

“Quando ficamos a saber algo importante, procuramos, com a maior rapidez, transmiti-lo ao maior número possível de pessoas e com o máximo impacto. Se conseguirmos audiência, consideramo-nos heróis; inversamente, sentimo-nos frustrados se os nossos interlocutores já conheciam a novidade. Assim, produzimos, de certo modo, em escala reduzida, o processo utilizado pelos meios de comunicação social”. (Fontcuberta, 1993: 15)

A verdade é que, com o passar dos anos, essa realidade foi-se tornando cada vez mais transversal e, perante cada vez mais jornalistas-cidadãos, ou “parajornalistas”, como lhes

chama Michael Schudson, torna-se imperativo o papel de alguém especializado, o jornalista, para tratar a informação e distinguir o que é ou não notícia.

A problemática base deste relatório incide, precisamente, na questão do que poderá ser, ou não, notícia, uma vez que, mesmo para quem faz do jornalismo profissão, torna-se, por vezes, nebuloso quando se procura decidir que momentos merecem o estatuto de notícia. A verdade é que são inúmeros os acontecimentos diários e, por isso, “o grande volume de notícias obriga o jornalismo a três opções permanentes: incluir, excluir e hierarquizar a informação” (Fontcuberta, 1993: 39).

1.1.2 Valores-notícia

Para que essa transição se tornasse mais fácil, começou a ser estudada a noticiabilidade que, para Mauro Wolf (2009: 195), se apresenta como um “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias” sendo, portanto, os valores-notícia uma componente da noticiabilidade.

A primeira tentativa de reconhecer valores-notícia, ou seja, “referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos das notícias” (Traquina, 2002: 172) aconteceu através de um estudo elaborado por Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge. Na sequência desse estudo, identificaram doze critérios que acreditavam facilitar a transformação de acontecimentos em notícias. Segundo a teoria apresentada, quanto mais valores-notícia um acontecimento demonstrasse, mais plausível seria a sua transformação em notícia, sendo que a falta de um dos critérios poderia ser “substituída” por uma maior presença de um outro critério.

Em primeiro lugar, os investigadores identificaram a frequência como um valor-notícia. Assim, pode-se considerar que “quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem de o acontecimento se tornar notícia” (Galtung e Ruge, 1999: 64). Por outro lado, se a amplitude do evento for muito

alargada, será esperado um clímax dramático para que se noticie o acontecimento – Nelson Traquina chega a dar o exemplo da construção de uma barragem, acontecimento que, por princípio, só será transmitido quando houver algo que justifique isso mesmo – a inauguração.

Os *media* têm, por natureza, a obrigação de transmitir os factos de forma a que não se crie qualquer espaço para dúvida e que o seu público compreenda. Assim, surge o valor da clareza ou falta de ambiguidade, tendo como princípio que “quanto menos ambiguidade [tiver] mais o acontecimento será notado” (Galtung e Ruge, 1999: 65), tornando-se, por isso, mais facilmente notícia. Por outro lado, a significância ocupa, segundo os investigadores, lugar na escolha dos acontecimentos. A proximidade, por exemplo, cultural, e a própria relevância do acontecimento determinam a importância de certo acontecimento e se este merece, então, tornar-se notícia.

A consonância é o quinto valor-notícia apresentado pela primeira seleção feita. Esta permite uma ligação entre o acontecimento e uma pré-imagem mental, levando a que o último acontecimento parta de um outro para ser mais facilmente reconhecido. Contudo, se, por um lado, se procura aquilo que relembra o leitor de algo, também se procura o inesperado ou raro, que mais facilmente se tornará notícia por razões óbvias.

A composição do jornal ou noticiário é outro fator a ter em conta, já que o/a jornalista procura apresentar um todo completo a quem o vê/lê, o que faz com que certas notícias se deparem com critérios “mais baixos”, de forma a poderem completar algo que estaria em falta, não entrando, noutro contexto, no grupo dos acontecimentos jornalísticos. O mesmo raciocínio leva a que a continuidade se torne importante nas notícias já que, a partir do momento em que algo acontece (por exemplo, quando cai um avião), o leitor irá querer saber o desenvolvimento do acontecimento levando, por isso, a que certas evoluções se tornem notícia, algo que não aconteceria caso a primeira notícia não tivesse existido (como uma peça sobre o local em que tal aconteceu).

Tal como já acontecia em Inglaterra no século XVII com as “folhas volantes” a referirem notícias da rainha, também na época do estudo (e atualmente) a presença de nações e

pessoas de elite motivam a produção de notícias, já que as atividades destes são, à partida, mais importantes do que as dos restantes.

Galtung e Ruge não apresentaram, contudo, apenas valores para ajudar na seleção dos acontecimentos, tendo como base a sua noticiabilidade. A elaboração de uma notícia que exibe uma premissa que deriva da ação de uma pessoa – apresentada como o critério da personalização – facilita a aceitação da mesma. Por fim, a negatividade é vista como um valor que, por ser inesperado, acaba por interessar o leitor e deve, por isso, ser tido em conta; os autores relembram que, ao contrário do que acontece com os eventos positivos, os acontecimentos negativos são vistos como consensuais e, por isso, mais bem aceites pelo público.

Ao longo do tempo, novas versões de noticiabilidade e dos critérios em que se encontra estruturada foram emergindo no âmbito dos estudos do jornalismo. Nelson Traquina (2002: 182) destaca, por exemplo, o trabalho dos canadianos Richard Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan, que transformaram a proposta de Galtung e Ruge, mantendo, no entanto, alguns dos critérios por estes autores identificados. A continuidade e o enquadramento são dois critérios que permanecem na lista ampliada dos canadianos, para quem os valores-notícia são difíceis de analisar, entrecruzados e, acima de tudo, “elementos que ajudam o jornalista a reconhecer a importância dos acontecimentos, a fazer escolhas entre diferentes alternativas e a considerar escolhas”.

A simplificação é, para os autores, igualmente essencial para que um acontecimento se torne notícia – o caso em análise tem de ser “reconhecível como *eventful* e relativamente claro” (Traquina, 2002: 182), sendo que quanto mais próximo é culturalmente, mais oportunidades tem. A dramatização é outro valor-notícia que, tendo como base o reconhecimento de um desenvolvimento dramático, parte para a criação da notícia em volta do mesmo.

Os canadianos caracterizam como personalização aquilo a que os primeiros investigadores chamavam de personalidades e nações de elite, ou seja, apresentar um determinado acontecimento com base numa determinada personalidade-chave, sendo a presença desta

última o fator decisivo na altura de tornar o acontecimento-notícia.

Porque o que é “consonante e contínuo é sempre visualizado” (Traquina, 2002: 184), o inesperado é apresentado como valor-notícia. Ainda lado a lado com este conceito está a ideia de que caso os acontecimentos inesperados apresentem “aspectos negativos parecem ter mais valor-notícia” (Traquina, 2002: 184). Por fim, a infração é também apresentada como um fator decisivo na hora de criar uma notícia, realçando a vertente de policiamento da sociedade que o jornalismo carrega, levando os profissionais a “focar a sua atenção sobre a corrupção, os procedimentos legais, os direitos humanos” (Traquina, 2002: 184) e a denunciar essas mesmas ações.

As ideias partilhadas anteriormente deixam claro que é possível interpretar os valores-notícia de diferentes formas, dependendo da visão de cada um. Contudo, é através destes que a tarefa do jornalista de informar o seu público se torna mais simples, já que o próprio processo de decisão do que é notícia é simplificado através de um “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia” (Traquina, 2002: 173), a chamada noticiabilidade.

1.1.3 Selecionar e construir

Embora os critérios e valores apresentados permitam ao jornalista selecionar os acontecimentos, tal como reforça Mauro Wolf (2009: 197), “o rigor dos valores/notícia não é, pois, o de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos”. Desta forma, o autor apresenta os valores-notícia como algo que, além de auxiliar o jornalista na seleção dos acontecimentos, ajuda ainda na própria produção e difusão dos mesmos. Dentro desta linha, apresenta critérios substantivos, relativos ao produto, relativos ao meio de comunicação, relativos ao público e, ainda, critérios relativos à concorrência (Wolf, 2009).

É, então, seguindo a linha apresentada por Wolf que Traquina defende que os valores-notícia devem ser distinguidos consoante a função que os mesmos exercem, ou seja, enquanto valores de seleção e de construção – sendo que na primeira categoria estão inseridos os valores substantivos e contextuais.

Este é um segmento ao qual o autor dá especial destaque, especificando cada um dos critérios que apresenta. Em primeiro lugar, e integrado nos valores substantivos, apresenta a morte como valor-notícia fundamental, uma vez que “onde há morte, há jornalistas” (Traquina, 2002: 187), considera.

Por outro lado, “quanto mais o acontecimento diga respeito às pessoas de elite, mais provável será a sua transformação em notícia” (Galtung e Ruge, 1999: 67), o que torna a notoriedade mais um fator a ter em conta na altura de selecionar os acontecimentos que se devem tornar notícia.

A proximidade, principalmente geográfica, mas também cultural, entra ainda na seleção dos acontecimentos, assim como a relevância do acontecimento, tendo em conta o objetivo principal de informar o público.

Indo ao encontro de um dos princípios absolutos do jornalismo, o autor considera ainda a novidade como critério de seleção, em detrimento de tornar notícia aquilo que já é conhecido pelo público e que não lhe irá chamar a atenção. Seguindo o percurso do aspeto anterior, também o tempo é considerado como critério, podendo este tomar várias formas, nomeadamente de atualidade ou, por coincidência de dia, poder servir de *newspeg* para outro acontecimento.

A “qualidade de ser visível”, ou notabilidade, é o valor que “espelha a maior cobertura de acontecimentos” pelos profissionais do jornalismo. De forma a ajudar a definir este critério, surgem diversos registos de notabilidade: a quantidade de pessoas envolvidas (quanto maior o número, maior a notabilidade); a inversão (enquanto contrário do normal); o insólito; a falha; o excesso e a escassez; o inesperado e o mega-acontecimento (aquele de enorme noticiabilidade).

O conflito, a controvérsia e a infração de regras são, ainda, critérios inseridos na seleção, sendo que o último espelha a importância do crime para o jornalismo e a sua associação ao escândalo.

Fazendo referência à produção da notícia, e não às características do acontecimento, são apresentados os critérios contextuais. A disponibilidade é um dos fatores considerados na altura de transcrever um acontecimento para as páginas dos jornais já que é necessário ser possível fazer cobertura do acontecimento para que ele se torne notícia. Noutro contexto, é também necessário procurar o equilíbrio naquilo que é apresentado ao leitor/espetador, o que faz com que os media procurem equilibrar a quantidade de notícias sobre determinado assunto.

A visualidade é essencial e originalmente procurada pelas televisões mas também, atualmente, pelos meios de comunicação que se encontram na internet, já que se trata da procura de elementos visuais nos acontecimentos, da qual depende a transformação do acontecimento em notícia.

Uma vez que não se pode deixar de lado a vertente de negócio do jornalismo e a constante luta com a concorrência, é expectável que haja uma procura por aquilo que o outro não tem. Dentro deste último, o sociologista italiano distingue dois aspetos: em primeiro lugar relembra que os meios de comunicação principais tendem a colocar correspondentes nos mesmos locais o que faz com que, automaticamente, os meios de comunicação acabem por reportar as mesmas notícias; em segundo lugar refere o aspeto da competição que, segundo Wolf (2009: 214), acaba por “gerar expectativas recíprocas, no sentido em que pode acontecer que uma notícia seja seleccionada porque se espera que os *mass media* concorrentes façam o mesmo”. Esse aspeto a que o autor chama de “expectativas recíprocas” acaba por funcionar em mais do que uma forma, transformando-se “num laço comum: desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objecção por parte dos níveis hierárquicos superiores, o que, por sua vez, contribuiu para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes” (Gans *apud* Wolf, 2009: 214/215). Desta forma podemos concluir que, muitas vezes, este critério

acaba por retirar a importância de outros já que, apesar de inicialmente um jornalista não considerar que determinado acontecimento é notícia, tendo como base os outros critérios de noticiabilidade “mais convencionais”, acabará por ceder após verificar que outro meio concorrente abordou o assunto.

Por último, o dia noticioso acaba ainda por influenciar todas as escolhas que são feitas, uma vez que os acontecimentos estão em concorrência uns com os outros, como defendem Molotch e Lester, fazendo com que certos tipos de acontecimentos sejam notícia num dia e não sejam noutra.

Do outro lado, estão os chamados critérios de construção que determinam se o acontecimento deve ser transformado em notícia. Assim, a amplificação é apresentada como critério na medida em que quanto mais amplo for determinado acontecimento, mais facilmente este será notado. A relevância, que o jornalista deve procurar mostrar, entra também na corrida já que são essas as notícias que irão despertar um maior interesse.

Outro princípio seguido é o de que quanto mais personalizado é o acontecimento, mais hipóteses terá de ser notado, dando origem à personalização. Através desta forma de expor a notícia, o leitor apresentar-se-á mais interessado já que “pessoas interessam-se por outras pessoas” (Traquina, 2002: 199).

A dramatização é outro recurso utilizado, dando especial interesse ao aspeto emocional e à natureza conflituosa. Por último, a consonância diz respeito à inserção da notícia num todo, remetendo ao velho conceito de “novo acontecimento é construído em função de uma velha imagem” (Traquina, 2002: 180).

Contudo, a forma como a novidade era difundida foi o elemento que sofreu mais variações ao longo do tempo, como já tivemos forma de observar, permanecendo, no entanto, alguns valores gerais.

“É surpreendente que a essência das notícias pareça ter mudado tão pouco? Podemos imaginar um sistema de notícias que desdenhasse o insólito em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado como

ao atual, ao legal como ao ilegal, à paz como à guerra, ao bem-estar como à calamidade e à morte?” (Stephens *apud* Traquina, 2002: 178)

É certo que vários fatores se foram mantendo mas, como acontece numa série de áreas, também os valores-notícia são influenciados consoante a cultura em que se apresentam, denotando diferenças tanto na transformação do acontecimento como notícia, como na própria difusão. Na obra *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*, organizada pelo professor Nelson Traquina, são apresentados três fatores essenciais para a questão. Em primeiro lugar, Galtung e Ruge apontam para a importância das nações e pessoas de elite, que se mostram mais relevantes devido a vários fatores: por representarem ações que, à partida, serão mais importantes do que as dos ditos “normais”, por permitir que os outros se identifiquem perante as suas ações e, por fim, por puderem ser utilizadas para uma generalização (Galtung e Ruge , 1999: 67).

A apresentação do acontecimento noticioso enquanto consequência da ação de um sujeito é outro fator fundamental, apresentado como personalização. Desta forma, há um maior reconhecimento do que é abordado, tratando-se de uma questão de fator-consequência.

O último fator enunciado representa uma velha noção ligada ao jornalismo – “*bad news is good news*”. Segundo os autores, ao partir deste princípio, as notícias criadas serão “mais facilmente consensuais e inequívocas no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo”, assim como “menos previsíveis [e] mais raros” (Galtung e Ruge , 1999: 69).

O capítulo “A Estrutura do Noticiário Estrangeiro – A Apresentação das Crises do Congo, Cuba e Chipre em Quatro Jornais Estrangeiros” da obra em questão, dedica-se em exclusivo à descrição dos diferentes fatores, não esquecendo de salientar a sua característica primordial – a de estes apresentarem uma enorme variedade de combinações. Por outro lado, apesar de um acontecimento poder ter uma presença inferior de determinado critério, pode compensar essa ausência através de uma maior presença de outro, lembram os autores do estudo (Galtung e Ruge, 1999: 73), podendo, desta forma, tornar-se notícia de qualquer forma – por exemplo, quando um anónimo é assassinado de forma brutal, o

acontecimento torna-se notícia apesar da ausência de notoriedade do sujeito; a forma como o crime em questão foi praticado acaba por fazer com que passe para os noticiários.

2 – O APARECIMENTO DA INTERNET E AS MUDANÇAS NO JORNALISMO

2.1 A adaptação do jornalismo ao século XXI

Já foram apresentados os elementos que permitem aos órgãos de comunicação gerir os acontecimentos diários e transportá-los para a realidade noticiosa, através dos valores-notícia, uma das componentes da noticiabilidade (Wolf, 2009: 195). Contudo, torna-se importante salientar o seu “carácter dinâmico”: eles “mudam no tempo e, embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional – para lá de divisões ideológicas, de geração, de meio de expressão, etc. –, não permanecem sempre os mesmos” (Wolf, 2009: 198). Assim sendo, é expectável que o jornalismo procure adaptar-se à nova realidade que a internet e a web lhe oferecem.

A Internet criada em 1969, começou por ser usada exclusivamente para fins militares, de forma a tornar possível a comunicação entre os exércitos norte-americanos. O tempo foi passando e com ele o PC (Personal Computer) começou a ganhar força, tendo atingido a popularidade em 1984 devido ao lançamento do Macintosh, um computador para as massas, por parte da Apple¹.

Em 1992, o engenheiro Tim Bernners-Lee criou a *World Wide Web* no Laboratório Europeu da Física de Partículas (CERN), sistema que veio a alterar toda a história da Internet. A WWW veio, na verdade, modificar para sempre a forma como o consumidor normal recebe as informações, uma vez que permitiu “introduzir ordem e um crescimento ilimitado no até então caótico espaço em que a rede se havia tornado” (Mattoso, 2003: 9). Para Rosental Alves (2006: 95), “em termos de manejo e de acesso a informações, o único paralelo histórico que podemos encontrar para esta revolução é a intervenção do tipo móvel por Gutenberg em 1542, que transformou a humanidade ao ampliar as possibilidades de disseminação do conhecimento”. Estas alterações vieram ainda facilitar a integração dos órgãos de comunicação no meio já que, apesar de o primeiro meio de comunicação ter chegado à Internet em 1981 (o norte-americano Columbus Dispatch), foi apenas depois do revolucionário aparecimento da WWW que esta tendência aumentou exponencialmente.

¹ É possível aceder através do site do jornal *The New York Times* a uma notícia de fevereiro de 1984 que retrata como o Macintosh foi recebido.

A popularização da web não aconteceu, porém, ao mesmo ritmo. Como refere Paulo Faustino (2006: 174), “na Europa, a inovação tecnológica começou a ser introduzida em meados dos anos 60, de forma lenta comparativamente com a indústria jornalística americana”. Ainda assim, esta inovação acabou por “desenvolver a competitividade que parecia perdida [no jornalismo], tornando o negócio viável num novo contexto multimidiático” (Faustino, 2006: 175).

A adaptação dos meios de comunicação à plataforma digital em Portugal passou, segundo Hélder Bastos (2010), por três fases bastante distintas até 2007. A implantação deste novo meio decorreu entre meados de 1995 até 1998, seguida pelo “boom”, nos anos 1999 e 2000, que deu lugar a uma longa fase de estagnação do modelo (2001-2007).

O dia 26 de julho de 1995 marcou o início dos meios de comunicação na internet com o *Jornal de Notícias* a ser “o primeiro diário de informação geral a atualizar, diariamente, a informação na sua edição online” (Bastos, 2010: 2). Apenas dois meses mais tarde foi a vez do *Público* marcar presença naquele meio, apesar de antes dessa data (22 de setembro) já ter colocado, de forma não regular, artigos da versão impressa na internet.

Desse momento em diante vários foram os órgãos de comunicação que migraram para a internet, como foi o caso do *Diário de Notícias*, no final do ano, da *TVI* e da *TSF Online*, em 1996, e do *Expresso* e do *Correio da Manhã*, em 1997, ainda no decorrer desta primeira fase.

A euforia com a Internet era muita e, entre os anos 1999 e 2000, várias redações viram o número de jornalistas a aumentar consideravelmente, de forma a que se pudessem dedicar às novas plataformas (Bastos, 2010: 4). Nessa altura, os jornais já procuravam aproveitar mais a internet, em oposição de simplesmente inserir os textos retirados das suas versões “originais”. Havia agora a procura pelas notícias de “última hora” e conteúdos exclusivos, que tanta mão de obra necessitavam. Foi também no decorrer desta fase de expansão que surgiu o *Diário Digital*, exclusivamente online e que prometia atualizar a informação 24 sobre 24 horas, ao mesmo tempo que muitas publicações conhecidas do público migravam para a internet.

A euforia desvaneceu quando o setor publicitário começou a mostrar sinais de crise afetando, dessa forma, todos os meios de comunicação. A partir de 2001 iniciou-se a fase de “depressão e estagnação”, como Hélder Bastos (2010: 5) a designa. Depois da fase de vários projetos novos, surge a altura em que muitos deles acabam por ir à falência, levando inúmeros profissionais para o desemprego. “A nova economia não existe, tal como muitos investidores a imaginavam. A utopia da Internet como o novo *el dorado* não passa, para já, de uma ilusão. É isso que cerca de 400 trabalhadores – 210 da Teleweb, 26 do Submarino, 40 da Imaterial TV, cerca de 30 na Impresa (Sic.pt e Expresso on-line), 20 do Diário Digital e cerca de 10 dos portais da Media Capital – estão a sentir na pele, após perderem os seus empregos” (Vieira *apud* Bastos, 2010: 6). A verdade é que o que aconteceu em Portugal acabou por ser apenas uma “pequena” amostra do que se passou no estrangeiro. Nos Estados Unidos, por exemplo, entre abril de 2000 e 2001 foram dispensados mais de 75 mil trabalhadores deste tipo de empresas (Bastos, 2010: 6).

Essa fase, que segundo o autor decorreu até 2007, encontra-se agora ultrapassada. Apesar de muitos órgãos de comunicação ainda se questionarem como poderão ser rentáveis na internet, a sua presença nela é uma necessidade confirmada. Faustino, na sua obra *A Imprensa em Portugal: Transformações e Tendências*, de 2006, já considerava que “para garantir a sobrevivência [dos meios de comunicação], é incontornável cobrar de alguma forma pelo que se está a produzir; é visível que o modelo de negócio venha a assentar num *mix* entre publicidade, conteúdos pagos e comércio eletrónico” (Faustino, 2006: 177).

“A web (...) oferece um alcance global, rompendo barreiras de tempo e espaço como não tínhamos visto antes” (Alves, 2006: 95).

Agora, os meios de comunicação percebem que a internet dispõe de potencialidades que mais nenhum meio, atualmente, lhes poderia disponibilizar. Já não se trata de uma *homepage* cópia das capas dos jornais, com os mesmos conteúdos, como acontecia na primeira década do jornalismo online (Alves, 2006: 93). “Assim como o rádio, em seus primórdios, era o ‘jornal falado’ e a televisão era ‘o rádio com imagem’, os meios tradicionais simplesmente levaram para a internet os seus códigos comunicacionais ou

linguagens e, principalmente, a linguagem do jornal diário” (Alves, 2006: 95), tendo sido essa “simples transferência do conteúdo de um meio tradicional para outro novo, com pouca ou nenhuma adaptação” o “pecado original” (Alves, 2006: 93) dos primeiros anos de webjornalismo em Portugal.

Contudo, o repentino avançar do jornalismo online dos últimos anos não pode deixar de ser colocado par a par com uma série de outros fatores. A verdade é que a internet se tornou cada vez mais acessível às massas que, agora, conseguem suportar os custos de ter um ou mais computadores em casa, telemóveis e tablets. A banalização da internet sem fios (Wi-Fi) permitiu ainda que fosse possível aceder à internet em qualquer lugar e, muitas vezes, sem quaisquer custos adicionais devido aos diversos “hotspots” espalhados por toda a parte.

“Com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia wireless, a conectividade móvel está redefinindo os princípios básicos do jornalismo e da mídia” (Pavlik, 2014: 164).

Por outro lado, é ainda importante não esquecer que o aparecimento das redes sociais ajudou a que o jornalismo tivesse esse impulso que fez com que chegasse ao patamar em que agora se encontra. Em meados da década passada surgiram três empresas que em muito vieram influenciar o jornalismo da atualidade: em 2004 o norte-americano Mark Zuckerberg cria o Facebook, em 2005 é fundado o Youtube e, em meados de 2006, aparece o Twitter.

O Facebook e o Twitter permitiram uma difusão das notícias a um nível global, enquanto o Youtube permitiu que pudessem ser partilhados vídeos, tanto por parte dos media, como por parte dos utilizadores, dos anónimos.

Cabrera Gonzalez olha para a evolução do jornalismo digital de forma diferente, referindo que há diferenças quando os respetivos sites nascem no seio de um meio de comunicação com outro tipo de conteúdos já desenvolvidos. Assim, e olhando para aqueles que tinham como base conteúdos impressos, Gonzalez distingue quatro fases (Canavilhas, 2006: 114).

Num primeiro tempo, as redações apenas reproduziam, tanto através da digitalização, como da transformação em PDF, a versão tradicional do jornal, correspondendo à fase a que a autora chama “*fac-simile*”. Posteriormente, assistimos ao “modelo adaptado”, numa altura em que começaram a ser utilizadas algumas das possibilidades da internet através da inserção de *links* e um *design* mais adaptado ao meio. O “modelo digital” surgiu posteriormente com a “utilização do hipertexto e a possibilidade de comentar” (Canavilhas, 2006: 114) as notícias, assim como com o aparecimento das notícias de última hora. A última fase corresponde ao “modelo multimédia”, numa altura em que “as publicações tiram o aproveitamento máximo das características do meio, nomeadamente a interactividade e a possibilidade de integrar som, vídeo e animações nas notícias” (Canavilhas, 2006: 114).

Outro fator importante a ter em conta com todas as alterações no mundo do jornalismo é a importância do papel dos cidadãos na produção das mesmas. John V. Pavlik, no capítulo que aborda a ubiquidade, refere que “na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está a expandir-se. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional” (Pavlik, 2014: 181).

A opinião partilhada por Pavlik coincide com a de Rosental Alves que relaciona o comportamento atual dos cidadãos com a sua ligação às notícias.

“Numa era em que milhões de pessoas andam com telefones móveis no bolso equipados com câmaras de fotos ou de vídeo, nada mais natural que elas registarem e divulguem fatos importantes antes da imprensa. Os cidadãos ganharam a capacidade de se expressar na web e nos outros novos meios. Eles estão criando comunidades virtuais, participando de *blogs* e de fóruns criados pelos meios de comunicação tradicionais ou mesmo sendo os protagonistas em meios lançados especialmente para coletar e divulgar as mensagens da audiência” (Alves, 2006: 101).

Essa contribuição por parte dos cidadãos acaba por ser mais um dos fatores que altera toda a história do jornalismo. A verdade é que, com a evolução da internet e dos próprios

equipamentos eletrônicos, tornou-se mais fácil para todos chegar às notícias que “acabaram de acontecer” e que apenas os cidadãos normais poderiam captar devido ao seu posicionamento estratégico (Pavlik, 2014: 165), continua Pavlik, dando como exemplo disso mesmo acontecimentos tão recentes como a Primavera Árabe.

A verdade é que as novas tecnologias e os novos meios permitiram que as notícias atingissem novos públicos. Tal como aconteceu quando surgiu a *penny press*, que fez com que as notícias deixassem de ser apenas para a elite, também agora a integração do jornalismo na internet em geral, e nas redes sociais em particular, fez com que a atualidade chegasse mais perto de faixas etárias e classes sociais que, à partida, ou não procurariam notícias ou não tinham possibilidades financeiras para lhes aceder.

Por outro lado, a internet permitiu aos órgãos de comunicação social conhecer melhor quem os vê. A partir das partilhas, dos “gostos” ou das visualizações, é possível ter um *feedback* superior ao que era normal em relação aos gostos dos públicos. Os jornais avaliam as “pages views” ou os comentários para perceber que temas têm mais impacto. Apresentam listas das notícias mais lidas do mês ou da semana – algo que não era possível perceber antes da era do jornalismo digital, quando apenas era possível avaliar a venda e circulação dos jornais.

É um novo mundo, virado para novas pessoas, com novos conteúdos e novas formas de ver.

Guilherme Mattoso (2003) apresenta quatro características que marcam o Webjornalismo. Em primeiro lugar aborda a interatividade como uma das características fundamentais em que “chats, e-mails, fóruns, pesquisas e sistemas de comentários são alguns dos recursos mais utilizados na rede que tornam possível a interatividade de forma massiva” (Mattoso, 2003: 22). Em segundo lugar o autor aponta para o hipertexto como algo que alarga os horizontes de quem vê a notícia uma vez que se apresenta como um “sistema de escrita e leitura não-linear” que permite os leitores “conduzir a própria leitura” do texto (Mattoso, 2003: 22). A “multimedialidade ou convergência de média, como o próprio nome diz, trata-se de uma fusão dos formatos dos média ‘tradicionais’: texto, imagem e som em um único fato jornalístico” (Mattoso, 2003: 23), sendo essa a terceira característica apresentada. Por

fim apresenta a customização que permite orientar e poupar tempo ao utilizador, funcionando como sistema 'push' em que é o próprio sistema que procura o leitor e lhe apresenta as notícias (como por exemplo através do e-mail). É seguindo este conceito que Rosental Alves (2006: 97) afirma que a comunicação, com a evolução da internet e da informática, "se torna eu-cêntrica porque tenho acesso somente ao que eu quero, na hora que eu quero, no formato em que eu quero e onde eu quero".

João Canavilhas, numa obra publicada em 2014, compila uma série de características que diferenciam este "novo tipo" de jornalismo e que o distancia do que era praticado antes de meados dos anos 90 do século passado e é, por isso, um bom exemplo a ter em conta nesta reflexão. A hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a memória, a instantaneidade, a personalização e a ubiquidade são apresentadas como os novos conceitos a ter em conta quando se fala da prática do jornalismo nas últimas décadas.

Em primeiro lugar, Alejandro Rost afirma que "o contacto, a participação e o conteúdo que os utilizadores partilham, contribuem para definir as formas que o jornalismo atual adota" (Rost, 2014: 53). Desta forma, o autor responsabiliza os utilizadores pela forma adotada pelo jornalismo do século XXI, reforçando que a história do jornalismo se desenvolve em volta daquilo que é procurado e desejado pelo seu público que, perante a nova tecnologia, dispõe de mais possibilidades de escolha do que acontecia anteriormente quando lia o jornal ou via/ouvia as notícias segundo a lógica definida pelo seu *gatekeeper*: o jornalista.

"Se no papel, a organização dos dados evolui de forma decrescente em relação à importância que o jornalista atribui aos dados, na web é o leitor quem define o seu próprio percurso de leitura" (Canavilhas, 2006: 12).

Por outro lado, mais do que simplesmente avaliar a venda dos seus produtos, os *media* poderão mensurar a perceção dos utilizadores. Isto implica o acesso a informação sobre o que é, em geral, mais procurado, via o sistema de "pages views" e até as partilhas e os "gostos" nas redes sociais. A partir da informação que o jornalista tem agora acesso, tornou-se mais fácil estes moldarem as suas práticas em relação ao que é procurado. Agora tornou-se mais fácil olhar para o público como um conjunto de inúmeras personalidades, ao invés

de um simples aglomerado de pessoas cujos interesses não são conhecidos.

Hoje, é possível determinar a audiência de determinado conteúdo tendo por base vários fatores, tais como o tempo disponibilizado a ler ou a assistir determinado conteúdo, as partilhas e os comentários eventualmente realizados. A verdade é que é dada tal importância a esses fatores que o próprio Facebook criou uma plataforma de modo a potenciar a leitura de notícias na sua rede. Foi a 12 de maio de 2015 que a rede de Zuckerberg criou o “Instant Articles”, uma plataforma que prometia diminuir em 70% a probabilidade de abandono do artigo, que se tornava dez vezes mais rápida ao aceder aos artigos na web e que, em média, fazia com que os utilizadores lessem mais 20% de artigos². Esta plataforma acabou por ter a adesão de vários meios de comunicação como o *The New York Times* ou o *El Mundo*, tendo, no entanto, apenas chegado a Portugal em 2016 com jornais como o *Jornal de Notícias*, ou televisões como a *SIC* a aderirem inicialmente. A criação da “Instant Articles” comprova a preocupação do Facebook com o jornalismo, tendo noção do seu papel determinante para a difusão das notícias.

De forma a compreender melhor a problemática da interatividade no jornalismo, Rost (2014: 56) distingue, em primeiro lugar, a interatividade seletiva e a interatividade comunicativa, sendo que a primeira corresponde ao “controlo por parte do utilizador sobre o processo de receção dos conteúdos”, ou seja, a sua relação com o próprio website, por exemplo, enquanto na segunda é o “leitor que gera algum conteúdo que depois se torna público”.

O capítulo que aborda a interatividade é, de certa forma, um dos mais importantes já que não se trata apenas de uma característica que surgiu quando apareceu a internet, mas sim de uma que evoluiu drasticamente, como Rost refere, dando o exemplo para cada meio. Nos jornais, o leitor podia escolher, dentro do número de páginas oferecido, aquilo que queria ler, correspondendo à interatividade seletiva, enquanto por outro lado podia comunicar com os jornalistas, ou seja, usufruir da interatividade comunicativa, através das

² O microsite <https://instantarticles.fb.com/> permite conhecer de forma aprofundada a plataforma que agora é utilizada por tantos meios de comunicação.

cartas de leitor. Já a televisão é aquela que, devido às suas características próprias, oferece uma maior interatividade seletiva já que o espetador, através do controlo remoto, pode escolher o que pretende ver; por outro lado, a interatividade comunicativa é limitada, observa o autor. Por fim, a rádio é, ao contrário da televisão, o meio menos interativo a nível seletivo, já que a sua emissão é linear e não pode ser alterada, e o mais interativo a nível comunicativo, já que bastava uma chamada telefónica para comunicar.

Alejandro Rost refere ainda que não é possível falar da interatividade seletiva sem falar da evolução dos websites dos meios de comunicação. Refere que, desde que surgiram as primeiras plataformas, em meados dos anos 1990, até ao presente, foi possível assistir a quatro fases distintas, tal como foi distinguido anteriormente. A primeira diz respeito aos “primórdios” dos sites, em meados dos anos 1990, numa altura em que as redações se limitavam a transcrever para os sites aquilo que já tinham publicado nos respetivos meios tradicionais não havendo, por isso, grande margem de seleção por parte dos utilizadores. A partir de 1998 dá-se início à segunda etapa já que, com a evolução da própria internet, os meios de comunicação começaram a dedicar-se mais aos conteúdos que tornavam disponíveis, alargando-os e utilizando, pela primeira vez, uma das suas mais importantes potencialidades – a instantaneidade – que lhes permitia publicar conteúdos de última hora que, por razões temporais, não puderam ser colocados nos meios tradicionais que dispunham. É ainda nesta fase, de maior mudança, que o correio eletrónico começa a ser utilizado como forma de receção de notícias, algo que ainda hoje é extremamente utilizado pelos órgãos de comunicação através das *newsletters*.

“Se desde o início da imprensa na internet até ao ano de 2002, aproximadamente, a maioria dos jornais oferecia uma hemeroteca online meramente ‘testemunhal’ dos últimos dias ou semanas, desde então a quantidade de recursos acessíveis cresceu de forma notável.” (Guallar, Abadal e Codina *apud* Rost, 2014: 61)

A terceira fase tem início em 2004 numa altura em que se procede a uma adaptação por parte do jornalismo de vários fatores que já eram usados em blogues. Com o aperfeiçoamento da tecnologia, a imagem dos sites melhora consideravelmente e, a partir

de 2005, surge a tendência de inserir *tags* e ligações no corpo do texto.

A partir de 2009 dá-se início à fase que decorre até hoje na qual as redes sociais adotam um papel muito importante, tendo passado a fazer parte do dia a dia dos órgãos de comunicação. Estas marcam a era da multiplataforma e tornaram-se, muitas vezes, a própria porta de entrada para a notícia, fazendo com que a página principal perdesse importância.

Perante todas as mudanças que o jornalismo sofreu ao longo das últimas décadas, também o jornalista teve de se adaptar e aprender a lidar com a tecnologia envolvente. Sônia Padilha (2009: 2) considera que “o jornalista contemporâneo tem que saber usufruir da Web como ferramenta básica para o seu trabalho. Ela está imposta à sua sobrevivência tanto quanto a escrita”. Concha Edo chega mesmo a considerar que estamos perante “um novo tipo de jornalista – um profissional que tem neste tipo de trabalho uma alta percentagem de documentalista, que seja capaz de expor com eficácia o relato dos acontecimentos e os comentários produzidos nos distintos suportes possibilitados pelo ecrã do computador” (Edo *apud* Canavilhas, 2006: 16). Atualmente, para conseguir sobreviver no mundo tecnológico, o/a jornalista tem de ser capaz de exercer certas funções que antes não lhe eram exigidas. Padilha (2009: 3) realça três características fundamentais: o “enfrentamento de redações com trabalho ininterrupto”, a “interação eletrónica” e a “capacidade para trabalhar com edição multimédia”. Contudo, a autora lembra que, apesar de a internet já se encontrar presente em muitos lares, “enquanto tivermos um oceano de pessoas fora do mar da internet ela jamais será democrática” (Padilha, 2009: 9) e, para que tal aconteça, é ainda necessário melhorar vários aspetos de forma a que todos consigam aceder à mesma.

2.1.1 A verificação dos dados no jornalismo online

A participação por parte do/a cidadão/ã comum no processo da construção da notícia levanta certas problemáticas, nomeadamente a dificuldade em identificar quem transmite a informação – uma vez que, como salienta Paulo Serra (2006: 6), “o problema da

credibilidade coloca-se, portanto, sobretudo em relação àquelas entidades e organizações cujo nome é mais ou menos desconhecido”.

Na sequência disso mesmo surgem conceitos como o da geolocalização que, tal como John Pavlik (2014: 174) defende, apesar de não ser totalmente “impenetrável à manipulação ou falsificação”, tal como nenhuma ferramenta na Web o é, acaba por se tornar importante na altura de fornecer contexto a determinado conteúdo e que, a partir daí, permite avaliar a veracidade do mesmo.

“O círculo vicioso pode resolver-se dizendo que a relação entre a credibilidade do orador e a credibilidade do discurso é uma relação dialética, no duplo sentido em que é, por um lado, uma relação em que as qualidades de cada um dos elementos se vão repercutindo no outro – o orador vai-se tornando credível à medida que o seu discurso se torna credível, e reciprocamente” (Serra, 2006: 2).

De acordo com a ideia defendida por Serra, a credibilidade na Web e a confiança por parte do público naquilo que não conhece trata-se de algo que vai sendo conquistado com a divulgação dos conteúdos. Por outro lado, lembra Serra (2006: 4), “exige-se (...) que cada um dos jornalistas e a organização jornalística como um todo obedeçam a princípios deontológicos e técnicos”, estando, por isso, abrangidos pelo Estatuto do Jornalista, que apresenta como deveres fundamentais informar “com rigor e isenção” o leitor e “não falsificar ou encenar situações com intuítos de abusar da boa-fé do público” (Lei nº 1/99 de 13 de janeiro).

De forma a tornar mais clara esta problemática, Paulo Serra refere como exemplo um estudo apresentado em 2002 pela universidade norte-americana de Princeton que, embora se refira a uma época de um jornalismo *online* diferente do atualmente praticado, apresenta os “fatores prioritários que levam os utilizadores a escolher um sítio de notícias e informação” (Serra, 2006: 8). Nessa lista figuram, por ordem crescente, a “política de privacidade”, a “identificação clara da publicidade e a sua distinção das notícias e da informação”, o “endereço de correio eletrónico do editor ou da pessoa responsável pelo conteúdo” e, por fim, a “indicação das relações financeiras com outros sítios ou outros

negócios” (Serra, 2006: 8). Os fatores apresentados permitem concluir que o mais prezado pelos leitores é mesmo a transparência do órgão de comunicação para que, dessa forma, os utilizadores consigam decidir, de forma consciente e informada, se determinado espaço é credível ou não. Contudo, e na pressa do jornalismo online, essa transparência e mesmo essa verificação nem sempre são praticadas, sob prejuízo de quebrarem, ou não construírem, a ligação com o público que é tão necessária.

“O público *online* pretende informação exata, completa e imparcial de uma fonte de confiança – e querem-na já’ – querendo significar que, no fundo, residirá neste ‘já’ a única diferença essencial entre o ‘velho’ jornalismo e o jornalismo online” (Finberg, Stone e Lynch *apud* Serra, 2006: 10).

2.1.2 A busca pela velocidade

Desde que o jornalismo online o é, sempre teve adjacente a necessidade de competir contra o tempo – quer na hora de produzir as notícias, quer na altura de as difundir. Tudo é mais rápido na Web e tudo irá continuar a evoluir nesse sentido, a partir do momento em que são os próprios utilizadores que procuram a informação com rapidez. A verdade é que as novas gerações já nascem neste novo meio e acabam por se virar mais para este tipo de informação, em detrimento do jornalismo tradicional (Pavlik, 2014: 180).

Tal como Bradshaw (2014: 133/134) defende, “a velocidade sempre desempenhará um papel importante na distribuição (...): esta joga com o instintivo, [e] partes inconscientes do nosso comportamento” contudo, traz consigo várias consequências às quais ainda todos se procuram adaptar.

Em primeiro lugar, altera todas as rotinas a que os jornais, e os próprios jornalistas, estavam habituados. A atualização constante dos conteúdos dos meios de comunicação obriga a que haja sempre alguém nas redações disposto a atualizar ou a produzir notícias nos picos de audiência de cada meio. Paul Bradshaw (2014: 114) aborda essa questão, referindo que o pico de audiência da Web se dá quando as pessoas chegam ao trabalho e quando regressam

a casa; por outro lado, no caso do e-mail, a “janela de atenção” dá-se logo pela manhã, a seguir à Web (altura em que os meios de comunicação enviam, estrategicamente, as suas *newsletters*). Para além dos picos de audiência, os jornais procuram ainda seguir as rotinas dos seus utilizadores tendo a preocupação de ter notícias produzidas à hora do pequeno-almoço ou antes da pausa normal a meio do dia, procurando desta forma exponenciar as suas visualizações. No caso do *Jornal de Notícias* essa busca era bastante visível tendo sempre jornalistas disponíveis a atualizar o site entre as 7:00 horas e a 1:00 hora.

A facilidade agora oferecida ao jornalista de apresentar um evento à medida que este acontece, através do *liveblogging*, é uma nova tendência que surgiu com este novo jornalismo. Andrew Sparrow, correspondente do jornal britânico *The Guardian*, chega mesmo a assumir que “se o jornalismo é a primeira versão da estória, o *blogging* ao vivo é a primeira versão do jornalismo” (Bradshaw, 2014: 121). Elogia ainda esta forma de fazer jornalismo, que inicialmente surgiu para relatar acontecimentos mais curtos (como eventos desportivos), referindo que, desta forma, o jornalista não tem tanto de se preocupar com a seleção dos dados, estando, ao invés, “apto a publicar cada fragmento que achava que valia a pena partilhar, o que não acontece aos outros [jornalistas] que precisam fazer caber o material num determinado espaço do jornal” (Bradshaw, 2014: 121).

Porém, a velocidade não afeta apenas os jornalistas no que respeita aos seus horários de trabalho. “A velocidade é uma faca de dois gumes no mundo de distribuição de notícias. Embora exista grande valor em veicular notícias precisas à velocidade da luz para uma comunidade global, há também o risco de se espalhar rapidamente os erros nas reportagens” (Pavlik, 2014: 166), impulsionando, desta forma, não-verdades.

Perante todas estas mudanças, os meios de comunicação têm de procurar, cada vez mais, o seu lugar num meio cada vez mais sobrelotado. Para Bradshaw, a solução está em a velocidade “ser complementada com a profundidade que as pessoas estão dispostas a pagar” (Bradshaw, 2014: 134), permitindo desta forma que os próprios meios de comunicação consigam ter receitas no meio online. “A cobertura online das notícias tem crescido exponencialmente, enquanto a plataforma impressa está a ser usada mais para

publicar detalhes e análises” (Bradshaw, 2014: 128), encontrando desta forma cada meio o seu local.

2.2 A importância dos dispositivos móveis

Quando falamos do jornalismo dos dias de hoje não podemos também esquecer a importância que os telemóveis e tablets têm no que diz respeito ao acesso e difusão dos conteúdos noticiosos.

Foi em 1973 que foi realizada a primeira chamada telefónica a partir de um dispositivo móvel. O telemóvel DynaTAC, criado por Martin Cooper, funcionário da Motorola, marcou o início de uma nova geração de comunicações, apesar de o seu aspeto não ser o mais cativante ou até confortável para transporte – “pesava mais de um quilo, tinha 25 centímetros de altura, seis de profundidade e quatro de largura” (Público, 2003). Contudo, aquela foi a primeira vez que foi possível estabelecer contacto telefónico sem ter algum tipo de ligação a prender o utilizador a um determinado lugar.

João Canavilhas destaca, no texto “Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada”, as diversas motivações que levam as pessoas a procurar um telemóvel, tendo como base diversos autores. Realça as várias componentes resultantes da possibilidade de comunicação através do dispositivo – a de ser possível “manter o contacto com colegas”, da “possibilidade de enviar e receber informação permanentemente” e ainda da “maior sensação de segurança” (Canavilhas, 2012: 6). Por outro lado, é ainda salientada a mobilidade do dispositivo, o entretenimento que ele oferece e, por fim, o “status ou sentimento de pertença a um grupo” (Canavilhas, 2012: 6) resultante da aquisição do mesmo.

A indústria dos dispositivos móveis foi evoluindo e, com o tempo, acabou oferecendo mais autonomia e mais funcionalidades aos seus utilizadores. Para os meios de comunicação essa evolução passou a ser vista como uma oportunidade de chegar aos seus públicos e de tornar

o jornalismo mais acessível, começando a utilizar o SMS (Short Message Service) para apresentar títulos das suas notícias, que depois poderiam ser procurados nas suas edições tradicionais. Este método, que se mostrou bastante eficaz por permitir aos utilizadores ler rapidamente as notícias, de forma silenciosa, e difundi-las com a mesma rapidez, começou ainda a ser utilizado para apresentar ao seu público notícias de última hora que, por razões óbvias temporais, não estariam presentes nas edições mais convencionais. Este foi o início do sistema “push”, em que os meios de comunicação procuravam as pessoas, ao invés de estas procurarem as notícias – o sistema “pull” (Canavilhas, 2012: 7).

Esta alteração dos hábitos das pessoas, que passaram a estar permanentemente disponíveis através do seu telemóvel, obrigou o próprio jornalismo a moldar a sua postura e a apresentar-se mais generalista, de forma a conseguir alargar o seu público-alvo. “No final de 2011 estimava-se que a taxa de penetração mundial de telemóveis atingisse os 86.7%, um número que supera largamente os 34.7% da internet e os 16.6% dos telefones fixos” (Canavilhas, 2012: 6), o que tornou, por isso, este meio bastante apetecível para as indústrias.

João Canavilhas, em 2012, já olhava para a distribuição do telemóvel como a “mais homogénea, com todas as regiões do globo a ultrapassarem os 50%” (Canavilhas, 2012: 4). Foi, contudo, com o aparecimento dos *smartphones* que o jornalismo para dispositivos móveis se moldou. “Enquanto objeto pessoal, o *smartphone* é a plataforma ideal para manter uma ligação permanente do utilizador à notícia em desenvolvimento, podendo até pedir a sua participação, enviando informações ou opiniões que são imediatamente incorporadas nas notícias” (Canavilhas, 2012: 12).

Em março de 2016, a Marktest divulgou um estudo onde concluiu que mais de seis milhões de pessoas utilizam *smartphone* em Portugal, correspondendo a “68.0% dos possuidores de telemóvel residentes em Portugal com 10 e mais anos” (Marktest, 2016).

Esta importância dos meios de comunicação móveis mostra-nos que estamos perante um “novo ecossistema mediático” (Canavilhas, 2010) onde é possível encontrar uma ligação entre os velhos e os novos média porque, como Canavilhas relembra através da famosa

frase atribuída a Darwin, “as espécies que sobrevivem não são as espécies mais fortes nem as mais inteligentes, mas aquelas que se adaptam melhor às mudanças” (Canavilhas, 2010: 7).

Desta forma, tornou-se, com o passar do tempo, óbvia a necessidade de os “velhos meios” de comunicação encontrarem um lugar naquilo que os leitores olham como o futuro, já que “não se trata apenas de acrescentar algo ao que já existia, mas sim de utilizar tudo o que existe, mas de formas diferentes que variam em função do ambiente” (Canavilhas, 2010: 2) de forma a sobreviver.

Canavilhas (2010: 3) apresenta três tipos fatores que dizem respeito ao ecossistema mediático: “[os fatores] mediáticos (estudo dos meios e das suas relações), contextuais (estudo do espaço e da forma como se processam os consumos mediáticos) e tecnoambientais (estudo dos interfaces e da ação dos consumidores no ecossistema)”, sendo que é neste último fator que se encontra esta nova forma de difundir os conteúdos através de dispositivos móveis. Para o autor, os *smartphones* “juntam duas novas funções ao seu objetivo inicial de comunicação interpessoal: uma comunicação mais ligada ao entretenimento (...) e uma outra no campo mais mediático graças à possibilidade de se ligar à Internet, a função informação” (Canavilhas *apud* Canavilhas, 2010: 5), sendo exatamente estas características que fizeram com que este recebesse tal interesse por parte dos meios de comunicação.

2.3 A influência das redes sociais na produção noticiosa

Em meados da década passada, o jornalismo viu a sua forma de difusão ser alterada com o surgimento das redes sociais. Tal como Rost defende, “as redes sociais marcam não só um momento importante na interatividade comunicativa – ao dar maiores possibilidades aos utilizadores para difundir conteúdos – mas também implicam novas formas de acesso interativo e personalizado aos conteúdos” (2014: 63).

Em fevereiro de 2004³, o jovem estudante de Harvard Mark Zuckerberg e os colegas Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin criaram o Facebook. Para eles, tratava-se de uma espécie de “livro” que permitia aos colegas da universidade conhecerem-se através daquela rede, como é possível perceber na “newsroom” da rede social. Um mês depois, o Facebook é alargado às universidades norte-americanas de Stanford, Columbia e Yale e em dezembro de 2004 atinge o primeiro milhão de utilizadores. Em finais de 2005, escolas fora dos Estados Unidos passam a poder aceder ao Facebook e, em 2006, este expande-se de forma a tornar-se acessível a todos, permitindo à rede social chegar ao final desse ano com 12 milhões de utilizadores.

Enquanto Zuckerberg procurava alargar a sua rede social a todos os que tinham acesso à internet, Jack Dorsey envia, em março desse mesmo ano, o primeiro tweet. O Facebook continuou a crescer nos anos seguintes, criando várias ferramentas como o chat, em abril de 2008, e o botão do *like*, em fevereiro de 2009, que o tornaram até hoje tão célebre e que lhe permitiram chegar ao fim desse ano com 360 milhões de utilizadores. 2009 foi também o ano de viragem do Twitter quando um avião da US Airways tem um acidente em Nova Iorque e a primeira foto a ser transmitida e a espalhar a notícia foi colocada no Twitter por um utilizador comum, antes mesmo de ser conhecida nos média tradicionais. Este foi apenas o começo da importância do Twitter enquanto voz do jornalista cidadão e da importância das redes sociais na altura de criar notícias, e não apenas enquanto meio de transmissão das mesmas. Essa tendência foi confirmada em janeiro de 2011 quando se deu o movimento árabe pró-democracia, que foi divulgado através desta rede social.

Enquanto o Twitter se desenvolvia essencialmente enquanto fonte de notícias, o Facebook procurava melhorar o “terreno” que criara para difundir as notícias levando à criação, em maio de 2015, da plataforma “Instant Articles”, como referi no tópico anterior.

A vertente personalizada das redes sociais é deveras importante para os utilizadores e para

³ A cronologia do Facebook é apresentada de forma bastante clara na sua “newsroom”: <https://newsroom.fb.com/company-info/>. Os elementos históricos que a seguir publicaremos referem-se a esta fonte.

os próprios órgãos já que, desta forma, os primeiros deixaram de ser apenas números para os meios de comunicação e passaram a ser alguém que tem gostos e interesses conhecidos. Ao longo dos anos, os utilizadores deixaram o anonimato e passaram a participar cada vez mais através, por exemplo, dos comentários no fim das notícias. Contudo, Rost critica a posição dos media perante essa potencialidade da internet já que, em vez de estes criarem um diálogo com os seus utilizadores, limitam-se a mediar os comentários da forma possível (nem sempre a melhor, já que esta é uma “guerra” que decorre até aos dias de hoje entre a liberdade de expressão dos utilizadores e os comentários com pouco interesse para o local que por vezes produzem). A crítica assenta ainda no facto de não utilizarem a potencialidade dos “tweets” ou das partilhas de forma a comunicar com os mesmos, escrevendo apenas frases simples relacionadas com as notícias, ao invés de potenciar o diálogo, aspeto criticado por Alejandro Rost. Steve Paulussen e Raymond Harder chegam mesmo a considerar que o “Twitter tem a capacidade de aumentar a diversidade de vozes nas notícias através da inclusão tanto de fontes desconhecidas como de bem conhecidas que não estão disponíveis – ou pelo menos não estão tão facilmente acessíveis” (Paulussen e Harder, 2014: 549).

Contudo, as redes sociais não trouxeram apenas diferenças no que respeita ao contacto com o público. Também os próprios conteúdos produzidos pelos jornalistas sofreram mudanças com o seu aparecimento. “As redes sociais não são meras ferramentas, mas novos ecossistemas jornalísticos e metáforas das novas relações” (Overhelser; Nogueira *apud* Rost, 2014: 72), tendo por isso provocado mudanças também ao nível da própria produção noticiosa.

Como já foi referido anteriormente, as redes sociais acabam por adotar muitas vezes o papel de porta de entrada para as notícias dos diferentes média, num meio (o *feed* de notícias do Facebook, por exemplo) em que vários órgãos de comunicação se encontram e “lutam” contra outras fontes de difusão de acontecimentos. Desta forma, assistimos muitas vezes aos jornais a tentarem agarrar o leitor colocando diferentes títulos ou imagens às suas notícias daqueles que encontramos nos seus próprios sites, ou através da descrição que dão aguçando a curiosidade do leitor interpelando-o com perguntas como “concorda?” ou “já

viu o vídeo?”.

“As redes – e a Web em particular – inauguraram formas de comunicação pós-massivas (Lemos, 2007, pp. 121-137), fazendo dos atos de consumir e produzir informação polos de alternância e não, necessariamente, de permanência” (Palacios, 2014: 94).

Não foi apenas a apresentação da notícia que se alterou, mas também o seu conteúdo. A verdade é que as redes sociais não representam apenas uma forma de difundir as notícias, mas também se tornaram uma fonte informativa para os próprios órgãos. Muitas vezes histórias que circulam nas redes através da partilha quer por parte de anónimos, quer por parte de celebridades, acabam por se transformar em notícia, tornando-se, por isso, polos de alterância, como Marcos Palacios refere na obra *Web Jornalismo – 7 características que marcam a diferença*. Exemplo disso mesmo é o caso da notícia produzida pelo *Jornal de Notícias* sobre uma partilha realizada por uma habitante de Belfast quando regressava a casa. Assistiu ao condutor do autocarro a ajudar um sem-abrigo, partilhou no Facebook e, em apenas dois dias, viu o seu “post” a alcançar mais de 67 mil “gostos” e cerca de quatro mil partilhas, acabando, dessa forma, por ir parar aos meios de comunicação social (*Jornal de Notícias*, 12/11/15). Outro exemplo é o de uma foto de um cão amordaçado, publicada no Facebook pela própria dona, que se tornou de tal forma viral que foi parar também ela às notícias (*Jornal de Notícias*, 01/12/15). Estes dois exemplos mostram como o Facebook, para além de ser um meio de difusão das notícias, é também uma fonte de informação.

Apesar de o Facebook ter dominado grande parte deste capítulo, é importante não esquecer também a importância que tanto o Twitter, que atua de forma bastante semelhante à do Facebook, como o YouTube, representam. Enquanto as redes sociais oferecem texto e imagem aos meios de comunicação, o YouTube disponibiliza apenas o vídeo. Contudo, e tal como acontece com as redes sociais, os conteúdos lá colocados podem ser integrados nas notícias, de forma a completá-las o máximo possível, e, outras vezes, permite, também ele, a criação de outras. Enquanto estagiária na secção online do *Jornal de Notícias* deparei-me com situações em que o próprio vídeo era a notícia, originando a

criação da mesma. Quando um britânico decidiu subir a Torre Eiffel de uma forma mais invulgar e perigosa, escalando, e produziu um vídeo desse momento, partilhado no Youtube, acabou por potenciar a criação de uma notícia falando desse acontecimento (Jornal de Notícias, 09/11/15). É ainda importante lembrar que há, cada vez mais, uma busca incessante por parte dos meios de comunicação pelo vídeo, procurando levar o leitor ao local onde determinado acontecimento ou tragédia teve lugar. Recordo-me especialmente de quando se deu o acidente em Meca, aquando da Hajj de 2015 e de onde resultou a morte de centenas de pessoas, altura em que foram dedicados esforços especiais na redação para encontrar vídeos que mostrassem o momento em que tudo aconteceu, procurando em vários meios que disponibilizassem esse género de conteúdos.

A relação entre os “velhos” meios de comunicação e as novas plataformas tornou-se de tal forma estreita e necessária que estes até optaram por incluir nas suas páginas e nas próprias notícias ícones das diferentes redes sociais de forma a remeter o leitor/utilizador às suas páginas nas redes.

A verdade é que a notícia evoluiu de tal forma nas últimas décadas que acabou por se tornar cada vez mais móvel e social. Agora, qualquer utilizador de um *smartphone* ou tablet pode instalar a aplicação dos meios de comunicação de forma a aceder às notícias em qualquer lugar e de forma mais simples, adaptando os seus conteúdos a esses meios. Por outro lado, podemos falar do seu lado mais social devido à maior comunicação que se pode desenvolver entre as partes, como supramencionado.

As redes sociais e as próprias aplicações dos órgãos fizeram com que o papel do leitor se tornasse mais visível e que este pudesse colocar os conteúdos da forma que mais lhe agradava. A personificação dos conteúdos, através da configuração dos mesmos, foi um dos aspectos mais visíveis. A verdade é que agora o leitor dispõe de mais alternativas quando procura notícias, tudo devido à evolução do meio em que estas são produzidas e difundidas.

Outro aspeto que sofreu uma enorme alteração com o aparecimento da web e das próprias redes sociais foi o espaço ilimitado que caracteriza este novo meio. Esta foi, para Marcos Palacios, a “maior rutura resultante do advento da Web como suporte mediático para o

jornalismo” (Palacios, 2014: 95), já que agora os jornalistas podem alongar os assuntos até onde consideram ser necessário, sem ter a preocupação de não dispor de espaço suficiente para tal.

Perante todas estas evoluções e todas as novas formas de aceder a novos conteúdos, tornou-se necessário criar técnicas que permitissem verificar a informação que percorre a rede. Para Paul Bradshaw, a desconfiança associada às redes sociais parte do desconhecimento relacionado com as mesmas, aspeto que deveria ser combatido através da educação dos jornalistas e da integração de sistemas de gestão de conteúdos, como este realça no seu capítulo destinado à problemática da instantaneidade. Perante isto, Bradshaw divide as técnicas em três categorias: o conteúdo da comunicação, o contexto em que acontece, questão em que entra a geolocalização, e o código subjacente.

Uma vez aplicadas, as técnicas apresentadas acabariam por ajudar a informação a fluir na rede, já que não estamos apenas perante “uma instantaneidade em publicar, mas também em consumir e, sobretudo, em distribuir” (Bradshaw, 2014: 112), reforça Bradshaw. Todas estas etapas tornaram o acesso à informação na rede mais seguro e mais fidedigno para o próprio utilizador, já que, como foi abordado anteriormente, a velocidade acaba, por vezes, por negar ao jornalista o tempo necessário para verificar a informação que publica.

2.4 Popularidade ou interesse informativo?

Se há várias décadas atrás o que mais preocupava os jornalistas era seguir os critérios de noticiabilidade de forma a justificar a passagem de determinado acontecimento para as páginas dos jornais, hoje em dia parece que a história é diferente. Ao contrário do que acontecia desde a criação do jornalismo até à década de 90 do século passado, os meios de comunicação conseguem agora conhecer e perceber o seu público. Essas novas informações fizeram com que os meios de comunicação as utilizassem de forma a ir ao encontro dos interesses do seu público e, para isso, surgiram vários “indicadores de atenção”.

“Os comentários servem como ‘indicadores de atenção’ de forma a perceber a prevalência de interesse público em determinados momentos e determinadas construções noticiosas” (Palacios, 2014: 103), reforça Palacios. Estes permitem que seja perceptível em que temas o público presta mais atenção e quais seriam aqueles que se tornarariam mais rentáveis para os órgãos de comunicação. Este é um dos indicadores mais importantes para os jornalistas já que, para além de permitir que seja possível perceber que notícias despertam mais interesse, permite ainda que seja possível compreender a opinião dos utilizadores em relação a isso mesmo, através do que por eles é escrito.

Outro “indicador de atenção” é o número de acessos que determinada página (ou site) tem, ou seja, o número de “page views”. Apesar de tudo, por vezes este é um dado enganador já que, um único leitor, utilizando um único endereço IP (Internet Protocol Address), pode fazer com que um site tenha várias “page views” não deixando, porém, de ser um indicador da atenção do seu público.

De resto, podemos indicar todas as reações envolvidas com as redes sociais neste tópico. A verdade é que, através dos “gostos”, dos “retweets” ou das partilhas, os meios de comunicação conseguem compreender quais são os assuntos que merecem mais atenção.

É claro que há vários tipos de abordagem na hora de decidir os critérios que devem ser usados para determinar que acontecimentos são notícia e a verdade é que a política editorial dos órgãos de comunicação acaba por determinar, em grande parte, isso mesmo. Contudo, com o webjornalismo, podemos assistir à aproximação, por parte de vários órgãos de comunicação de referência, à emoção, algo tão característico dos jornais sensacionalistas. Agora, os meios de comunicação procuram puxar ao sentimento do leitor, tocando em temas sensíveis, ou então apenas em questões controversas – como por exemplo os direitos das mulheres nos países árabes ou os direitos dos animais – que tantas vezes vemos tratados. Por outro lado, algo que começou a ser cada vez mais comum nos jornais online foi a criação de um espaço para as notícias fora do comum – espaço que no *Jornal de Notícias* foi apelidado de “Mundo Insólito”. Este é um meio que pretende fugir um pouco àquilo que são normalmente as notícias. Em vez de pretender informar as pessoas

sobre os assuntos que são importantes no dia a dia, procura tornar-se um espaço mais “leve”, provocando os sentimentos do público.

Cada vez mais comuns passaram também a ser as notícias referentes a celebridades. Perseguindo a vontade de muitos utilizadores de conhecer a vida pessoal das pessoas que conhecem dos ecrãs, os jornais procuraram cada vez mais esmiuçar a vida de cada um deles, sendo cada vez mais possível assistir a “notícias” das férias de cada um ou das suas relações amorosas.

Estas são mudanças que muitos criticam, não só por passaram a fazer parte do dia a dia dos jornais mais populares, mas também por começarem a marcar presença nos jornais que eram vistos como de referência. Contudo, a lei da concorrência quase que acabou por tornar esta mudança necessária para os mesmos a partir do momento em que são as visualizações e partilhas de notícias que financiam os jornais online que disponibilizam os conteúdos sem subscrição.

Na obra *Journalism Studies*, Örnebring e Jönsson referem que “o mau jornalismo ajuda a definir o bom” (Örnebring e Jönsson, 2004: 292) e essa é uma verdade a que se assiste cada vez mais neste meio. Se por um lado os órgãos de comunicação procuram criar estas escapatórias de forma a tornarem-se rentáveis, procuram também manter os conteúdos mais sérios para contrabalançar isso mesmo.

Pegando no *Jornal de Notícias* como exemplo, um jornal que se mostra como popular, é bastante visível o alargado espaço dedicado a essas notícias de “baixo interesse” noticioso. Contudo, e apesar de também serem encontradas no jornal impresso, estas notícias têm um espaço muito mais extenso no online exatamente por terem sido “criadas” de forma a satisfazerem a vontade daqueles que, na web, procuram um espaço de descontração.

Todas estas características que o público apresenta, visíveis agora através das ferramentas disponibilizadas pela evolução da tecnologia, fizeram com que os meios de comunicação fossem atrás das vontades de cada um. Assim, assistimos a uma evolução dos critérios de noticiabilidade de uma forma nunca antes vista. São apresentados como notícia acontecimentos que, há décadas atrás, nunca ganhariam esse mesmo estatuto. Agora,

vemos cada vez mais a serem criadas as ditas notícias de interesse humano. Mar de Fontcuberta, na sua obra *La noticia: Pistas para percibir el mundo*, expõe dois tipos de notícias de interesse humano: aquelas que “contêm determinada carga de interesse humano e as que, essencialmente, são notícias de interesse humano”, correspondendo a primeira às notícias em que o “interesse humano surge como informação complementar”, enquanto a segunda diz respeito a um “relato de interesse humano visando sobretudo a subjetividade do recetor” (Fontcuberta, 1993: 85).

Assim, Fontcuberta posiciona este tipo de notícia entre as notícias diretas, ou seja, aquelas que têm como objetivo informar, e as notícias criativas. É a esta última definição que aproximaria este tipo de notícias da Web já que, como a própria autora considera, a estrutura das notícias criativas afasta-se da dita normal, tão habitual nas notícias diretas. São ainda denotados três objetivos no jornalismo informativo criativo: o de “distrair o leitor”, de “complementar a informação da notícia direta” e, por fim, de “introduzir novas formas de narrativa e de linguagem no jornalismo” (Fontcuberta, 1993: 86). É ainda salientado como “único objetivo” desta forma de fazer jornalismo a procura de aproximação do leitor ao conteúdo veiculado, procurando interessá-lo.

É neste contexto de uma fronteira cada vez mais desvanecida entre a informação e o entretenimento que surge o conceito de *infotainment*. A ausência dessa distinção clara entre os dois conceitos é tão grande que até conseguimos encontrar os mesmos conteúdos em jornais nacionais que encontramos em sites destinados unicamente ao entretenimento. Prova disso é a notícia criada no JN (Jornal de Notícias, 10/11/15) sobre o DJ Arch Jnr, uma criança de três anos que venceu a edição sul-africana do programa de entretenimento Got Talent. Esse mesmo conteúdo era possível encontrar no site de entretenimento português Tá Fixe (Tá Fixe, 2015).

2.5 O jornalismo sentado e o jornalista enquanto *gatekeeper*

Ao longo de todo este trabalho fui referindo várias alterações a que a Internet obrigou. Desde dos critérios de noticiabilidade, até aos próprios horários “fora do normal” forçados pela necessidade de atualizar as notícias em tempo real já que, «ao contrário dos outros *media*, na Web “a ‘deadline’ é contínua, é o minuto seguinte”» (Lasica *apud* Castanheira, 2004: 174). Contudo, há uma alteração que é também bastante importante referir: a da própria mobiliade do jornalista. Embora o conceito de jornalismo sentado já existisse, encontrou no jornalismo eletrónico o local para ser explorado. Agora, há jornalistas em todas as redações que, por obrigação de atualizar constantemente a versão online do seu jornal, ficam presos à redação, sem terem margem de correr atrás da história no local onde ela acontece, de falar com as pessoas cara a cara e conhecer os locais de que falam. Ou seja, o jornalista acaba por ficar obrigado a exercer o seu papel sentado, dentro das paredes da sua redação. A questão que se coloca é: se o jornalismo é um relatar de acontecimentos para que o utilizador/leitor comum consiga colocar-se a par da situação mundial, como podem os jornalistas descrever esses mesmos acontecimentos sem estarem presentes? Para essa problemática foram encontradas, com a evolução do jornalismo, várias soluções. Em primeiro lugar, o recurso às agências de comunicação nacionais e internacionais tornou-se recorrente. O facto de estas fontes de informação apresentarem jornalistas nas diversas áreas do país, e do mundo, faz com que os meios de comunicação tenham acesso a tudo o que se passa sem sair da frente do seu computador. Outra forma bastante usada no que toca a assuntos internacionais é a consulta de órgãos de comunicação de outros países. Assim, tal como acontece com as agências, a informação é obtida a partir de uma fonte próxima da situação, apresentando ainda a mais-valia de que se encontra contextualizada.

É exactamente neste contexto que reaparece o conceito do jornalista enquanto *gatekeeper*, exercendo o papel de selecionar a informação que se encontra de forma massiva na Internet. A verdade é que, na Internet, a informação encontra-se disponível quer para o leitor comum, quer para o jornalista, contudo, como constata Shaw, “a maior parte das pessoas não tem nem tempo nem aptidões para encontrar, selecionar e avaliar toda a

informação encontrada na rede” (Shaw *apud* Bastos, 2000: 67), encontrando-se aí a nova janela de ação do jornalista. Para Hélder Bastos (2000: 67), “o novo meio assume sobretudo uma função complementar, e não de anulação, relativamente ao jornalismo tradicional” devido exatamente à necessidade de este desempenhar o papel de “filtro” da informação (Rheingold *apud* Bastos, 2000: 68). A questão é rematada com a convicção de que o jornalista já não tem “apenas” o trabalho de difundir a informação, mas sim, “cada vez mais [de] trabalhá-la, decompô-la, perspectivá-la, compará-la. E reportar da maneira mais honesta e responsável, fornecendo aos leitores os factos contextualizados e ponderados” (Sanrot *apud* Castanheira, 2004: 176). Também neste caso, e como apontado anteriormente, continua a ser importante referir o importante papel desempenhado pelas redes sociais atuando, neste contexto, de duas formas diferentes: se, por um lado, permitem aos meios de comunicação encontrar notícias, permitem também aproximar e contactar fontes que estão geograficamente longe dos jornalistas.

É importante notar que, contudo, esta forma de fazer jornalismo, recorrendo a outros meios difusores de notícias, faz com que, muitas vezes, os sites noticiosos apresentem notícias muito semelhantes, como já foi, até, realçado no primeiro capítulo do trabalho através do critério da concorrência apresentado por Mauro Wolf.

Há alguns meios de comunicação, contudo, que já procuram libertar os jornalistas de certas tarefas para as quais, com os avanços tecnológicos, já não são necessários. A *Associated Press* começou a utilizar em junho de 2014 a tecnologia da empresa norte-americana “Automated Insights”, que permite transformar dados (de desporto ou financeiros, por exemplo) em notícias. Segundo a agência, este avanço permitiu “libertar os jornalistas para fazer mais jornalismo e menos processamento de informação” (Colford, 2014), negando que se trata de uma forma de eliminar postos de trabalho mas sim de uma melhor utilização da capacidade humana.

3 – ESTUDO DE CASO DE *JORNAL DE NOTÍCIAS*

3.1 Introdução ao meio de comunicação

O Jornal de Notícias nasceu há 128 anos, no Porto, tendo deixando desde então uma marca indelével na história do jornalismo em Portugal. Teve como primeiro diretor José Diogo Arroio, Doutor em Filosofia pela Universidade de Coimbra, cofundador do jornal a par de Aníbal de Moraes e Manuel Vaz de Miranda. Arthur Barroso Moreira, na sua análise à evolução histórica dos jornais das cidades do Porto e de Juiz de Fora (localizada no estado de Minas Gerais, no Brasil), denota que o JN “nasce no seio do Partido Regenerador, com o ADN do partido, mas não se assume como órgão do partido, pois parece que seria melhor para o negócio mostrar-se ao público como um jornal opinativo-noticioso, vendendo neutralidade” (Moreira, 2012: 30). Mais tarde, já no início do século XX, o jornal assume-se como um órgão mais popular de forma a aproximar-se mais do seu público.

No que respeita ao aspeto do jornal, este seguia o modelo comum na altura: tratava-se de um exemplar com quatro longas páginas. Continha informações sobre o “Estrangeiro” e, com o passar do tempo, foi incluindo também a “Secção Alegre” e “Notas Alegres ou Para Rir”, mais direcionadas para conteúdos humorísticos (Moreira, 2012: 30).

A partir daí muito evoluiu no *Jornal de Notícias*. No lugar das quatro, estão agora 44 páginas e as secções apresentadas são muito mais vastas: começa com os assuntos de “Primeiro Plano”, para daí passar para o “Nacional” e a “Justiça”, dando um olhar especial à região do “Porto” e, de seguida, às do “Norte e Sul”. Mais à frente, no jornal encontramos a área dedicada às notícias internacionais, “Mundo”, seguindo-se o espaço dedicado à opinião e às pessoas, o “Etc.”, e ainda ao “Desporto”.

Saltando algumas décadas até meados dos anos 90 do século XX, podemos começar a falar da versão *online* do jornal. “Hoje, pela primeira vez, os utilizadores podem consultar o JN eletrónico, no qual encontrarão notícias de primeira página e de desporto, além de fotografias e dados diversificados sobre o próprio jornal”, dava conta a edição de 25 de julho de 1995⁴. Embora o diário *Público* tenha sido o primeiro a criar um site, o rótulo de

⁴ É possível perceber o aspeto inicial do site do *Jornal de Notícias* no Anexo I.

primeiro site noticioso português acaba por ser dado ao *Jornal de Notícias* já que este foi, na verdade, o primeiro a inserir nele componentes informativas com regularidade (Bastos, 2010: 2). Todo este processo foi sendo desenvolvido numa altura em que os computadores, e a própria Internet, ainda representavam uma novidade em Portugal, tendo sido, por isso, esta novidade sido objeto de surpresa para muitos. “Há 20 anos, a redação *online* possuía o único equipamento com acesso à rede dentro da redação. Este facto fez com que alguns jornalistas não compreendessem muito bem o que se passava no *JN Online* e com que outros recorressem a esta pequena equipa para entrarem em contacto com o mundo da ‘world wide web’” (Jornal de Notícias, 27/07/15), recorda o jornal aquando do 20º aniversário do site.

Na edição de 2006 da revista “Comunicação e Sociedade”, os jornalistas do JN Manuel Molinos, Nuno Marques e Paulo Ferreira, aproveitaram para fazer uma viagem no tempo recordando aquela altura em que se formava e desenvolvia a versão digital do *Jornal de Notícias*, realçando a vontade por parte do jornal de “alcançar uma maior interligação entre o papel e o online” (Molinos *et al*, 2006: 145). Para que tal acontecesse, começou-se a proceder à “integração dos jornalistas do online no mesmo espaço físico dos restantes, o que permite, desde logo, uma maior articulação com as Editorias e com as Chefias, fator muitas vezes fundamental para atualizar matérias de última hora, para a mudança de inquéritos de opinião ao leitor ou mesmo para a definição de novos dossiers” (Molinos *et al*, 2006: 145). Prova disso mesmo é o facto de, atualmente, a secção do online se localizar numa mesa redonda no centro da redação.

A verdade é que o órgão passou a dar primazia a um modelo onde a edição eletrónica se apresenta como a atualização permanente daquilo que era publicado no papel para que quem tivesse o hábito de se informar com o jornal diário pela manhã não tivesse de esperar pelo dia seguinte para se atualizar (Molinos *et al*, 2006: 145).

Essa atualização permanente foi fazendo com que fossem necessários cada vez mais jornalistas nesta secção para que ela pudesse crescer da forma desejada. Deste modo, de apenas dois, em meados dos anos 90, a secção passou para os cinco jornalistas atuais que

são auxiliados por editores de imagem e os jornalistas das outras secções, por vezes, acabam também eles por participar no *JN Online*.

A vontade de inovar marcou o *JN Online*. Nos primórdios do site, criaram-se fóruns de participação para os leitores. Daí evoluíram para a criação de outras plataformas e outros conteúdos, como blogues e microsites de forma a desenvolver assuntos não diretamente relacionados com o dia a dia noticioso, mas que procurassem de dar resposta a outros interesses dos leitores. Estas iniciativas representaram uma “mais-valia (...) em termos de interatividade” (Molinos *et al*, 2006: 144) e dizem respeito a temas que vão desde o desporto, como o *Running*⁵ ou a *Velocidade*, até a temas de atualidade, como é o caso da problemática dos refugiados, que acabou por dar origem ao blogue *What’s Your Name*⁶.

De forma a entender o alcance do jornal online é possível observar o Netscope, realizado pela Marktest, que apresenta, tendo como base o número de visitas e *page views* dos sites, quais foram os locais noticiosos mais visitados em determinado período. Assim, é possível observar que durante os meses em que realizei o estágio – entre setembro de dezembro de 2015 – o *Jornal de Notícias* encontrou-se sempre na quinta posição⁷, tendo apenas na sua frente o *Sapo*, os jornais desportivos *A Bola* e *Record* e o jornal diário generalista *Correio da Manhã*. Todavia, o jornal online tem, ao longo do último ano, evoluído positivamente, apresentando-se no ranking de outubro de 2016⁸ como o segundo *media* generalista nacional, tendo à sua frente apenas o desportivo *A Bola* e o jornal *Correio da Manhã*.

3.2 Tarefas desempenhadas no estágio curricular

O meu estágio curricular decorreu ao longo de três meses (entre setembro e dezembro de 2015) na sede do *Jornal de Notícias*, no Porto. O primeiro contacto com a redação do *Jornal de Notícias* foi feito numa reunião realizada entre a subdiretora do jornal, Inês Cardoso, e

⁵ Exemplo disso é o site <http://running.jn.pt/>, dedicado ao *running*, e o blogue “Velocidade”

⁶ O blogue <http://whatsyourname.jn.pt/> dá conta de diversas histórias de refugiados, tendo sempre uma fotografia da pessoa em questão a acompanhar o texto.

⁷ É possível consultar os *rankings* da Marktest nos Anexos XXIII, XXIV, XXV e XXVI.

⁸ A classificação encontra-se disponível no Anexo XVII.

as estagiárias que iriam começar a trabalhar no jornal, em setembro de 2015. Apesar de estar à espera que aquela reunião se assemelhasse a uma entrevista de emprego tal não aconteceu e a reunião acabou por não passar de uma conversa na qual a subdiretora tentou perceber quem nós éramos, quais os assuntos que gostaríamos de abordar e em que secções preferíamos estagiar. Dessa reunião resultou a colocação de uma estagiária no Nacional, outra no Local e eu no Online.

Como orientador de estágio tive o jornalista, editor da secção online e editor-executivo adjunto do jornal, Manuel Molinos.

Não tendo qualquer experiência na área até àquela data, foi no JN que fui aprendendo o que é o dia a dia de um jornalista, convivendo de perto com vários profissionais. No primeiro dia de estágio o meu orientador não estava presente da parte da manhã, pelo que acabou por ser o jornalista da secção em que tinha ficado colocada, Augusto Correia, que me apresentou a redação e me indicou o computador em que iria trabalhar. De seguida, aguardei que um técnico de informática da empresa chegasse para me criar acesso no computador e o e-mail que iria utilizar naquele espaço – catarina.pedro@jn.pt.

A realidade é que, na secção online, as tarefas e a organização diária diferenciavam-se das restantes secções uma vez que, nas outras, havia a pressão de ter algo para apresentar no dia seguinte, no jornal, enquanto na secção do online as pressões eram diferentes: a premência de publicar conteúdos novos registava-se a várias vezes ao dia em momentos previamente definidos.

Por outro lado, os próprios conteúdos do jornal online iam muitas vezes além do que era considerado necessário para o conteúdo impresso. O site, ou até as páginas nas redes sociais do jornal, eram procuradas pelos leitores mais do que uma vez por dia. Ao contrário do jornal que tem uma natureza mais “estática”, muitas vezes os seguidores do *JN Online* procuram algo que, para além de o informar, pudesse também entreter. Foi, portanto, nesse sentido que muitas vezes foram elaboradas as minhas notícias, uma vez que se tratavam de conteúdos mais “leves” (*soft news*) e menos sujeitas à pressão do tempo com vista à sua preparação.

Havia duas formas a partir das quais poderia resultar uma nova notícia: ou algum dos jornalistas da secção encontrava algum conteúdo que consideravam interessante para abordar, entregando aos estagiários esses mesmos assuntos; ou partia de nós a sugestão de determinada notícia, como acontecia na maioria das vezes.

Para que tais assuntos surgissem, passou a ser rotina começar o dia a ler diversas publicações estrangeiras em busca de assuntos que também pudessem ser notícia na nossa realidade, de modo a integrarem a edição online do jornal. Esta rotina acabou por fazer com que se criasse uma lista de *websites* pelos quais tinha de passar todos os dias, desde jornais espanhóis, norte-americanos, britânicos, brasileiros ou mesmo o Twitter.

Quando realizamos esta tarefa, a primeira sensação é de se estar perdido num universo de notícias, sem saber quais serão as adequadas para a realidade daquela plataforma. É certo que os critérios de noticiabilidade facilitam essa “viagem”, contudo nem sempre era fácil uma vez que cada publicação, ou mesmo pessoa, olha para estes e interpreta-os de forma diferente. Esta problemática acabou mesmo por ser o que motivou a criação de um relatório de estágio baseado na questão teórica e prática dos critérios de noticiabilidade.

Após a fase de procurar conteúdos, chegava a altura de procurar alguém da secção de forma a perceber, então, se aquele assunto era apropriado ou não para o jornal. Caso o tema fosse aceite, então chegava a altura de confrontar os conteúdos com outras fontes e elaborar a notícia, sem que houvesse pressão temporária.

Após concluída esta tarefa, chegava a altura de introduzir o texto no *Back Office* e procurar uma ilustração apropriada para a notícia já que, segundo o que era sempre transmitido pelos jornalistas da redação, uma notícia sem imagem não se torna tão cativante, o que faria com que não fosse tão procurada pelos leitores.

Ao longo do estágio foram vários os conselhos partilhados por parte dos jornalistas da redação, de forma a melhorar o meu desempenho na área. Um dos conselhos dados estava relacionado com o próprio conceito sobre o que é notícia ou não. “Se não conseguires encontrar um título, então não é notícia” era uma expressão que era bastante repetida como maneira de entender se determinado acontecimento deveria passar a notícia ou não.

Para além da elaboração de notícias, fiz alguns textos para o blogue *What's Your Name* que pretendia mostrar as histórias de alguns refugiados, como irei explorar mais à frente.

3.3 *Jornal de Notícias* no Facebook

O jornal matutino do Porto conta atualmente com mais de um milhão e oitocentos mil seguidores no Facebook⁹, o que lhe permite chegar mais perto dos seus leitores e perceber os seus gostos de uma forma que anteriormente não era possível. Deste modo, é possível perceber ainda a visão geral que os leitores têm do órgão de comunicação através da classificação entre zero e cinco estrelas, sendo que o *Jornal de Notícias* obteve a média de 4,0 no final de mais de 26 mil classificações.

Por outro lado, através da partilha da maioria das notícias que são colocadas no *website*, o jornal consegue perceber quais são os temas que têm mais impacto através da observação do número de “gostos”, de partilhas e até dos comentários que são deixados. Não estando acessíveis os números referentes às *page views*, foi a partir deste princípio que observei o impacto das notícias que produzi durante o meu estágio no *Jornal de Notícias*. É importante deixar claro que a análise que será feita nos próximos subcapítulos tem apenas por base as notícias por mim produzidas, não sendo, por isso, uma amostra geral do jornal.

⁹ Dados recolhidos a 03/11/2016.

3.4 Impacto das notícias

Figura 1 - Número de notícias partilhadas na rede social Facebook



Fonte: Elaboração própria

Tendo em conta a Figura 1, é possível observar que a maioria das notícias (aproximadamente 81%) que são colocadas no site do jornal acabam por ser também partilhadas no Facebook, o que faz desta plataforma uma boa ferramenta na hora de analisar o impacto dos conteúdos publicados. É ainda importante referir que JN se encontra também disponível no Twitter, contudo, dispõe de uma menor fatia de seguidores – apenas 410 mil – quando comparado com o Facebook, no qual, como referi anteriormente, ultrapassa o milhão. Outro fator que me fez optar pela rede de Zuckerberg foi o facto de esta dispor de um maior número de ferramentas de análise – os “gostos”, as partilhas e ainda os comentários, todos passíveis de serem analisados, enquanto no Twitter apenas dispomos do número de “retweets” e “curtir”.

Assim, dividi o impacto das notícias, tendo por referência as três categorias disponíveis no Facebook (Anexo II). Tendo como base o número de “gostos” colocados na partilha, pode dizer-se que a notícia que teve mais impacto foi “Empregado da McDonald’s parou para

ajudar homem a comer”, com 17 766 “gostos”; em segundo lugar encontra-se a notícia “Mulher agride homem que tentou violá-la”, com 8 775 “gostos”, conseguidos através da partilha em dois horários diferentes; a terceira notícia que gerou mais gostos foi “As ondas gigantes estão de volta à Nazaré”, com 7 654 “gostos”. Por outro lado, o artigo que teve menos “gostos” foi “Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos”, com 38; a notícia “Condutor da Uber culpado de violação”, que angariou 39 “gostos” e, por fim, “Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji” foi a terceira notícia com menos “gostos”, apenas 40.

No que diz respeito às partilhas realizadas pelos leitores, a notícia “Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer” apresenta-se, à semelhança do que acontece com os “gostos”, em primeiro lugar, com 1 725 seguidores a difundir a história; “Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio” foi a segunda notícia mais partilhada, com 1 710; o artigo a dar conta de que “As ondas gigantes estão de volta à Nazaré” contou com 1 379 partilhas. Do lado das notícias menos partilhadas, encontram-se quatro sem qualquer difusão por parte dos leitores, cinco com apenas uma partilha e quatro com duas partilhas.

No pódio das notícias que geram mais discussão encontra-se “Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se”, com 735 comentários, seguida de “Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio”, com 467 comentários e, por fim, com 287 comentários, “Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer”. Houve, contudo, quatro notícias que não contaram com qualquer comentário, cinco com apenas um e seis com dois comentários.

A partir desta análise é possível concluir que a notícia que, no geral, alcançou um maior impacto é aquela que, pelos critérios de noticiabilidade, não seria, à partida, um acontecimento que se transformaria em notícia. Com efeito, trata-se de um caso que ocorreu nos Estados Unidos da América, destituída de qualquer proximidade, algo que poderia justificar, à partida, a transição do acontecimento a notícia, caso tivesse ocorrido em Portugal. Por outro lado, uma vez que as pessoas envolvidas são desconhecidas, também não é o critério da notoriedade que está em questão. À luz dos critérios, poríamos

apenas ter em conta a possível presença do critério “inesperado ou raro” uma vez que não se trata de uma situação recorrente no dia a dia. Assim, e já que, dentro dos doze critérios apresentados, pode-se encontrar apenas um, torna-se questionável a transformação deste acontecimento em notícia.

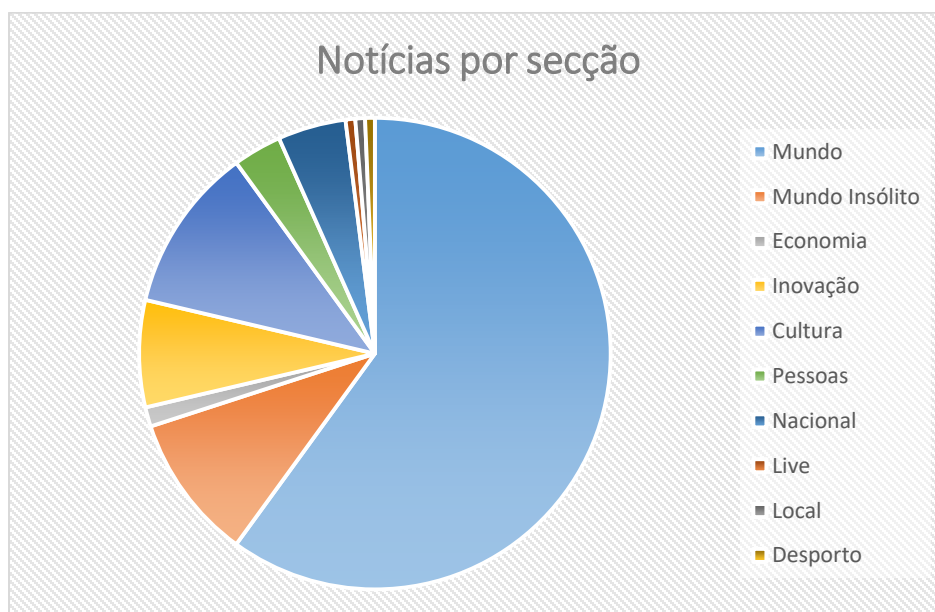
A realidade é que este é o valor-notícia que se encontra mais presente nas notícias que elaborei. A procura pelo inesperado acaba por ser algo bastante mais presente nas edições online dos jornais, em comparação com as impressas (tomando como exemplo o *Jornal de Notícias*) uma vez que busca muito mais entreter o seu leitor, ao invés do jornal, que é visto como um local onde se encontram mais *hard news*.

3.5 Notícias por secção

Ao analisar as notícias realizadas a partir da secção em que se encontram, representadas na Figura 2¹⁰, consegue-se perceber o porquê de o trabalho que efetuei durante o período de estágio ter sido realizado a partir da secretária sem ter saído da redação. Dentro das secções Mundo e Mundo Insólito encontram-se aproximadamente 70% das notícias elaboradas (60% e 10%, respetivamente) o que, por si só, explica a rotina de passar pelos jornais internacionais todos os dias. Por outro lado, muitas das notícias que dizem respeito a outras secções, como por exemplo Inovação ou Cultura, também elas provinham de outros países e, por isso, tinham como base os conteúdos elaborados por jornais estrangeiros.

¹⁰ Os dados que deram origem a este gráfico encontram-se disponíveis no Anexo XIX.

Figura 2 – Secções mais abordadas nas notícias



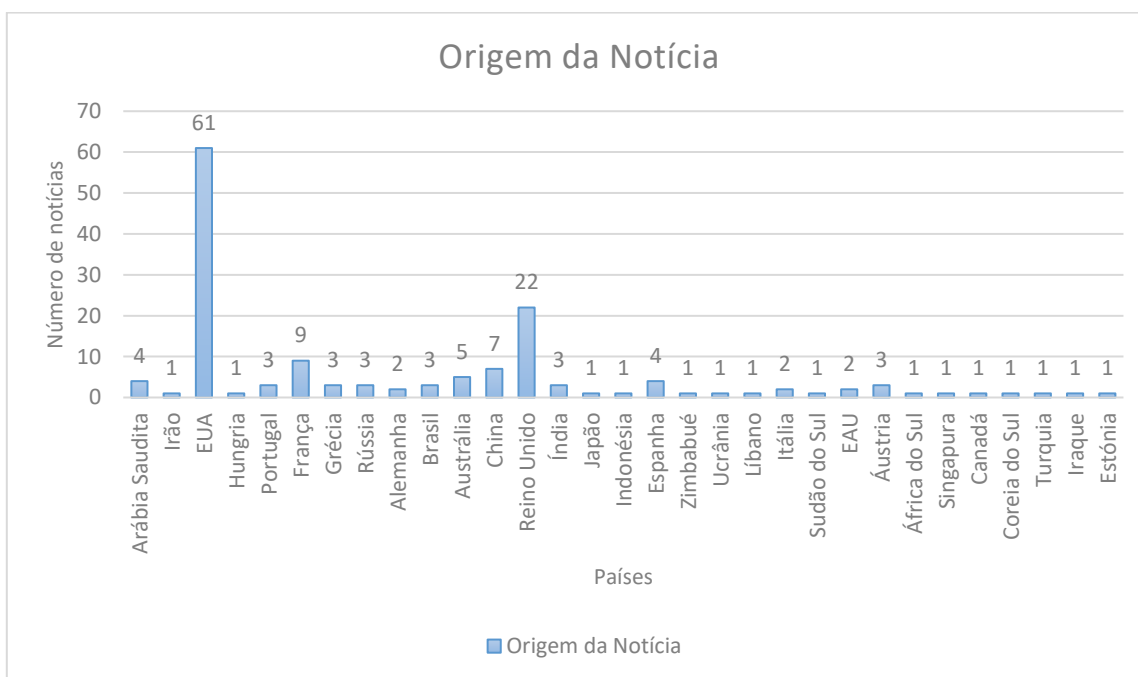
Fonte: Elaboração própria

A verdade é que, dentro das 151 notícias por mim realizadas, apenas três diziam respeito a Portugal, representando apenas cerca de 2% dos artigos, como é possível observar na Figura 3.

No gráfico que se segue é ainda possível observar a variedade de países nos conteúdos tratados, resultando num total de 31 países. Os Estados Unidos da América acabou por ser o país mais representado, não apenas pelo facto de a maioria das notícias da secção Inovação dizerem respeito àquele país – a verdade é que empresas como o Facebook, Twitter ou YouTube são todas norte-americanas –, mas também por ser neste país que surgem várias situações controversas, como atitudes questionáveis por parte da polícia ou, num outro contexto, notícias envolvendo celebridades¹¹.

¹¹ É possível explorar este tópico observando a tabela que deu origem à Figura 3, que se encontra no Anexo III.

Figura 3 - Número de notícias realizadas por país



Fonte: Elaboração própria

3.6 Notícias multimédia

Cada vez mais uma notícia deve adaptar-se ao *media* em que vai ser difundida. Uma vez que as notícias que elaborei se encontravam no *website* e na aplicação do jornal, havia a necessidade e a vontade de que estas se apresentassem como notícias multimédia. De forma a atingir este objetivo, sempre que fosse apropriado tendo em conta o tema, havia a tentativa de inserir no artigo algo além do texto que, por si só, define o conteúdo. Na altura em que realizei o estágio, a plataforma do *Jornal de Notícias* permitia a inserção no corpo da notícia de vídeos provenientes do YouTube e de *tweets*, plataformas que procurávamos aproveitar ao máximo de forma a enriquecer a notícia, além das habituais fotografias.

Embora dessa procura não tenha resultado a introdução de vídeos, nem *tweets*, na maioria das notícias, como é possível analisar nas Figuras 4 e 5, a sua existência era visível. Cerca de 28% das notícias contaram com a presença de vídeos do YouTube, enquanto uma notícia,

que corresponde a menos de 1% do total, foi acompanhada com um vídeo da plataforma Wochit¹².

Figura 4 - Recurso ao vídeo nas notícias



Fonte: Elaboração própria

O Twitter, por outro lado, tem uma representação inferior, embora através desta plataforma fosse possível introduzir tanto vídeos como texto: apenas 13% das notícias contaram com *tweets*¹³.

Ao contrário do que acontece com o YouTube, após a mais recente reformulação do site do jornal, posterior ao meu estágio, deixou de ser possível introduzir *tweets* nas notícias e tornou-se impossível ver quais eram as notícias anteriores a essa reformulação que os tinham.

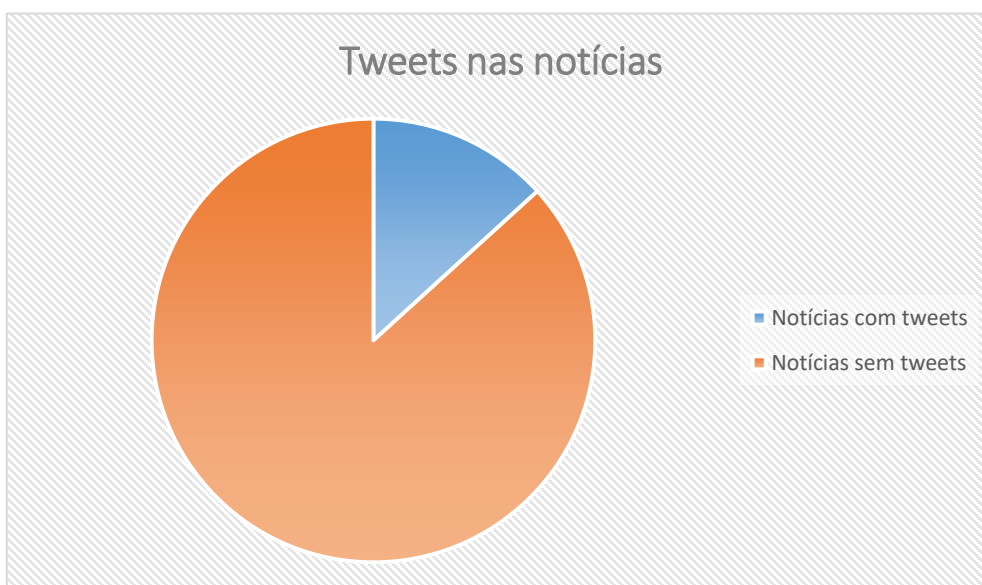
Houve, contudo, notícias que ganharam essa visibilidade graças à existência destas duas plataformas. Exemplo disso é, por exemplo, a notícia “Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia” que, após a alteração do site, deixou de fazer sentido uma vez que o texto produzido pressupunha uma interligação com os vídeos que eram introduzidos a partir do

¹² Os dados referentes à Figura 4 encontram-se no Anexo V.

¹³ É possível perceber que notícias tiveram recurso a *tweets* no Anexo VI.

Twitter, como se pode analisar no Anexo IV. O mesmo acontece com a notícia que dá conta da divulgação de alguns excertos do novo álbum dos Coldplay, partilhados no Twitter e introduzidos na notícia. Com a presente alteração, passou também ela a deixar de fazer sentido, como se pode observar no Anexo VII.

Figura 5 - Recurso ao Twitter nas notícias



Fonte: Elaboração própria

No que respeita ao YouTube, um exemplo é a notícia “Britânico escala Torre Eiffel”, presente no Anexo VIII, onde o vídeo é a própria notícia e que sem o mesmo esta não faria sentido. Trata-se de um transporte de um critério de noticiabilidade antigo no meio televisivo e que, com o crescente desenvolvimento das novas tecnologias, foi trazido para a Web.

3.7 Análise com base nos valores-notícia

Nos subcapítulos anteriores, foi possível analisar de uma forma geral as notícias que fui desenvolvendo no decorrer do estágio curricular. No presente ponto, irei abordar de forma mais particular algumas notícias, tendo em consideração os critérios de noticiabilidade

utilizados para cada notícia e as alterações que os mesmos representam tendo como termo de comparação a base deste órgão de comunicação, o jornalismo impresso.

Como já foi mencionado em capítulos anteriores, o meio em que a notícia se apresenta acaba por determinar a sua própria forma. A verdade é que esta é uma ideia comprovada em meados do século passado com o aparecimento da televisão – em que o vídeo ganhou preponderância – e que agora, com a internet, ganha uma nova força.

Tendo centrado o estudo no Facebook, é interessante observar que muitas vezes os próprios órgãos de comunicação adaptam a notícia, que já é criada no ambiente digital, a esta rede social, criando para a mesma títulos diferentes daqueles que são utilizados no *website* do meio uma vez que, como defende Rost (2014:63), “as páginas iniciais [dos meios de comunicação] perderam relevância como porta de entrada na notícia”, tendo esse lugar sido substituído pelas redes sociais. Estes são muitas vezes mais curtos e procuram despertar a curiosidade do leitor, já que as redes sociais se apresentam como meios onde o leitor é “assediado” de várias frentes, por várias fontes.

Dentro do universo de notícias aqui em análise é possível encontrar alguns casos em que essa adaptação aconteceu. Muitas vezes há apenas uma reconstrução do título ou a diminuição do mesmo, como acontece nas notícias “Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual” (Anexo IX), que no Facebook é partilhada como “Ángela Ponce, a transexual candidata a miss Espanha”, ou na notícia “Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média” (Anexo X) que, quando partilhada, surgiu com o título “Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris”. Por outro lado, há vezes em que, na altura de difundir o conteúdo nas redes sociais, se opta por um título mais vago, de forma a incentivar o leitor a procurar mais informação, como é o caso da notícia que originalmente tinha o título “Twitter quer acabar com os 140 caracteres” (Anexo XI) que, no Facebook, obteve o título de “Twitter em mudanças”.

Contudo, não é apenas através do título que os meios de comunicação procuram adaptar-se. Tal acontece também com os próprios valores-notícia que são utilizados. A verdade é que, órgãos de comunicação como o *Jornal de Notícias*, que na sua génese se apresenta

como um meio de comunicação impresso, teve de alargar os seus horizontes no que respeita aos critérios a ter em conta na hora de determinar o que deve ser notícia. Aqueles que, inicialmente, eram apresentados como critérios de noticiabilidade para os meios televisivos, por exemplo, foram agora transpostos para o online dada a sua origem plural. Nele podemos ver a existência de vídeo como um critério a ter em conta na altura de elaborar uma notícia, algo que não era possível num jornal.

É neste meio que observamos uma maior aproximação entre a informação e o entretenimento, uma vez que, cada vez mais, os órgãos de comunicação procuram escolher noticiar conteúdos sem significância, contrariando de alguma forma os valores-notícia identificados por Galtung e Ruge (1999: 65), preferindo oferecer assuntos leves que correspondam a uma leitura rápida – potenciado pelo próprio *media* – e que apresente como principal função entreter. Muitas vezes os meios de comunicação parecem fazer concorrência a sites que nasceram exclusivamente com esse objetivo, como é o caso do “TáFixe”, já aqui abordado.

É possível encontrar vários artigos que apresentam essas características, nomeadamente no Anexo XX onde se encontra a notícia “Noiva fotografou o próprio casamento” que, como o próprio título sugere, apresenta a história de uma fotógrafa que registou o dia do seu casamento pelas próprias mãos. Outro exemplo desta alteração é a notícia “As 20 melhores músicas para acordar”, presente no Anexo XXI, que dá conta de uma listagem de músicas, selecionada pela Universidade de Cambridge, que potenciam formas de despertar.

Para Mauro Wolf (2009: 200), “os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas às características substantivas das notícias, ao seu conteúdo, à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo, ao público e à concorrência”. Uma vez referidas as características referentes ao conteúdo e material disponíveis, torna-se essencial olhar para o público que o meio de comunicação dispõe e para a própria concorrência.

O Jornal de Notícias é visto como um jornal popular que procura alimentar os interesses do seu público. A verdade é que, olhando para as notícias que mais “gostos”, partilhas e

comentários tiveram no Facebook, presente no Anexo II, podemos concluir que os artigos que tiveram mais impacto nesta rede social foram aqueles que apelam ao sentimento do leitor, como a notícia “Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer” e “Mulher agride homem que tentou violá-la”, como se pode comprovar no ponto 3.4. Uma vez perceptível essa tendência, torna-se compreensível que o jornal procure explorar essa via de produzir notícias uma vez que é aquela que lhe oferece mais visibilidade.

Por outro lado, é importante referir a importância que a agenda noticiosa dos outros meios de comunicação representa já que, a partir do momento em que outros difundem determinado assunto, torna-se quase imperativo que o jornal o dissemine também de forma a que os seus leitores, que poderiam estar interessados no tema, não migrem para outros *media*.

O insólito é outro valor ao qual é dado um grande destaque pelo jornal, desde logo perceptível através da existência de uma secção intitulada “Mundo Insólito”. Várias foram as notícias que apresentavam este critério como base para a sua transformação. “Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia”, presente no Anexo XXII, é um exemplo disso, ainda que se trate de um caso que, à partida, não teria qualquer interesse para os leitores portugueses. Dentro do mesmo registo encontra-se a notícia “Surpreendido por lagarto gigante em casa” (Anexo XII) e “Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar” (Anexo XIII).

A verdade é que, como já foi mencionado anteriormente, o Facebook aproxima os produtores da notícia dos seus leitores, o que mudou a perceção que os jornalistas têm em relação ao seu público, como, aliás, já tive oportunidade de referir. Contudo, essa não é a única mudança visível. Essa aproximação é visível ainda através da forma como os próprios conteúdos são apresentados, dando maior primazia à personalização. É na Internet que vemos tantas histórias a serem contadas, quer seja na primeira pessoa, através de blogues pessoais, quer seja através de projetos como o “Humans of New York”, que apresenta a história de determinadas pessoas desconhecidas, através de citações e do recurso à fotografia.

Foi a partir de um registo mais próximo deste último exemplo que surgiu o blogue do *Jornal de Notícias What's Your Name* onde, embora não fosse num registo jornalístico, se desse um grande ênfase ao valor-notícia da personalização. O *What's Your Name* procurava explorar um dos temas mais abordados no passado recente, o dos refugiados, dando uma cara e um nome àquelas histórias que são diariamente difundidas. Este projeto, que surgiu em meados do mês de novembro de 2015, foi apresentado na edição impressa e contou, inicialmente, com uma entrevista à primeira família de refugiados que chegou a Ovar. A partir daí houve uma busca de estórias de refugiados, tanto da minha parte como por parte da outra estagiária daquela secção, e produção de vários textos. No total, foram por mim produzidos onze textos, tendo, contudo, apenas cinco sido publicados (Anexos XIV, XV, XVI, XVII e XVIII).

Conclusão

O mundo está em constante mudança e o jornalismo, enquanto representação do mesmo, vai adaptando-se a essas alterações. Procura novas formas e meios de ação para que consiga sobreviver num meio onde a todos os minutos são difundidas novas informações. A verdade é que com essas alterações os meios de comunicação acabaram por se fundir. Já não existe uma rádio sem cara ou um jornal sem voz. O online ofereceu todos os meios necessários para que os órgãos de comunicação se pudessem adaptar à passagem do tempo e se aproximassem dos outros e, assim, do seu público. Isto fez com que aqueles critérios que foram, um dia, mais direcionados a um meio de comunicação fossem agora globais e estejam presentes em todos os lugares onde se produzem notícias.

Foi esta visão do jornalismo que observámos ao longo do trabalho, tendo sempre como base o *Jornal de Notícias*. Agora, a prática do jornalismo assume diferenças daquelas que era realizada há alguns anos atrás em Portugal – e não é necessário nos distanciarmos muito. O jornalismo está mais acelerado e isso fez com os próprios critérios, na hora de decidir que acontecimentos se tornam notícia, se adaptassem e se tornassem mais vagos quando o propósito é, acima de tudo, aglomerar todos os tipos de conteúdos e todos os tipos de leitores num único *media*. É cada vez menos um jornalismo especializado para dar lugar a conteúdos que primam pela concordância no lugar da discórdia. Afinal, é da publicidade que provém uma grande fatia dos rendimentos dos meios online e esta depende da quantidade de leitores que acedem aos conteúdos.

Como foi sendo possível observar, estas transformações impostas pela internet forçaram inúmeras alterações nas práticas dos/das jornalistas – agora o/a jornalista não tem tempo. Não há tempo para explorar o tema, não há tempo para conhecer os intervenientes, não há tempo para escrever e olhar para trás. Há, sim, tempo para publicar, publicar e publicar novamente seguindo a vontade incessante dos leitores de consumir novos conteúdos. De forma a satisfazer isso mesmo, as notícias apresentam-se, cada vez mais, como reproduções de outras na impossibilidade de produzir conteúdos de raiz. A abundância de informações e de fontes de informação instalaram o jornalismo, ou uma grande parte dele, atrás de uma

secretária, sem sentir necessidade de se deslocar aos locais onde ocorrem os acontecimentos ou verificar a veracidade dos conteúdos publicados.

Como tantas vezes escrevi, esta ainda é uma fase de adaptação do jornalismo. Por isso, o jornalismo ainda procura explorar quais serão as estratégias que melhor se irão adaptar aos novos *media* e estudar os seus efeitos. Será isso que acontece neste momento. Há uma enorme vontade dos profissionais trazerem os leitores para este *media* e os órgãos de comunicação tudo fazem por isso: são criados pacotes promocionais para incentivar a assinatura online, com preços especiais e acesso a conteúdos exclusivos; são enviadas notificações com títulos de notícias tanto para os telemóveis como para os computadores em vários momentos do dia; transmitem as notícias mais importantes do dia através das *newsletter* que chegam a cada leitor através do seu e-mail.

Desta forma, o sistema “push” ocupa o lugar do “pull” de forma a que o utilizador não tenha de procurar os conteúdos na internet. Na verdade, são agora os conteúdos que procuram o leitor numa luta de audiências constante. A realidade é que o jornalismo produzido para os meios online se confunde cada vez mais com o entretenimento, havendo mais lugar para conteúdos relacionados com as pessoas de elite, com o insólito e até unicamente com a vontade de entreter o leitor através de galerias de fotografias. As *hard news* quase que se tornaram a exceção no online, sendo no papel que se encontra grande parte dos conteúdos mais sérios. Tratando-se a internet de um meio de passagem, à qual o leitor dedica pequenos mas variados momentos do seu dia, os meios de comunicação foram obrigados a produzir conteúdos mais leves e de leitura mais rápida, de forma a acompanhar o seu público. Esta mudança de paradigma comprometeu, logo à partida, a forma de tratar os valores-notícia.

Bibliografia

ABREU, Karen (2009). “História e usos da Internet”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-karen-historia-e-usos-da-internet.pdf>. Consultado a: 20/03/2016

ALVES, R. C. (2006). “Jornalismo Digital: Dez anos de web... e a revolução continua”. Comunicação e Sociedade, vol. 9-10

BASTOS, Hélder (2000). *Jornalismo Eletrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações*. Coleção Comunicação. Minerva Coimbra.

BASTOS, Hélder (2010). “Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>. Consultado a: 17/05/2016

BASTOS, Hélder (2013). “A diluição do jornalismo no ciberjornalismo”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>. Consultado a: 20/06/2016

BRADSHAW, Paul (2014). “Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição”. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros Lab.

CANAVILHAS, João (2006). “Do jornalismo online ao webjornalismo: formatação para a mudança”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf> Consultado a: 05/08/2016

CANAVILHAS, João (2006). “Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Consultado a: 18/04/2016

CANAVILHAS, João (2010). “O novo ecossistema mediático”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>.

Consultado a: 07/11/2016

CANAVILHAS, João (2012). “Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada”. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-para-dispositivos-moveis.pdf>

Consultado a: 04/08/2016

CANAVILHAS, João (2014). “Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas”. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.

CASTANHEIRA, José Pedro (2004). *No Reino do Anonimato: Estudo sobre o Jornalismo Online*. Coleção Comunicação. Minerva Coimbra.

COLFORD, Paul (2014). “A leap forward in quarterky earnings stories”. Disponível em:

<https://blog.ap.org/announcements/a-leap-forward-in-quarterly-earnings-stories>

Consultado a: 16/09/2016

DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2006). “O primeiro jornal português em livro”. Disponível em:

<http://www.dn.pt/arquivo/2006/interior/o-primeiro-jornal-portugues-em-livro-649638.html>. Consultado a: 7/06/2016

FACEBOOK (2015). “Instant Articles”. Disponível em: <https://instantarticles.fb.com/>.

Consultado a: 14/06/2016

FACEBOOK. “Newsroom: Our history”. Disponível em: <https://newsroom.fb.com/company-info/>. Consultado a: 14/06/2016

FONTCUBERTA, Mar (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Paidós Papeles de Comunicación 1.

FAUSTINO, Paulo (2006). *A Imprensa em Portugal: Transformações e Tendências*. Coleção Media XXI, Editora Media XXI/ Formapress, Lda.

GALTUNG, Johan e RUGE, Mari Holmboe (1999). “A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros”. *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Coleção Comunicação & Linguagens.

JORNAL DE NOTÍCIAS (09/11/15). Britânico escala Torre Eiffel”. Disponível em: <http://www.in.pt/mundo/mundo-insolito/interior/britanico-escala-torre-eiffel-4876570.html>. Consultado a: 04/05/2016

JORNAL DE NOTÍCIAS (10/11/15). “DJ de três anos vence ‘Got Talent’”. Disponível em: <http://www.in.pt/nacional/media/interior/dj-de-tres-anos-vence-got-talent-4878317.html?id=4878317>. Consultado a: 19/07/2016

JORNAL DE NOTÍCIAS (12/11/15). “Conductor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral”. Disponível em: <http://www.in.pt/mundo/mundo-insolito/interior/conductor-ajuda-semabrigo-e-acao-tornase-viral-4880466.html>. Consultado a: 02/03/2016

JORNAL DE NOTÍCIAS (15/11/15). “Direto: 48 horas de Paris”. Disponível em: <http://www.in.pt/mundo/interior/tiroteio-e-explosoes-nos-arredores-de-paris-4884417.html>. Consultado a: 02/06/2016

JORNAL DE NOTÍCIAS (01/12/15). “Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal”. Disponível em: <http://www.in.pt/mundo/interior/foto-do-cao-no-facebook-leva-dona-a-justica-4910162.html?id=4910162>. Consultado a: 02/03/2016

Lei nº 1/99 de 13 de janeiro. Estatuto do Jornalista. Disponível em: <http://www.ccpj.pt/legisdata/LgLei1de99de13deJaneiro.htm>. Consultado a: 13/09/2016

MARKTEST (2015). “Ranking netScope de entidades: Setembro 2015”. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/rankings-netscope-2015/ranking-netscope-de-setembro-de-2015/>. Consultado a: 28/11/2016

MARKTEST (2015). “Ranking netScope de entidades: Outubro 2015”. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/rankings-netscope-2015/ranking-netscope-de-outubro-de-2015/>. Consultado a: 28/11/2016

MARKTEST (2015). “Ranking netScope de entidades: Novembro 2015”. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/rankings-netscope-2015/ranking-netscope-de-novembro-de-2015/>. Consultado a: 28/11/2016

MARKTEST (2015). “Ranking netScope de entidades: Dezembro 2015”. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/rankings-netscope-2015/ranking-netscope-de-dezembro-de-2015/>. Consultado a: 28/11/2016

MASKTEST (2016). “Ranking netScope de entidades: Dados multiplataforma. Outubro 2016”. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/ranking-netscope-de-outubro-de-2016/>. Consultado a: 30/11/2016

MARKTEST (2016). “Smartphone continua a crescer em Portugal”. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~2046.aspx>. Consultado a: 26/09/2016

MATTOSO, Guilherme (2003). “Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf> Consultado a: 04/08/2016

MOLINOS, M.; MARQUES, N; FERREIRA, P (2006). “Dez anos de jornalismo digital no *Jornal de Notícias*”. Comunicação e Sociedade, vol. 9-10.

ÖRNEBRING, Henrik; JÖNSSON, Anna Maria (2004). “Tabloid Journalism and the public sphere: a historical perspective on tabloide journalism”. *Journalism Studies*.

PADILHA, Sônia (2009). “A internet, o jornalista e as inquietações”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-padilha-internet.pdf> Consultado a: 04/08/2016

PALACIOS, Marcos (2014). “Memória: Jornalismo, memória e história na era digital”. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros Labcom

PAULUSSEN, Steve; HARDER, Raymond A. (2014). “Social Media References in Newspapers: Facebook, Twitter and Youtube as sources in newspaper journalism”. *Journalism Practice*.

PAVLIK, John V. (2014). “Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital”. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros Lab

PÚBLICO (2003). “Primeira chamada de telemóvel foi feita há 30 anos”. Disponível em: <https://www.publico.pt/media/noticia/primeira-chamada-de-telemovel-foi-feita-ha-30->

[anos-290346](#). Consultado a: 15/09/2016

RODRIGUES, Adriano Duarte (1999). “O acontecimento”. *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Coleção Comunicação & Linguagens.

ROST, Alejandro (2014). “Interatividade: Definições, estudos e tendências”. *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros Labcom.

SERRA, Paulo (2006). “A credibilidade da informação na web”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf>. Consultado a: 18/04/2016

TÁFIXE (2015). “DJ de três anos surpreende no Got Talent”. Disponível em: <http://www.tafixe.com/2015/10/07/talento-2/dj-de-3-anos-surpreende-no-got-talent.php>. Consultado a: 19/07/2016

TERRADINHA, João (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. 2ª edição. Editorial Caminho.

THE NEW YORK TIMES (1984). “Strong sales seen in '84 for Apple's Macintosh”. Disponível em: <http://www.nytimes.com/1984/02/25/business/strong-sales-seen-in-84-for-apple-s-macintosh.html>. Consultado a: 20/11/2016

TRAQUINA, Nelson (2002). *O que é Jornalismo*. Quimera Editores. 2ª edição.

TRAQUINA, Nelson (1999). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. 2ª edição. Editora Vega.

TWITTER. “Momentos importantes”. Disponível em: <https://about.twitter.com/pt/company/press/milestones>. Consultado a:

14/06/2016WOLF, Mauro (2009). *Teorias da Comunicação*. 10ª edição. Editorial Presença.

ANEXOS



JORNAL DE NOTÍCIAS

O MUNDO AO VIRAR DA PÁGINA

Bem-vindo à edição electrónica
Welcome to the electronic edition

Consulte os nossos [Anúncios classificados](#).
Veja o que dizem os nossos leitores em:
[A palavra é sua!](#). Esta rubrica inclui:

- [Esquina "JN"](#) - onde se fazem amizades
- [À sua notícia](#) - espaço para notícias
- [Porta dos Talentos](#) - para exposição de textos
- [Desabafe connosco](#) - diga o que lhe vai na alma

Por favor responda ao nosso [inquérito](#).
Participe também nos fóruns de discussão:
[Forum 1: RTP internacional...](#)
[Forum 2: Presidente de todos os portugueses?](#)
[Forum 3: Tropas portuguesas na Bósnia?](#)
[Forum 4: Timor-Leste 20 anos depois...](#)

Pela meia-noite (em [Portugal](#)) pode encontrar a edição do dia que começa, juntamente com as edições dos últimos 7 dias.
Cerca das 17 h. veja as [notícias de última hora](#).
Estas páginas estão optimizadas para o programa [NETSCAPE](#) versão 1.1 ou superior.
Envie os vossos comentários para os emails:
Questões editoriais: noticias@telepac.pt
Outras questões: jnds@telepac.pt

[APRESENTAÇÃO](#)
[PRESENTATION](#) 

[JN EDITORIAL](#)
[\(Última Hora\)](#)
[\(A palavra é sua!\)](#)
[\(Temas especiais\)](#) 

[JN COMERCIAL](#)
[\(Anúncios classif.\)](#)
[\(Iniciativas\)](#) 

[JN TÉCNICO](#)
[\(URLs lusófonos\)](#)
[\(Emails lusófonos\)](#)
[\(Inquérito\)](#) 

[DIVERSOS](#)
[\(Esquina JN\)](#)
[\(Presidenciais 96\)](#) 

[FOTOS](#)
[PHOTOGRAPHS](#) 

Apoio técnico de:



Anexo II

Título da Notícia	Notícias no Facebook (dia 03/11/2016)		
	"Gostos"	Partilhas	Comentários
Os sete "pecados" das mulheres sauditas	560	254	122
Jogadora iraniana denuncia marido por não a deixar sair do país	Não partilhada		
Rapaz muçulmano faz relógio em casa e é detido pela polícia	362	45	28
Novas imagens mostram Plutão como nunca viu	141	13	1
Nove polícias agridem afro-americano por caminhar em zona proibida	Não partilhada		
Com 60 anos, vai nadar mais de 40 mil quilómetros	284	24	16
Húngaros lançam aplicação para ajudar refugiados	Não partilhada		
"Não gosto de pagar salários. Pago o mínimo possível", diz dono da PT	Não partilhada		
Arca de Noé ecológica percorre França	826	64	3
O jovem refugiado que não quis abandonar a sua cadela	2 491	197	68
Seis pontos para perceber a peregrinação a Meca	128	3	39
Medicamento aumentou de 12 para 665 euros	435	269	62
"Selfies" já mataram mais do que tubarões	1 669	442	57
Saiba quais serão as Línguas mais faladas no futuro	1 051	169	22
Apple divulga as 25 "apps" atacadas	97	27	1
Empregado da McDonald's parou para ajudar homem a comer	17 766	1 725	287
Refugiado sírio deixa polícia alemã "sem palavras"	2 957	446	64

Rock in Rio Lisboa de 20 a 28 de maio	641	72	24
“Buraco” em praia engole autocaravana, automóvel e tendas	726	185	23
A vertiginosa ponte de vidro abriu aos corajosos	389	53	14
Filha de Paul Walker inicia processo contra a Porsche	498	38	33
Twitter quer acabar com os 140 caracteres	59	2	2
Refugiado com 110 anos pede asilo na Alemanha	Não partilhada		
Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos	38	159	5
Buraco com 20 metros obriga a evacuar casas	254	44	17
Cama debaixo de escadas em Londres custa 700 euros/mês	96	48	8
Milhares de crianças indianas batem recorde mundial	132	3	3
Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji	40	1	2
“França no ano 2000” por artistas em 1900	Não partilhada		
Cientistas criam chocolate mais saudável	Não partilhada		
Divulgadas mais de dez mil imagens das missões Apollo	97	2	1
Califórnia legaliza suicídio medicamente assistido	1 401	127	64
Apresentadora diz estar bom tempo para bombardear Síria	934	168	69
Encontrada nova espécie de rato	247 380	44 54	11 39
“Moments”, a nova funcionalidade do Twitter	Não partilhada		
Indiano constrói carro com oito metros de altura	302	33	6

Enfermeira amamenta bebê durante cirurgia	476	31	33
Afinal o Facebook não vai ter botão “não gosto”	624 312 77	31 25 0	39 16 9
Arrisca prisão por denunciar traição do marido no Youtube	109 50	14 11	8 7
Califórnia proíbe “paparazzi” de usarem drones	165	3	1
Criança interrompe parada militar para abraçar o pai	4 855	232	52
Morreu a jovem de 12 anos para quem pediam “morte digna”	Não partilhada		
Tirar batas e luvas causa contaminação em hospitais	431	202	16
Dentista que matou o leão Cecil não vai ser acusado	Não partilhada		
Aerosmith estão irritados com Donald Trump	211	12	3
Uso de órgãos de animais em humanos está mais próximo	608	187	61
Twitter despede 8% dos trabalhadores	99	2	0
Tia leva sobrinho a tribunal por lhe partir o pulso	206	72	75
Caça interceta avião que partiu da Madeira	267	21	13
Refugiada síria deu à luz ao chegar a Lesbos	584	4	18
Hospedeiras passam por ritual polémico	67	3	0
Pais “congelam” filha na esperança de fazê-la renascer	238	38	9
Pais pedem colo solidário para filha com paralisia	1 025	110	24
Os “Youtubers” mais ricos	204 53	29 0	23 0

Falso agente secreto foi comentador durante 13 anos	146 32	12 3	7 0
Migrantes surpreendidos por urso polar ao tentar chegar a Inglaterra	196	25	8
Facebook procura desenvolver “app” para invisuais	526	25	10
Campanha de “crowdfunding” quer levar Portugal ao Eurovisão	Não partilhada		
Sofria de convulsões sempre que fazia Sudoku	Não partilhada		
Número de sinais no braço pode indicar risco de melanoma	509	272	66
Maqueiros deixam cair duas vezes jogador lesionado	720 175	203 44	24 9
Condutor da Uber culpado de violação	39	1	2
YouTube apresenta o Red, o serviço de vídeos pago	63	1	3
“25”, o novo álbum de Adele	Não partilhada		
Candidata a autarca filmada a fazer striptease	496 129	69 15	87 15
Mulher identifica Parkinson através do olfato	298	51	4
Empregado da Google vive em carrinha para poupar	Não partilhada		
Sobreviveu a noite num penhasco após assistir à morte do pai	Não partilhada		
Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual	143	3	23
Nudistas tentaram bater recorde em montanha-russa	122	17	11
Polícia norte-americana critica Tarantino	67	0	2

Príncipe saudita levava duas toneladas de droga no avião	116	34	16
Carro fúnebre usado para contrabando de caviar	391	94	20
Casa de Jimi Hendrix vai abrir as portas ao público em 2016	213	22	3
As ondas gigantes estão de volta à Nazaré	7 654	1 379	110
Empregada de limpeza confunde arte com lixo	973 1 235 34	139 359 14	129 97 1
Transexual detida em prisão masculina	197	15	55
Mulher que pesava 20 quilos recuperou em Portugal	3 081 609	224 45	49 7
As sete coisas que irritam os taxistas	210	65	56
Conductor da Uber filmou agressão de passageiro	274 64	36 1	18 1
Twitter cria "like" em forma de coração	62	2	1
Redescoberto filme da Disney com 87 anos	Não partilhada		
Bebé é o único sobrevivente a queda de avião no Sudão do Sul	Não partilhada		
Aplicação revela abusos dos patrões	56	1	1
Italianos resgatam cão em alto mar	3 277	266	38
Homens voam lado a lado com avião no Dubai	1 327 569 161	259 127 29	16 11 2
Buraco de 120 metros engole 15 carros nos EUA	398 241 42	87 77 17	16 10 2
Cortou 950 mil euros em notas para evitar disputas na herança	441	88	28
Britânico escala Torre Eiffel	424	81	12

	140	12	0
Nos bastidores com os “anjos” da Victoria’s Secret	Não partilhada		
Plutão tem possíveis “vulcões de gelo”	543	52	3
DJ de três anos vence “Got Talent”	3 585 1 739	629 216	88 43
As 20 melhores músicas para acordar	108 44 94	16 13 12	4 5 2
Esquiador sobrevive a queda de 500 metros	395 149 23	24 2 1	6 1 0
Mais de 18 mil mulheres batem recorde mundial	352	34	3
Conductor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral	371	24	6
O prédio mais incrível do mundo	1 724 801 357 254	307 199 89 50	31 16 7 3
Estudante morre em carrinho de supermercado a 80 km/h	Não partilhada		
Jovem violada 43200 vezes luta contra tráfico humano	641	115	65
Emirates acrescenta 98 lugares ao maior avião do Mundo	361	15	3
Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média	327	54	25
“Peace for Paris” nos céus de Lyon	Não partilhada		
Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia	729	26	21
Vídeo de pai a explicar atentados ao filho emociona o mundo	2 884	459	25
Charlie Hebdo dedica capa aos atentados	Não partilhada		
Escola proíbe criança cega de usar bengala	872	326	218

PSG vai homenagear vítimas dos atentados de Paris	Não partilhada		
Justin Bieber quebra recorde dos The Beatles	368	34	65
Edifícios europeus abandonados eternizados por fotógrafo	684	84	5
Obama canta no novo disco dos Coldplay	450	25	4
Os 15 filmes menos rentáveis de 2015	89 26	1 2	3 1
Juiz utiliza WhatsApp para chamar réu	277	40	9
Adolescente bate recorde do Cubo Mágico	245	20	12
Homem com pânico a aranhas engana polícia	233 49	38 2	14 4
Comprar uma lâmpada pode ajudar os refugiados	Não partilhada		
Tarantino terá mentido sobre ter sido preso	70	0	3
Conheça aquele que será o maior edifício do mundo	436	68	13
Williams e Yoko num Pirelli de “mulheres distintas”	70 75	2 1	2 1
Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal	Não partilhada		
O melhor “outdoor” de 2015	363	53	1
PSY tem novo álbum e vídeo viral	198	47	10
Julgado por fazer meme de Erdogan e Gollum	108	12	12
Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se	7 833 942	1 075 131	673 62
Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar	505	203	43
O arranha-céus que “buzina”	136 59 42	1912 4	8 7 2

Pais indignados por lhes tirarem filha fruto de incesto	347 131 32	35 23 0	101 26 8
Coldplay atuam no intervalo do Super Bowl 2016	Não partilhada		
Lady Gaga eleita mulher do ano	Não partilhada		
Surpreendido por lagarto gigante em casa	1 074 247	279 77	73 15
Os assuntos do ano no Twitter	127	3	2
Pequim emite alerta vermelho devido a poluição	320	47	12
Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio	6 981	1 710	467
Doador pai de 54 crianças em apenas dois anos	Não partilhada		
“Girl’s band” do ditador norte-coreano atua na China	79	0	3
As canções que o planeta mais ouviu em 2015	344	31	4
Os vídeos mais populares do YouTube em 2015	102	1	2
Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia	598	112	39
Conheça os nomeados para os Prémios SAG	Não partilhada		
Revelados os nomeados para os Globos de Ouro 2016	Não partilhada		
Restaurante chinês cobra taxa de “ar puro”	421 73	129 17	43 2
Homem é filmado a agredir cão	218	38	33
Estado Islâmico mata recém-nascidos com deficiência	648 101	232 54	154 23
Contrato dos The Beatles vendido por 500 mil euros	57	0	4

Casados há 90 anos dizem que o segredo é “nunca discutir”	1 412	331	75
Amazon lança tablet Fire a baixo custo	114 51	3 2	4 6
“Cheerleaders” denunciam condições de trabalho	225	4	22
Veterano deu o corpo às balas no massacre de Oregon	456	24	8
Condenada por perseguir ator da série The Walking Dead	237	13	8
“Não preciso de pernas para me sentir sexy”	2 270	111	18
Jovem condenado a prisão perpétua por planejar ataque a escola	411	32	38
Noiva fotografou o próprio casamento	1 046	36	16

Anexo III

Título da Notícia	Origem da notícia
Os sete “pecados” das mulheres sauditas	Arábia Saudita
Jogadora iraniana denuncia marido por não a deixar sair do país	Irão
Rapaz muçulmano faz relógio em casa e é detido pela polícia	Estados Unidos da América
Novas imagens mostram Plutão como nunca viu	Estados Unidos da América
Nove polícias agridem afro-americano por caminhar em zona proibida	Estados Unidos da América
Com 60 anos, vai nadar mais de 40 mil quilómetros	Estados Unidos da América
Húngaros lançam aplicação para ajudar refugiados	Hungria
“Não gosto de pagar salários. Pago o mínimo possível”, diz dono da PT	Portugal
Arca de Noé ecológica percorre França	França
O jovem refugiado que não quis abandonar a sua cadela	Grécia
Seis pontos para perceber a peregrinação a Meca	Arábia Saudita
Medicamento aumentou de 12 para 665 euros	Estados Unidos da América
“Selfies” já mataram mais do que tubarões	Rússia
Saiba quais serão as Línguas mais faladas no futuro	Estados Unidos da América
Apple divulga as 25 “apps” atacadas	Estados Unidos da América
Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer	Estados Unidos da América
Refugiado sírio deixa polícia alemã “sem palavras”	Alemanha
Rock in Rio Lisboa de 20 a 28 de maio	Brasil
“Buraco” em praia engole autocaravana, automóvel e tendas	Austrália
A vertiginosa ponte de vidro abriu aos corajosos	China
Filha de Paul Walker inicia processo contra a Porsche	Estados Unidos da América
Twitter quer acabar com os 140 caracteres	Estados Unidos da América

Refugiado com 110 anos pede asilo na Alemanha	Alemanha
Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos	Austrália
Buraco com 20 metros obriga a evacuar casas	Inglaterra
Cama debaixo de escadas em Londres custa 700 euros/mês	Inglaterra
Milhares de crianças indianas batem recorde mundial	Índia
Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji	Japão
“França no ano 2000” por artistas em 1900	França
Cientistas criam chocolate mais saudável	Estados Unidos da América
Divulgadas mais de dez mil imagens das missões Apollo	Estados Unidos da América
Califórnia legaliza suicídio medicamente assistido	Estados Unidos da América
Apresentadora diz estar bom tempo para bombardear Síria	Rússia
Encontrada nova espécie de rato	Indonésia
“Moments”, a nova funcionalidade do Twitter	Estados Unidos da América
Indiano constrói carro com oito metros de altura	Índia
Enfermeira amamenta bebé durante cirurgia	China
Afinal o Facebook não vai ter botão “não gosto”	Estados Unidos da América
Arrisca prisão por denunciar traição do marido no Youtube	Arábia Saudita
Califórnia proíbe “paparazzi” de usarem drones	Estados Unidos da América
Criança interrompe parada militar para abraçar o pai	Estados Unidos da América
Morreu a jovem de 12 anos para quem pediam “morte digna”	Espanha
Tirar batas e luvas causa contaminação em hospitais	Estados Unidos da América
Dentista que matou o leão Cecil não vai ser acusado	Zimbabué

Aerosmith estão irritados com Donald Trump	Estados Unidos da América
Uso de órgãos de animais em humanos está mais próximo	Estados Unidos da América
Twitter despede 8% dos trabalhadores	Estados Unidos da América
Tia leva sobrinho a tribunal por lhe partir o pulso	Estados Unidos da América
Caça interceta avião que partiu da Madeira	Inglaterra
Refugiada síria deu à luz ao chegar a Lesbos	Grécia
Hospedeiras passam por ritual polémico	China
Pais “congelam” filha na esperança de fazê-la renascer	Estados Unidos da América
Pais pedem colo solidário para filha com paralisia	Brasil
Os “Youtubers” mais ricos	Estados Unidos da América
Falso agente secreto foi comentador durante 13 anos	Estados Unidos da América
Migrantes surpreendidos por urso polar ao tentar chegar a Inglaterra	França
Facebook procura desenvolver “app” para invisuais	Estados Unidos da América
Campanha de “crowdfunding” quer levar Portugal ao Eurovisão	Portugal
Sofria de convulsões sempre que fazia Sudoku	Estados Unidos da América
Número de sinais no braço pode indicar risco de melanoma	Reino Unido
Maqueiros deixam cair duas vezes jogador lesionado	Grécia
Condutor da Uber culpado de violação	Índia
YouTube apresenta o Red, o serviço de vídeos pago	Estados Unidos da América
“25”, o novo álbum de Adele	Inglaterra
Candidata a autarca filmada a fazer striptease	Ucrânia
Mulher identifica Parkinson através do olfato	Escócia
Empregado da Google vive em carrinha para poupar	Estados Unidos da América
Sobreviveu a noite num penhasco após assistir à morte do pai	França

Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual	Espanha
Nudistas tentaram bater recorde em montanha-russa	País de Gales
Polícia norte-americana critica Tarantino	Estados Unidos da América
Príncipe saudita levava duas toneladas de droga no avião	Líbano
Carro fúnebre usado para contrabando de caviar	Rússia
Casa de Jimi Hendrix vai abrir as portas ao público em 2016	Inglaterra
As ondas gigantes estão de volta à Nazaré	Portugal
Empregada de limpeza confunde arte com lixo	Itália
Transexual detida em prisão masculina	Inglaterra
Mulher que pesava 20 quilos recuperou em Portugal	Estados Unidos da América
As sete coisas que irritam os taxistas	Estados Unidos da América
Condutor da Uber filmou agressão de passageiro	Estados Unidos da América
Twitter cria “like” em forma de coração	Estados Unidos da América
Redescoberto filme da Disney com 87 anos	Inglaterra
Bebé é o único sobrevivente a queda de avião no Sudão do Sul	Sudão do Sul
Aplicação revela abusos dos patrões	Estados Unidos da América
Italianos resgatam cão em alto mar	Itália
Homens voam lado a lado com avião no Dubai	Emirados Árabes Unidos
Buraco de 120 metros engole 15 carros nos EUA	Estados Unidos da América
Cortou 950 mil euros em notas para evitar disputas na herança	Áustria
Britânico escala Torre Eiffel	França
Nos bastidores com os “anjos” da Victoria’s Secret	Estados Unidos da América
Plutão tem possíveis “vulcões de gelo”	Estados Unidos da América
DJ de três anos vence “Got Talent”	África do Sul
As 20 melhores músicas para acordar	Inglaterra
Esquiador sobrevive a queda de 500 metros	Estados Unidos da América

Mais de 18 mil mulheres batem recorde mundial	China
Condutor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral	Irlanda do Norte
O prédio mais incrível do mundo	Singapura
Estudante morre em carrinho de supermercado a 80 km/h	Austrália
Jovem violada 43200 vezes luta contra tráfico humano	Estados Unidos da América
Emiratos acrescenta 98 lugares ao maior avião do Mundo	Emirados Árabes Unidos
Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média	Canadá
“Peace for Paris” nos céus de Lyon	França
Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia	Estados Unidos da América
Vídeo de pai a explicar atentados ao filho emociona o mundo	França
Charlie Hebdo dedica capa aos atentados	França
Escola proíbe criança cega de usar bengala	Inglaterra
PSG vai homenagear vítimas dos atentados de Paris	França
Justin Bieber quebra recorde dos The Beatles	Estados Unidos da América
Edifícios europeus abandonados eternizados por fotógrafo	Inglaterra
Obama canta no novo disco dos Coldplay	Estados Unidos da América
Os 15 filmes menos rentáveis de 2015	Estados Unidos da América
Juiz utiliza WhatsApp para chamar réu	Brasil
Adolescente bate recorde do Cubo Mágico	Estados Unidos da América
Homem com pânico a aranhas engana polícia	Austrália
Comprar uma lâmpada pode ajudar os refugiados	Estados Unidos da América
Tarantino terá mentido sobre ter sido preso	Estados Unidos da América
Conheça aquele que será o maior edifício do mundo	Arábia Saudita
Williams e Yoko num Pirelli de “mulheres distintas”	Inglaterra

Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal	Estados Unidos da América
O melhor “outdoor” de 2015	Áustria
PSY tem novo álbum e vídeo viral	Coreia do Sul
Julgado por fazer meme de Erdogan e Gollum	Turquia
Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se	Inglaterra
Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar	Espanha
O arranha-céus que “buzina”	Inglaterra
Pais indignados por lhes tirarem filha fruto de incesto	Espanha
Coldplay atuam no intervalo do Super Bowl 2016	Estados Unidos da América
Lady Gaga eleita mulher do ano	Estados Unidos da América
Surpreendido por lagarto gigante em casa	Austrália
Os assuntos do ano no Twitter	Estados Unidos da América
Pequim emite alerta vermelho devido a poluição	China
Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio	Áustria
Doador pai de 54 crianças em apenas dois anos	Inglaterra
“Girl’s band” do ditador norte-coreano atua na China	China
As canções que o planeta mais ouviu em 2015	Estados Unidos da América
Os vídeos mais populares do YouTube em 2015	Estados Unidos da América
Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia	Estados Unidos da América
Conheça os nomeados para os Prémios SAG	Estados Unidos da América
Revelados os nomeados para os Globos de Ouro 2016	Estados Unidos da América
Restaurante chinês cobra taxa de “ar puro”	China
Homem é filmado a agredir cão	Inglaterra
Estado Islâmico mata recém-nascidos com deficiência	Iraque

Contrato dos The Beatles vendido por 500 mil euros	Inglaterra
Casados há 90 anos dizem que o segredo é “nunca discutir”	Inglaterra
Amazon lança tablet Fire a baixo custo	Estados Unidos da América
“Cheerleaders” denunciam condições de trabalho	Estados Unidos da América
Veterano deu o corpo às balas no massacre de Oregon	Estados Unidos da América
Condenada por perseguir ator da série The Walking Dead	Estados Unido da América
“Não preciso de pernas para me sentir sexy”	Estados Unidos da América
Jovem condenado a prisão perpétua por planejar ataque a escola	Inglaterra
Noiva fotografou o próprio casamento	Estónia

Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia

JN
16 Novembro 2015 às 23:27



COMENTAR

TÓPICOS
Filadélfia
EUA
Mundo



Duas zebras fugiram de um circo em Filadélfia, nos EUA, e percorreram as ruas da zona oeste da cidade durante cerca de uma hora. Veja os vídeos.

Os dois animais fugiram no passado domingo do UniverSoul Circus, que estava em exibição em Filadélfia.

Uma das zebras foi capturada aproximadamente 30 minutos após ter fugido, enquanto a outra percorreu a zona de Parkside Avenue durante cerca de uma hora. Não foram, porém, registados quaisquer feridos.

A organização do circo procura agora perceber como é que os animais foram capazes de escapar.

O momento caricato foi captado por vários internautas, que partilharam imagens e vídeos no Twitter.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Anexo V

Título da Notícia	Utilização de vídeos nas notícias
Os sete “pecados” das mulheres sauditas	
Jogadora iraniana denuncia marido por não a deixar sair do país	Youtube
Rapaz muçulmano faz relógio em casa e é detido pela polícia	
Novas imagens mostram Plutão como nunca viu	
Nove polícias agredem afro-americano por caminhar em zona proibida	Youtube
Com 60 anos, vai nadar mais de 40 mil quilómetros	
Húngaros lançam aplicação para ajudar refugiados	
“Não gosto de pagar salários. Pago o mínimo possível”, diz dono da PT	
Arca de Noé ecológica percorre França	
O jovem refugiado que não quis abandonar a sua cadela	Youtube
Seis pontos para perceber a peregrinação a Meca	
Medicamento aumentou de 12 para 665 euros	
“Selfies” já mataram mais do que tubarões	
Saiba quais serão as Línguas mais faladas no futuro	
Apple divulga as 25 “apps” atacadas	
Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer	
Refugiado sírio deixa polícia alemã “sem palavras”	
Rock in Rio Lisboa de 20 a 28 de maio	
“Buraco” em praia engole autocaravana, automóvel e tendas	Youtube
A vertiginosa ponte de vidro abriu aos corajosos	Youtube
Filha de Paul Walker inicia processo contra a Porsche	
Twitter quer acabar com os 140 caracteres	

Refugiado com 110 anos pede asilo na Alemanha	
Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos	
Buraco com 20 metros obriga a evacuar casas	Youtube
Cama debaixo de escadas em Londres custa 700 euros/mês	
Milhares de crianças indianas batem recorde mundial	
Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji	
“França no ano 2000” por artistas em 1900	
Cientistas criam chocolate mais saudável	
Divulgadas mais de dez mil imagens das missões Apollo	
Califórnia legaliza suicídio medicamente assistido	
Apresentadora diz estar bom tempo para bombardear Síria	Youtube
Encontrada nova espécie de rato	
“Moments”, a nova funcionalidade do Twitter	
Indiano constrói carro com oito metros de altura	
Enfermeira amamenta bebé durante cirurgia	
Afinal o Facebook não vai ter botão “não gosto”	Youtube
Arrisca prisão por denunciar traição do marido no Youtube	
Califórnia proíbe “paparazzi” de usarem drones	
Criança interrompe parada militar para abraçar o pai	Youtube
Morreu a jovem de 12 anos para quem pediam “morte digna”	
Tirar batas e luvas causa contaminação em hospitais	
Dentista que matou o leão Cecil não vai ser acusado	

Aerosmith estão irritados com Donald Trump	
Uso de órgãos de animais em humanos está mais próximo	
Twitter despede 8% dos trabalhadores	
Tia leva sobrinho a tribunal por lhe partir o pulso	
Caça interceta avião que partiu da Madeira	Youtube
Refugiada síria deu à luz ao chegar a Lesbos	
Hospedeiras passam por ritual polémico	
Pais “congelam” filha na esperança de fazê-la renascer	
Pais pedem colo solidário para filha com paralisia	
Os “Youtubers” mais ricos	Youtube
Falso agente secreto foi comentador durante 13 anos	
Migrantes surpreendidos por urso polar ao tentar chegar a Inglaterra	Youtube
Facebook procura desenvolver “app” para invisuais	
Campanha de “crowdfunding” quer levar Portugal ao Eurovisão	
Sofria de convulsões sempre que fazia Sudoku	
Número de sinais no braço pode indicar risco de melanoma	
Maqueiros deixam cair duas vezes jogador lesionado	Youtube
Condutor da Uber culpado de violação	
YouTube apresenta o Red, o serviço de vídeos pago	Youtube
“25”, o novo álbum de Adele	Youtube
Candidata a autarca filmada a fazer striptease	Youtube
Mulher identifica Parkinson através do olfato	
Empregado da Google vive em carrinha para poupar	
Sobreviveu a noite num penhasco após assistir à morte do pai	

Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual	Youtube
Nudistas tentaram bater recorde em montanha-russa	Youtube
Polícia norte-americana critica Tarantino	
Príncipe saudita levava duas toneladas de droga no avião	
Carro fúnebre usado para contrabando de caviar	Youtube
Casa de Jimi Hendrix vai abrir as portas ao público em 2016	
As ondas gigantes estão de volta à Nazaré	Youtube
Empregada de limpeza confunde arte com lixo	
Transexual detida em prisão masculina	
Mulher que pesava 20 quilos recuperou em Portugal	Youtube
As sete coisas que irritam os taxistas	
Condutor da Uber filmou agressão de passageiro	Youtube
Twitter cria “like” em forma de coração	
Redescoberto filme da Disney com 87 anos	Youtube
Bebé é o único sobrevivente a queda de avião no Sudão do Sul	
Aplicação revela abusos dos patrões	
Italianos resgatam cão em alto mar	Youtube
Homens voam lado a lado com avião no Dubai	Youtube
Buraco de 120 metros engole 15 carros nos EUA	Youtube
Cortou 950 mil euros em notas para evitar disputas na herança	
Britânico escala Torre Eiffel	Youtube
Nos bastidores com os “anjos” da Victoria’s Secret	Youtube
Plutão tem possíveis “vulcões de gelo”	
DJ de três anos vence “Got Talent”	Youtube
As 20 melhores músicas para acordar	Youtube
Esquiador sobrevive a queda de 500 metros	Wochit

Mais de 18 mil mulheres batem recorde mundial	Youtube
Conductor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral	
O prédio mais incrível do mundo	
Estudante morre em carrinho de supermercado a 80 km/h	
Jovem violada 43200 vezes luta contra tráfico humano	
Emirates acrescenta 98 lugares ao maior avião do Mundo	Youtube
Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média	
“Peace for Paris” nos céus de Lyon	
Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia	
Vídeo de pai a explicar atentados ao filho emociona o mundo	Youtube
Charlie Hebdo dedica capa aos atentados	
Escola proíbe criança cega de usar bengala	
PSG vai homenagear vítimas dos atentados de Paris	
Justin Bieber quebra recorde dos The Beatles	
Edifícios europeus abandonados eternizados por fotógrafo	
Obama canta no novo disco dos Coldplay	
Os 15 filmes menos rentáveis de 2015	
Juiz utiliza WhatsApp para chamar réu	
Adolescente bate recorde do Cubo Mágico	Youtube
Homem com pânico a aranhas engana polícia	
Comprar uma lâmpada pode ajudar os refugiados	
Tarantino terá mentido sobre ter sido preso	
Conheça aquele que será o maior edifício do mundo	
Williams e Yoko num Pirelli de “mulheres distintas”	Youtube

Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal	
O melhor "outdoor" de 2015	
PSY tem novo álbum e vídeo viral	Youtube
Julgado por fazer meme de Erdogan e Gollum	
Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se	
Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar	
O arranha-céus que "buzina"	Youtube
Pais indignados por lhes tirarem filha fruto de incesto	
Coldplay atuam no intervalo do Super Bowl 2016	Youtube
Lady Gaga eleita mulher do ano	
Surpreendido por lagarto gigante em casa	
Os assuntos do ano no Twitter	
Pequim emite alerta vermelho devido a poluição	
Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio	
Doador pai de 54 crianças em apenas dois anos	
"Girl's band" do ditador norte-coreano atua na China	Youtube
As canções que o planeta mais ouviu em 2015	Youtube
Os vídeos mais populares do YouTube em 2015	Youtube
Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia	
Conheça os nomeados para os Prêmios SAG	
Revelados os nomeados para os Globos de Ouro 2016	
Restaurante chinês cobra taxa de "ar puro"	
Homem é filmado a agredir cão	Youtube
Estado Islâmico mata recém-nascidos com deficiência	

Contrato dos The Beatles vendido por 500 mil euros	
Casados há 90 anos dizem que o segredo é “nunca discutir”	
Amazon lança tablet Fire a baixo custo	
“Cheerleaders” denunciam condições de trabalho	
Veterano deu o corpo às balas no massacre de Oregon	
Condenada por perseguir ator da série The Walking Dead	
“Não preciso de pernas para me sentir sexy”	
Jovem condenado a prisão perpétua por planejar ataque a escola	
Noiva fotografou o próprio casamento	

Anexo VI

Título da Notícia	Utilização do Twitter
Os sete “pecados” das mulheres sauditas	
Jogadora iraniana denuncia marido por não a deixar sair do país	
Rapaz muçulmano faz relógio em casa e é detido pela polícia	Twitter
Novas imagens mostram Plutão como nunca viu	
Nove polícias agredem afro-americano por caminhar em zona proibida	
Com 60 anos, vai nadar mais de 40 mil quilómetros	
Húngaros lançam aplicação para ajudar refugiados	
“Não gosto de pagar salários. Pago o mínimo possível”, diz dono da PT	
Arca de Noé ecológica percorre França	
O jovem refugiado que não quis abandonar a sua cadela	
Seis pontos para perceber a peregrinação a Meca	
Medicamento aumentou de 12 para 665 euros	Twitter
“Selfies” já mataram mais do que tubarões	
Saiba quais serão as Línguas mais faladas no futuro	
Apple divulga as 25 “apps” atacadas	
Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer	
Refugiado sírio deixa polícia alemã “sem palavras”	
Rock in Rio Lisboa de 20 a 28 de maio	
“Buraco” em praia engole autocaravana, automóvel e tendas	
A vertiginosa ponte de vidro abriu aos corajosos	
Filha de Paul Walker inicia processo contra a Porsche	
Twitter quer acabar com os 140 caracteres	

Refugiado com 110 anos pede asilo na Alemanha	
Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos	
Buraco com 20 metros obriga a evacuar casas	Twitter
Cama debaixo de escadas em Londres custa 700 euros/mês	Twitter
Milhares de crianças indianas batem recorde mundial	
Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji	
“França no ano 2000” por artistas em 1900	
Cientistas criam chocolate mais saudável	
Divulgadas mais de dez mil imagens das missões Apollo	
Califórnia legaliza suicídio medicamente assistido	
Apresentadora diz estar bom tempo para bombardear Síria	
Encontrada nova espécie de rato	
“Moments”, a nova funcionalidade do Twitter	Twitter
Indiano constrói carro com oito metros de altura	
Enfermeira amamenta bebé durante cirurgia	
Afinal o Facebook não vai ter botão “não gosto”	
Arrisca prisão por denunciar traição do marido no Youtube	Twitter
Califórnia proíbe “paparazzi” de usarem drones	
Criança interrompe parada militar para abraçar o pai	
Morreu a jovem de 12 anos para quem pediam “morte digna”	
Tirar batas e luvas causa contaminação em hospitais	
Dentista que matou o leão Cecil não vai ser acusado	

Aerosmith estão irritados com Donald Trump	
Uso de órgãos de animais em humanos está mais próximo	
Twitter despede 8% dos trabalhadores	
Tia leva sobrinho a tribunal por lhe partir o pulso	
Caça interceta avião que partiu da Madeira	
Refugiada síria deu à luz ao chegar a Lesbos	Twitter
Hospedeiras passam por ritual polémico	
Pais “congelam” filha na esperança de fazê-la renascer	
Pais pedem colo solidário para filha com paralisia	
Os “Youtubers” mais ricos	
Falso agente secreto foi comentador durante 13 anos	
Migrantes surpreendidos por urso polar ao tentar chegar a Inglaterra	
Facebook procura desenvolver “app” para invisuais	
Campanha de “crowdfunding” quer levar Portugal ao Eurovisão	
Sofria de convulsões sempre que fazia Sudoku	
Número de sinais no braço pode indicar risco de melanoma	
Maqueiros deixam cair duas vezes jogador lesionado	
Condutor da Uber culpado de violação	
YouTube apresenta o Red, o serviço de vídeos pago	Twitter
“25”, o novo álbum de Adele	
Candidata a autarca filmada a fazer striptease	
Mulher identifica Parkinson através do olfato	
Empregado da Google vive em carrinha para poupar	
Sobreviveu a noite num penhasco após assistir à morte do pai	

Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual	
Nudistas tentaram bater recorde em montanha-russa	
Polícia norte-americana critica Tarantino	
Príncipe saudita levava duas toneladas de droga no avião	
Carro fúnebre usado para contrabando de caviar	
Casa de Jimi Hendrix vai abrir as portas ao público em 2016	
As ondas gigantes estão de volta à Nazaré	
Empregada de limpeza confunde arte com lixo	
Transexual detida em prisão masculina	
Mulher que pesava 20 quilos recuperou em Portugal	
As sete coisas que irritam os taxistas	
Condutor da Uber filmou agressão de passageiro	
Twitter cria “like” em forma de coração	
Redescoberto filme da Disney com 87 anos	
Bebé é o único sobrevivente a queda de avião no Sudão do Sul	
Aplicação revela abusos dos patrões	
Italianos resgatam cão em alto mar	
Homens voam lado a lado com avião no Dubai	
Buraco de 120 metros engole 15 carros nos EUA	
Cortou 950 mil euros em notas para evitar disputas na herança	
Britânico escala Torre Eiffel	
Nos bastidores com os “anjos” da Victoria’s Secret	
Plutão tem possíveis “vulcões de gelo”	
DJ de três anos vence “Got Talent”	
As 20 melhores músicas para acordar	
Esquiador sobrevive a queda de 500 metros	

Mais de 18 mil mulheres batem recorde mundial	
Condutor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral	
O prédio mais incrível do mundo	
Estudante morre em carrinho de supermercado a 80 km/h	
Jovem violada 43200 vezes luta contra tráfico humano	
Emiratos acrescenta 98 lugares ao maior avião do Mundo	Twitter
Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média	Twitter
“Peace for Paris” nos céus de Lyon	Twitter
Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia	Twitter
Vídeo de pai a explicar atentados ao filho emociona o mundo	
Charlie Hebdo dedica capa aos atentados	Twitter
Escola proíbe criança cega de usar bengala	
PSG vai homenagear vítimas dos atentados de Paris	Twitter
Justin Bieber quebra recorde dos The Beatles	
Edifícios europeus abandonados eternizados por fotógrafo	
Obama canta no novo disco dos Coldplay	Twitter
Os 15 filmes menos rentáveis de 2015	
Juiz utiliza WhatsApp para chamar réu	
Adolescente bate recorde do Cubo Mágico	
Homem com pânico a aranhas engana polícia	
Comprar uma lâmpada pode ajudar os refugiados	
Tarantino terá mentido sobre ter sido preso	
Conheça aquele que será o maior edifício do mundo	
Williams e Yoko num Pirelli de “mulheres distintas”	

Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal	
O melhor “outdoor” de 2015	Twitter
PSY tem novo álbum e vídeo viral	
Julgado por fazer meme de Erdogan e Gollum	Twitter
Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se	
Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar	
O arranha-céus que “buzina”	Twitter
Pais indignados por lhes tirarem filha fruto de incesto	Twitter
Coldplay atuam no intervalo do Super Bowl 2016	Twitter
Lady Gaga eleita mulher do ano	
Surpreendido por lagarto gigante em casa	
Os assuntos do ano no Twitter	
Pequim emite alerta vermelho devido a poluição	
Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio	
Doador pai de 54 crianças em apenas dois anos	
“Girl’s band” do ditador norte-coreano atua na China	
As canções que o planeta mais ouviu em 2015	
Os vídeos mais populares do YouTube em 2015	
Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia	
Conheça os nomeados para os Prémios SAG	
Revelados os nomeados para os Globos de Ouro 2016	
Restaurante chinês cobra taxa de “ar puro”	
Homem é filmado a agredir cão	
Estado Islâmico mata recém-nascidos com deficiência	

Contrato dos The Beatles vendido por 500 mil euros	
Casados há 90 anos dizem que o segredo é “nunca discutir”	
Amazon lança tablet Fire a baixo custo	
“Cheerleaders” denunciam condições de trabalho	
Veterano deu o corpo às balas no massacre de Oregon	
Condenada por perseguir ator da série The Walking Dead	
“Não preciso de pernas para me sentir sexy”	
Jovem condenado a prisão perpétua por planejar ataque a escola	
Noiva fotografou o próprio casamento	

Música

Obama canta no novo disco dos Coldplay

JN

24 Novembro 2015 às 21:21



COMENTAR

TÓPICOS

Coldplay

Cultura



"A Head Full Of Dreams" estará à venda a partir do dia 4 de dezembro

Foto: Facebook

Os Coldplay publicaram, esta terça-feira, excertos de todas as músicas do novo álbum "A Head Full Of Dreams", que estará à venda a partir do dia 4 de dezembro. O disco vai ter uma gravação do presidente dos EUA.

O novo trabalho da banda britânica Coldplay chega no início do próximo mês e, de forma a aumentar a corrida às lojas dia 4, a banda divulgou, ao longo desta terça-feira, excertos de aproximadamente 10 segundos de todas as músicas do novo álbum no [Facebook](#), [Instagram](#) e [Twitter](#).

"A Head Full Of Dreams" irá contar também com uma pequena participação do presidente dos EUA, Barack Obama, a cantar a música "Amazing Grace".

A performance de Obama durante o funeral de uma vítima do tiroteio de Charleston, Clementa C. Pinckney, em junho, será integrada "por causa do valor histórico das coisas feitas por ele e também pelo teor da canção: 'estive perdido mas agora encontrei-me'", disse o vocalista, Chris Martin.

Obama terá dado autorização para que a sua voz fosse usada por ser um grande fã da banda britânica.

No álbum da banda será ainda possível ouvir as vozes das norte-americanas Beyoncé e Merry Clayton, do britânico Noel Gallagher, ex-Oasis, e da sueca Tove Lo.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Anexo VIII

JN Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião Multimédia

França

Britânico escala Torre Eiffel

JN
09 Novembro 2015 as 15:21



COMENTAR

TÓPICOS

Youtube

Mundo



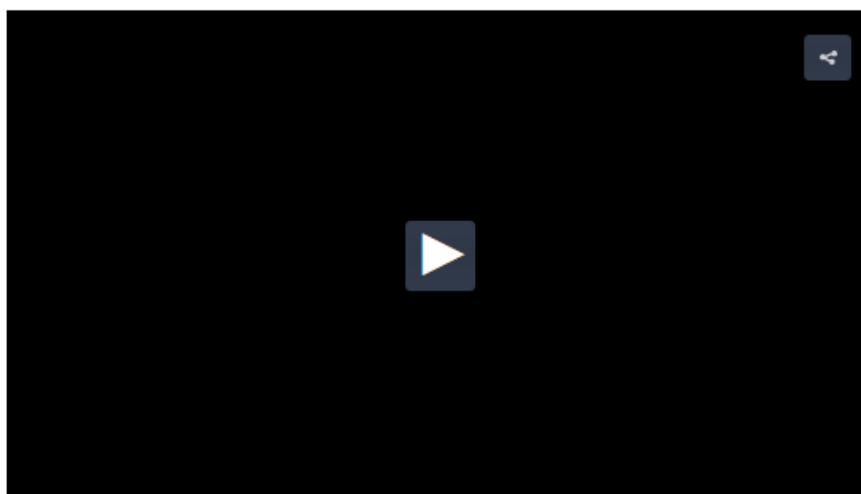
O vídeo conta com quase 100 mil visualizações em menos de 24 horas

Foto: Youtube

O "YouTuber e aventureiro" James Kingston, conhecido pelas suas arriscadas aventuras, escalou sem proteção a Torre Eiffel e gravou tudo com uma câmara desportiva. Veja o vídeo.

O britânico James Kingston, que conta com mais de 14 milhões de visualizações no [YouTube](#), já é conhecido pelas suas aventuras pelo mundo fora, nomeadamente na Alemanha, em Itália e até no Dubai. Contudo, desta vez foi até Paris, França, para cumprir um dos seus "objetivos" e subir a Torre Eiffel.

A forma escolhida não foi, porém, a mais usual. Decidiu escalar a torre de 300 metros de altura, a partir do solo (apesar de inicialmente ter sido planeado comprar bilhete e escalar apenas a partir de uma certa altura), durante a noite.



A aventura iniciou-se por volta da 1.00 hora, de forma a não ser detetado pelos seguranças da Torre. Subiu, com um colega, até aos 20 metros de altura, onde considerava ser "a zona de maior risco", e apercebeu-se que a Torre era "sua" durante a noite.

Houve quem se apercebesse da sua presença, mas conseguiu "escapar" e até foi capaz de aguardar pelo nascer do sol naquele local com vista privilegiada.

A aventura valeu ao britânico e ao colega um interrogatório de seis horas nas instalações da policia local e a promessa de que não irá voltar a escalar a Torre, pelo menos nos próximos três anos.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0

PARTILHAS

transsexualidade

Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual

IN
24 Outubro 2015 às 10:34

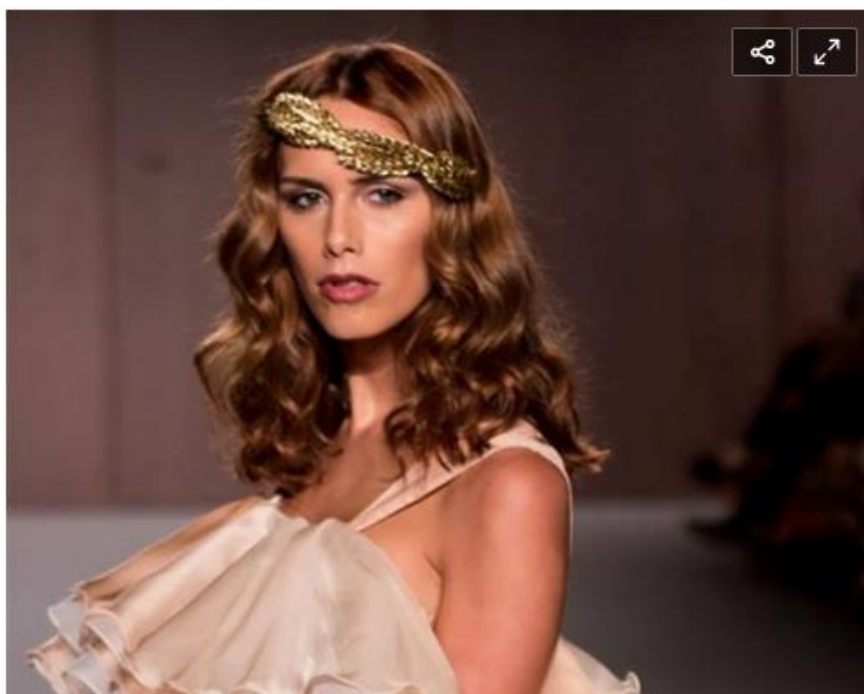
Tem 23 anos e diz que nunca foi discriminada. Chama-se Ángela Ponce. É a primeira transexual a concorrer ao título de de Miss Espanha.



COMENTAR

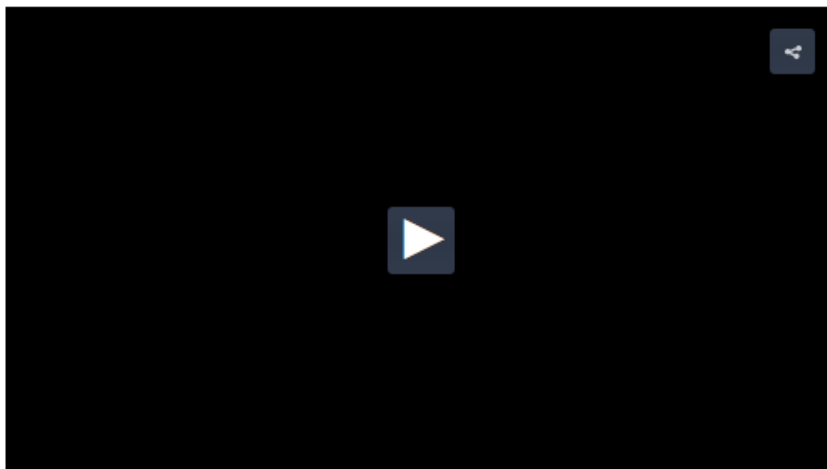
TÓPICOS

Espanha
Miss World Spain 2015
Mundo



"Aqui estou eu e não sou rara, só tenho uma história diferente. Uma mulher a quem a vida veio de uma maneira diferente, mas sou uma mulher", diz Ángela Ponce, a primeira espanhola transexual a concorrer ao "Miss World Spain 2015".

A atual "Miss Cádiz", cidade do sul de Espanha de onde é natural, refere que "a sociedade não está educada para a diversidade" e foi isso que a motivou a avançar.



"Até há bem pouco tempo, a maioria das pessoas transexuais aparecia de repente quando atingiam a maioridade ou até pensavam que se tratava de uma perversão. Pouco a pouco, graças aos meios de comunicação e às famílias de meninos e meninas transexuais, estes mitos tendem a desaparecer. No entanto, ainda há muito trabalho a fazer em todos os âmbitos", refere África Pastor Espuch, vice-presidente da [Fundação Daniela](#), que defende os direitos dos transexuais.

A modelo soube, desde sempre, que se identificava melhor com o sexo feminino do que com aquele com que tinha nascido. Aos 11 anos começou a pesquisar sobre aquilo que sentia. Identificou-se com a transexualidade e soube, desde logo, que teria de lutar para conseguir ser quem realmente era.

A modelo espanhola concluiu a mudança de sexo em abril de 2014 e destacou a importância da família no processo.

"A base de tudo foi o apoio da minha família. Quando era pequena, íamos com o meu irmão a uma grande superfície e os nossos pais diziam que podíamos escolher um brinquedo. Recordo-me de ir para as bonecas e pegar numa Barbie e dizer-lhes: é isto que quero. Nunca me disseram que não. O meu pai pegava na boneca e brincava comigo", confessa.

A jovem modelo diz, em entrevista à agência de notícias EFE, que, apesar de não considerar que tenha sido discriminada na juventude, teve de lidar com a falta de compreensão e conhecimento de alguns. "Há sempre quem te insulte ou que acredita que é melhor do que tu. As pessoas não sabem o que é a transexualidade e continuam a confundir com transformismo", esclarece a "Miss Cádiz".

O caso da espanhola não é único, já que, em 2012, a canadiana transexual [Jenna Talackova](#) tornou-se "Miss Vancouver" e até já há agências de modelos especializadas, como a The Atlantic, em Nova Iorque, nos Estados Unidos da América.

Ángela Ponce espera que a história que vai mostrar este domingo em Málaga mude a visão das pessoas e que o seu sonho se torne realidade: que histórias como a sua se tornem mais normais e que a sociedade aceite a diversidade que nela existe.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0

PARTILHAS

Anexo X

JN Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião Multimédia

França

Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média

JN
16 Novembro 2015 às 17:00

f t +

COMENTAR

TÓPICOS
Selfies
Twitter
Paris
Mundo



Veerender Jubbal alertou, no Twitter, para o facto de estarem a alterar a sua fotografia
Foto: Twitter

A foto de um homem canadiano foi alterada para que parecesse um terrorista. A imagem circulou nos média e nas redes sociais, mas não passava de um embuste.

O canadiano Veerender Jubbal, jornalista freelancer e crítico de videojogos, viu, este fim de semana, uma fotografia sua ser difundida por vários meios de comunicação internacionais, que o identificaram, erradamente, como um terrorista que teria participado nos ataques de sexta-feira, dia 13, em Paris.


A fotografia original, colocada no Twitter a 3 de agosto, mostra uma selfie do canadiano na casa de banho, segurando um iPad. A imagem do aparelho foi alterada, através do uso de um software de edição de imagem, para transformar o iPad num Corão, o livro sagrado do islão, e adicionar um colete, de forma a dar a entender que transportava explosivos.

A imagem chegou a ser razão para que o jovem fosse capa do jornal espanhol "La Razón" no domingo, dia 16, que entretanto já pediu desculpas pelo sucedido.

Também o canal italiano " Sky TG24" apresentou Jubbal como terrorista, partilhando no Twitter a imagem para os seus 1.98 milhões de seguidores.

Não são conhecidos os autores ou a razão pela qual a imagem foi alterada, porém circulam suspeitas de que pode ter sido uma retaliação por causa das críticas que Jubbal tem feito ao movimento "Gamergate", onde são discutidos temas relacionados com a indústria dos videojogos.

O canadiano utilizou o Twitter para esclarecer a situação e, até, para pedir a colaboração dos seguidores.

 Partilhe este artigo no Facebook  Partilhas  **0**
PARTILHAS

Twitter quer acabar com os 140 caracteres

Tecnologia

Twitter quer acabar com os 140 caracteres

Catarina Pedro
30 Setembro 2015 às 22:12



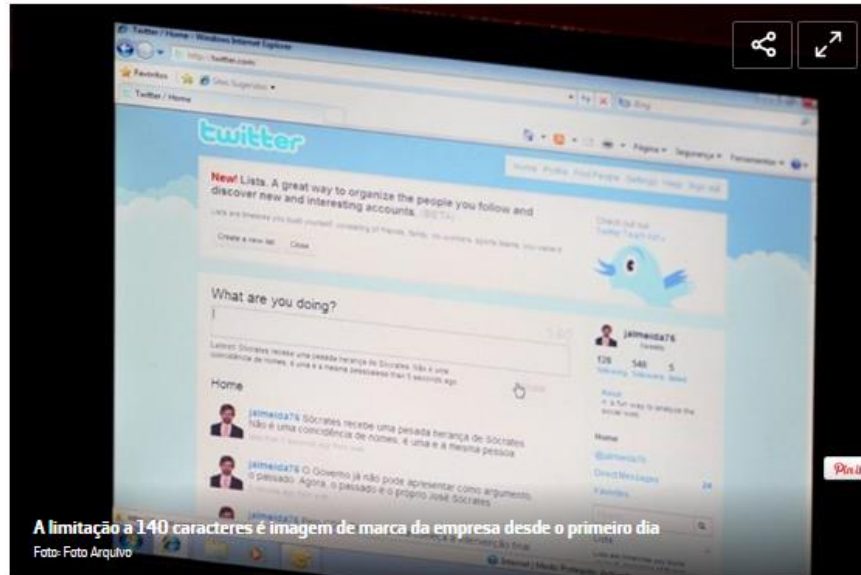
COMENTAR

TÓPICOS

EUA

Twitter

Jack Dorsey



A limitação de 140 caracteres que acompanha o Twitter desde o primeiro dia poderá estar perto do fim.

Segundo avança o site [Re/Code](#), o Twitter está a estudar novas formas de partilhar a informação, deixando o famoso limite de 140 caracteres de lado. Esta limitação tem sido alvo de várias críticas ao longo dos anos.

A mudança já se faz sentir na "nova missão" revelada [no site](#) da empresa: "permitir a todos os utilizadores a criação e partilha de ideias e informações instantaneamente, sem qualquer barreira".

Em abril, a empresa introduziu a hipótese de "retweet com comentário" de forma a alargar o espaço de discussão sobre determinada mensagem e em junho deixou de haver o limite de 140 caracteres para mensagens diretas.

Uma das hipóteses que está a ser estudada para aumentar ainda mais a liberdade dos utilizadores é a alteração da contagem de caracteres das hiperligações.

Segundo um funcionário da Twitter ouvido pelo site [Re/Code](#), o diretor-executivo da empresa, Jack Dorsey, estará disponível para algumas mudanças. Na organização, discute-se "o que o Twitter pode ser e quanto pode evoluir", revela ainda esta fonte, garantindo que ter o diretor-executivo do lado da mudança "faz toda a diferença do mundo".

O Twitter tem 316 milhões de utilizadores ativos mensalmente.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Anexo XII

JN Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião Multimédia

Animais

Surpreendido por lagarto gigante em casa

JN

04 Dezembro 2015 às 23:08



COMENTAR

TÓPICOS

Austrália

Mundo



O animal tinha cerca de 1.5 metros

Foto: Eric Holland

Um australiano de 80 anos não ganhou para o susto quando se apercebeu que estava um lagarto gigante a trepar a parede da sua casa.

Eric Holland estava no alpendre de sua casa, em Thurgoona, na Austrália, no início desta semana, quando ouviu um barulho estranho. Foi em direção à casa e deparou-se com algo pouco normal: estava um lagarto gigante, da espécie goanna, a trepar a parede de sua casa.

"Eu não ficaria mais chocada se um marciano tivesse aterrado ali. Ele subiu pelos tijolos e a cauda estava a contorcer-se e a bater na conduta de ar", disse Holland à jornal "ABC News".

O australiano conseguiu captar o momento com a sua máquina fotográfica e a história foi partilhada pelo jornal local "The Border Mail".

A Goanna é uma espécie de lagarto nativa da Austrália, podendo crescer até dois metros. Trata-se de um animal potencialmente perigoso, devido ao tamanho das garras e aos dentes afiados. Apesar de serem comuns naquele país, é raro serem vistos perto de pessoas.

Holland referiu que o animal acabou por fugir e que não foi visto desde então.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Espanha

Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar

JN

02 Dezembro 2015 às 18-11



COMENTAR

TÓPICOS

Mundo

Um homem morreu, esta quarta-feira, em Alicante, Espanha, ao ser atingido por uma mulher que se atirou de um sétimo andar, aparentemente para se suicidar.

O indivíduo, de 80 anos, estava sentado num banco de jardim, acompanhado pela mulher, quando, pelas 11 horas, foi atingido mortalmente por uma espanhola de 48 anos.

Duas mulheres foram transportadas para o hospital. A que se tentou suicidar encontra-se com prognóstico reservado e a mulher da vítima mortal está em estado de choque.

f Partilhe este artigo no Facebook

+ Partilhas

PARTILHAS

“Eu sobrevivi; eles morreram”

© 19/11/2015



A. Spanaki/UNHCR

“Tinha uma vida normal, vivia com a minha família. Era um estudante universitário e tinha muitos amigos”, conta Hussein ao Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados.

Mas depois, com a guerra na Síria, tudo mudou. “Não queria deixar o meu país, mas sabia que não tinha outra hipótese. Tinha de sair e seguir a mesma estrada [que os outros]” e deixar para trás a guerra que todos os dias tira a vida a centenas de pessoas.

Tinha medo. Não sabia se sobreviveria ao atravessar o Mediterrâneo. “Antes de sair, lembro-me de pensar que poderia morrer no barco a caminho da Europa. Mas recusei-me a morrer. Convenci-me que conseguia superar aquilo e chegar à Europa seguro”, onde esperava encontrar um refugio depois de tudo aquilo pelo qual passara.

“Então, fiz uma tatuagem no peito e escrevi ‘Recuso-me a afundar’. Queria declarar a minha perseverança e força”, escrevendo essas palavras na pele, para sempre, de forma a que todos pudessem ver que, ali, estava um sobrevivente.

“E consegui. Com outros doze sírios, chegámos à ilha de Kalymnos [na Grécia]. Extremamente comovido, liguei para casa, para os meus pais, para lhes dizer que estava bem, que tinha cruzado o mar e que estava bem”.

Hussein conseguiu, mas nem todos tiveram a mesma sorte. Nem todos conseguiram chegar ao seu destino, aquele longe da guerra. “Soube que, no mesmo dia em que consegui sobreviver, outros sírios morreram em Izmir [Turquia], ao tentarem atravessar o mar rumo à Grécia”. Notícias desse dia relatam que um barco, que transportava 16 sírios, tinha afundado e que daí resultaram oito mortes, três feridos e cinco desaparecidos.

“Era dia 16 de abril de 2014. Eu sobrevivi; eles morreram”.

Quando Hussein escreveu o seu testemunho estava em terras gregas, mais concretamente em Kalymnos a caminho de Piraeus, uma zona urbana perto de Atenas. Agora, pode estar em qualquer lugar, mas o ato de cruzar o Mediterrâneo já ninguém lhe tira.

Fonte: UNHCR



“Quantos anos pode uma pessoa viver sem futuro?”

© 19/11/2015



Christos Tolis/UNHCR

“No dia em que saímos, chorámos, chorámos, mas sabíamos que não podíamos continuar no Afeganistão”, lembra Aziz, cujo nome foi alterado para que pudesse contar a sua história sem sofrer represálias. Quando tinha apenas 10 anos, os seus olhos viram os do seu pai a fecharem-se, a morrer, pelas mãos de outros.

Soube, nessa altura, que tinha de sair dali.

Aziz e o irmão dirigiram-se para o Irão. “Vivemos no Irão durante três anos, sem papéis, sem dinheiro e a sofrer de muito racismo” ao mesmo tempo. Aquele ainda não era o país a que poderiam chamar de “casa”. Com a ajuda do irmão, Aziz rumou em direção a um país europeu.

“Atravessei o mar até à ilha de Lesbos, na Grécia, e depois fui até Atenas. Durante a viagem perdi o meu objeto mais precioso: o anel do meu pai, que era a única coisa que tinha que me lembrasse dele”.

Lá, segundo o irmão, as coisas iriam ser “melhores”. Não foram.

“Tenho 23 anos e vivo na Grécia há sete. Vejo a minha vida piorar a cada dia que passa. Quantos anos pode uma pessoa viver sem futuro? Pedi asilo em 2008 e nunca recebi qualquer notificação. Não tenho quaisquer papéis, casa ou trabalho. Tentei sair, mas sem sucesso. Já não espero mais nada. Os problemas fizeram com que perdesse a minha mente”, conta, em 2014, ao Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados.

A esperança ficou perdida, algures entre os países por onde passou. Conta que nada melhora. Agora, tenta constantemente deixar a Grécia e seguir para Itália, mas sem efeito. Depois de até já ter sido atacado no meio das ruas de Atenas, diz “não consigo ficar aqui mais tempo”.

“Quero ir para um local onde haja leis. Se eles me tivessem matado naquela noite [em que foi atacado] ninguém saberia”, desabafa.

Apesar de tudo, sente-se incapaz. Incapaz de ajudar quem queria, a mãe, que está doente e continua no Afeganistão. O irmão, por outro lado, está no Irão, sem hipóteses de auxiliar. Ao ver a família completamente dividida pelo mundo fora, diz que se a sua vida não estivesse em perigo no país natal, “voltaria num minuto”.

Fonte: UNHCR



Cinco mil quilómetros

🕒 24/11/2015



Christos Tolis/UNHCR

Cerca de cinco mil quilómetros separam a região de Hazaras, no Afeganistão, de Thessaloniki, na Grécia. Hamid percorreu-os.

Com apenas 14 anos, vivia em constante medo por causa da presença talibã. A sua família, preocupada com a segurança do filho, mandou-o para o Irão.

“No início, estava sempre a chorar. Doía demasiado estar por minha conta”, lembra, agora com 25 anos. “Quando as coisas ficaram mais difíceis lá, vim para a Europa”.

A viagem não foi fácil. Nunca tinha visto o mar e, na viagem de barco entre a Turquia e a Grécia, este mostrou-se pouco amigo. “Quando o mar se tornou muito forte, os remos começaram a partir, uns atrás dos outros. Começámos a entrar em pânico”, recorda.

Mas algo o foi deixando tranquilo. “O que me deu forças foi um rapaz de 13 anos que estava constantemente a perguntar ‘se eu cair ao mar, salvas-me?’. ‘Enquanto eu estiver vivo, não tens nada a temer’, dizia-lhe continuamente”. Alguém com quem agora mantém uma relação de amizade.

Conseguiu, finalmente chegar ao seu destino. Determinado a estudar, procurou aprender grego, aquela língua tão diferente e completamente desconhecida. Lembra que, “no início, não percebia nada mas, gradualmente e com a ajuda dos meus professores, consegui tornar-me um dos melhores alunos da turma”.

Concentrou-se nos estudos e conseguiu entrar em Administração Empresarial na Universidade de Macedónia, na cidade onde vive e que diz amar. Porém, desabafa que, “se pudesse, voltaria para o Afeganistão sem pensar duas vezes”.

“O meu país é lindo, tem paisagens fantásticas, recursos naturais e montanhas altas. A única coisa que falta é a paz...”

Fonte: UNHCR



Que os estudos o salvem

🕒 24/11/2015



Hussein Al-Shamali foi captado pelas câmaras da Associated Press em agosto enquanto descansava, depois de atravessar a fronteira húngara. Seguia rumo à Alemanha, como tantos outros. Porém, algo fez com o jovem de 20 anos que se destacasse: mostrava, de forma orgulhosa, o seu cartão de estudante.

Partiu da Síria, mais concretamente da cidade Idlib, no norte do país, na esperança de encontrar um local onde consiga um futuro melhor. Lá, estudou durante três anos Engenharia Civil, histórico que espera ver reconhecido pelo sistema académico alemão.

Tem o sonho de conseguir fazer um mestrado em Medicina naquele país para, depois, quando a guerra na Síria acabar, voltar como médico.

Espera que aquele cartão, cuidadosamente plastificado e transportado, seja o “Não faço ideia do que eles pensam do meu trabalho. Espero que seja suficiente. Já houve muitas pessoas a gastarem centenas de dólares comigo para chegar onde cheguei”, conta.

A família, que financiou a sua viagem da Turquia até à Hungria, espera que Hussein, quando estiver na Alemanha, lhes envie dinheiro.

“Eu tenho de retribuir, é o que esperam de mim”.

Fonte: UOL Notícias



“O traficante colocou 152 de nós num barco”

🕒 02/12/2015



Humans of New York/Facebook

O seu nome não é revelado. Não se sabe de onde vem, sabe-se para onde queria ir e sabe-se ainda onde está – em Kos, na Grécia.

Estas parecem ser as informações necessárias para contar a história desta mulher que se vê chorar, como se o mundo tivesse acabado ali.

Vendeu tudo o que lhe pertencia para que, tanto ela como o marido, pudessem chegar à Europa. Trabalharam na Turquia 15 horas por dia para juntar dinheiro. Colocaram tudo em risco, a vida toda nas mãos daqueles que os iam levar para o outro lado, aquele melhor.

Eventualmente conseguiram tudo o que era necessário para a viagem. “O traficante colocou 152 de nós num barco. Assim que vimos o barco, quisemos voltar para trás, mas ele disse-nos que, caso desistíssemos, não teríamos um reembolso. Não tivemos escolha”, conta ao projeto “Humans of New York”.

O barco não aguentava nem mais uma pessoa para além daquelas que já transportava. Diz que, a certa altura, “as ondas começaram a entrar no barco e, então, o capitão disse para atirmos a nossa bagagem para o mar”.

“No oceano, batemos contra uma rocha, mas o capitão disse para não nos preocuparmos. O barco começou a ficar cheio de água. Estava demasiado apertado para nos mexermos. Toda a gente começou a gritar. Nós fomos os últimos a sair de lá vivos”, relembra.

“O meu marido puxou-me pela janela. No oceano, ele tirou o seu casaco e deu-o a outra mulher. Nadou até onde foi possível”.

“Após uma série de horas, ele disse-me que estava demasiado cansado para nadar, que iria flutuar de costas e descansar. Estava tão escuro que não conseguíamos ver nada. As ondas eram grandes”.

“Conseguia ouvi-lo a chamar por mim, mas afastava-se cada vez mais e mais”, sem que houvesse algo que poderia fazer. Acabou por ter a sorte que outros não tiveram.

“Um barco encontrou-me. Nunca encontraram o meu marido”.

Fonte: [Humans of New York](#)



Anexo XIX

Título da Notícia	Secção
Os sete “pecados” das mulheres sauditas	Mundo
Jogadora iraniana denuncia marido por não a deixar sair do país	Mundo
Rapaz muçulmano faz relógio em casa e é detido pela polícia	Mundo
Novas imagens mostram Plutão como nunca viu	Mundo
Nove polícias agredem afro-americano por caminhar em zona proibida	Mundo
Com 60 anos, vai nadar mais de 40 mil quilómetros	Mundo
Húngaros lançam aplicação para ajudar refugiados	Mundo
“Não gosto de pagar salários. Pago o mínimo possível”, diz dono da PT	Economia
Arca de Noé ecológica percorre França	Mundo
O jovem refugiado que não quis abandonar a sua cadela	Mundo
Seis pontos para perceber a peregrinação a Meca	Mundo
Medicamento aumentou de 12 para 665 euros	Mundo
“Selfies” já mataram mais do que tubarões	Mundo
Saiba quais serão as Línguas mais faladas no futuro	Mundo
Apple divulga as 25 “apps” atacadas	Inovação
Empregado da McDonald’s parou para ajudar homem a comer	Mundo
Refugiado sírio deixa polícia alemã “sem palavras”	Mundo
Rock in Rio Lisboa de 20 a 28 de maio	Cultura
“Buraco” em praia engole autocaravana, automóvel e tendas	Mundo
A vertiginosa ponte de vidro abriu aos corajosos	Mundo
Filha de Paul Walker inicia processo contra a Porsche	Pessoas
Twitter quer acabar com os 140 caracteres	Inovação

Refugiado com 110 anos pede asilo na Alemanha	Mundo
Fotos de crianças publicadas nas redes roubadas por pedófilos	Mundo
Buraco com 20 metros obriga a evacuar casas	Mundo
Cama debaixo de escadas em Londres custa 700 euros/mês	Mundo
Milhares de crianças indianas batem recorde mundial	Mundo
Japão poderá limitar visitas ao Monte Fuji	Mundo
“França no ano 2000” por artistas em 1900	Mundo
Cientistas criam chocolate mais saudável	Nacional/ Saúde
Divulgadas mais de dez mil imagens das missões Apollo	Mundo
Califórnia legaliza suicídio medicamente assistido	Mundo
Apresentadora diz estar bom tempo para bombardear Síria	Mundo/ Mundo Insólito
Encontrada nova espécie de rato	Mundo
“Moments”, a nova funcionalidade do Twitter	Inovação
Indiano constrói carro com oito metros de altura	Mundo
Enfermeira amamenta bebé durante cirurgia	Mundo/ Mundo Insólito
Afinal o Facebook não vai ter botão “não gosto”	Inovação
Arrisca prisão por denunciar traição do marido no Youtube	Mundo
Califórnia proíbe “paparazzi” de usarem drones	Mundo
Criança interrompe parada militar para abraçar o pai	Mundo
Morreu a jovem de 12 anos para quem pediam “morte digna”	Mundo
Tirar batas e luvas causa contaminação em hospitais	Nacional
Dentista que matou o leão Cecil não vai ser acusado	Mundo

Aerosmith estão irritados com Donald Trump	Cultura
Uso de órgãos de animais em humanos está mais próximo	Nacional
Twitter despede 8% dos trabalhadores	Economia
Tia leva sobrinho a tribunal por lhe partir o pulso	Mundo
Caça interceta avião que partiu da Madeira	Mundo
Refugiada síria deu à luz ao chegar a Lesbos	Mundo
Hospedeiras passam por ritual polémico	Mundo
Pais “congelam” filha na esperança de fazê-la renascer	Mundo
Pais pedem colo solidário para filha com paralisia	Mundo
Os “Youtubers” mais ricos	Inovação
Falso agente secreto foi comentador durante 13 anos	Mundo
Migrantes surpreendidos por urso polar ao tentar chegar a Inglaterra	Mundo
Facebook procura desenvolver “app” para invisuais	Inovação
Campanha de “crowdfunding” quer levar Portugal ao Eurovisão	Nacional
Sofria de convulsões sempre que fazia Sudoku	Mundo
Número de sinais no braço pode indicar risco de melanoma	Nacional
Maqueiros deixam cair duas vezes jogador lesionado	Mundo
Condutor da Uber culpado de violação	Mundo
YouTube apresenta o Red, o serviço de vídeos pago	Inovação
“25”, o novo álbum de Adele	Cultura
Candidata a autarca filmada a fazer striptease	Mundo/ Mundo Insólito
Mulher identifica Parkinson através do olfato	Nacional/ Saúde
Empregado da Google vive em carrinha para poupar	Mundo
Sobreviveu a noite num penhasco após assistir à morte do pai	Mundo

Ángela Ponce quer ser a primeira Miss Espanha transexual	Mundo
Nudistas tentaram bater recorde em montanha-russa	Mundo
Polícia norte-americana critica Tarantino	Mundo
Príncipe saudita levava duas toneladas de droga no avião	Mundo
Carro fúnebre usado para contrabando de caviar	Mundo/ Mundo Insólito
Casa de Jimi Hendrix vai abrir as portas ao público em 2016	Cultura
As ondas gigantes estão de volta à Nazaré	Local
Empregada de limpeza confunde arte com lixo	Mundo
Transexual detida em prisão masculina	Mundo
Mulher que pesava 20 quilos recuperou em Portugal	Mundo
As sete coisas que irritam os taxistas	Mundo
Condutor da Uber filmou agressão de passageiro	Mundo
Twitter cria “like” em forma de coração	Inovação
Redescoberto filme da Disney com 87 anos	Cultura
Bebé é o único sobrevivente a queda de avião no Sudão do Sul	Mundo
Aplicação revela abusos dos patrões	Inovação
Italianos resgatam cão em alto mar	Mundo
Homens voam lado a lado com avião no Dubai	Mundo
Buraco de 120 metros engole 15 carros nos EUA	Mundo/Mundo Insólito
Cortou 950 mil euros em notas para evitar disputas na herança	Mundo/ Mundo Insólito
Britânico escala Torre Eiffel	Mundo/ Mundo Insólito
Nos bastidores com os “anjos” da Victoria’s Secret	Pessoas
Plutão tem possíveis “vulcões de gelo”	Mundo
DJ de três anos vence “Got Talent”	Nacional
As 20 melhores músicas para acordar	Cultura
Esquiador sobrevive a queda de 500 metros	Atualidade/ Live

Mais de 18 mil mulheres batem recorde mundial	Mundo
Condutor ajuda sem-abrigo e ação torna-se viral	Mundo/ Mundo Insólito
O prédio mais incrível do mundo	Mundo
Estudante morre em carrinho de supermercado a 80 km/h	Mundo
Jovem violada 43200 vezes luta contra tráfico humano	Mundo
Emiratos acrescenta 98 lugares ao maior avião do Mundo	Mundo
Alteraram-lhe foto para parecer terrorista de Paris e enganaram os média	Mundo
“Peace for Paris” nos céus de Lyon	Mundo
Zebras fogem de circo e percorrem ruas de Filadélfia	Mundo/ Mundo Insólito
Vídeo de pai a explicar atentados ao filho emociona o mundo	Mundo
Charlie Hebdo dedica capa aos atentados	Mundo
Escola proíbe criança cega de usar bengala	Mundo
PSG vai homenagear vítimas dos atentados de Paris	Desporto
Justin Bieber quebra recorde dos The Beatles	Cultura
Edifícios europeus abandonados eternizados por fotógrafo	Mundo
Obama canta no novo disco dos Coldplay	Cultura
Os 15 filmes menos rentáveis de 2015	Cultura
Juiz utiliza WhatsApp para chamar réu	Mundo/ Mundo Insólito
Adolescente bate recorde do Cubo Mágico	Mundo
Homem com pânico a aranhas engana polícia	Mundo/ Mundo Insólito
Comprar uma lâmpada pode ajudar os refugiados	Mundo
Tarantino terá mentido sobre ter sido preso	Pessoas
Conheça aquele que será o maior edifício do mundo	Mundo
Williams e Yoko num Pirelli de “mulheres distintas”	Mundo

Foto do cão no Facebook leva dona a tribunal	Mundo
O melhor “outdoor” de 2015	Mundo
PSY tem novo álbum e vídeo viral	Cultura
Julgado por fazer meme de Erdogan e Gollum	Mundo
Mulher agride homem que tentou violá-la e salvou-se	Mundo
Homem morre ao ser atingido por mulher que se tentou suicidar	Mundo
O arranha-céus que “buzina”	Mundo/ Mundo Insólito
Pais indignados por lhes tirarem filha fruto de incesto	Mundo
Coldplay atuam no intervalo do Super Bowl 2016	Cultura
Lady Gaga eleita mulher do ano	Cultura
Surpreendido por lagarto gigante em casa	Mundo/ Mundo Insólito
Os assuntos do ano no Twitter	Inovação
Pequim emite alerta vermelho devido a poluição	Mundo
Jovem encontra 100 mil euros a flutuar no rio	Mundo
Doador pai de 54 crianças em apenas dois anos	Mundo/ Mundo Insólito
“Girl’s band” do ditador norte-coreano atua na China	Mundo
As canções que o planeta mais ouviu em 2015	Cultura
Os vídeos mais populares do YouTube em 2015	Cultura
Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia	Mundo/ Mundo Insólito
Conheça os nomeados para os Prémios SAG	Cultura
Revelados os nomeados para os Globos de Ouro 2016	Cultura
Restaurante chinês cobra taxa de “ar puro”	Mundo
Homem é filmado a agredir cão	Mundo
Estado Islâmico mata recém-nascidos com deficiência	Mundo

Contrato dos The Beatles vendido por 500 mil euros	Cultura
Casados há 90 anos dizem que o segredo é “nunca discutir”	Mundo
Amazon lança tablet Fire a baixo custo	Inovação
“Cheerleaders” denunciam condições de trabalho	Mundo
Veterano deu o corpo às balas no massacre de Oregon	Mundo
Condenada por perseguir ator da série The Walking Dead	Pessoas
“Não preciso de pernas para me sentir sexy”	Pessoas
Jovem condenado a prisão perpétua por planejar ataque a escola	Mundo
Noiva fotografou o próprio casamento	Pessoas

Noiva fotografou o próprio casamento

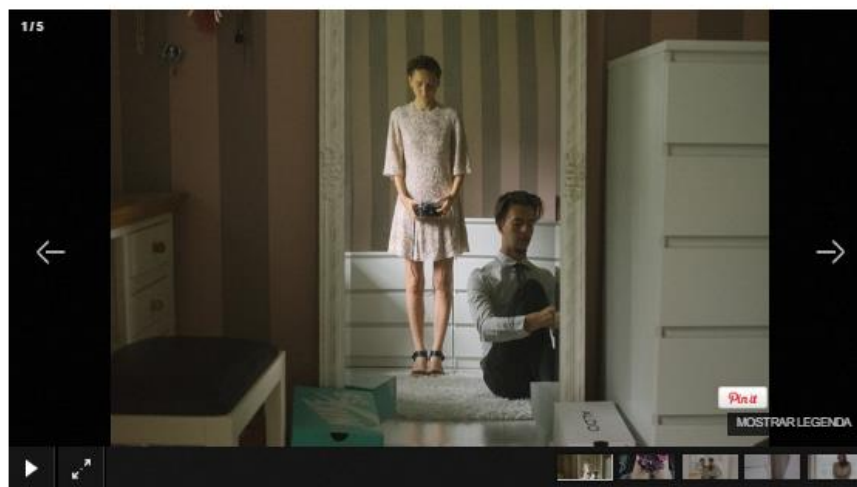
Gente

Noiva fotografou o próprio casamento

JN
18 Setembro 2015 às 20:33



COMENTAR



Liisa Luts, fotógrafa de profissão, casou-se no passado dia 28 de agosto, em Tallinn, na Estónia. Decidiu que não precisava de outro fotógrafo para ter as recordações da cerimónia e fotografou-a ela.

A noiva detém uma pequena empresa de fotografia, vídeo e serviços de animação em Tallinn, na Estónia, com o seu marido. Quando chegou a altura de decidir quem deveria captar as fotografias no casamento, decidiu ir pelo caminho mais fora do comum. Viu na possibilidade de ser ela a fotografar a cerimónia uma oportunidade de escapar ao stress.

A noiva detém uma pequena empresa de fotografia, vídeo e serviços de animação em Tallinn, na Estónia, com o seu marido. Quando chegou a altura de decidir quem deveria captar as fotografias no casamento, decidiu ir pelo caminho mais fora do comum. Viu na possibilidade de ser ela a fotografar a cerimónia uma oportunidade de escapar ao stress.

"Não sentíamos necessidade de ter um fotógrafo profissional no nosso casamento, com fotos de fantasia e numa terceira perspetiva", declarou ao **The Independent**. "Queríamos algo mais simples, sincero e franco, mais como 'nós'", acrescentou.

O resultado surpreendeu muitos. Agora **disponível** na Internet, a galeria mostra o dia do casamento pelas mãos da noiva, onde estão retratados momentos como o acordar, as refeições antes da cerimónia e até a assinatura dos papéis.

"A ideia era documentar o dia o mais honestamente possível, então tirámos algumas fotos no caminho, sem planos ou encenação envolvidos. Não retirou qualquer atenção do dia e estou feliz por poder reviver o momento através destas fotografias", acrescentou a fotógrafa em declarações ao jornal britânico.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Cambridge

As 20 melhores músicas para acordar

IN

11 Novembro 2015 às 11:59



COMENTAR

TÓPICOS

Música
Spotify
Cultura



"Viva La Vida", dos Coldplay, ocupa o primeiro lugar da lista

Foto: Facebook

Acordar nem sempre se apresenta uma tarefa fácil e, por isso, um psicólogo da Universidade de Cambridge e um serviço de música comercial em streaming apresentaram uma lista das músicas que consideram adequadas para começar o dia.

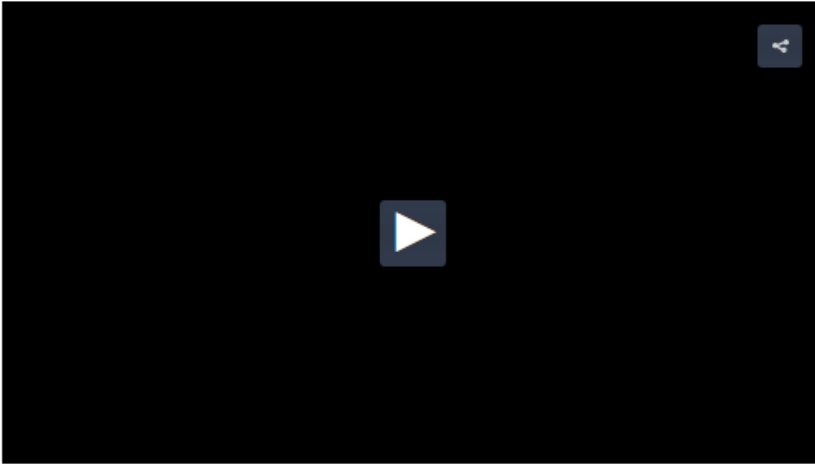
"Viva La Vida", dos Coldplay, apresenta os acordes e ritmo ideais para acordar, segundo os autores da lista, apresentando-se, por isso, em primeiro lugar. "Para a maioria de nós, é uma luta passar do mau humor para um estado de otimismo. Uma música energética como 'Viva La Vida' pode ajudar a obter energia para o resto do dia", considera o psicólogo David Greenberg, que fez a compilação com a Spotify, um serviço de música comercial em streaming.

Greenberg realça que todas as músicas da lista têm letras positivas, ritmos rápidos (de 100 a 130 batidas por minuto) e arranjos crescentes. A compilação conta com vários artistas, desde Avicii, Bill Withers, Imagine Dragons e Sam Smith, entre outros.

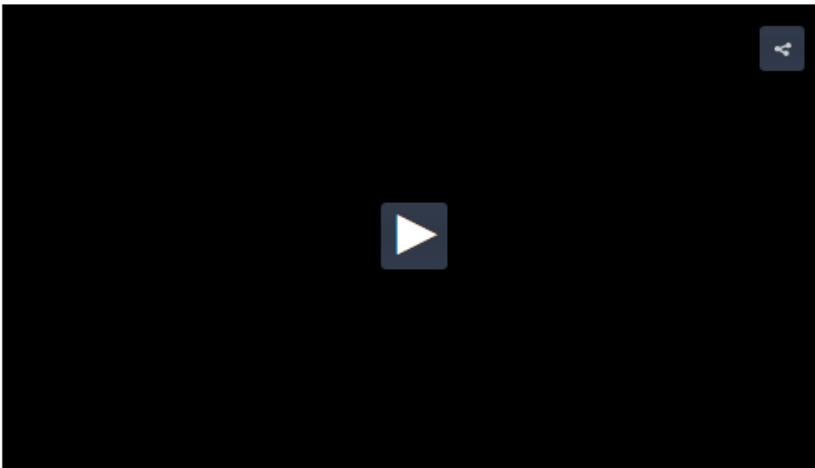
"A música não serve apenas para entreter, é algo que entra no nosso cérebro. Quanto mais estudamos a música, mais descobrimos o papel que esta tem no jogo evolutivo, em termos de comunicação e interação social", conclui Greenberg.

A lista das 20 músicas selecionadas:

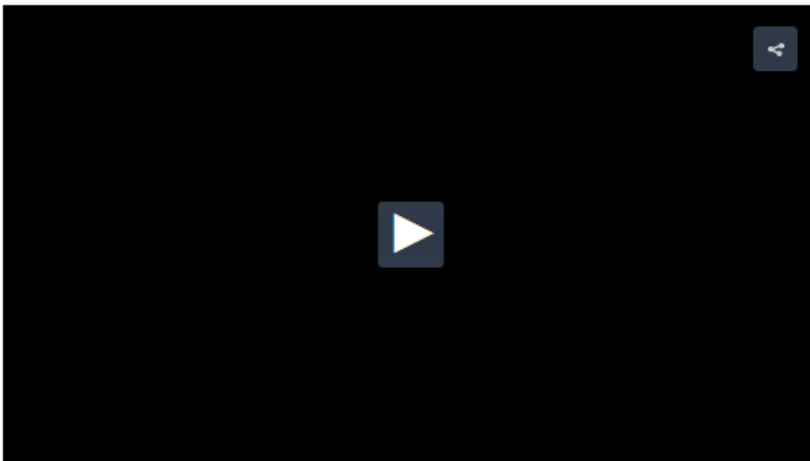
1. Coldplay - Viva La Vida



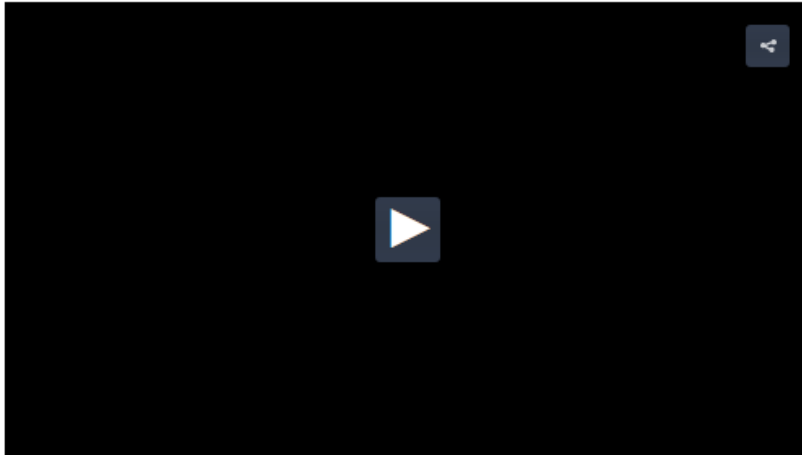
2. St. Lucia - Elevate



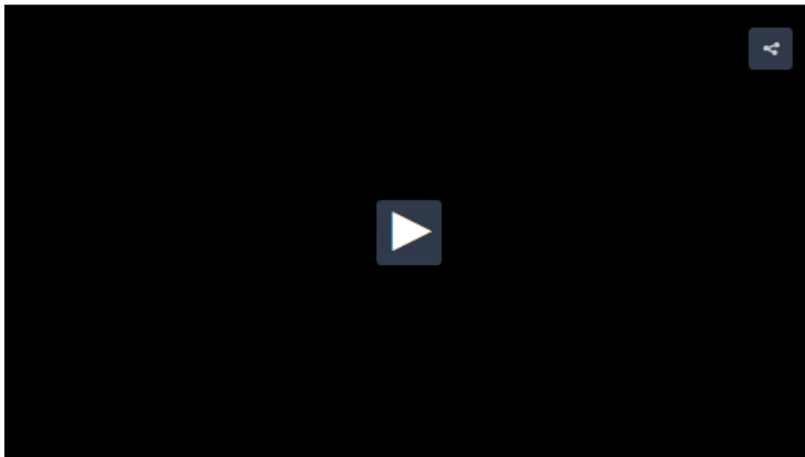
3. Macklemore & Ryan Lewis - Downtown



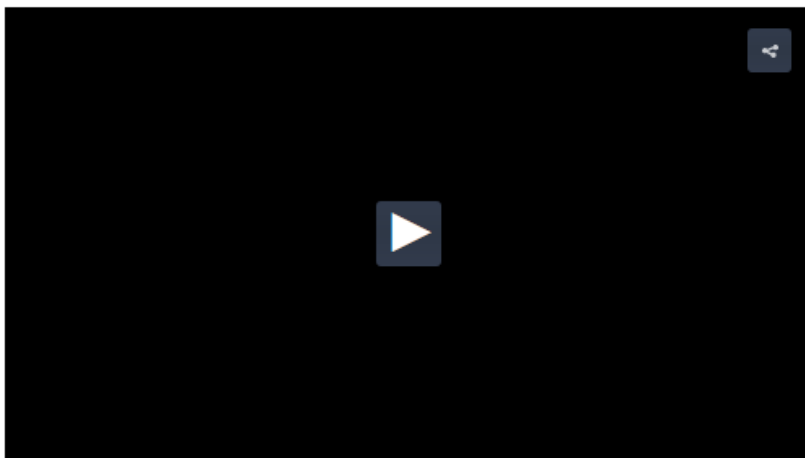
4. Bill Withers - Lovely Day



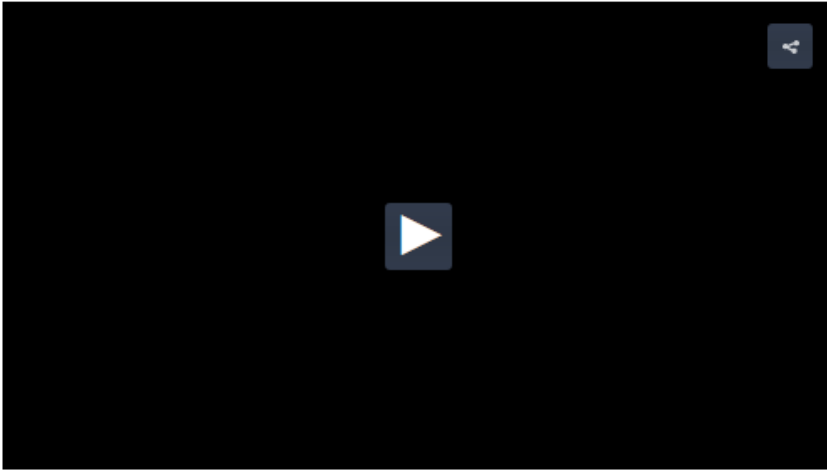
5. Avicii - Wake Me Up



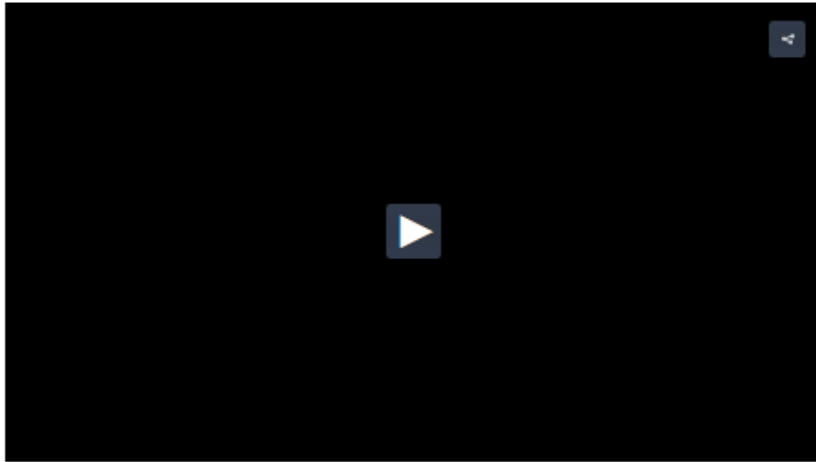
6. Pentatonix - Can't Sleep Love



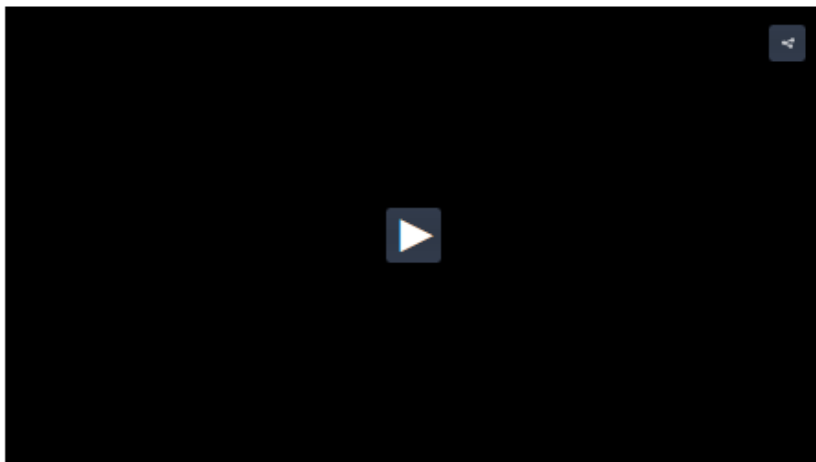
7. Demi Lovato - Confident



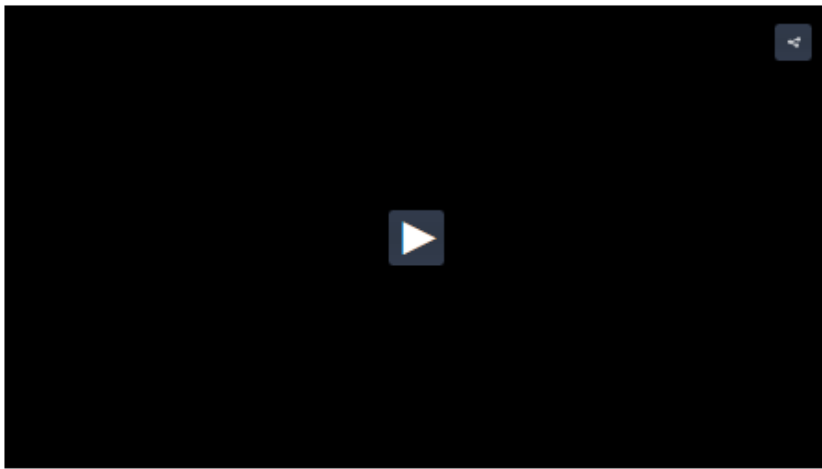
8. Arcade Fire - Wake Up



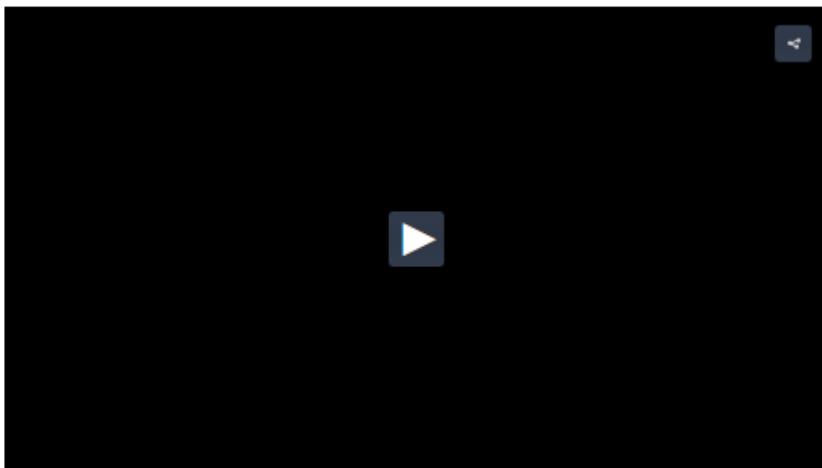
9. Hailee Steinfeld - Love Myself



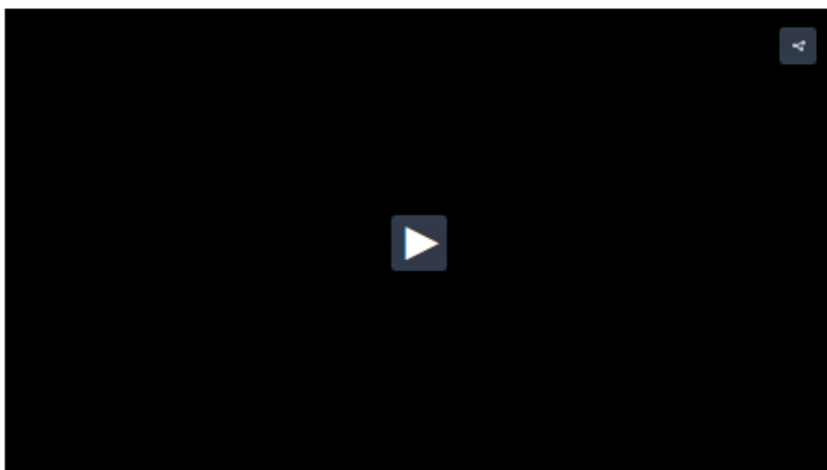
10. Sam Smith - Money On My Mind



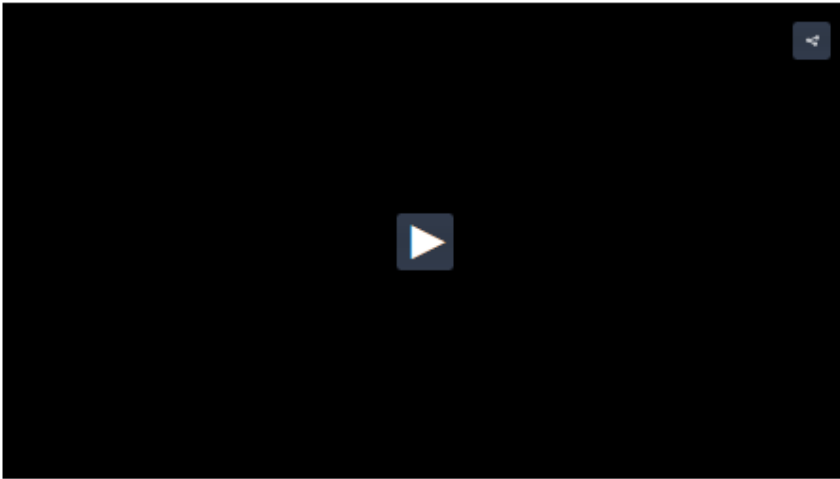
11. Esperanza Spalding - I Can't Help It



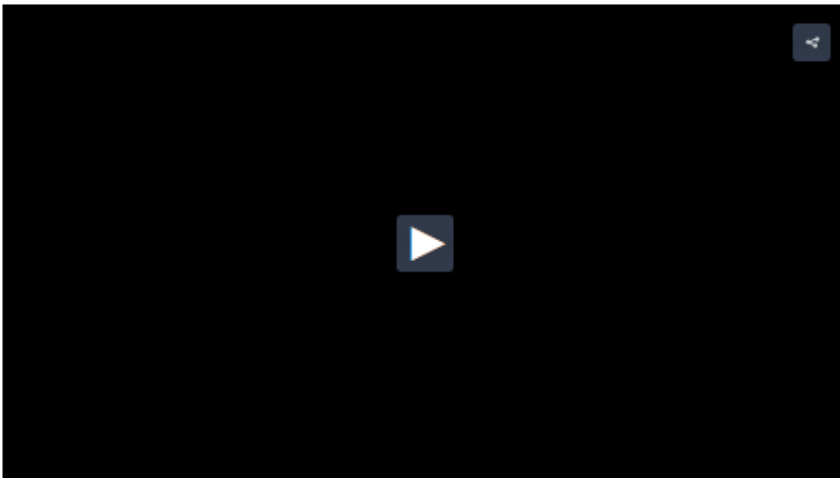
12. John Newman - Come and Get It



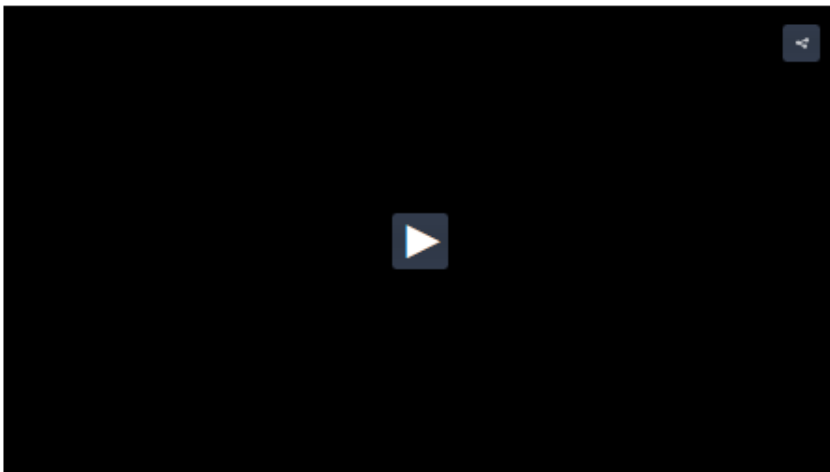
13. Felix Jaehn - Ain't Nobody (Loves Me Better)



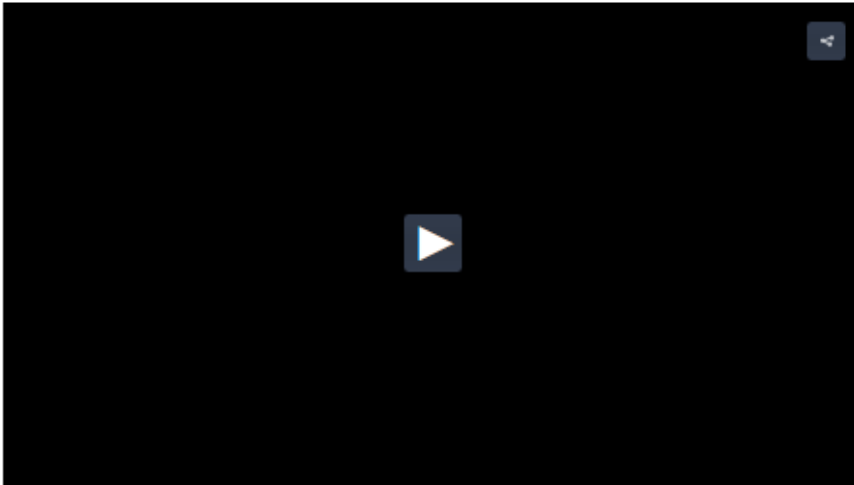
14. Mark Ronson - Feel Right



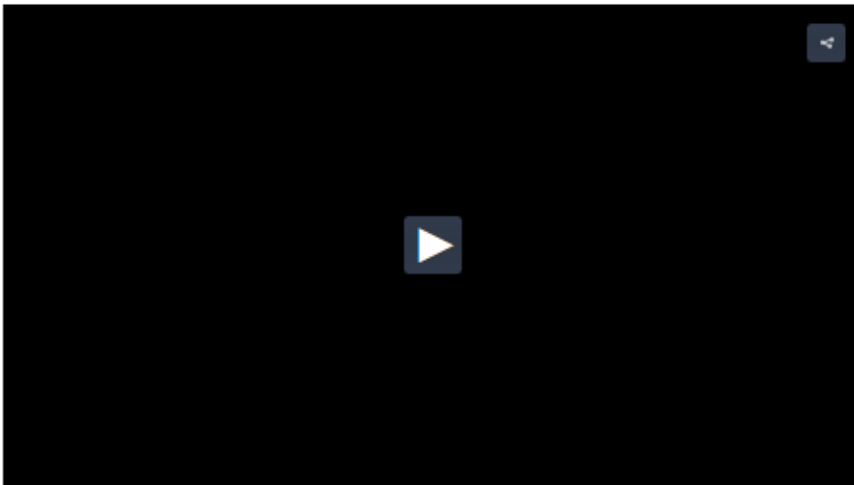
15. Clean Bandit - Rather Be



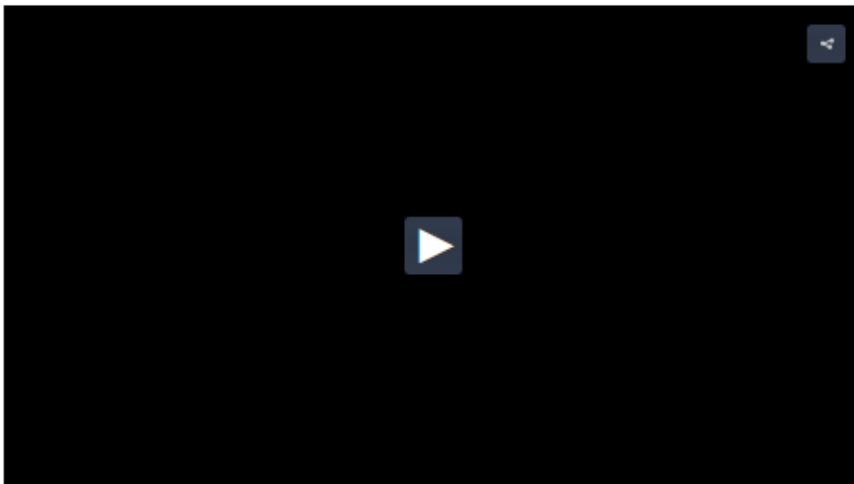
16. Katrina & The Waves - Walking on Sunshine



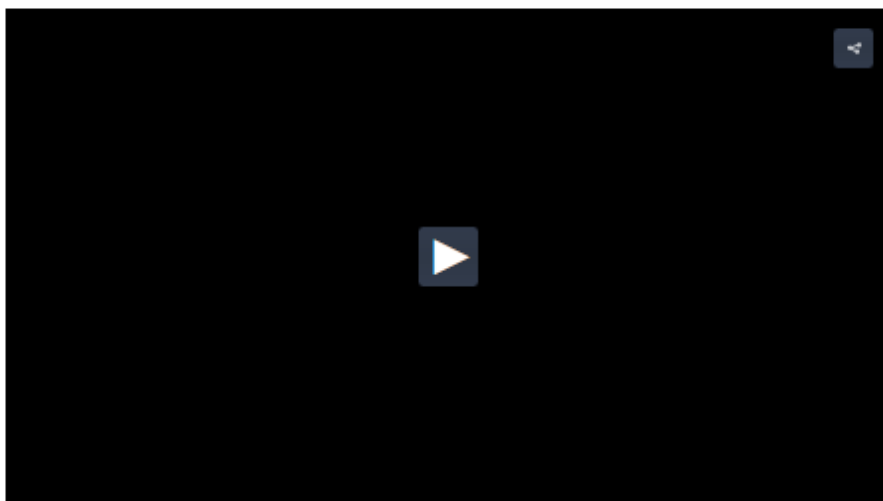
17. Imagine Dragons - On Top of the World



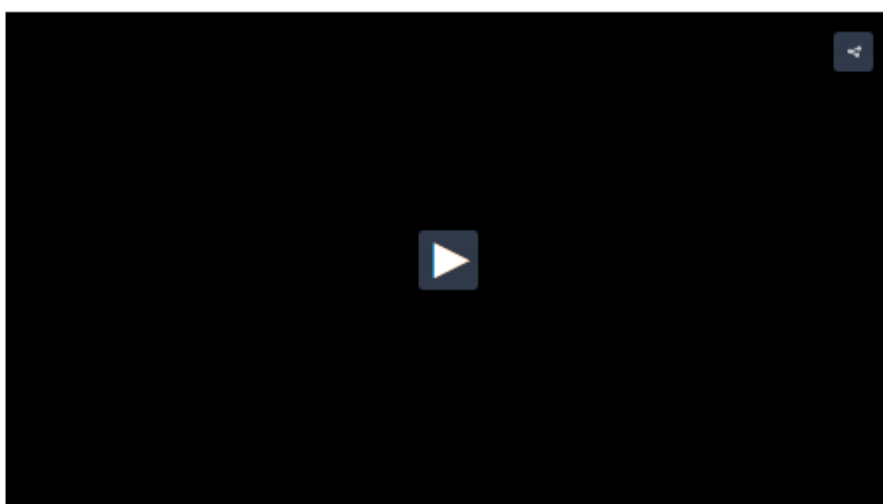
18. MisterWives - Reflections



19. Carly Rae Jepsen - Warm Blood



20. iLoveMemphis - Hit The Quan



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0 PARTILHAS

Jovem morto por jacaré quando fugia da polícia

IN
09 Dezembro 2015 às 21:26



COMENTAR

TÓPICOS

EUA

Flórida



Um jovem norte-americano ter-se-á escondido num lago enquanto era perseguido pela polícia e acabou por ser morto por um jacaré.

O caso aconteceu no mês de novembro mas só esta terça-feira é que a polícia de Brevard, EUA, divulgou o relatório que explica os detalhes do acontecimento.

O documento torna mais claros os acontecimentos da madrugada de 13 de novembro, na zona de Barefoot Bay, Flórida. Um jovem de 22 anos, Matthew Riggins, que estaria, naquela madrugada, a assaltar casas com um colega, acabou por ser denunciado pelos habitantes locais, que suspeitaram da presença dos dois homens.

Na altura em que se iniciou a perseguição policial, com vários agentes, cães e um helicóptero, Riggins ter-se-á escondido da polícia num lago, enquanto o colega conseguiu fugir. Ao não voltar a casa nessa noite, a família do jovem deu Riggins como desaparecido.

Dez dias mais tarde, o seu corpo foi encontrado a flutuar, próximo de um jacaré agressivo, de aproximadamente três metros, segundo o [relatório da polícia de Brevard](#). O corpo do animal foi, então, analisado e algumas partes do corpo de Riggins foram encontradas no estômago do jacaré.

O colega de Riggins foi identificado pela polícia na noite dos acontecimentos, tendo, porém, recusado colaborar com as autoridades na investigação.



Partilhe este artigo no Facebook



Partilhas

0
PARTILHAS

Anexo XXIII

Ranking netScope de entidades

Setembro 2015

Search:

Entidade	Visitas	Rank	Page Views	Rank	PVs/Visita
Sapo (Home Page e Serviços) *	43089099	1	302767404	1	7,0
A Bola	34670626	2	273810433	2	7,9
Record	24197047	3	144903345	3	6,0
Correio da Manhã	15000633	4	65836727	4	4,4
Jornal de Notícias **	12558241	5	53068997	6	4,2
Público	11735106	6	42266364	8	3,6
O Jogo	10510017	7	44195054	7	4,2
Diário de Notícias	10507711	8	31015633	13	3,0
TVI	9562384	9	25626212	17	2,7
Expresso	9065783	10	28538227	14	3,1
Notícias ao Minuto	8399984	11	21012616	19	2,5
IOL (Home Page e Serviços) ***	7671947	12	27100937	16	3,5
RTP	7319697	13	16393841	23	2,2

Anexo XXIV

Ranking netScope de entidades Outubro 2015

Search:

Entidade	Visitas	Rank	Page Views	Rank	PVs/Visita
Sapo (Home Page e Serviços) *	46650550	1	324796053	1	7,0
A Bola	33177287	2	271739519	2	8,2
Record	23672553	3	158151279	3	6,7
Correio da Manhã	16146734	4	75684052	4	4,7
Jornal de Notícias	13701715	5	55917175	7	4,1
Público	13413241	6	57225729	6	4,3
TVI	11856565	7	36923133	11	3,1
Diário de Notícias	10306617	8	28689051	17	2,8
Expresso	10058952	9	33127465	13	3,3
O Jogo	9832290	10	40047695	10	4,1
RTP	8655364	11	22099718	19	2,6
Observador	8193014	12	42363553	9	5,2
IOL (Home Page e Serviços) **	8004511	13	29085736	15	3,6

Anexo XXV

Ranking netScope de entidades

Novembro 2015

Search:

Entidade	Visitas	Rank	Page Views	Rank	PVs/Visita
Sapo (Home Page e Serviços) *	44883351	1	312681935	1	7,0
A Bola	30752697	2	257132731	2	8,4
Record	22213284	3	144035910	3	6,5
Correio da Manhã	16220165	4	73533075	4	4,5
Jornal de Notícias	14669521	5	65337601	5	4,5
Público	14556304	6	63762253	6	4,4
TVI	12648418	7	40456926	9	3,2
Expresso	11211269	8	33925502	13	3,0
Diário de Notícias	10928814	9	28305815	17	2,6
Notícias ao Minuto	9251104	10	29960903	16	3,2
RTP	8541051	11	19639747	20	2,3
O Jogo	8384578	12	34628390	12	4,1
Observador	8233209	13	38408484	11	4,7

Anexo XXVI

Ranking netScope de entidades Dezembro 2015

Search:

Entidade	Visitadas	Rank	Page Views	Rank	PVs/Visita
Sapo (Home Page e Serviços) *	42387644	1	292386331	1	6,9
A Bola	33367535	2	278365104	2	8,3
Record	20189862	3	116058142	3	5,7
Correio da Manhã	14610314	4	65307892	4	4,5
Jornal de Notícias	12876786	5	54482124	6	4,2
TVI	11612384	6	32303317	12	2,8
Público	11568085	7	49810950	7	4,3
Diário de Notícias	10428135	8	25447675	18	2,4
O Jogo	9078597	9	35482066	10	3,9
Expresso	8986353	10	27220527	15	3,0
IOL (Home Page e Serviços) **	7235312	11	25200460	19	3,5
RTP	6919022	12	16639782	21	2,4
Observador	6351540	13	32296827	13	5,1

Anexo XXVII

Ranking netScope de entidades

Dados multiplataforma

Outubro 2016

Search:

Entidade	Visitas totais (multiplataforma)	Rank	Visitas PC	Visitas Mobile	Page Views Totais (multiplataforma)	Rank	Page Views PC	Page Views Mobile	PVs/Visita (totais)
A Bola	28843393	1	11613945	17229448	214271823	1	107162666	107109157	7,4
Correio da Manhã	22724956	2	7726340	14998616	110619772	3	61298027	49321745	4,9
Jornal de Noticias	21650412	3	6630884	15019528	101036771	4	53692136	47344635	4,7
Record	20416422	4	8843329	11573093	152170309	2	93880144	58290165	7,5
O Jogo	13128503	5	3973655	9154848	76381858	5	41432773	34949085	5,8
TVI	13088655	6	4791666	8296989	46540075	9	17692966	28847109	3,6
Diário de Noticias	12124040	7	4519152	7604888	40862735	10	23591694	17271041	3,4
Público	11457428	8	5563306	5894122	50390358	7	37037555	13352803	4,4
Notícias ao Minuto	10315998	9	3881556	6434442	27336837	14	15338414	11998423	2,6
Expresso	8834354	10	3852344	4982010	30489254	11	19792789	10696465	3,5
IOL (Home Page e Serviços)	7702572	11	4233656	3468916	29178966	12	22000829	7178137	3,8