

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Departamento de Letras, Artes e Comunicação

O jornalismo televisivo e o jornalismo online – convergências e divergências: o caso da SIC e do Porto Canal

Mestrado em Ciências da Comunicação: variante em Jornalismo

Priscila Catarina Baptista da Silva

Número mecanográfico: 63012

Relatório de Estágio em Mestrado

Versão final

Orientador:

Professora Inês Mendes Moreira Aroso



Vila Real, 2018

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Departamento de Letras, Artes e Comunicação

**O jornalismo televisivo e o jornalismo online – convergências e
divergências: o caso da SIC e do Porto Canal**

Mestrado em Ciências da Comunicação: variante em Jornalismo

Priscila Catarina Baptista da Silva

Número mecanográfico: 63012

Relatório de Estágio em Mestrado

Versão final

Orientador:

Professora Inês Mendes Moreira Aroso

Composição do Júri:

Daniela Esperança Monteiro da Fonseca

Maria da Felicidade Araújo Morais

Fábio Fonseca Ribeiro

Inês Mendes Moreira Aroso

Vila Real, 2018

Relatório de estágio submetido por Priscila Catarina Baptista da Silva à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação: variante em Jornalismo, sob a orientação da Professora Doutora Inês Mendes Moreira Aroso, Professora do Departamento de Letras, Artes e Comunicação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Dedicatória

Quando pensamos em dedicatórias pensamos naqueles a quem mais queremos, naqueles de quem mais gostamos, não fazia sentido dedicar o meu projeto a mais ninguém senão à minha avó.

A pessoa que mais amo na minha vida, aquela que sempre se orgulhou de todo o meu caminho e que sempre teve grandes esperanças no meu futuro. Mesmo não estando já presente é a pessoa a quem este relatório é dedicado, por mesmo longe eu saber que estará sempre orgulhosa pelas minhas conquistas e por mesmo nas quedas ser capaz de seguir em frente e lutar ainda com mais força para conseguir concretizar todos os projetos a que me remeto.

Existem pessoas que mesmo longe, nos fazem sempre companhia

povoam a nossa lembrança com a sua presença.

Essas são capazes de nos confortar apenas com
a lembrança de um sorriso ou do calor de um abraço

(Autor desconhecido)

Agradecimentos

Gostaria de, inicialmente, agradecer às pessoas que tornaram tudo isto possível, todo o meu percurso académico mas também enquanto pessoa, aos meus pais, por tudo o que fizeram por mim, por todas as lutas que travaram para conseguir concretizar os meus objetivos e por nunca desistirem de mim mesmo nas maiores adversidades que a vida nos colocou.

Em segundo lugar ao meu irmão, por ser tão especial, por mostrar orgulho em tudo o que faço e por me apoiar dia após dia na concretização de todos os meus sonhos e por ser o homem que mesmo nas quedas mostra que quer seguir sempre o exemplo da irmã.

À minha restante família pelo apoio e pela força em todos os momentos da realização do presente relatório e por todo o auxílio ao longo dos meses de estágio.

Aos meus amigos por serem um suporte fundamental e por nunca me deixarem desistir, mostrando sempre e dando sempre a força necessária para eu acreditar que seria possível concretizar tudo.

À minha orientadora, a professora Inês Aroso, por me ter recebido na UTAD de braços abertos e por me ter ajudado em toda esta caminhada ao longo do mestrado, por perceber que a minha base de licenciatura era diferente do mestrado e por nunca me colocar de parte, auxiliando-me sempre que necessário e dando-me as bases necessárias para completar esta etapa com sucesso. Agradecer ainda pela orientação ao longo dos estágios mas também ao longo da realização do relatório mostrando-se sempre disponível para me retirar dúvidas e auxiliar em todos os momentos.

Por fim, agradecer às duas instituições de estágio que me acolheram a *SIC Porto* e o *Porto Canal* por me terem recebido tão bem e por me ensinarem e mostrarem sempre como tudo funciona. Um agradecimento especial à Cristina Freitas, à Lúcia Amorim e ao Rui Teixeira da *SIC* por todos os conselhos e por todas as dicas importantes para a realização de um bom trabalho nas diversas áreas e ainda à Anabela Jacinto, à Sara Freitas, ao Luís Vigário, ao Óscar Góis, à Cláudia Fonseca, ao Pedro Carvalho da Silva e à minha orientadora de estágio Vanda Balieiro do *Porto Canal*, por todas as dicas, por todo o apoio ao longo do estágio e por todo o tempo que dedicaram para que todas as peças fossem realizadas com sucesso, por todas as dicas para uma boa colocação da voz e por nunca me terem considerado

uma estagiária mas sim uma deles, permitindo-me realizar tudo a que me propus e adquirir ainda mais conhecimentos para um trabalho eficaz e completo.

Resumo

Atualmente estamos perante uma transformação na forma como a sociedade acede às notícias. Se até ao fim do século XX víamos a televisão como o principal meio de comunicação social, agora em pleno século XXI começam a notar-se algumas transformações, como por exemplo o maior uso dos *sites* noticiosos em detrimento da televisão e a utilização das redes sociais para ter acesso mais rápido a notícias de última hora, quer nacionais, quer internacionais.

O facto de no nosso dia a dia podermos estar a substituir os meios de comunicação tradicionais, como a televisão fez com que existisse um interesse em poder provar que talvez isto esteja a acontecer e de que modo tal acontece.

As transformações e inovações tecnológicas têm começado a sentir-se nos meios de comunicação social e estes têm sofrido alterações. É a partir desta ideia que pretendemos realizar este estudo, evidenciando as alterações que a tecnologia trouxe para os meios de comunicação e de que forma pode ser uma vantagem ou desvantagem.

Ao longo da análise teórica dos locais de estágio, pretendemos analisar os diferentes meios de comunicação que servem como plano para a realização do estudo (a *SIC* e o *Porto Canal*), isto é, a televisão e os meios noticiosos *online*, perceber qual a sua história e a evolução na sociedade portuguesa sendo ainda importante perceber de que forma um e outro interagem com a sociedade e entre eles. A análise aos dois locais de estágio (a *SIC* e o *Porto Canal*) também estará patente nesta fase, de modo a ser possível localizar o nosso estudo.

Ao longo do estudo de caso será importante analisar a sociedade: perceber de que modo as pessoas têm alterado os seus meios de acesso à comunicação social, bem como tentar perceber que vantagens e desvantagens consideram importantes num e noutro e tentar localizar qual o tipo de população mais afetada pela entrada dos noticiários *online* no quotidiano social.

Através de provas concretas, como estatísticas, audiências e mesmo a resposta de alguns cidadãos através da realização de inquéritos *online* e em formato papel para ser possível chegar a todas as gerações e não só àquelas que utilizam os meios *online*. Os inquéritos serão sobre quais os meios de comunicação frequentemente utilizados e tentar-se-á chegar à conclusão de que alterações têm sofrido os media e também provar a facilidade com

que os meios *online* nos chegam e por isso a facilidade em aceder a este tipo de notícias que acabam por ser notícias dadas sempre na hora.

Com a realização dos dois estágios abordados a percepção acerca do assunto é mais fácil e perceber-se-á ao longo do estudo que os meios *online* podem criar divergências com os meios tradicionais mas maioritariamente são meios que se unem e que trabalhados em conjunto conseguem atingir um maior número de pessoas e que atualmente funcionam melhor um com o outro.

Palavras-chave: Audiências; Jornalismo televisivo; Jornalismo *online*; *Porto Canal*; *SIC*.

Abstract

Nowadays we are facing a transformation in the way society accesses news. Until the end of the twentieth century we saw television as the main mass media channel, however in the twenty-first century we start to notice some transformations, such as the use of news websites rather than television and the use of social media for a faster access to national or international breaking news.

The fact that in our daily life's we can replace television as a traditional mass media channel, created an interest in proving that maybe this is happening and in what way it happens.

The mass media, which has suffered changes, has started to feel the technological transformations and innovations. I want to perform this study based on this idea, highlighting the changes that technology brought to the mass media and the ways in which it can be an advantage or a disadvantage.

Throughout the theoretical analysis, I intend to analyze the different means of mass media that are used to accomplish this study (*SIC* and *Porto Canal*) namely television and online news, understanding what is their story and evolution in the Portuguese society, and the ways in which both interact with society and among them. The analysis of both locations of internship will be evident at this stage, enabling pinpointing our study.

During the case study, it will be important to examine society: understand the way it has altered their own mass media access, as well as trying to understand which advantages and disadvantages are considered important in them. Also, try to locate the kind of population that is most affected by the appearance of online news in everyday life.

Through concrete proof, such as statistics, ratings and even surveys answered online and on paper by citizens, it will be possible to reach all generations and not only those who use online tools. The surveys will be about which mass media are most frequently used, and I will try to reach a conclusion of what changes mass media has suffered and also prove the ease in which online mass media comes to us and by that, the easiness to access this type of breaking news.

With the completion of two internships the perception about the subject is easier. Through the study it will be possible to understand that online media can create a divergence

with the traditional media outlets. However, predominantly, both of them can come together, reaching a bigger number of people and working better this way today.

Key words: Audience; Broadcast journalism; Online channels; Media; *Porto Canal*; *SIC*

Índice Geral

Introdução.....	1
Capítulo I – Contexto histórico: O Jornalismo televisivo e o jornalismo <i>online</i>	5
1.1. O jornalismo televisivo.....	5
1.1.1. Contexto histórico.....	5
1.1.2. A televisão em Portugal.....	7
1.2. O jornalismo <i>online</i>	10
1.2.1. Contexto histórico.....	10
1.2.2. O <i>online</i> em Portugal.....	12
1.3. Os avanços tecnológicos no Jornalismo em Portugal.....	15
1.4. O Jornalismo <i>online</i> nas redações televisivas.....	20
Capítulo II – Apresentação das instituições de estágio - a <i>SIC</i> e o <i>Porto Canal</i>	25
2.1. A <i>SIC</i>	25
2.1.1. Caracterização da instituição.....	25
2.1.2. Localização e meio envolvente.....	28
2.1.3. Tipo de instituição e organização.....	29
2.1.4. O jornalismo <i>online</i> na <i>SIC</i>	31
2.1.5. Audiências do canal televisivo e do site.....	35
2.1.6. Atividades desenvolvidas na <i>SIC</i>	38
2.2 O <i>Porto Canal</i>	46
2.2.1. Caracterização da instituição.....	46
2.2.2. Localização e meio envolvente.....	49

2.2.3. Tipo de instituição e organização.....	51
2.2.4. O jornalismo <i>online</i> no <i>Porto Canal</i>	52
2.2.5. Atividades desenvolvidas no <i>Porto Canal</i>	57
Capítulo III – Estudo de Caso: o jornalismo <i>online</i> vs o jornalismo televisivo.....	65
3.1. Descrição do estudo.....	65
3.2. Objetivos.....	66
3.3. Metodologia.....	67
3.4. Resultados.....	68
3.5. Análise de Resultados.....	79
Conclusão.....	87
Referências Bibliográficas.....	91
Apêndices	
Anexos	

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Tempo de emissão dos canais generalistas.....	8
Gráfico 2: Audiências (<i>share</i>): 13 a 19 de fevereiro 2017	10
Gráfico 3: <i>Rating</i> Canais Cabo: 13 a 19 de fevereiro 2017.....	10
Gráfico 4: <i>Share</i> global Canais SIC 2002-2016.....	36
Gráfico 5: Visitas a páginas (em milhares) do grupo Impresa 2002-2016.....	37
Gráfico 6: Visualização de televisão.....	69
Gráfico 7: Número de horas utilizadas a ver televisão por dia.....	70
Gráfico 8: Tipos de canais preferidos dos inquiridos.....	71
Gráfico 9: Canais generalistas e noticiosos mais vistos.....	72
Gráfico 10: Com que frequência utilizam a internet.....	73
Gráfico 11: Número de horas utilizadas a navegar na internet por dia.....	74
Gráfico 12: Acesso a notícias de última hora através da internet.....	76
Gráfico 13: Frequência do acesso a notícias de última hora através das redes sociais.....	77
Gráfico 14: <i>Sites</i> informativos com mais acessos.....	78
Gráfico 15: Utilização da internet como meio de informação.....	79

Índice de Figuras

Figura 1: A evolução dos meios de comunicação portugueses na internet.....	14
Figura 2: Canais SIC.....	25
Figura 3: Programação da SIC em junho de 2017.....	26
Figura 4: Programação da SIC Notícias em junho de 2017.....	27

Figura 5: Alguns membros do grupo <i>Impresa</i>	30
Figura 6: Responsáveis pelos conteúdos das emissões dos serviços de programas da <i>SIC</i>	30
Figura 7: Responsáveis pelos conteúdos da <i>SIC Notícias</i>	31
Figura 8: Página inicial <i>site SIC</i> a 02 de junho de 2017.....	32
Figura 9: <i>Site da SIC</i> com ligação para os sites dos canais temáticos a 2 de junho de 2017....	32
Figura 10: Página inicial <i>site da SIC Notícias</i> a 2 de junho de 2017.....	33
Figura 11: Últimas horas da <i>SIC Notícias</i> a 2 de junho de 2017.....	33
Figura 12: Menu do <i>site da SIC Notícias</i> a 2 de junho de 2017.....	34
Figura 13: Notícias na <i>SIC Notícias</i> a 2 de junho de 2017.....	34
Figura 14: Peças realizadas em época de S. João.....	39
Figura 15: Peças para apresentar um evento.....	39
Figura 16: Peças realizadas na área da política.....	40
Figura 17: Peças realizadas na área da saúde.....	41
Figura 18: Peças realizadas sobre casos.....	42
Figura 19: Peças realizadas na área do desporto.....	42
Figura 20: Diretos realizados para o programa <i>Opinião Pública</i>	43
Figura 21: Programação do <i>Porto Canal</i>	48
Figura 22: Delegações <i>Porto Canal</i> em abril 2017.....	50
Figura 23: Responsáveis pelos conteúdos das emissões de todos os serviços de programas...	52
Figura 24: Página inicial <i>site Porto Canal</i> a 06 de junho de 2017.....	53
Figura 25: Notícias <i>site Porto Canal</i> a 06 de junho de 2017.....	53
Figura 26: Programas <i>Porto Canal</i> a 06 de junho de 2017.....	54

Figura 27: Notícias FC Porto - <i>Porto Canal</i> a 06 de junho de 2017.....	55
Figura 28: Página de Facebook <i>Porto Canal</i> a 06 de junho de 2017.....	56
Figura 29: Principais ideias a reter sobre as diversas atividades a realizar no <i>Porto Canal</i>	60
Figura 30: Alguns dos <i>off's</i> realizados.....	61
Figura 31: Temas analisados em sínteses internacionais.....	61
Figura 32: Serviço agendado no dia 14 de abril.....	62
Figura 33: Peças realizadas no <i>Porto Canal</i>	62
Figura 34: Grau de confiança na informação recebida.....	80

Introdução

Ao longo dos últimos anos as notícias têm ganho um novo transmissor: a internet. Se até então eram os canais de televisão, os jornais e a rádio os principais meios de informação atualmente os meios sociais têm ganho cada vez mais destaque.

Apesar de ainda ser algo recente e com poucos estudos sobre o tema, os meios de comunicação *online* estão cada vez mais presentes no dia a dia da sociedade e aparentemente são os mais utilizados, tendo já uma grande importância dentro dos meios tradicionais.

Com a chegada de um novo meio de comunicação, os meios mais tradicionais foram “obrigados” a adaptar-se e criar a sua ligação em rede para poderem chegar a mais pessoas e não perderem o público que já tinham, este novo meio permite aos seus utilizadores atualizarem-se a toda a hora e permitem também que se tornem mais participativos na atualização da notícia.

É já perceptível que os meios de comunicação *online* e as redes sociais têm sido uma grande ajuda no alcance de atualizações acerca de vários temas, principalmente nos casos internacionais, onde as informações online têm servido para que os meios mais tradicionais consigam dar informações atualizadas aos seus consumidores, como aconteceu em casos recentes de atentados, como por exemplo: nos atentados de Paris, em novembro de 2015; em Londres a 3 de junho de 2017, ou até mesmo no atentado ao autocarro do Dortmund em abril de 2017, em que as informações que chegavam eram maioritariamente fornecidas via internet e pela população.

Ao longo do presente estudo serão analisados os *sites* dos dois locais de estágio (a *SIC* e o *Porto Canal*) (sic.sapo.pt/ sicnoticias.sapo.pt/ portocanal.sapo.pt) e serão também abordadas pessoas de várias idades para podermos perceber se esta atualização no padrão da comunicação social tem atingido a maioria das gerações ou se existem algumas que se mantêm focadas num só meio. Será importante verificar que tipo de uso a população dá a cada um dos meios e quais os principais motivos para abdicar de um. Apesar de ser a população quem mais beneficia com a chegada dos meios *online*, será importante perceber que tipo de utilização fazem deste meio em comparação com o que fazem do meio televisivo, bem como quando aconteceram as alterações (caso se tenham verificado) e quais os motivos para tal acontecer.

Não é apenas a sociedade que pode alterar o seu meio de receber as notícias e de se encontrar atualizado, por isso vamos também tentar perceber de que modo a televisão e principalmente os locais de estágio, a *SIC Porto* e o *Porto Canal*, se adaptaram a esta nova fase na comunicação social e perceber de que forma têm vantagens com a criação de um meio *online* que deve estar em constante atualização, bem como as desvantagens que este novo meio proporcionou à televisão.

Este estudo, que se divide em três partes começará por fazer uma contextualização dos meios em estudo, neste caso, a televisão e o meio *online*, bem como fará uma contextualização acerca do momento em que o jornalismo *online* começou a ser parte integrante de uma redação televisiva. Na segunda parte, serão analisados os locais de estágio e quais as atividades realizadas enquanto estagiária, esta segunda parte é importante na medida que nos dará a conhecer os locais que servirão de base para o estudo que se segue. Na terceira parte, encontra-se o estudo que dá título a esta investigação, onde serão fornecidos dados e conclusões que nos permitirão perceber se os meios televisivos estão a dar lugar aos meios *online*, ou se na verdade ambos são um complemento um do outro e a existência de um pode ser vantajosa para o outro.

Com este estudo, pretende-se fundamentalmente perceber qual a utilização que é dada aos meios de comunicação *online*, bem como aos meios de comunicação televisivos e para isso será importante realizar inquéritos, abordando assim os utilizadores destes meios para perceber qual a utilização que dão a ambos e quais as vantagens e desvantagens que consideram existir em ambos os meios.

Com base numa investigação quantitativa e qualitativa, este estudo pretende mostrar que o avanço tecnológico desenvolvido nos canais televisivos ao criar os seus *sites* pode ter sido fundamental para a utilização dos mesmos, na medida em que esta utilização poupa tempo aos utilizadores e está mais disponível, visto que, atualmente a maioria da população tem acesso a internet no telemóvel em qualquer lugar e a qualquer momento.

A partir do momento que os utilizadores dos meios *online* têm acesso à notícia acabarão por eventualmente perder o interesse de acompanhar o jornal, isto porque estará a assistir a notícias sobre as quais já teve as informações necessárias ao longo do uso dos meios *online*.

Sendo a internet um meio em crescente, é natural que os meios de comunicação se tentem adaptar, de modo a chegar a mais pessoas e essa crescente facilidade no acesso às notícias de última hora através dos meios *online*, acaba por afastar o público dos meios de comunicação mais tradicionais, verificando-se à partida um decrescente uso dos mesmos, assim sendo podemos inicialmente acreditar que as gerações mais novas e com maior facilidade de acesso à internet podem estar a dispensar a televisão usando os meios *online* para ver tudo o que pretendem e quando querem.

Uma das maiores vantagens dos meios *online* é a rapidez e a forma como podem ser vistos e utilizados, isto é, o utilizador pode ter acesso a informações atualizadas sobre determinado incidente quase ao minuto, devido à grande propagação de notícias existente neste meio, podendo escolher aquilo que quer ver, enquanto no meio televisivo o utilizador acaba por ver aquilo que lhe é dado pelo canal, sendo obrigado a assistir às notícias pela ordem que o canal escolher e não pela sua própria escolha. Outra das desvantagens acaba por ser a hora e o momento a que as notícias podem chegar, na medida em que, apenas em casos extremos um canal interrompe a sua emissão para dar uma notícia de última hora, acabando as notícias por ser dadas já algum tempo depois de terem acontecido.

A televisão e os meios *online* acabam beneficiar do trabalho um do outro, na medida em que ambos dão notícias e acabam por se ajudar mutuamente, sendo que o online permite aos espetadores estar sempre informado e talvez por esse motivo as televisões tenham optado por criar *sites* onde podem atualizar constantemente as notícias e desta forma permitirem aos seus espetadores atualizarem-se e usufruírem das informações dadas por este meio da forma que pretenderem.

Capítulo I – Contexto histórico: O Jornalismo televisivo e o jornalismo *online*

O Jornalismo não é uma coisa sólida, estável, mas uma definição em constante mudança que é aplicada de forma diferente dependendo do contexto. Tudo o que for diferente no jornalismo deve ser continuamente construído.

(Carlson, 2015:2)

1.1. O jornalismo televisivo

1.1.1. Contexto histórico

O jornalismo televisivo apareceu no mundo com influência da rádio e do cinema. Em pleno século XX, a indústria cinematográfica começou a emitir cinejornais, onde transmitia informações sobre o que se passava em plena II Guerra Mundial.

Com o fim da II Guerra Mundial, a televisão começou a ganhar destaque e prometia transmitir informações mais próximas e mais atuais, fazendo com que o cinejornalismo perdesse espectadores.

Os Estados Unidos, apesar de terem um sistema assumidamente comercial, foram a pátria das televisões especializadas em informação e, com o Reino Unido (BBC), uma das pátrias do grande telejornalismo de qualidade, devido, em especial, à prestação dos grandes telejornalistas da CBS. (...) O primeiro telejornal diário só surgiu nos Estados Unidos no final da década de quarenta do século XX.

(Sousa, 2008 :232)

Na maioria dos países, os jornais noticiosos começaram a aparecer na segunda metade do século. Em Itália e Espanha os primeiros jornais apareceram no ano de 1952. O jornal espanhol foi realizado pela *TVE* e baseava-se nas notícias que eram difundidas no programa *Diario Hablado* da *Radio Nacional da Espanha*. Em França, o primeiro jornal difundido foi o *20 Heures* que ainda é, atualmente, um dos telejornais da televisão do país.

Tal como aconteceu com a rádio, a televisão também teve uma evolução diferente nos países europeus, onde desde cedo foi controlada pelos estados, e nos Estados Unidos, onde a televisão foi introduzida pelas principais cadeias privadas de rádios. Essa diferenciação inicial trouxe e traz implicações para os conteúdos. Teoricamente, o serviço público televisivo europeu propiciaria uma televisão mais sóbria e comedida: “de qualidade”.

(Sousa, 2008: 232)

Inicialmente os canais de televisão, tal como Jorge Pedro Sousa (2008:232/234) nos diz, eram geridos pelo estado, nos países europeus, e pelos canais radiofónicos, nos EUA, e por isso, não é de estranhar que as primeiras emissões televisivas fossem baseadas naquilo que a rádio transmitia e muitos dos telejornais inicialmente transmitidos careciam de imagem, e aqueles que transmitiam a imagem encontravam outras dificuldades, visto que a edição era complicada por tudo ser gravado em formato cinematográfico. Apenas na década de 50 surgiu o vídeo e na década seguinte começou a utilizar-se esta técnica em televisão, facilitando assim a gravação e edição das reportagens ou entrevistas realizadas para os telejornais já existentes.

Segundo Ramonet (cit. em Sousa, 2008: 233), jornalista e sociólogo galego, “o jornal inicialmente baseava-se na leitura de notícias, onde apenas os jornalistas trocavam, não havendo espaço para o desporto, restringindo-se à política nacional, economia, notícias do estrangeiro e à meteorologia.” O jornalista considera ainda que o vídeo trouxe ao jornalismo uma nova mobilidade e agilidade que permitia transmitir notícias de forma mais rápida e eficaz.

Para Canavilhas, o ponto de viragem da televisão no quotidiano da sociedade aconteceu nos finais do século XX, durante a Guerra do Golfo, uma vez que “a informação em tempo real permitiu levar a casa a Guerra do Golfo em direto, e a partir daí tudo mudou no panorama mundial”. (Canavilhas, 2001:8)

A partir da última década do século XX, a televisão passou a fazer parte do panorama da sociedade e passou a ser o meio de comunicação mais utilizado na maioria dos países, essencialmente nos países desenvolvidos. As imagens ao minuto, e a rapidez com que a informação era transmitida fez com que a sociedade passasse a credibilizar este meio de comunicação, acabando por substituir a rádio que era até então o meio de informação mais utilizado e o qual foi fundamental para o aparecimento da televisão.

No século XXI, é possível verificar que a televisão é um meio que continua presente no quotidiano da sociedade e é possível verificar que atualmente são cada vez mais os casos de canais noticiosos que passam o dia a informar o cidadão, transmitindo notícias do país e do mundo 24 horas por dia, 7 dias por semana. A *CNN*, a *BBC* e a *EuroNews* são as principais referências de canais noticiosos, o facto de serem canais de informação proporciona a que transmitam uma maior quantidade de informação e que consigam transmitir para vários locais do globo, sendo muitas vezes o principal informador dos outros canais noticiosos por todo o mundo.

Com o aparecimento do satélite e do cabo a difusão das notícias foi facilitada e com isso os canais de televisão têm aproveitado para se difundir e para alargar os seus meios noticiosos, chegando a um ponto em que são vários os canais que criam uma espécie de “novo canal” que permite transmitir notícias atualizadas a todo o momento, acabando por facilitar a grelha do canal generalista.

1.1.2. A televisão em Portugal

Em Portugal, a televisão chegou na década de 50 do século XX, tal como na maioria dos países da Europa. O primeiro canal a aparecer foi a *RTP1*, que era e continua a ser o canal público português e, por esse motivo, vivia inicialmente sobre as regras do estado, na medida em que Portugal vivia numa ditadura e, por isso, tudo o que era transmitido tinha de ser aprovado pelo estado; Atualmente continua a pertencer ao estado português, no entanto tem uma maior liberdade de escolha sobre os conteúdos que transmite.

Mais tarde e ainda durante a época salazarista a *RTP* lançou mais 3 canais: a *RTP 2*, a *RTP Açores* e a *RTP Madeira*. A partir de 1980, e mantendo-se apenas a existência dos canais ligados à *RTP*, a televisão portuguesa sofre alterações e começa a emitir a cores toda a sua programação.

Os canais privados aparecem mais tarde, na década de 90 do século XX, a *SIC* e a *TVI* que iniciam as suas emissões em 1992 e 1993, respetivamente. Estes dois canais juntamente com os canais da *RTP* são emitidos em sinal aberto e detêm momentos de informação bem como outro tipo de programação na grelha.

Como será possível analisar no gráfico 1, cada vez mais os canais generalistas (*RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*) dedicam grande parte da sua programação a conteúdos informativos,

mesmo assim, criaram novos canais em sinal fechado que pertencendo ao grupo, têm uma grande diferença em relação aos canais generalistas, é que a sua programação passa quase exclusivamente pelos conteúdos informativos, podendo encontrar-se ainda alguns programas culturais e desportivos.



Gráfico 1: Tempo de emissão dos canais generalistas:

1 de janeiro a 15 de novembro de 2015

Fonte: Media Monitor

O primeiro canal exclusivamente dedicado à informação apareceu em 2001, mais precisamente a 8 de janeiro, quando a *SIC* após comprar a *CNL* (canal por cabo regional), decidiu alterar-lhe o nome e passar a transmitir notícias 24 horas por dia, nascendo assim a *SIC Notícias*.

No mesmo ano, a *RTP* decide comprar a *NTV* (canal por cabo regional) e começa a transmitir notícias dedicadas ao norte do país. Em 2004, a *NTV* dá lugar à *RTPN* que inicialmente transmitia conteúdos da *Euronews* e a partir de 2009 criou programação própria. Em 2001, a *RTPN* dá lugar à *RTP Informação* que tal como o nome indica transmitia notícias de hora a hora, 24 horas por dia, de modo a manter os seus espetadores informados. No final do ano de 2015 a *RTP Informação* deu lugar à *RTP 3*, que manteve a mesma ideia mas passou a ser um canal em sinal aberto, estando desde junho de 2016 na 6ª posição do TDT.

A *TVI* abriu o seu canal de informação 24 horas por dia em 2009, a *TVI 24*, sendo este o primeiro canal por cabo da estação de Queluz.

A televisão por cabo proporcionou também a criação de outros canais, que mesmo tendo programação diversa transmitem notícias e informações sobre as diversas regiões do país. Em 2006, foi criado o *Porto Canal*. Inicialmente era um canal exclusivamente dedicado à região Norte e com ligações ao FC Porto, no entanto ao fim de 11 anos de emissão o canal já possui notícias sobre o país inteiro e tem uma grelha bastante diversificada, ao nível dos canais generalistas que conhecemos. Em 2013, surge a *CMTV*, que detém um alargado número de noticiários, mas também transmite outro tipo de conteúdos como por exemplo telenovelas; apesar de ser um canal relativamente recente já têm emissões em Angola e Moçambique.

A televisão por cabo veio proporcionar acesso a um maior número de canais: atualmente já é possível através dos pacotes de TV aceder a canais estrangeiros de informação sempre que quisermos, por exemplo a *Euronews*, que transmite notícias 24horas por dia e pode ser acompanhado em Portugal por quem for possuidor de um pacote de canais por cabo/satélite/fibra.

Tal como os gráficos 2 e 3 nos mostram, os canais por cabo têm dominado a nível de audiências, e apesar de, os dados mostrarem que no ano que corre os portugueses têm visto menos televisão, o certo é que quando vêm dedicam grande parte do seu tempo aos canais por cabo, sendo que a *CMTV* é o canal com maior número de espetadores, tendo uma percentagem de *rating* acima dos 50% durante o dia, seguido da *SIC Notícias* e só depois da *TVI 24*. Importante notar que a *TVI* é o canal com mais audiência ao nível dos canais generalistas, no entanto, ao nível dos canais por cabo é o menos visto diariamente pelos espetadores.

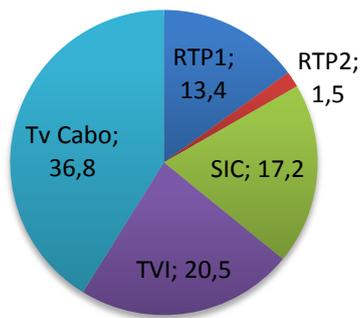


Gráfico 2: Audiências (*share*)

13 a 19 de fevereiro 2017

Fonte: Media Monitor

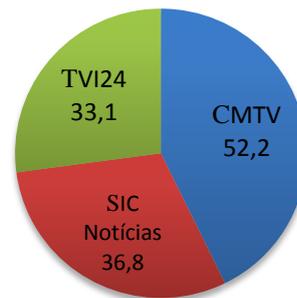


Gráfico 3: *Rating* Canais Cabo

13 a 19 de fevereiro 2017

Fonte: Media Monitor

Tal como mencionado anteriormente a televisão tem, de acordo com estudos da *marktest*, perdido espetadores, sendo que em média os espetadores passam cerca de 4 horas diárias em frente à televisão. A televisão por cabo tem sido a mais utilizada e mais vista em Portugal, e a *CMTV* é o canal mais visto de todos, diariamente.

O facto de a *CMTV* ser um canal com grande teor informativo é de importante relevo, na medida em que, mostra que os cidadãos gostam e procuram estes canais para estar mais informados, no entanto, o facto de o visionamento da televisão ser cada vez mais reduzido vai ao encontro daquilo que este estudo pretende mostrar, os canais de televisão portuguesa estão cada vez mais alerta para as novidades, como por exemplo, na questão do online, de modo a poderem atualizar-se, tal como aconteceu anteriormente com a criação dos canais informativos existentes na televisão por cabo e que funcionam 24 horas por dia.

1.2. O jornalismo *online*

A internet transformou os meios de comunicação, em particular a televisão ao converter-se num sistema operativo que possibilita a interação e informação sobre o que acontece, onde acontece (...)

(Castells, 2004)

1.2.1. Contexto histórico

Com a chegada do final do século XX e com os progressos nas redes *online*, também o jornalismo começou a sofrer alterações e a internet e a chegada dos computadores ao

quotidiano da sociedade fez com que as redações acabassem por se adaptar a esta nova tecnologia.

Para Elias Machado (2003:2/3), existem duas fases na inserção dos meios *online* nas redações jornalísticas. Numa primeira fase, os jornalistas usavam os meios digitais exclusivamente como uma ferramenta para realizar os seus trabalhos, de modo a torná-los mais atrativos para o público. Numa segunda fase, a internet e os meios digitais passaram a ser utilizados como um auxílio no processo de produção mas também como processo de divulgação, na medida em que, passaram a ser utilizados para divulgar as informações e até mesmo para ter acesso a informações de forma mais rápida e atual.

Segundo Bradshaw e Rohumaa (2011), os primeiros exemplos de jornalismo *online* no ocidente aconteceram nos britânicos *Today* e o *Daily Telegraph*, em 1986 e 1994 respetivamente. O primeiro foi o precursor da utilização dos meios digitais na produção de conteúdos, enquanto o segundo foi o primeiro a publicar um jornal *online*.

No início da década de 1990, a maioria da imprensa escrita já utilizava os meios digitais como auxílio na produção de material, tornando os custos da criação dos mesmos mais baixo, o que fez com que o uso deste tipo de material se tenha propagado muito rápido neste meio de comunicação.

Com a integração dos meios *online* nas redações foi necessário fazer adaptações e usufruir ao máximo do que poderia ser retirado da internet, neste caso, a informação que chegava devia ser reencaminhada em sentido oposto, isto é, era necessário utilizar o meio *online* como modo de propagação do trabalho realizado nas redações e, deste modo, fazer chegar aos utilizadores as notícias de forma mais célere.

(...) Criar ou experimentar essas formas não é fazê-lo à toa, como se o futuro nada tivesse a ver com o passado. A maneira mais simples até de se familiarizar com o novo meio é transpor para ele as formas tradicionais e depois, e só depois, começar a experimentar.

(Fidalgo, 2008:8)

Tal como Joaquim Fidalgo (2008:8) diz, “é necessário criar e experimentar para não cometer erros”, e foi exatamente isso que os meios de comunicação começaram por fazer. Quando começaram a utilizar os meios de comunicação *online* como meio de propagação das suas notícias, os meios tradicionais utilizavam apenas o conteúdo já existente, isto é, os

mesmos conteúdos eram utilizados em ambos os meios e nenhuma informação era atualizada ou modificada, o que fazia com que os utilizadores de ambos os meios tivessem acesso à mesma informação em dois locais diferentes.

Com a inserção do meio *online* no jornalismo, as publicações tradicionais tiveram de se adaptar de modo a tirar maior partido do meio, e foi a partir daqui que surgiu aquilo que muitos chamam de ciberjornalismo.

Jornalismo produzido para publicações na *Web* por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações (...) sendo produzido mais ou menos exclusivamente para a World Wide Web e pode ser funcionalmente diferenciado de outros géneros jornalísticos enquanto pela sua componente tecnológica fator em termos de uma definição operacional.

(Bastos, 2005:1)

Com esta nova forma de jornalismo *online*, os meios de comunicação tradicionais começaram a utilizar a internet como meio de difusão da notícia em momento real, isto é a atualização das notícias ao minuto passou a ser uma realidade, e as atualizações constantes dos *sites* sobre as mais variadas notícias acabam por permitir o acesso mais célere dos utilizadores à informação permitindo ainda que os utilizadores dos meios *online* comentem e façam atualizações a partir da informação que têm, sendo em muitas situações os responsáveis pelo complemento da notícia.

Em suma e segundo Bárbara Magalhães (2014:11), citando as ideias de Naief Yeah e Larry Prior, existiram alguns momentos que marcaram o desenvolvimento deste novo meio de comunicação: as eleições norte-americanas de 1994, a queda do voo da TWA em 1996, a expedição do Patfinder em 1997, bem como a morte da princesa Diana e a extinção do “Staff Report”, visto que foram os grandes impulsionadores das notícias *online*, por serem os mais marcantes e por serem acompanhados por vários utilizadores, que encontraram na internet e no jornalismo *online* uma forma de se manterem informados e atualizados constantemente.

1.2.2. O *online* em Portugal

Em Portugal, a implementação dos meios *online* nas redações aconteceu na década de 90, e Hélder Bastos (2011: 1) defende que esta implementação se dividiu em três fases. Numa primeira fase, que decorreu entre 1995 e 1998, aconteceu a implementação da internet nos meios de comunicação social, sendo que a partir desta data existiu uma crescente curiosidade

e posteriormente um crescente uso deste novo meio. Nos anos de 1999 e 2000 aconteceu a segunda fase, a da expansão, onde surgiram os primeiros jornais exclusivamente *online*, bem como as primeiras notícias exclusivamente realizadas para os meios *online*, deixando um pouco de parte a fase de colocar nos *sites* tudo aquilo que era transmitido pelos meios mais tradicionais. A terceira fase processou-se a partir a partir do ano de 2001, com algumas pausas em alguns anos, e foi a fase da contração/estagnação. Nesta terceira fase verificou-se o encerramento de alguns *websites*, cortes e redução das despesas.

Se a modernização tecnológica de um país fosse mensurável pela quantidade de páginas de *Web* produzidas pelos seus habitantes, Portugal estava mais uma vez no fundo da tabela comunitária (e se fosse pela qualidade dessas páginas, o resultado seria o mesmo).

(Querido, 1997:4)

Sendo o *online* uma novidade, durante a fase de propagação deste novo meio surgiram muitos *sites* e muitos meios de comunicação exclusivamente *online*, no entanto, foi-se verificando que os lucros esperados não estavam a ser atingidos, por esse mesmo motivo foi necessário realizar cortes e muitos dos *sites* criados acabaram por fechar por não terem meios de sustentabilidade suficientes.

Como Paulo Querido (1997:4) nos diz, “a quantidade de páginas criadas e a qualidade que nelas era encontrada faziam com que estivéssemos no final de uma tabela, isto porque, sendo uma novidade, foram criadas páginas em demasia mas também não foi controlado aquilo que era publicado nas mesmas”, isto é, a maioria publicava os mesmos artigos nos jornais tradicionais e nos meios *online*, não criando assim informação nova que pudesse atrair o público.

Sendo a fase da crise a mais longa do ciberjornalismo em Portugal era necessário criar novas medidas e para isso era fundamental criar páginas que atraíssem os utilizadores e que de alguma forma fossem atualizadas constantemente e com informações diferentes dos conteúdos já conhecidos do público, de modo a tornar-se um meio atrativo. Em 2008, os grupos dos media tradicionais decidiram apostar nos seus *sites*, realizando alterações de modo a torná-los mais atrativos, e dividindo os seus *sites* por temas, de modo a ser mais fácil o acesso às informações de acordo com os interesses dos utilizadores.

Se no final da última década do século XX - inícios do século XXI, o *online* em Portugal passou por um processo de reconhecimento do novo meio e de estagnação no final

da primeira década do século XXI as primeiras mudanças faziam prever que o *online* iria modificar-se e tornar-se mais atrativo.

Enquanto os canais generalistas iam criando canais televisivos por temáticas também os seus *sites* iam sendo alterados e modificados de modo a facilitar a sua utilização e a atrair um maior número de utilizadores.

Ano	A evolução dos meios de comunicação portugueses na internet
1993	Rtp.pt é registado como domínio
1995	Lançamento do <i>site</i> da <i>Rtp</i>
1995	Lançamento do <i>site</i> do <i>Público</i>
1995	Lançamento do <i>site</i> do <i>Jornal de Notícias</i>
1995	Lançamento do <i>site</i> do <i>Diário de Notícias</i>
1995	lusa.pt é registado oficialmente como domínio
1995	tvi.pt é registado oficialmente como domínio
1996	Lançamento do <i>site</i> da <i>TVI</i>
1996	tsf.pt começa as suas emissões online
1997	Lançamento do <i>site</i> d'O <i>Expresso</i>
1998	Lançamento do <i>site</i> do <i>Correio da manhã</i>
1998	<i>Setúbal na Rede</i> torna-se o primeiro jornal exclusivamente online
1998	sic.pt é registado oficialmente como domínio
2001	Lançamento do <i>site</i> da <i>Visão</i>
2001	Lançamento do <i>site</i> da <i>SIC</i>
2006	Lançamento do <i>site</i> do <i>Porto Canal</i>
2011	Lançamento do <i>site</i> da <i>SIC Notícias</i>

Figura 1: A evolução dos meios de comunicação portugueses na internet

Fonte: <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>

Tal como é possível perceber na figura 1 a *RTP* foi a impulsionadora no registo dos domínios em Portugal, e de todos os meios televisivos portugueses foi o primeiro a lançar o seu próprio *site* em rtp.pt, no entanto é importante destacar o semanário *Setúbal na Rede*, uma vez que foi o primeiro jornal exclusivamente *online*, ou seja o primeiro impulsionador na difusão de notícias exclusivamente *online*.

A partir do ano de 2000 começaram a surgir na internet conteúdos pagos, isto é, os meios de comunicação tradicionais começaram a “obrigar” os seus utilizadores a pagar uma taxa para ter acesso a alguns conteúdos, caso disso são o jornal *Expresso* e a *Lusa TV* que criam conteúdos exclusivamente pagos juntamente com alguns conteúdos gratuitos.

A *SIC* e a *TVI* criaram os seus *sites* mais tarde, sendo a primeira a última dos canais generalistas a criar o seu próprio *site*; enquanto a *TVI* lança o seu *site* poucos anos após o seu aparecimento, a *SIC* aguarda pela chegada do século XXI para o fazer, no entanto ambos acabaram por ser impulsionadores, visto que a *TVI* colocou no seu *site* a opção para a visualização do seu jornal em direto logo aquando da criação do *site* e a *SIC* foi a impulsionadora na criação de vários domínios para os diferentes conteúdos, como ainda é possível verificar atualmente com a criação de um *site* para cada um dos seus canais temáticos.

Em Portugal, os meios de comunicação *online* começaram a dominar no início do século XXI, depois de uma fase conturbada onde a criação e o encerramento de vários *sites* aconteceu e atualmente esta passa por ser uma grande aposta dos meios tradicionais, que se vão adaptando às exigências do seu público e tentando tornar o seu *site* cada vez mais atrativo e de fácil acesso para assim poder ter mais audiências *online* do que os seus principais concorrentes.

1.3. Os avanços tecnológicos no Jornalismo em Portugal

Apesar dos inegáveis avanços do jornalismo na web, ainda não é possível dizer que as redações alcançaram o nível desejável de qualidade na produção de notícias que explorem o potencial desta mídia.

(Canavilhas, 2016:16)

Em 1995 deu-se em Portugal o lançamento do primeiro *site* de um meio de comunicação social já existente, sendo a *RTP* a impulsionadora desta nova modalidade de comunicação. Seguiram-lhe as pisadas vários meios de comunicação, no entanto, a ideia inicial era a de avanço tecnológico apenas associado à internet o que fez com que muitas publicações acabassem por transpor os mesmos conteúdos que já detinham nas suas publicações tradicionais, alterando apenas o meio de distribuição da mesma.

John Pavlik (cit. Canavilhas, 2005:2) considera que as redações devem passar por três fases, para desta forma se encontrarem mais próximas do Webjornalismo (forma como é denominado atualmente o jornalismo online), numa primeira fase os conteúdos são iguais aos das publicações mais tradicionais, tal e qual como aconteceu em Portugal aquando da chegada do *online* aos meios de comunicação tradicionais; numa segunda fase os conteúdos são exclusivamente *online* e contêm hiperligações e em algumas situações pequenos vídeos ou conteúdos visuais alusivos ao tema abordado; numa terceira fase, a denominada de webjornalismo os conteúdos são criados exclusivamente para o *online* e tiram partido de todas as particularidades que a internet pode oferecer: a palavra, o som e os vídeos.

Para João Canavilhas (2005:3) as edições *online* portuguesas ainda se encontravam um pouco atrasadas em relação àquilo que se esperava do jornalismo *online*, pois considerava que ainda se encontravam na segunda fase mencionada por Pavlik, utilizando mais os meios de comunicação online como uma forma de fazer chegar as notícias de última hora de forma mais célere aos seus espetadores.

Jornais exclusivamente *online*, como o Diário Digital ou Portugal Diário, estão longe de ter entrado na fase de webjornalismo. (...) As restantes publicações fornecem edições *online* com características muito semelhantes às das versões tradicionais, tirando partido de algumas características da *web*, mas ainda assim muito longe de explorarem as potencialidades do meio. Casos como a *TSF online* ou a *SIC online* funcionam com base em texto, ao qual acrescentam os hipermedia naturais de cada um dos meios: som ou vídeo.

(Canavilhas, 2005: 3)

Canavilhas (2001:18) vai mais longe e defende ainda que é importante comprimir a informação, inclusive os vídeos, visto que quanto mais longa for a informação e maiores forem os conteúdos audiovisuais mais depressa o leitor vai perder o interesse, acabando por perder o interesse na notícia e posteriormente encerrar esse conteúdo sem o visualizar completamente.

Tal como foi mencionado anteriormente, as edições *online* portuguesas estão ainda e como mencionou Canavilhas (2005:2) na segunda fase apresentada por Pavlik, a de manter as notícias de última hora atualizadas, no entanto, tal pode ser visto a partir de duas perspetivas, na primeira (a negativa) é que o jornalismo *online* português ainda tem de crescer e expandir-se para ir ao encontro daquilo que se espera do Webjornalismo; na segunda perspetiva (a

positiva), as edições *online* darem destaque às notícias de última hora é uma mais valia, visto que acabarão por atrair mais leitores que procuram essencialmente essas mesmas notícias.

Uma notícia de última hora prende a atenção do utilizador, na medida em que, quem utiliza a internet pretende maioritariamente manter-se atualizado, isto porque poderão ter acesso a outro tipo de notícias através dos jornais diários na televisão, que tentam transmitir ao espetador as notícias que estão na ordem do dia, dando ainda destaque às mais importantes e abordadas e ainda àquelas que são consideradas de última hora mas às quais o espetador poderá já ter tido acesso mais cedo aquando do acontecimento.

As notícias de última hora são uma vantagem do *online*, visto que permitem ao mesmo tempo manter os espetadores atualizados e permitem ainda que a notícia seja atualizada sempre que são recebidas novas informações, no caso das notícias estrangeiras de última hora é possível verificar que os meios *online* conseguem expandir muito mais rápido as novidades, isto porque as informações chegam geralmente a partir do mesmo meio (*online*), através de imagens, ou informações de pessoas que estão no local a assistir ao acontecimento, basta ver no caso dos atentados ao Bataclan em Paris, em novembro de 2015, onde as imagens do local estavam a chegar mais rapidamente aos meios *online* (através das redes sociais) do que às televisões.

Tal como mencionado anteriormente, os meios *online* têm ainda a vantagem de poderem atualizar-se constantemente o que permite que possam colocar *online* logo que tenham informações sobre determinado acontecimento, e depois conforme chegam mais novidades atualizarem as mesmas, por exemplo, caso haja um acidente que merece destaque, os *websites* podem dar apenas a informações do mesmo, não adiantando se há feridos ou não e depois de conseguirem obter mais informações podem atualizar a mesma, de modo a manter o utilizador atualizado.

Se formos a comparar as notícias de última hora a nível *online* e a nível televisivo conseguimos perceber que o *online* tem uma maior dinâmica e permite ao utilizador ser informado (caso queira) sempre que existe uma atualização de determinada notícia à distância de um clique, enquanto no caso da televisão é necessário que o espetador se mantenha atento à emissão para saber quando estão a abordar determinada notícia, ou quando estão a atualizar as notícias de última hora.

Tal como mencionado, atualmente as notícias de última hora, ou até mesmo qualquer notícia que possamos encontrar *online* está à distância de um clique. Com a chegada dos *smartphones* e *tablets* os meios *online* tiveram de adaptar-se a esta novidade e desenvolver atualizações que prendam a atenção do espetador, tal como a opção de notificação da atualização de uma notícia em específico ou de uma notícia de última hora, permitindo aos seus utilizadores estar sempre informados sem ter de procurar.

Com a criação dos *sites* dos meios de comunicação tradicionais é possível ao espetador ver todas as notícias a partir do telemóvel ou *tablet*, o que acaba por ser positivo, na medida em que, em qualquer lugar em que o dispositivo tenha acesso à internet, o utilizador pode manter-se informado e procurar notícias do dia, não tendo de esperar para chegar a casa e assistir aos jornais diários que transmitem essas mesmas notícias, tal como Elias Machado defende, “na produção jornalística em rede, altera-se o lugar da documentação e da memória, que de complemento informativo, desloca-se para uma posição de fonte noticiosa direta” (Machado, 2002:63), mostrando e evidenciando a importância crescente do meio *online* como fonte noticiosa e como primeira fonte noticiosa, isto é, a primeira fonte a transmitir as notícias e que está em constante atualização e que chega a cada vez mais utilizadores.

Para manter a atenção dos utilizadores desta vertente da comunicação é necessário manterem-se atualizados e é exatamente isso que os meios de comunicação *online* portugueses tentam fazer, para isso vão inovando e criando diferentes métodos que prendem a atenção do espetador.

Com a chegada dos *smartphones*, as operadoras móveis em parceria com os meios de comunicação social tomaram duas iniciativas. Numa primeira iniciativa a pensar nos utilizadores de meios móveis foram criadas *apps* que permitem às pessoas terem acesso aos conteúdos impressos e digitais, sendo que esta foi “uma rápida evolução verificada nos primeiros anos do jornalismo móvel que se apoiou em conhecimentos acumulados durante a evolução do webjornalismo” (Canavilhas & Santana, 2011: 65). Este tipo de aplicações permite aos utilizadores terem acesso a um maior número de notícias e ainda terem uma espécie de alerta que sendo ativado permite ao usuário estar constantemente notificado das notícias de última hora. Num segundo momento, foi criado uma espécie de atualização da notícia, isto é, o leitor quando subscreve a notícia fica automaticamente notificado sempre que exista alguma alteração e quando o assunto estiver resolvido recebe uma notificação com o resumo de toda a notícia, uma espécie de “fechar de um ciclo noticioso”.

Com a chegada dos *smartphones* e o desenvolvimento dos meios de comunicação no *online*, a maioria dos canais que passaram a possuir *website* tiveram de inovar e procurar novos meios de divulgação das notícias publicadas *online*, a partir daí foi possível perceber que as redes sociais foram o investimento seguinte, sendo estas um local onde existem muitos subscritores tonando assim mais fácil o acesso a mais pessoas. A maioria, se não todos os canais noticiosos portugueses, têm página no *Facebook*, no *Twitter*, e outras redes sociais, podendo em muitos casos encontrar-se o *link* para a rede social nos próprios *sites*.

As redes sociais na internet disseminaram-se no gosto do público como plataformas cada vez mais presentes no quotidiano das pessoas. A convergência digital com mídias tradicionais trouxe a possibilidade de aumentar o fluxo de audiência em outros canais de comunicação ainda não explorados, e também de fidelizar o público em diferentes plataformas de acesso, disseminação e redistribuição de conteúdo.

(Cajazeira, 2015:172)

Com o avanço dos meios *online* nas redes sociais é também necessária a adaptação aos diferentes públicos que poderão aceder às páginas sociais dos canais, por isso, é muito fácil encontrar notícias de última hora, bem como as notícias do dia em 60 segundos. Esta novidade passa por dar aos espetadores uma atualização das notícias do dia em apenas 60 segundos, podendo a partir daí captar a atenção do espetador e possivelmente levá-lo a procurar mais sobre o assunto, ou assistir aos jornais do canal de modo a poder saber tudo sobre determinado assunto que esteja na ordem do dia. Este tipo de novidades serve essencialmente para prender a atenção do público e também captar um maior público para o canal e para o *site*, sendo que em todos os momentos o canal pode sair a ganhar. As redes sociais dos canais são, tal como os *sites*, atualizadas constantemente o que permite que os internautas consigam aceder a determinado assunto através de uma visita nas redes sociais do canal, sendo mesmo a partir desta funcionalidade que muitos têm acesso a notícias de última hora e também a partir deste local que são direcionados para o *website* do canal.

As redes sociais e os *sites* dos canais estão ligados entre si, na maioria dos casos, a notícia apresentada na página *online* remete-nos para o site, de modo a podermos ter acesso a um maior número de informações sobre o assunto em questão; o uso de vídeos prende também a atenção do espetador que geralmente prefere assistir através de imagens e vídeos do que saber o que está a acontecer através de textos longos, que acabam por ser aborrecidos.

Em suma, o jornalismo *online* em Portugal começou de forma lenta e tímida, a partir

do ano de 1995 e foram muitos os caminhos percorridos para atingir aquilo que hoje já existe e que ainda é considerado por muitos, insuficiente. A criação de *sites* começou pouco a pouco e inicialmente eram pouco procurados pela falta de informação que continham, no entanto, atualmente a maioria das redações televisivas tem alguém responsável pelos meios *online*, que têm como função a atualização constante do mesmo e das notícias publicadas, bem como a criação e gestão das redes sociais, que atualmente são o ponto alto dos meios *online*, por serem um dos grandes impulsionadores da difusão das notícias de última hora.

Atualmente o jornalismo *online* em Portugal já se encontra bem presente na sociedade, no entanto, ainda se procura a perfeição daquilo que é considerado o topo do jornalismo *online*, o Webjornalismo, no entanto, os meios e a forma como se procede à difusão da notícia já permite que os meios de informação *online* sejam bastante usados pelo público em geral, servindo maioritariamente como um difusor das notícias de última hora.

A adaptação aos meios *online* foi tardia, no entanto, é notória a importância que este meio tem atualmente na sociedade, na medida em que, permite ao internauta ver e também participar ativamente na difusão da notícia: ao partilhar nas suas redes sociais privadas, ao poder comentar e assim dar a sua opinião sobre o assunto em causa. Esta partilha com o público permite ao próprio público sentir-se parte da notícia, o que acaba por atrair ainda mais internautas para o uso deste novo meio de comunicação social.

1.4. O Jornalismo *online* nas redações televisivas

Já no século XX, a chegada das redes, da internet e dos computadores às redações iniciou um ciclo de profundas mudanças que até hoje está em andamento e que alguns, descrevem como um tsunami (...).

(Santos, 2015: 103)

Com a chegada do *online* aos meios de comunicação social foi necessário efetuar mudanças, começando por reinventar a forma de trabalhar numa redação. Se até aos inícios do século XX os rivais dos meios de comunicação tradicionais eram os próprios meios tradicionais, com a chegada dos meios *online* e das redes sociais o jornalismo e os meios de comunicação social tiveram de adaptar-se aos seus leitores, de modo a poderem desenvolver e interligar-se com o público.

Para uma eficaz utilização dos meios *online* os jornalistas tiveram de, tal como Doug Millison (cit. Aroso, 2003:1) menciona “ aprender algumas ferramentas básicas da *Web*: como

usar a internet para pesquisar informação, programação básica de HTML para saberem construir páginas *Web*, produção digital de áudio e vídeo e técnicas de programação na *Web* relacionadas, para adicionar elementos ao texto jornalístico”, ou seja, para criar conteúdos *online* os jornalistas necessitaram de aprender a usar o meio, e tiveram ainda de adaptar-se ao mesmo, na medida em que, aquilo que produziam para os meios tradicionais não seria o suficiente para cativar o público nos meios *online* porque este meio permite um maior número de conteúdos que podem ser escritos, mas também audiovisuais, aumentando assim a dinâmica dos mesmos.

O jornalista que trabalha para uma edição *Web* não tem limitações espaciais, e por isso concentra-se na estrutura da notícia, procurando encontrar a melhor maneira de oferecer toda a informação disponível de uma forma apelativa (...) a disponibilidade espacial é tendencialmente infinita e o público é global.

(Canavilhas, 2014: 17)

Tal como mencionado, o mais importante nesta crescente influência do *online* no jornalismo foi a adaptação do jornalista ao próprio meio, no entanto, é muito importante não tornar este meio desinteressante e, por esse mesmo motivo, é necessário atribuir-lhe dinamismo e uma constante novidade, de modo a prender o utilizador e incentivar na busca de mais informações a partir deste mesmo meio. Para isso é necessária uma crescente e constante mudança e atualização dos próprios *websites* dos meios de comunicação social, não só os exclusivamente *online* mas também aqueles que detêm conteúdo a partir do meio mais “tradicional”.

São vários aqueles que defendem a atualização dos meios *online* e dos próprios profissionais ao meio e há quem defenda que os meios de comunicação social tradicionais não se devem deixar influenciar totalmente, como é o caso de José Luís Garcia (2013:51), que defende que “aceitamos que a ação jornalística, na era digital, requeira a integração de novas funções tecnológicas, mas essas não são de molde a absorvê-la contaminando-a ou deformando-a”, mostrando o seu desagrado pela total dedicação a este novo meio defendendo que esta dedicação acaba por influenciar os meios mais tradicionais.

Apesar das diferentes opiniões sobre como deve ser a integração das redações ao meio *online*, o que é certo é que este novo meio tem ganho um grande destaque na sociedade em geral, provocando uma alteração no tipo de comunicação que deve ser feita e que é feita. Se até então os jornalistas trabalhavam exclusivamente para as edições diárias dos noticiários atualmente é necessário atualizar constantemente o público e para isso é necessário estar

constantemente a produzir notícias e constantemente atualizados sobre as notícias, sendo as notícias de última hora o maior influenciador das pesquisas do público que buscam uma constante atualização diária do que se passa no país e no mundo.

A preferência pela utilização da *web* na informação sobre os acontecimentos internacionais faz todo o sentido, já que a variedade de fontes que podem ser consultadas aumenta exponencialmente neste tipo de suporte tecnológico, bem como a permanente atualização dos dados, comparativamente com os media tradicionais, como a televisão ou os jornais.

(Cardoso, 2005:207)

O facto de os meios *online* permitirem ao público estarem constantemente atualizados a partir do acesso à internet faz com que o interesse aumente e o sentido de obrigatoriedade de atualização neste meio seja constante, uma vez que um *site* pouco ativo ou que não esteja atualizado acabará por perder público.

Com o aparecimento da internet e de novos meios de divulgação noticiosa, o papel do jornalista acaba por ser posto em causa, na medida em que, tal como diz Sónia Sá (2005: 366) “A fronteira entre aquilo que é (...) o trabalho do jornalista (...) e aquela que é a ação dos cidadãos é cada vez mais ténue.”, de facto, os meios de comunicação *online* permitem ao próprio espetador tornar-se essencial na divulgação das notícias, na medida em que, este poderá fazer chegar às redações as informações fulcrais para que as mesmas sejam divulgadas minutos após o seu acontecimento. Na verdade, são vários os casos em que poderá ser o próprio público a comandar a notícia, isto é, a partir do momento em que a mesma é partilhada no *site* noticioso o público pode comentar e pode divulgar mais informações e conteúdos que detenha acerca do assunto.

Comentar notícias, participar em fóruns, responder a inquéritos, atualizar blogues, contribuir para a realização de entrevistas coletivas, partilhar conteúdos nas redes sociais, enviar fotos, vídeos e textos para publicação no próprio espaço do jornal, são algumas das formas de participação que os leitores encontram em grande parte dos media *online*.

(Canavilhas, 2012: 270)

Ora se com a chegada dos media *online* o público adquiriu um novo papel na divulgação das notícias, desempenhando um papel mais ativo nas mesmas, chegando mesmo a participar na chegada das informações às redações e na partilha e divulgação dos conteúdos é fulcral entender qual o novo papel que o jornalista desempenha. Furio Colombo (cit. Aroso, 2003:2) defende que os jornalistas “mais do que nunca, necessitarão de sentido moral, aliado a

uma astúcia técnica cada vez mais apurada”, pois são os próprios jornalistas a realizar o papel de mediador entre as notícias que chegam através do público e aquelas que partem em sentido inverso, para desta forma, não cometerem erros e não estarem a transmitir conteúdos errados. Para Leah Gentry (cit. Aroso, 2003:2) “a pesquisa e a edição devem ser sólidas, os factos têm de ser verificados e reverificados. (...) ninguém deve colocar *online* um texto que não tenha passado pelo processo de edição”, mostrando que o papel do jornalista é demasiado importante, mesmo que à primeira vista não o pareça porque é ele o responsável pela informação que coloca à disposição no meio *online* e, por esse motivo, deve avaliar todas as informações que lhe chegam e certificar-se que tudo o que transmite para o público não é erróneo.

São vários os defensores de que o papel do jornalista pode ter-se alterado, no entanto a sua importância tem aumentado pois para além de realizar o trabalho de pesquisa que até então sempre fez, atualmente o jornalista deve ainda realizar “uma edição e filtragem de informação de confiança e com qualidade torna-se ainda mais importante na internet, onde qualquer pessoa pode publicar qualquer coisa e fazer com que pareça importante.” (Millison, 1999 cit. Aroso, 2003:3). Aliás não foi só o aparecimento da internet e dos meios *online* que colocou o jornalista numa posição diferente, o aparecimento dos *smartphones* e do acesso rápido aos meios para apreender conteúdos fez com que os jornalistas tivessem de se reger não só pelos conteúdos adquiridos internamente, mas também externamente pelo público em geral.

O jornalismo vive o maior dos desafios de sempre: a luta pela sobrevivência da atividade face à avalanche constante de produção, troca e redefinição de informação que (...) os dispositivos móveis com sistema de gravação audiovisual e as redes sociais de livre publicação e partilha de informação disponibilizaram a um número incalculável de cidadãos.

(Sá, 2005: 363)

Se até ao aparecimento dos meios de divulgação *online* o jornalista tinha o papel de recolher todos os conteúdos para a divulgação da notícia, atualmente a redação e os jornalistas no geral passam por dois processos: o de aquisição dos conteúdos e informações próprias, mas também pela seleção e aquisição de conteúdos partilhados pelo público através dos meios *online* como as redes sociais, os *blogs*, os *chats*, etc. De facto, principalmente o acesso a conteúdos visuais dos acontecimentos acaba por estar facilitado porque em qualquer momento e em qualquer situação pode haver um cidadão que pegue no telemóvel (por exemplo), e grave o que está a acontecer, como aconteceu no caso dos atentados de Londres ou no metro

de São Petersburgo, ambos em 2017, onde as imagens utilizadas foram imagens amadoras, partilhadas pelos internautas nos meios *online* e utilizadas pelos meios de comunicação social.

De certo modo, com o aparecimento das redes sociais, e outros meios *online*, o jornalista acabou por ganhar uma maior facilidade de acesso aos conteúdos que pretende divulgar, no entanto, é muito importante que verifique sempre as fontes de tudo o que transmite, para deste modo, transmitir aos seus seguidores apenas conteúdo fidedigno, para não induzir os mesmos em erro. O facto de as imagens chegarem através de internautas também deve ser tido em atenção e é sempre importante verificar se são reais e do exato momento abordado, para deste modo, não divulgar conteúdo não adequado à notícia que se pretende transmitir.

E se há ainda muitas questões acerca do papel do jornalista neste novo meio, e de que forma se enquadra este novo meio no panorama da comunicação social Katherine Fulton (cit. Aroso, 2003:4) chega a uma conclusão admitindo que “o jornalismo e os jornalistas não vão desaparecer. Como fornecedores de significado e contexto entre todo o ruído, eles podem tornar-se mais essenciais do que nunca. Eles terão novas funções, tais como facilitar boas conversações *online*, organizar arquivos e agregar e reformular informação recolhida através de muitas fontes”, quer isto dizer que apesar de todas as modificações que os jornalistas em específico e as redações no geral sofreram com o aparecimento dos conteúdos *online*, o papel desempenhado pelos mesmos vai manter-se mas acima de tudo torna-se fundamental para a boa divulgação de boas informações, isto é, os conteúdos privilegiam a que sejam divulgadas as notícias e a informação quase no momento do próprio acontecimento através das notícias de última hora, no entanto, após a primeira divulgação deve ser feito um “estudo” aprofundado de modo a adquirir mais informações e mais conteúdos para atualizar a notícia e deve sempre estar-se atento para manter essa atualização constante e só assim eficaz.

Para Rui Miguel Gomes (2009:106), “o processo de recolha de informação ficou mais abrangente, mais rico e superiormente vasto para a produção noticiosa”, a partir do momento em que o cidadão se tornou capaz de auxiliar na captação das informações, principalmente através do seu contributo com imagens e informações partilhadas nas suas redes sociais, ou até mesmo nos *chats*, *blogs* e nos próprios locais destinados a comentários nas páginas dos *sites* de notícias.

Capítulo II – Apresentação das instituições de estágio - a SIC e o Porto Canal

2.1. A SIC

2.1.1. Caracterização da instituição

A SIC (*Sociedade Independente de Comunicação*) iniciou as suas emissões a 6 de outubro de 1992, tornando-se o terceiro canal generalista, juntamente com a RTP1 e a RTP2, e tornou-se no primeiro canal privado português. Os sócios fundadores da SIC foram a *Jornalgeste*, o grupo *Lusomundo*, a *Soimcom*, a *TV Globo*, a *Interpress*, a *Inapa*, a *Olinveste* e a Universidade Nova de Lisboa, sendo agora totalmente detida pelo grupo *Impresa* e é liderada por Francisco Pinto Balsemão.

Três anos depois da sua primeira emissão, a SIC conseguiu ultrapassar a RTP a nível de audiências, já com o segundo canal privado a transmitir.

A partir de 1997, a SIC começou a criar os seus canais temáticos, sendo que todos se encontram em serviço fechado e apenas quem tem acesso à tv paga tem acesso a esses canais.

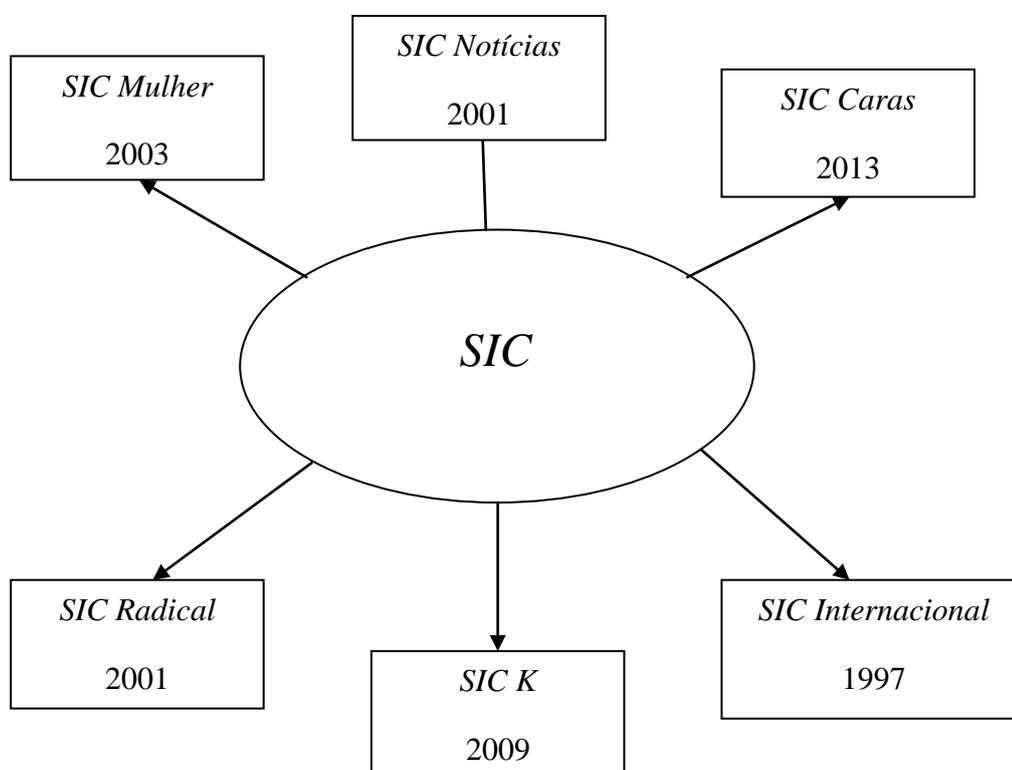


Figura 2: Canais SIC

Ao longo dos anos a *SIC* foi criando e mantendo parcerias para conseguir criar conteúdos próprios, como por exemplo a parceria com a *Rede Globo*, que foi muito importante no avanço da ficção nacional, a partir desta altura o canal começou a criar as suas próprias novelas, tendo já ganho alguns prémios no estrangeiro.

O canal generalista mantém diversidade na sua programação, sendo um canal com programas de entretenimento, ficção e também com edições jornalísticas tal como acontece nos restantes canais generalistas.

Programas Diários		Programas Semanais	
	Horário		Horário
Edição da Manhã	06H00	Vidas Suspensas	Segunda 21H00
A vida nas cartas – O dilema	08H30	Cartaz Cultural	Quinta 01H45
Queridas Manhãs	10H15	Volante	Sexta 02H30
Primeiro Jornal	13H00	Etnias	Sábado 06H00
Ficção	14H45	O Nosso Mundo	Sábado 12H00
Juntos à Tarde	16H00	Alta Definição	Sábado 14H15
Ficção	18H45	E-especial	Sábado 14H45
Jornal da Noite	20H00	Vida Selvagem	Domingo 12H00
Ficção	21H25	Fama Show	Domingo 14H15
A lei do amor	23H45	Just Duet – O Duetto Perfeito	Domingo 21H45
Cinema	00H50	Os Europeus	Domingo 02H30
Ficção	02H55		
Televentas	03H50		

Figura 3: Programação da *SIC* em junho de 2017

Dos canais generalistas a *SIC* foi o primeiro a criar um canal temático destinado às notícias, a *SIC Notícias*, que merece destaque por ser, tal como referido, um canal noticioso e que é “alimentado” pelos mesmos jornalistas que trabalham para as edições noticiosas da *SIC*.

Apesar de ser um canal noticioso apresenta momentos dedicados à economia, ao desporto, à cultura, não sendo apenas destinado à atualidade informativa, tendo ainda vários momentos ao longo do dia que são noticiosos não sendo ainda assim apenas esses que fazem parte da grelha do canal.

Programas Diários	Horário	Programas Semanais	Horário
Edição da Manhã	06H00	O Dia Seguinte	Segunda 21H50
Jornal das 10	10H00	Futuro Hoje	Terça 20H00
The next big idea	10H45/13H45	Tempo Extra	Terça 23H00
Jornal de Síntese	11H00/ 13H00	Contas poupança	Quarta 20H00
Opinião Pública	11H15/15H30	Negócio da Semana	Quarta 23H00
Minuto Web Summit	11H50	Quadratura do Círculo	Quinta 23H00
Jornal do Meio-dia, Desporto	12H00	Panorama BBC	Sexta 01H30
Jornal das 2	14H00	Se7e	Sexta 20H00
Edição da Tarde	15H00/17H00	Expresso da meia-noite	Sexta 23H00
Cartaz	16H25	Eixo do Mal	Sábado 00H00
Jornal das 7	19H00	Isto é Matemática	Sábado 07H50
Jornal da Noite	20H00	Golf Report	Sábado 09H20
Edição da Noite	21H00	Exame Informática TV	Sábado 09H45
Jornal da Meia-Noite	00H00	Volante	Sábado 14H45
Primeira Página	01H00	Imagens de Marca	Sábado 17H40
		O Sr. Árbitro	Domingo 20H00
		Play-Off	Domingo 22H00
		Ponto Contraponto	Domingo 01H30

Figura 4: Programação da SIC Notícias junho de 2017

A programação inclui ainda jornais temáticos: o jornal de desporto (na edição da tarde) e o jornal de economia (na edição da manhã).

Por ser um canal noticioso atualizado 24 horas por dia, é possível transmitir notícias de última hora no momento em que acontecem. A *SIC Notícias* tem como *slogan* “Os seus olhos no mundo”, mostrando que a principal ideia do canal é informar os espectadores sobre o que se passa no país e no mundo sempre que a notícia o exija.

Por ser um canal exclusivamente informativo e destinado à tv paga podemos comparar a sua visibilidade apenas com a *TVI24* e aí é a *SIC Notícias* que domina, sendo um dos canais portugueses da televisão paga mais vistos.

Para podermos ter acesso ao canal temos de ter uma das operadoras pagas e encontra-se na posição 5 da *MEO* e da *NOS* tanto por cabo/satélite/ADSL e no canal 5 da *Vodafone* a quem tiver esta operadora por ADSL.

Para além das operadoras portuguesas a *SIC Notícias* já chegou a alguns países como Angola, Moçambique, Estados Unidos, Cabo Verde, Suíça, Canadá, Austrália e França, podendo ainda ser vista em direto *online* através do site do canal sicnoticias.sapo.pt.

2.1.2. Localização e meio envolvente

Os estúdios da *SIC* estão centrados em Carnaxide, onde são gravados a maioria dos jornais e onde está integrada a maioria da equipa de repórteres e pivôs do canal, tendo ainda a delegação do norte que se encontra em Matosinhos e onde se encontra uma equipa responsável pela cobertura das notícias do norte do país e onde é gravado o jornal de desporto em alguns dias, bem como são recebidos convidados dos programas que tenham morada a norte e para desta forma evitar a sua deslocação a Lisboa. A *SIC* tem ainda jornalistas que cobrem outros locais do país, apesar de não existirem delegações há locais que têm uma equipa fixa como é o caso do Algarve.

O canal é gerido pelo grupo *Impresa* desde a sua abertura, tal como acontece com os seus canais temáticos, tendo como Diretor-Geral Francisco Pinto Balsemão, que foi um dos fundadores e depois de anos afastado do cargo voltou a assumir funções em 2016; como diretor de informação, a *SIC* e a *SIC Notícias* têm o mesmo diretor-geral de informação, o jornalista Ricardo Costa.

O canal tal como todos os canais generalistas tem de manter a sua imparcialidade nos mais diversos assuntos para desta forma manter aquilo que a entidade reguladora exige.

A *SIC* tem como principais concorrentes a *RTP1* e a *TVI* por serem canais generalistas e com uma programação semelhante, sendo que a principal concorrente é a estação de Queluz que é a principal rival nas audiências, tendo dominado nos últimos anos, sendo a *SIC* o segundo canal mais visto em sinal aberto.

Nos canais temáticos, a *SIC Notícias*, tem como principais rivais a *CMTV*, a *TVI24* e o *Porto Canal*, no entanto, o *Porto Canal* poderá ser excluído, na medida em que apresenta maioritariamente programas sobre assuntos do norte, e não é exclusivamente noticioso; o mesmo acontece com a *CMTV* que também não é um canal exclusivamente noticioso e apesar de ser líder de audiências ao nível dos canais portugueses na tv paga não pode ser equiparado à *SIC Notícias*. A *TVI24* é o canal que mais se assemelha à *SIC Notícias* e por isso podem ambos comparar-se e se falarmos em audiências é a *SIC Notícias* que domina, ao contrário daquilo que acontece em sinal aberto.

O facto de a *SIC Notícias* ser o primeiro canal exclusivamente noticioso em Portugal fez com que os restantes seguissem os seus moldes e, talvez por esse motivo, o canal da *SIC* consiga atrair mais espectadores.

2.1.3. Tipo de instituição e organização

A *SIC* é um canal de televisão que pertence ao grupo *Impresa*, tal como referido anteriormente e é encontrada em sinal aberto, ao contrário dos canais temáticos do canal que se encontram em sinal fechado.

Tal como todas as televisões privadas a *SIC* é gerida pela *SIC – Sociedade Independente de Comunicação SA*, tal como todos os canais temáticos, no entanto é propriedade da *Impresa- Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A*, grupo este onde para além da *SIC* existem outros meios de comunicação social inseridos, faltando apenas um meio de comunicação radiofónico para estar presente em todos os meios de comunicação social, visto que dentro do grupo podemos encontrar representantes televisivos, jornais, e revistas, *online* e ainda ações de solidariedade como é o caso da *SIC Esperança*.

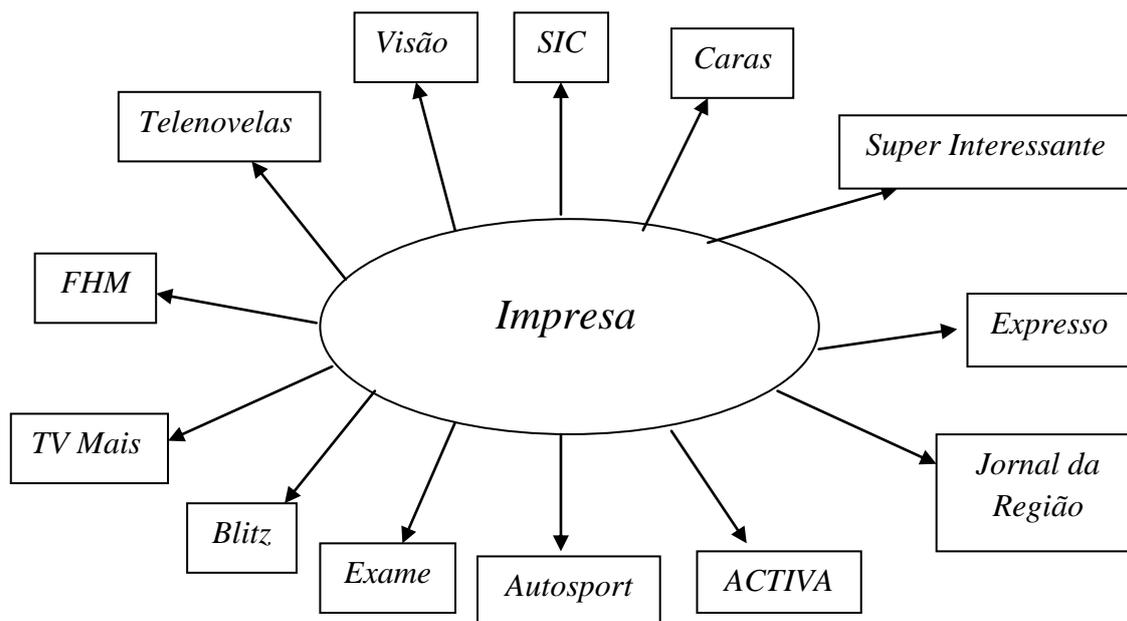


Figura 5: Alguns membros do grupo *Impresa*

O canal tem como Diretor-Geral Francisco José Pereira Pinto de Balsemão que é também o presidente do conselho de administração; tem ainda como diretor-geral de informação Ricardo Costa e como diretores adjuntos Alcides Vieira e Henrique Monteiro, no entanto, o canal tem ainda responsáveis pelos conteúdos.

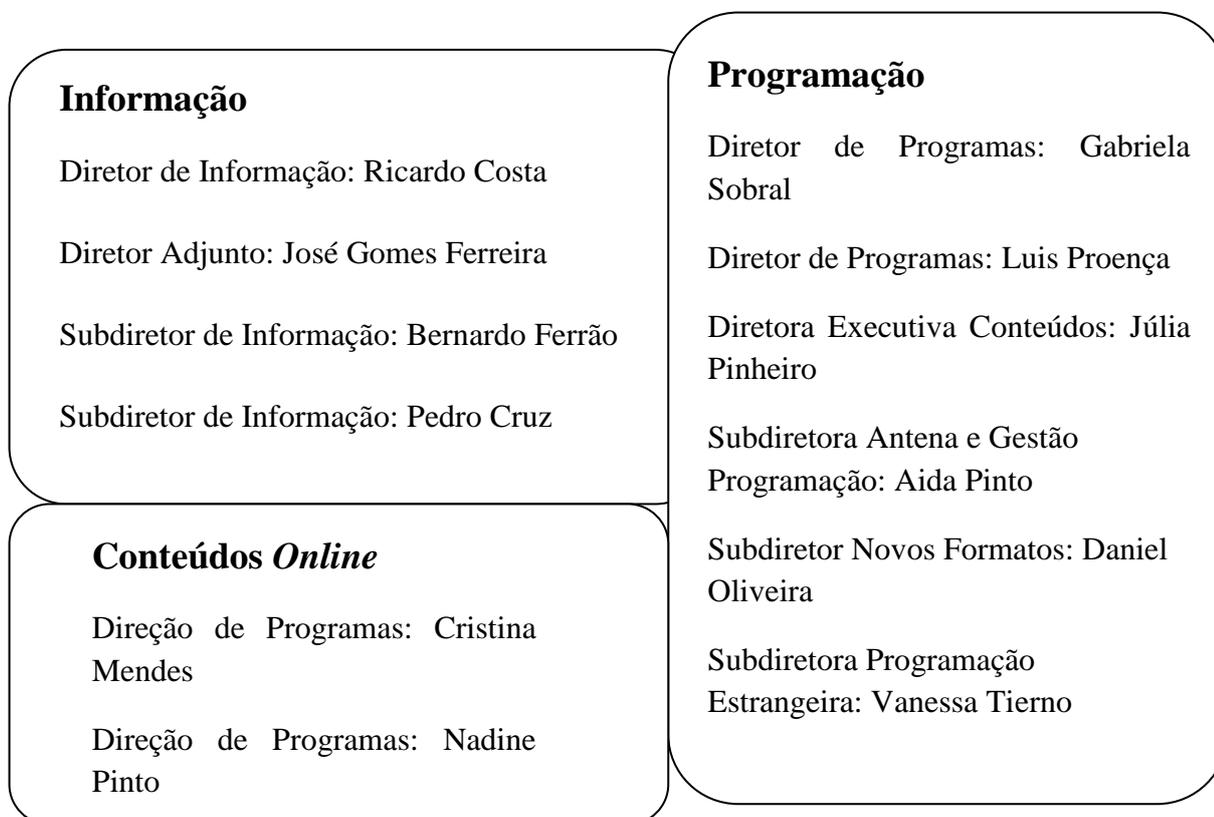


Figura 6: Responsáveis pelos conteúdos das emissões dos serviços de programas da SIC

Por sua vez, a *SIC Notícias* mantém os mesmos diretores e subdiretores, tanto gerais como informativos, acrescenta apenas a coordenadora geral do canal, tal como acontece com os restantes canais temáticos.

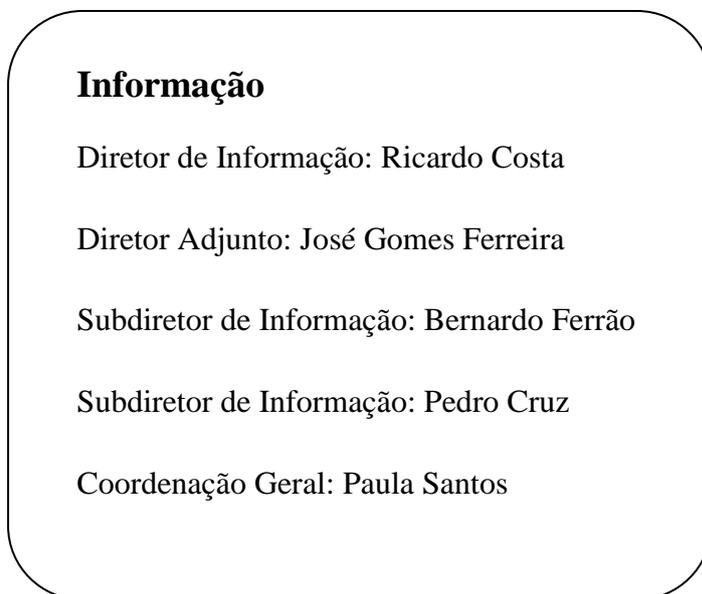


Figura 7: Responsáveis pelos conteúdos da *SIC Notícias*

Fonte: *SIC*

2.1.4. O jornalismo *online* na *SIC*

A *SIC* começou as suas emissões televisivas em 1992, a partir do ano de 2000 foi criado o *site* do canal sic.sapo.pt, no entanto, apenas a 23 de maio 2001 entrou *online*. Nesse mesmo ano, o canal abriu um dos seus canais temáticos, a *SIC Radical*, no entanto inicialmente o canal era exclusivamente *online*, sendo esta a primeira grande atividade associada ao *online* da *SIC*.

O *site* da *SIC* é em grande parte dedicado aos programas de entretenimento que passam no canal, aliás os vídeos presentes na página inicial do *site* são de eventos que aconteceram ao longo dos programas do canal.



Figura 8: Página inicial site SIC a 02 de junho de 2017

Fonte: sic.sapo.pt

No *site* do canal podemos optar por ver os episódios completos dos programas favoritos que passam ao longo do dia no canal, bem como podemos assistir ao que está a dar em direto no canal, caso o *login* no *site* esteja realizado.

Por outro lado, o *site* da SIC generalista pode reencaminhar para os *sites* dos canais temáticos, para que desta forma seja possível aos seus usuários decidirem que tipo de informações pretendem ver e em que canal temático tal assunto se insere.

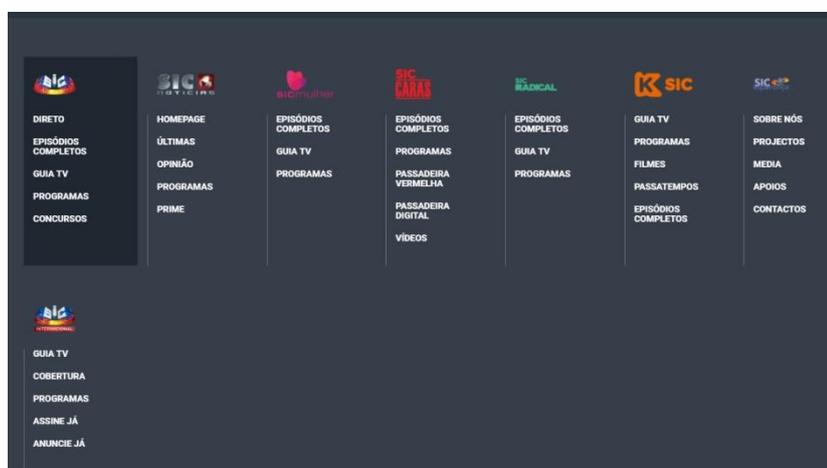


Figura 9: Site da SIC com ligação para os *sites* dos canais temáticos a 2 de junho de 2017

Fonte: SIC

O *site* do canal, tal como referido inclui os conteúdos dos programas, mas caso o público queira ter acesso às notícias deverá seguir para o *site* da SIC Notícias, que foi criado dez anos depois da criação do canal em abril de 2011. No *site* sicnoticias.sapo.pt aparecem as notícias de última hora, os conteúdos dos programas de informação do canal, bem como reportagens que foram realizadas para os telejornais.



Figura 10: Página inicial *site* da SIC Notícias a 2 de junho de 2017

Fonte: SIC Notícias

As notícias de última hora são uma mais valia no *site* do canal, quem acede consegue visualizar em dois locais diferentes aquilo que aconteceu no país e no mundo, sendo que um dos locais é na lateral do *site* e aparece em todas as pesquisas que o utilizador faça.



Figura 11: Últimas horas da SIC Notícias a 2 de junho de 2017

Fonte: SIC Notícias

O *site* da SIC Notícias tem um menu que permite ao utilizador decidir o que quer assistir, permite ainda ao utilizador escolher se quer aceder a notícias sobre o país, o mundo, desporto, economia, entre outros e permite ainda aceder a vídeos sobre os programas que foram emitidos no canal, bem como a vídeos com os comentários realizados por comentadores em entrevistas no canal, e ainda artigos redigidos por elementos responsáveis pela informação do canal.



Figura 12: Menu do *site* da SIC Notícias a 2 de junho de 2017

Fonte: SIC Notícias

Com as opções que o público tem é muito fácil aceder às notícias que pretende visualizar, por exemplo, se o espetador pretende ver as notícias sobre o país basta aceder no *link* e assim sucessivamente, podendo investigar o que pretende a partir do menu ou do motor de pesquisa do *site*.



Figura 13: Notícias na SIC Notícias a 2 de junho de 2017

Fonte: SIC Notícias

Os *sites* do canal estão divididos por temáticas, sendo que para o presente estudo a SIC Notícias corresponde mais aos parâmetros, na medida em que, o *site* da SIC apresenta maioritariamente conteúdos ligados ao entretenimento, deixando os conteúdos informativos um pouco de parte e entregues à SIC Notícias. Este último é um *site* muito bem organizado, uma vez que deixa o utilizador a partir do menu escolher o que pretende fazer, tornando o acesso aos conteúdos à distância de um clique e simplificando o acesso aos seus utilizadores.

Este tipo de atitude pode atrair mais visitantes para o *site*, visto que é muito fácil encontrar os conteúdos que procura, a partir do tema.

O facto de o *site* ter as notícias de última hora na barra lateral é uma mais valia, na medida em que, o utilizador pode navegar à vontade e caso aconteça algo do seu interesse vai ter acesso porque a informação estará sempre a ser atualizado.

O *site* do canal permite aos espetadores estarem sempre atualizados, mas também não pode e não deve ser desinteressante, para isso e como podemos perceber nos *sites* analisados, os textos são curtos, mantendo apenas a informação essencial para que o assunto seja compreendido e para que todas as informações importantes estejam presentes. Para completar o assunto, são muitas vezes utilizados vídeos que levam os utilizadores do *site* a compreender melhor as situações abordadas, por exemplo em casos de última hora, apenas estão presentes as informações conhecidas e caso existam vídeos do incidente podem acabar por ser colocados *online*, para desta forma, o espetador poder perceber e assistir ao que se passou, podendo assim tirar as suas próprias ilações.

Os *sites* da *SIC* e da *SIC Notícias* são bastante diferentes, na medida em que, o primeiro é destinado essencialmente aos programas de entretenimento e ficção que passam no canal generalista enquanto o segundo é destinado exclusivamente a notícias e programas noticiosos que passam no canal. Caso o espetador pretenda ter acesso a notícias é diretamente direcionado para o *site* da *SIC Notícias* e é neste que encontrará sempre as notícias de última hora mas também aquelas notícias que estão na ordem do dia.

2.1.5. Audiências do canal televisivo e do *site*

Ao longo dos últimos anos, o uso da *SIC* como meio exclusivamente televisivo acabou passando a visualizar-se os conteúdos do canal também através do *site* do mesmo, por esse mesmo motivo, as audiências da *SIC* são atualmente divididas entre o canal televisivo e o *website*.

De acordo com o relatório da Obercom (Cardoso, 2017:41) os canais da *SIC* estão a perder audiência desde 2002, em sentido inverso os *sites* do grupo Impresa onde estão incluídos os *sites* da *SIC* e da *SIC Notícias* têm vindo a crescer e a atrair mais público.

De facto, é possível verificar no gráfico 4 que desde 2002 a SIC perdeu cerca de 10% do *share*, sendo que aconteceu o mesmo nos restantes canais generalistas, invertendo-se apenas esta situação nos canais por cabo.

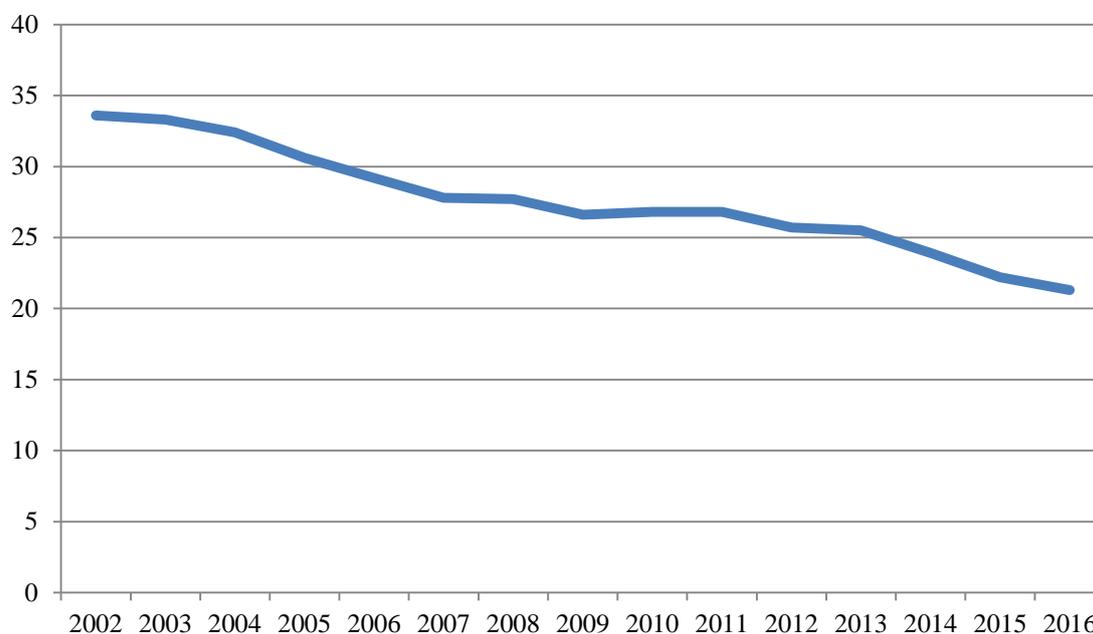


Gráfico 4: *Share* global Canais Sic 2002-2016

Fonte: Obercom – Markttest

Tal como visualizamos no gráfico anterior desde 2002 que o *share* global dos canais SIC tem vindo a diminuir, mantendo-se apenas constante em alguns anos, de facto se em 2002 o *share* do canal se ficava pelos 33,6% em 2016, o valor do *share* dos canais SIC estava nos 21,3% mostrando assim que a utilização da televisão como meio de informação tem diminuído, acontecendo o mesmo nos restantes canais televisivos tal como mencionado anteriormente.

Por sua vez, os *websites* do canal têm ganho destaque e têm-se evidenciado, basta ver o gráfico 5 que nos mostra o número de visitas às páginas *online* do grupo *Impresa*.

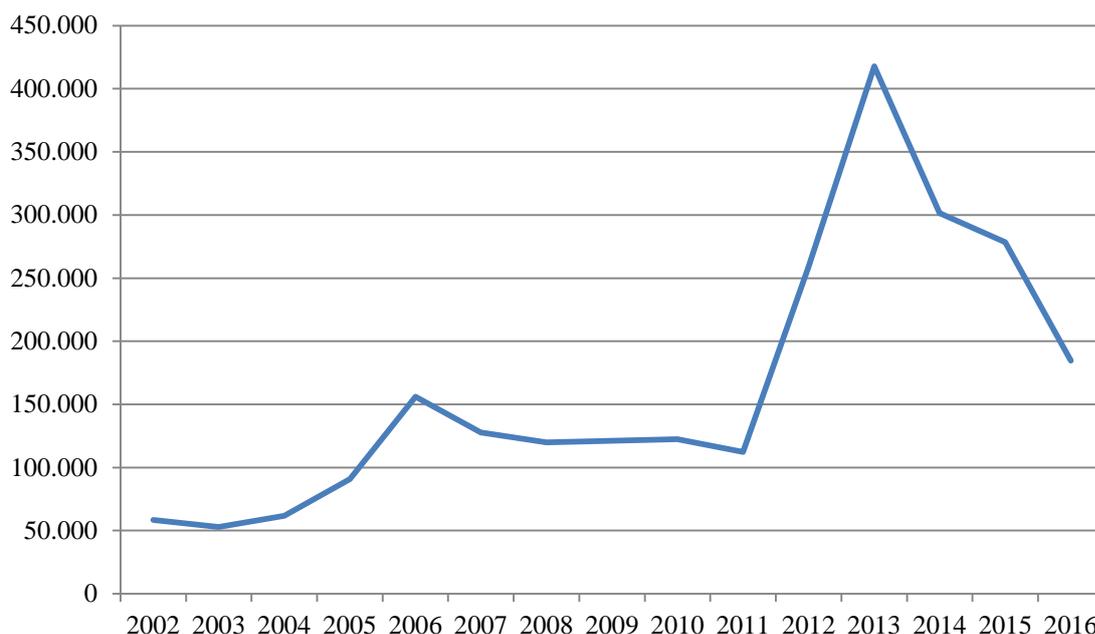


Gráfico 5: Visitas a páginas (em milhares) do grupo *Impresa* 2002-2016

Fonte: Obercom – Markttest

Tal como o gráfico anterior nos mostra existe uma crescente nas visitas aos *sites* do grupo *Impresa*, sendo que o auge das visitas aos *websites* do grupo aconteceu em 2013, atingindo as 417 729 visitas, encontrando-se após esse pico em decrescente procura. Esta situação pode ser explicada pelo crescente aparecimento de *sites* informativos, tornando as navegações mais divididas e o uso de outros *websites* informativos uma normalidade.

De facto, segundo o estudo da Markttest o *website* da *SIC* atingiu em junho de 2017 mais de 10 milhões de visualizações nas variadas plataformas (quer no computador, no telemóvel ou no *tablet*), encontrando-se assim em 12º lugar no ranking de sites dos diversos meios de comunicação social, sendo ultrapassado por *websites* desportivos e de meios de comunicação escrita, tendo apenas o *site* da *TVI* como “rival” a nível televisivo.

Tal como os estudos apresentados nos mostram as visitas aos *websites* do canal estão a crescer e as audiências da televisão estão a cair, mostrando que atualmente os cidadãos acedem não só às informações através do canal aberto, a *SIC* e através da *SIC Notícias* mas também a partir do *website* dos canais, procurando assim informações em ambas as plataformas e mostrando que é necessário ter ambos os meios de divulgação de informação atualizados.

2.1.6. Atividades desenvolvidas na SIC

O estágio realizado na *SIC* começou no dia 20 de junho de 2016, na delegação Norte, em Matosinhos (ver avaliação do estágio anexo 1).

Inicialmente, foram criados acessos para ser possível aceder aos servidores do canal de modo a ser possível utilizar os dados recolhidos ao longo da realização das reportagens e ser possível criar as próprias peças.

Ao longo da maioria do estágio, a ideia passou por acompanhar os jornalistas responsáveis pelo desenvolvimento do trabalho que decidimos acompanhar e posteriormente tratar do material, isto é, depois da realização das entrevistas e da recolha de imagens, fazíamos o tratamento do material como se fosse para o ar; ao longo de todo o processo o jornalista acompanhado via o texto e dava sugestões para poder melhorar e posteriormente criar uma boa peça.

Depois do texto corrigido era a vez de recorrer aos editores para montarem as imagens e as entrevistas, de modo a ficarmos com a peça pronta e realizada pelo estagiário.

Ao longo do estágio foi necessário aprender a utilizar o *ENPS*, que permitia perceber quais seriam as reportagens a realizar no dia e no dia seguinte, bem como quem seriam os responsáveis pela realização da mesma. A partir daí, cabia ao estagiário decidir qual o jornalista que deveria acompanhar. Depois de realizada a reportagem era necessário chegar ao canal e ver e ouvir o material realizado e aí era necessário utilizar o *xpri*, que permitia também assistir a peças já realizadas e onde estavam guardadas todas as peças de todos os jornalistas, inclusive o material dos estagiários.

Numa fase inicial, e por o estágio começar em época de S. João, foram realizadas peças sobre o S. João o que leva a que sejam dadas algumas sugestões, sendo peças dedicadas a uma festa a ideia deve passar por contar uma história que chame a atenção do espectador e que seja interessante.

Reportagens	Jornalista/Repórter de Imagem	Data
Cascatas de S. João	Rui C Teixeira/ Cristina Almeida	21 de junho
Sardinhas S. João	Maria José Mendes/ Gilberto Barbosa	23 de junho

Figura 14: Peças realizadas em época de S. João

Com o desenrolar do estágio foram realizadas peças que implicaram dar a conhecer alguns locais e atividades que se iriam realizar e desenvolver, nestes momentos era necessário mostrar o que iria acontecer e ter em atenção para não fazer publicidade direta às empresas. Em alguns dos casos era importante ser criativo, colocando música ou outro tipo de acessório que pudesse tornar a peça mais dinâmica para assim não ser maçadora para o público, que por não se encontrar na atividade poderia achá-la desinteressante, e com este tipo de criatividade poderia prender-se a atenção dos espetadores e deste modo conseguir incentivar a que realizem as atividades apresentadas.

Reportagens	Jornalista/Repórter de Imagem	Data
Porto Bridge Climb	Márcia Torres/ Rui Flório	27 de junho
Universidade Júnior-Férias de Verão	Márcia Torres/ José Vaio	28 de junho
Antecipação Festival Mimo	Susana Bastos/ Carlos Morais	14 de julho
Início festival da francesinha	Cristina Freitas/ Rui Flório	28 de julho

Figura 15: Peças para apresentar um evento

O estágio não foi apenas realizado com uma vertente lúdica, sendo que também era necessário acompanhar outro tipo de peças que permitiriam perceber de que forma funcionam outros tipos de jornalismo. A política foi uma das vertentes abordadas e a visita de ministros a feiras que se realizavam por altura do verão, foi uma oportunidade para perceber o que se deve perguntar e de que forma se devem abordar. Para além disso, foi importante perceber de que forma os ministros abordam os projetos que pertencem ao governo e de que forma funcionam e devem ser encaradas as visitas dos mesmos a instituições.

Reportagem	Jornalista/ Repórter de Imagem	Data
Ministra do mar visita plataforma eólica	Márcia Torres/ João P Tiago	01 de julho
Primeiro-ministro, projeto 2020	António Cancela/ Sérgio Campos	06 de julho
Assunção Cristas – visita IPSS	Márcia Torres / João P Tiago	15 de julho
Ministro da agricultura na Agros	Carlos Rico/ Gilberto Barbosa	1 de setembro
Passos Coelho e Assunção Cristas na Agrosemana	António Cancela/ Luís Dinis	2 de setembro

Figura 16: Peças realizadas na área da política

Por estarmos no Norte não são tantos os eventos com a presença de ministros, pelo menos ao longo dos 3 meses de estágio, sendo que as atividades mencionadas foram as únicas acompanhadas que permitiram perceber como funciona esta área do jornalismo. De todas as reportagens apresentadas anteriormente, aquela que mais dificuldade apresentou foi a apresentação do projeto 2020 em Aveiro, na medida em que, o primeiro-ministro não falou com os jornalistas e por esse motivo era necessário utilizar apenas aquilo que foi abordado ao longo da apresentação do projeto; nos restantes casos foi possível abordar os ministros por serem realizadas visitas exclusivas para o canal como no caso da visita à plataforma eólica da Póvoa de Varzim, ou por estar inicialmente estipulado um tempo para que os jornalistas pudessem realizar as suas questões, como no caso da Agrosemana com Pedro Passos Coelho e Assunção Cristas.

Para além da política, também a saúde foi uma das áreas abordadas ao longo do estágio. Rastreios, novas terapias e greves, foram alguns dos trabalhos acompanhados, sendo esta uma das áreas que mais dificuldade suscitou, na medida em que, o jornalista deve tentar ser o mais sucinto possível para que o espetador não se canse do que observa; a utilização de termos técnicos também é uma das dificuldades desta área, na medida em que, os especialistas da área que geralmente são entrevistados tendem a utilizar os termos que utilizam geralmente sem o cuidado de perceber que o espetador pode não entender.

Reportagem	Jornalista/ Repórter de Imagem	Data
Rastreio cancro cabeça pescoço	Cristina Freitas/ Carlos Morais	27 de julho
Consulta do viajante	Susana Bastos/ Joaquim Gomes	03 de agosto
Greve enfermeiros Guimarães	Maria José Mendes/ Luís Dinis	23 de agosto
Estudo Comandos	Maria José Mendes/ Nuno Santiago	12 de setembro
Novas terapias contra a leucemia	Maria José Mendes/ Carlos Morais	19 de setembro

Figura 17: Peças realizadas na área da saúde

Numa fase em que aconteceu a tragédia nos comandos, a SIC foi até à UP perceber o que se passou, visto que eram responsáveis pela maioria dos testes que os comandos realizavam a nível cardíaco e não só. Quando as reportagens passaram por acompanhar o rastreio do cancro cabeça pescoço e da consulta do viajante foi importante passar para o espetador o mais importante: no caso do cancro cabeça pescoço era importante explicar ao espetador os sintomas e quais os procedimentos a seguir; no caso da consulta do viajante foi importante explicar ao espetador em que casos devem recorrer a este tipo de consultas e que tipos de tratamentos devem ser realizados.

Como o jornalismo é sempre imprevisível, ao longo do estágio foram realizadas algumas reportagens sobre temas atuais e decisões que o governo tomava sobre alguns assuntos. Manifestações e assaltos foram alguns dos temas abordados ao longo do estágio também e que permitiram que fosse possível perceber que algumas notícias são feitas sem preparação prévia, na medida em que, há acontecimentos que “obrigam” à realização de uma reportagem no momento, sem marcação prévia e sem definição do que pode acontecer.

Reportagem	Jornalista/ Repórter de Imagem	Data
Câmaras podem atualizar valor das casas	Márcia Torres/ Sérgio Campos	04 de julho
A28 sem descontos	Susana Bastos/ José Vaio	21 de julho
Polémica Leicarcoop	Maria José Mendes/ Gilberto Barbosa	04 de agosto
Assalto PSP	Alberto Fragoso/ Joaquim Gomes	05 de agosto
Fisco cobra IMI aos padres	António Cancela/ João P Tiago	19 de agosto

Figura 18: Peças realizadas sobre casos

Em alguns dos casos apresentados, as situações já se arrastavam há algum tempo tinham era novidades como no caso da A28 sem descontos. Estas reportagens foram importantes para perceber como devemos abordar as pessoas, que na maioria são os principais envolvidos nestes casos, como na questão das “câmara poderem atualizar o valor das casas”, onde era importante realizar um *vox-pop* para perceber a opinião dos principais envolvidos: a população.

Para além de todas as atividades desenvolvidas, houve também lugar para o desporto nacional, onde foi possível assistir a treinos do FC Porto por estarem em fase de apuramento para a Liga dos Campeões e posteriormente do SC Braga por estar na fase de grupos da Liga Europa.

Reportagem	Jornalista/ Repórter de imagem	Data
Ricardo Quaresma visita Gaia	Alberto Fragoso/ Luís Dinis	14 de julho
Partida FCP estágio	Rui C Teixeira/ Carlos Morais	15 de julho
McNamara aulas de surf	Maria José Mendes/ Joaquim Gomes	02 de agosto
Treino do FCP	Rui C Teixeira/ Cristina Almeida	09 de agosto
Liga Europa – Treino + CI	António Cancela/ José Vaio	14 de setembro

Figura 19: Peças realizadas na área do desporto

Para além dos treinos de futebol e da partida das equipas, aconteceram outras atividades ligadas ao desporto que não o futebol. Ricardo Quaresma visitou a Câmara de Vila Nova de Gaia para apresentar a bolsa de estudo que criou para ajudar jovens desportistas; McNamara por sua vez, veio à Praia de Matosinhos ensinar crianças de instituições a surfar.

Estas duas atividades mereceram destaque nas notícias não só por serem dois desportistas conhecidos, mas também pela sua vertente social, que em muito serviu para ajudar os mais novos.

Falando em desporto, é muito importante abordar outro grande momento que aconteceu durante o estágio: o EURO 2016. Em dias de jogo o canal ia até à rua fazer diretos para os jornais da *SIC Notícias* numa espécie de antevisão dos jogos que a seleção iria realizar. O canal realizou também, na Praia de Matosinhos, programas relacionados com o Euro, onde eram recebidos convidados e se fazia a antevisão dos jogos até à hora do jogo. Como Portugal ganhou o Europeu, a *SIC* acompanhou ainda o momento da chegada da Taça de Campeão ao Bessa, local onde Portugal realizou o primeiro jogo pós-Euro.

Tendo a *SIC* um canal exclusivamente sobre notícias, a *SIC Notícias*, os jornalistas do Porto trabalhavam também para aquele que dominavam como o “canal que tem de ser alimentado constantemente” e devido à programação foram muitos os diretos realizados para o programa *Opinião Pública*.

Assunto do Direto	Jornalista/ Repórter de Imagem	Data
Atentados Turquia	Márcia Torres/ Joaquim Gomes	29 de junho
Praia	Maria José Mendes/ Joaquim Gomes	01 de agosto

Figura 20: Diretos realizados para o programa *Opinião Pública*

Ao longo destes diretos, foi muito importante estar atenta para perceber de que forma tudo funciona, como ocorre a ligação entre o *pivot* e o jornalista e de que forma se deve começar e terminar um direto, percebendo também como se deve preparar o mesmo e como se devem abordar as pessoas. É importante preparar o direto antes, tendo já por perto os possíveis entrevistados, isto para que no momento do direto não aconteça de não existir quem entrevistar e é também importante informar desde logo quais as perguntas que se irão realizar, para desta forma o entrevistado responder de forma correta e não apenas com respostas de sim e não.

Ao longo do estágio, foram realizadas várias reportagens sobre vários assuntos, no entanto, existiram duas que por motivos diferentes mereceram o seu destaque. A primeira foi realizada no dia 29 de agosto no hospital de S. João, aquando de uma agressão a um jovem em Gondomar, era necessário realizar diretos sobre o assunto e, na verdade, as informações sobre o caso eram muito poucas.

De manhã e antes de partir para o hospital, eram muitos os meios de comunicação que davam como certa a morte do jovem, isto porque um dos meios da polícia que estava a trabalhar no caso fez chegar às redações um comunicado em que tal era informado, no entanto, as informações que chegavam ao canal através do *site* e do *Facebook* do mesmo eram contraditórias, visto que muitos familiares e amigos do jovem estavam a mostrar a sua revolta por afirmarem que as informações de que o jovem estava morto seriam mentira.

Depois de estar no hospital, percebeu-se que o jovem estaria em morte cerebral, mas continuava ligado às máquinas. A jornalista tentou chegar à fala com a família em *off* e tal fez perceber que estavam revoltados com os meios de comunicação social por causa das notícias que saíram e que na verdade tinham sido transmitidas pela polícia, que segundo os mesmos familiares lhes tinha pedido para não falarem com os meios sociais.

O jovem acabou por falecer, no entanto, este foi um dos episódios que mereceu destaque devido à força que os meios *online* tiveram, porque foi a partir daqui que se levantaram dúvidas acerca se o jovem estaria ou não morto e que se percebeu que as informações que chegaram à redação através da polícia não eram totalmente verdadeiras.

A segunda que merece destaque é o descarrilamento de um comboio em Porriño, em Vigo, a 9 de setembro. A informação chegou à redação através de um *site online*, isto é, um dos repórteres de imagem estava a ver as notícias da manhã *online* e viu a notícia de última hora de que um comboio se havia descarrilado na estação de Porriño, a única informação existente era que era um comboio com ligação ao Porto. A equipa avançou em direção a Vigo mesmo sem mais informações, na medida em que, era necessário fazer cobertura do que se estava a passar por estar em certa medida ligado ao país, uma vez que o comboio tinha como destino a estação de Campanhã.

A *SIC* foi o primeiro canal português a chegar ao local e enquanto se fazia a viagem era necessário tentar perceber o que se passou, por esse motivo foram contactadas todas entidades envolvidas, desde o presidente da CP, aos representantes da Renfe, entre outros. Quando chegamos ao local fomos logo encaminhados para a zona dedicada aos media e a partir daí o trabalho era tentar transmitir o que se passava no local sem ferir a suscetibilidade do espetador.

A presidente da Câmara de Porriño esteve desde logo presente no local e foi uma grande fonte de informação para os jornalistas, visto que mal chegavam novidades informava

todos os meios de comunicação social presentes no local. Ao longo do dia foi importante recolher depoimentos e ouvir os principais chefes das entidades envolvidas no acidente. Para além de serem feitos os diretos para Portugal era necessário realizar a produção no próprio local, e a partir daqui foi necessário encontrar pessoas que presenciaram o acidente, sendo que a primeira pessoa a chegar ao local foi mesmo um português que se encontrava em Porriño a trabalho.

Como estagiária, desenvolvi a função de produtora, e para isso foi necessário organizar toda a situação e perceber tudo o que estava a acontecer para a SIC estar sempre presente quando alguém falasse e nisso os responsáveis pela comunicação em Espanha foram uma grande ajuda, na perspetiva que se dispunham a informar a que horas e em que local cada pessoa falaria, tendo em conta que estiveram presentes no local, o primeiro-ministro espanhol Mariano Rajoy, o presidente da CP Manuel Queiró, entre outros.

Este dia como estagiária foi muito importante, visto que quando um incidente desta dimensão acontece é necessário realizar todo o tipo de funções, um jornalista necessita de fazer a sua própria produção e gestão do tempo para conseguir cobrir todas as situações que ocorrem no local, isto é: conseguir ter sempre as informações atualizadas, perceber quem virá dar informações sobre o assunto e além disso tem de exercer a sua função de informar o público. Num caso destes o jornalista e o repórter de imagem tem de realizar as suas funções habituais e ainda a de produtor e muitas vezes ainda acabam por auxiliar os outros media.

Ao longo dos 3 meses de estágio, a maioria dos dias foram passados a acompanhar jornalistas e realizar peças, no entanto foi necessário realizar produção, em que era necessário ligar para as pessoas e organizar as reportagens que iriam ser realizadas e na altura dos incêndios era necessário ligar para os bombeiros para perceber o que se passava e simultaneamente adquirir mais informações que pudessem facilitar o trabalho dos jornalistas no terreno.

No dia 15 de setembro foi necessário efetuar a produção do jogo do SC Braga vs Gent, para a Liga Europa. Enquanto “produtora” do jogo era necessário auxiliar a régie com informações sobre o que estava a acontecer em campo, por exemplo, quando se fossem realizar as substituições era necessário perceber quem iria sair e quem iria entrar e avisar a régie dos números e nomes dos jogadores, para desta forma ser possível preparar os grafismos

para o momento da substituição. Para além disso, era necessário avisar que jogadores levavam os cartões e qual era o tempo de compensação de cada parte (ver ficha de jogo anexo 2).

Ao longo de todo o estágio foi possível perceber de que forma se realizam as reportagens e de que modo são editadas as peças no canal.

Como a *SIC Porto* é uma delegação foi mais fácil acompanhar um pouco de cada vertente do jornalismo, sendo que o desporto foi a vertente mais acompanhada. Como a delegação não tem ninguém no *online* não foi possível perceber como funcionava esta vertente do jornalismo no canal, no entanto, foi possível perceber que é muito importante para obter informações novas, como aconteceu no caso do rapaz agredido ou do descarrilamento do comboio. As informações adquiridas através do meio *online* foram fundamentais para a realização de um trabalho íntegro e sério.

2.2 O Porto Canal

2.2.1. Caracterização da instituição

O *Porto Canal* começou as suas emissões a 29 de setembro de 2016. Inicialmente era um canal destinado exclusivamente a conceitos informativos sobre os concelhos que faziam parte do Grande Porto.

A partir de 2009, o canal destinado à região do Grande Porto passou a dedicar-se a toda a região Norte. Com a expansão do canal a toda a área norte do país, o canal criou também delegações que lhes permitem chegar a mais locais e assim permitem transmitir mais notícias sobre a região Norte e não só o grande Porto.

Apesar de ser um canal relativamente recente, o *Porto Canal* já é um dos principais canais do Norte, sendo por exemplo responsável pela divulgação do Porto como melhor destino europeu 2017, tendo até ajudado e incentivado os espetadores a votarem na cidade do Porto ao longo de toda a candidatura.

Desde 2011 que o Futebol Clube do Porto se tornou parceiro da *MediaPro* na direção do canal, tendo em 2016 comprado a totalidade do canal. A partir dessa data começaram a realizar-se mudanças a nível da programação: até então o canal era em grande parte dedicado à informação, por esta altura passou também a ser dedicado ao desporto, sendo que a partir desta data o canal começou a transmitir jogos do FC Porto nas mais diversas modalidades.

A programação do canal passa por programas de entretenimento, informação, história, bem como desporto, sendo que tem programas diários bem como programas semanais, que vêm a sua emissão ser repetida ao longo da semana. Ao fim-de-semana o canal tem uma programação diferente devido, maioritariamente, aos jogos das diversas competições em que o FC Porto está inserido, como por exemplo o andebol, basquetebol, entre outras modalidades, sendo que nestes dois dias só existe um diário informativo ao final do dia.

Programas Diários	Horário	Programas Semanais	Horário
Grandes Manhãs	09H00	Estado do País	Segunda e Terça 20H30
Clube dos Cozinheiros	12H00	Imperdíveis	Segunda 22H00
Universo Porto – Jornal	12H30	Conversas do Centenário	Segunda 22H30
Jornal das 13H	13H00	Caminhos da História	Terça 21H30
Mundo Local	13H45	Universo Porto - da Bancada	Terça 22H30
Consultório	16H00	Histórias com Futuro	Quarta 20h30
Olá Maria	17H00	Nota Alta	Quarta 22H00
Universo Porto	18H30	Nas 4 Linhas	Quarta 22H30
Jornal de Desporto	19H00	Food.ies by Imperdíveis	Quinta 14H15
Jornal Diário	19H30	Cinema Batalha	Quinta 15H30
Último Jornal	00H00	Universo Porto Entrevista	Quinta 21H00
Revista de Imprensa	00H30	Júlio Magalhães	Quinta 23H00
		Nº Agenda	Sexta 15H30
		À sexta com Adriano Freire	Sexta 20H30
		Sexo à moda do Porto	Sexta 23H30
		Filhos & Cadilhos	Sábado 11H00
		Glitter Show	Sábado 14H00
		Dragon Force	Sábado 14H30
		Mentes que Brilham	Sábado 20H30
		Azul ou Branco	Sábado 22H00
		A falar é que a gente se entende	Domingo 13H00
		Língua Afiada	Domingo 20H30

Figura 21: Programação do *Porto Canal* em julho de 2017

Com programação variada e com a expansão do canal a nível nacional, o *Porto Canal* pretende, tal como o seu *slogan* indica que o público “sinta mais”, isto é pretende chegar cada vez a mais pessoas e a todo o território, deixando a vertente de canal regional e passando a ser um canal nacional.

Para ver o canal é necessário ter acesso às operadoras televisivas pagas (Canal 13 na *NOS* e na *Vodafone* e canal 14 na *MEO*), ou através do *site* portocanal.sapo.pt, onde é possível ver a emissão *online* de alguns dos programas da grelha, bem como é possível ver os programas transmitidos anteriormente através dos episódios colocados no *site*.

O *Porto Canal* para além da emissão televisiva mantém o seu *site* atualizado, com os episódios dos programas colocados no dia ou no máximo no dia seguinte, bem como é constantemente atualizado com a atualidade informativa do país e do mundo. Para além destas duas vertentes jornalísticas o canal mantém uma página de *Facebook* que tem notícias atualizadas ao minuto, e os seus programas também têm páginas nas redes sociais onde os visitantes podem ser reencaminhados para os vídeos dos programas que se encontram no *site*, bem como podem exercer a sua opinião e dar sugestões sobre os mesmos.

2.2.2. Localização e meio envolvente

Os estúdios do *Porto Canal* encontram-se localizados na Senhora da Hora, onde são gravados a maioria dos programas informativos, e no Dragão, onde são gravados os programas de entretenimento e os programas destinados ao Universo Porto.

Para além dos estúdios da sede o canal decidiu, tal como referido anteriormente, expandir o canal por toda a região norte e também pela capital, por esse motivo criou delegações, a partir de ano de 2010 com Mirandela, Arcos de Valdevez e Penafiel; em 2011 foram criadas as delegações de Guimarães, Douro e Vila Real e por fim Aveiro e Lisboa em 2012. Atualmente as delegações estão divididas de forma diferente, algumas foram encerradas e novas surgiram.

	Alto Minho
	Braga/Cávado
	Guimarães/Ave
	Alto Tâmega
	Trás- Os-Montes
	Grande Porto
	Tâmega e Sousa
	Douro
	Viseu
	Terras Sta Maria
	Lisboa



Figura 22: Delegações *Porto Canal* em abril 2017

Fonte: *Porto Canal*

O canal, tal como mencionado anteriormente, é atualmente gerido pelo FC Porto, no entanto até ao ano de 2009 era gerido pela *MediaPro*, empresa espanhola, que contava com a colaboração de várias instituições, como câmaras municipais e até a Universidade do Porto. Em 2011, o FC Porto tornou-se parceiro da empresa e em 2015 terminaram as negociações que tornaram o canal exclusivamente do FC Porto, tornando-se assim presidido pelo presidente do FC Porto Jorge Nuno de Lima Pinto da Costa e tem como diretor geral Júlio Magalhães.

O *Porto Canal* conta atualmente com vários parceiros, desde a câmara do Porto a várias autarquias e autarcas que ajudam a dinamizar programas destinados à área da política e não só. Ao contrário da maioria dos canais portugueses, o *Porto Canal* tem a sua sede no Porto, o que faz com que a maioria das notícias e dos eventos divulgados aconteçam especialmente a norte.

Se falarmos em concorrência, o *Porto Canal* apenas pode ser equiparado à *CMTV*, na medida em que, são ambos canais da cabo e têm diversos programas na grelha e não são exclusivamente informativos como é o caso da *SIC Notícias* ou da *TVI24*, bem como não pode ser equiparado aos generalistas, visto que não dá em sinal aberto, apesar de ter uma grelha de programas muito semelhante aos canais generalistas em sinal aberto. Comparar o *Porto Canal* com os canais de outros clubes também não seria viável, na medida em que os restantes canais dão ênfase apenas ao desporto, podendo ser considerados canais desportivos, ao nível da *Sporttv*. Assim sendo, o único canal que pode ser equiparado com o *Porto Canal*

seria tal como referido a *CMTV*, no entanto, cada canal tem o seu método de trabalho e a sua programação, com diversidade de programas.

2.2.3. Tipo de instituição e organização

O *Porto Canal* é um canal de televisão pertencente ao FC Porto e, tal como já referido anteriormente, é apenas encontrado em sinal fechado. Como todas as televisões privadas o *Porto Canal* pertence a um grupo, no entanto, é um grupo muito restrito em que está apenas incluído o canal e o *site* do canal e a revista *Dragões*. A nível de espaço, o *Porto Canal* tem o seu, e como já mencionado está dividido em dois locais: a informação na Senhora da Hora, o entretenimento e o desporto no Dragão.

O serviço responsável e titular aceite pela ERC é a *Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, SA (Avenida dos Aliados, SA)* e dela fazem parte todos os representantes do canal, bem como todos aqueles que integram o mesmo seja em função de prestação de serviços remunerados ou não.

O canal é presidido pelo Jorge Nuno de Lima Pinto da Costa e tem como Diretor Geral Júlio Magalhães, mas existem mais coordenadores no canal, estando divididos pela parte informativa, entretenimento, desporto e o *online*.



Figura 23: Responsáveis pelos conteúdos das emissões de todos os serviços de programas

Fonte: *Porto Canal*

2.2.4. O jornalismo *online* no *Porto Canal*

O *Porto Canal* começou as suas emissões em setembro de 2006 e as suas emissões *online* começaram ao mesmo tempo com a criação do *site* portocanal.sapo.pt. Ao longo dos anos o *site* foi sofrendo algumas alterações de modo a tornar o acesso mais fácil e os conteúdos mais atrativos. O *site* inclui vários conteúdos, desde os programas de entretenimento, como os programas culturais, mas também as notícias de última hora e notícias que estão na ordem do dia.

Quando se entra no *site* do canal encontram-se os programas do canal que passarão durante o dia e também as notícias do dia e de última hora.



Figura 24: Página inicial *site Porto Canal* a 06 de junho de 2017

Fonte: portocanal.sapo.pt

No *site* do canal, podemos optar pelo que pretendemos assistir, se o foco principal for ver as notícias basta seguir para essa secção e aí será possível optar pelos destaques do dia ou pelas diversas categorias apresentadas (norte, política, economia, mundo, país ou desporto), sendo que inicialmente nos são apresentadas as notícias mais importantes do dia, ou notícias de última hora.



Figura 25: Notícias *site Porto Canal* a 06 de junho de 2017

Fonte: portocanal.sapo.pt

O *site* do canal permite ainda aos espetadores escolher os programas que querem assistir e a partir daí ver os vídeos e programas completos que aconteceram até à data de visualização do *site*.



Figura 26: Programas *Porto Canal* a 06 de junho de 2017

Fonte: portocanal.sapo.pt

Com as opções criadas pelo *site* é muito fácil para o público aceder às notícias que pretende, sendo que o *site* do canal permite ainda ao espetador pesquisar as notícias que pretende ver, isto é, se existe uma notícia que pretende rever pode pesquisar através do *link* próprio existente no *site* e aparecerá a reportagem alusiva ao tema pesquisado.

Para além disso, o *site* deixa ainda o utilizador ver o “guia tv”, podendo ver o que dará no canal durante o dia e durante a semana da pesquisa, vendo ainda os horários a que cada programa dará.

Estando o canal associado ao FC Porto, também o *site* tem um tópico que nos remete para as mais diversas modalidades e notícias do clube.



Figura 27: Notícias FC Porto - *Porto Canal* a 06 de junho de 2017

Fonte: portocanal.sapo.pt

O *site* do canal permite ainda aos espetadores assistirem através do *online* e em direto a alguns conteúdos transmitidos no canal, basta ver no “guia tv” quais os programas abrangidos por este tópico do *site*.

O *site* está dividido por temáticas e tal como o canal abrange as mais diversas áreas, encontrando-se no portocanal.sapo.pt informações sobre as notícias, o desporto, em especial notícias sobre as diversas modalidades em que FC Porto está inserido, bem como os programas, tanto diários como semanais.

Para além de todas as temáticas apresentadas no *site*, o canal tem ainda uma página no *Facebook*, sendo que o *site* tem um *link* que direciona automaticamente para a mesma. A página criada em setembro de 2010 contém notícias de última hora, reportagens realizadas para o jornal do canal, bem como *links* que nos redirecionam para o *site* e a partir dos quais podemos assistir a determinado programa; na página aparece ainda a promoção aos mais diversos programas que estão na grelha do canal.

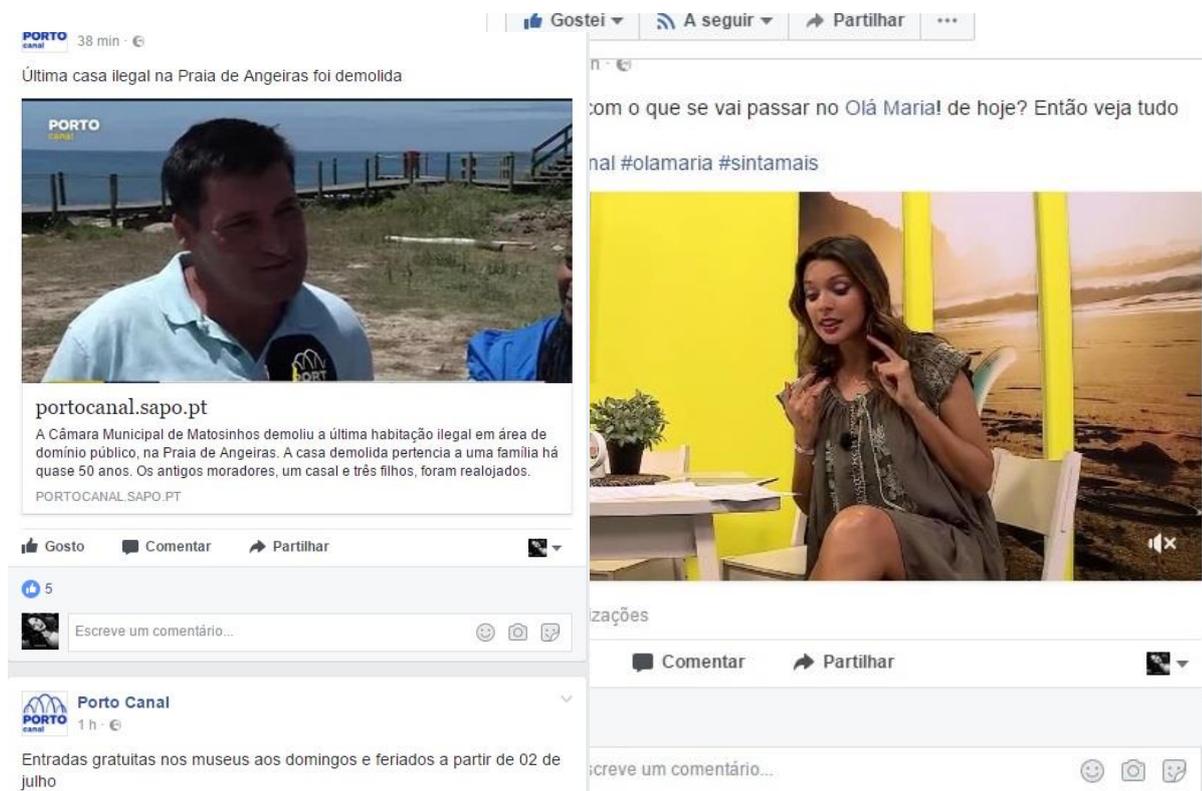


Figura 28: Página de *Facebook Porto Canal* a 06 de junho de 2017

Fonte: portocanal.sapo.pt

A página do *Facebook* permite ainda aos espetadores comentar e dar a sua opinião sobre os diversos assuntos abordados no canal, podendo ainda ser atribuídas reações aos conteúdos apresentados.

Com a criação dos conteúdos *online*, o *Porto Canal* pretende chegar a mais pessoas e permitir que as notícias estejam constantemente atualizadas mesmo só tendo três blocos informativos no canal. O facto de cada vez mais as redes sociais servirem de motor para a expansão das notícias fez com que o canal criasse a sua página no *Facebook*, permitindo ao público aceder às notícias a partir da mesma e ser redirecionado para o *site* do canal, onde poderá aceder a tudo o que pretende.

O *site* e o *Facebook* têm informações sobre os diversos programas do canal e sobre as reportagens especiais realizadas, sendo que podem ser criados momentos especiais no *site*, como foi o caso do diário de bordo sobre a reportagem a Kos, realizada pela jornalista Eduarda Pires.

A ideia do *site* ser atrativo faz com que os conteúdos incluam textos curtos e que incluam apenas as informações mais importantes e depois incluem-se vídeos e complementos sobre a matéria abordada.

O *site* do *Porto Canal* é constantemente atualizado e depois do fim de semana são colocados os jogos das mais diversas modalidades onde o clube participou, bem como são colocados os programas que passam durante o fim de semana; os programas diários são colocados diariamente no *site* e as notícias são atualizadas constantemente. O *site* do canal permite aos espetadores ver ou rever os seus programas preferidos e permite ainda ao público que não tem acesso ao canal (por ser um canal pago) aceder aos conteúdos através do *online*.

2.2.5. Atividades desenvolvidas no Porto Canal

O estágio no *Porto Canal* começou no dia 1 de fevereiro de 2017, ao contrário do estágio realizado na *SIC*, este estágio estava dividido em duas partes, a primeira parte passaria por estar na produção, ajudar em tudo o que fosse necessário e perceber como funcionavam as coisas nesta secção e a segunda parte passaria pela parte da redação (ver avaliação do estágio anexo 3).

Até dia 27 de fevereiro o estágio passou por realizar rondas, nas quais se ligava aos bombeiros das mais diversas zonas abrangidas pelo *Porto Canal* e tentar perceber se existia algum incidente que merecia ser relatado ou que era motivo de alerta, sendo, caso disso, era necessário mandar equipas para os locais para cobrirem os mais diversos acontecimentos.

Em caso de incidentes, era necessário recolher o maior número de informações possível, para assim perceber se era realmente importante e poder transmitir as mesmas ao jornalista destacado para cobrir o mesmo.

Durante o mês de produção e para além das rondas, era necessário realizar *push ups* (notícias que passam em rodapé no televisor) sobre o país, o mundo e o desporto, para que os mesmos pudessem passar em rodapé ao longo do *Jornal das 13* e no *Mundo Local* bem como no *Jornal Diário*. Os *push-ups* deveriam ser curtos e conter apenas a informação importante, para não cansarem os espetadores e não atingirem o limite de palavras.

Para além de realizar rondas e *push ups*, era necessário receber os convidados para os programas a serem gravados, como por exemplo o *Mundo Local* (ver anexo 4), ou o programa *Júlio Magalhães*, em todo o caso também havia a necessidade em alguns casos de

acompanhar a produtora na régie, de modo a ajudar no que fosse necessário e até mesmo para perceber como funcionava a realização dos programas.

Por fim, enquanto produtora era ainda necessário estar atento aos acontecimentos que surgiam para tentar realizar peça sobre os mesmos, tentando marcar com os principais intervenientes as entrevistas. Ao fim de semana era importante ver os jornais e tentar perceber se existiam reportagens que poderiam ser feitas, e se sim tentar organizar as mesmas para posterior autorização da chefe de redação e possível realização.

O *online* do canal funcionava ao lado da produção e deste modo foi possível perceber como funcionava o *site* do canal, isto é, sempre que existiam informações durante uma ronda de algum acontecimento que merecesse destaque era necessário informar o *online* para poder ser colocada a notícia de última hora no *site*, bem como nas redes sociais. Para além disso os responsáveis pelo *site* deveriam colocar os programas emitidos; algumas das reportagens também eram colocadas no *site*, assim como as notícias mais importantes que passavam no jornal eram colocadas nas redes sociais e no *site*, de modo a que, todos pudessem assistir às mesmas.

O *site* e as redes sociais do canal são geridos pelas mesmas pessoas e é sempre importante manterem a página atualizada, para conseguirem cativar mais audiência. As notícias de última hora, as reportagens e os programas já emitidos são os ingredientes do meio *online* do canal.

Existem algumas exceções e novidades que servem em parte para atrair audiências e prender a atenção dos espetadores, por exemplo durante o período de estágio o *site* também foi uma espécie de diário de bordo: a jornalista Eduarda Pires esteve em Kos, na Grécia a realizar uma grande reportagem sobre os refugiados e todos os dias escrevia no *site* sobre o que tinha visto e vivenciado na primeira pessoa, levando assim os espetadores a mergulhar nesta aventura a partir do ecrã do seu computador/*tablet*/telemóvel, ainda antes da grande reportagem ser emitida.

Depois de um mês a realizar tarefas ligadas à produção, foi tempo de passar para a parte da redação, nesse momento foi importante perceber como funcionavam todos os programas, uma vez que no *Porto Canal*, são os jornalistas que editam as suas próprias reportagens, então era necessário armazenar todas as regras sobre o Adobe Premiere, para desta forma realizar a tarefa com sucesso. Uma das questões mais importantes era colocar os

áudios corretos, para assim o som não ficar mixado, caso contrário a voz e o som de fundo ficariam ao mesmo nível, o que poderia confundir os espetadores; os formatos em que gravar o projeto também eram importantes para desta forma ser compatível com os formatos pré-definidos pela régie. Depois foi necessário aprender as funcionalidades do *VSN Explorer* e do *Inception*, uma vez que eram os programas para inserir as peças no sistema e posteriormente “arrastá-las” para o programa onde seriam emitidas; era muito importante que a peça fosse colocada no sistema com o nome que tinha no alinhamento, para desta forma, ser possível arrastar para o Jornal, e não surgirem eventuais erros.

Durante os primeiros dias, foi necessário estar atenta ao que os jornalistas iam fazendo e acompanhar os mesmos para assim perceber a forma como trabalhavam. Posteriormente, são os próprios estagiários que realizam as suas próprias tarefas; todos os dias a produção enviava para todos uma agenda onde constavam os serviços a realizar e os nomes de quem os realizariam.

Inicialmente são atribuídos *off's* para dessa forma o estagiário poder mostrar que sabe editar, depois são atribuídas as sínteses internacionais, onde deve constar a atualidade internacional, e é aqui que o texto é também trabalhado, as imagens geralmente são do *youtube* e devem sempre ser referentes ao assunto a que se referem, por exemplo se o assunto é um tiroteio, deve-se sempre esperar que existam imagens desse mesmo tiroteio para não induzir o público em erro. A realização de peças também acontece, uma vez que é dada a oportunidade aos estagiários de realizar as suas peças, sendo que o texto e as mesmas devem ser supervisionados e aprovadas por um coordenador. Posteriormente podem também ser atribuídas as sínteses de abertura e as *promos*, mas visto serem os pontos de abertura do jornal devem ser realizadas com cuidado e devem, sempre que possível, ser usadas imagens da peça que apresentam.

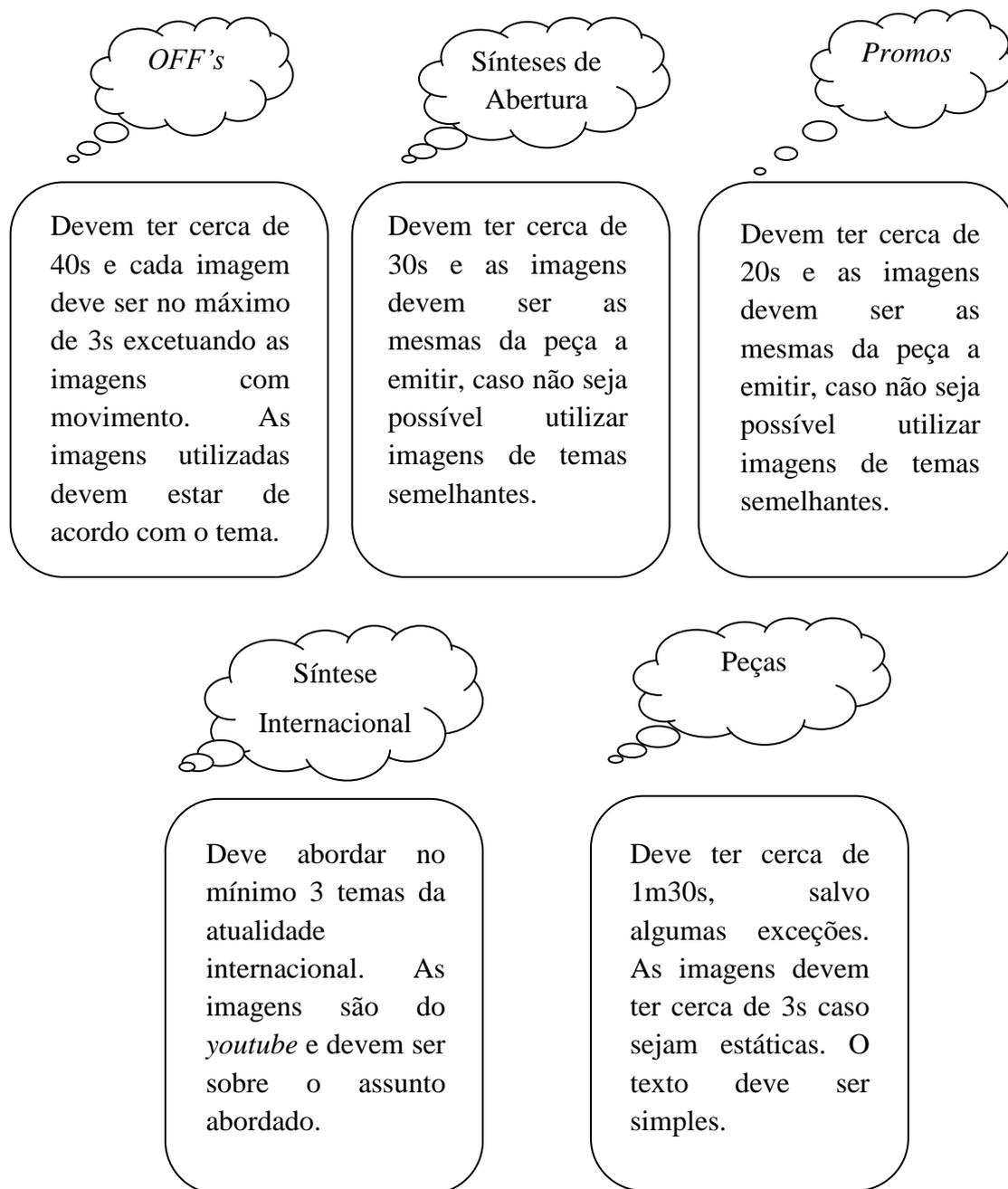


Figura 29: Principais ideias a reter sobre as diversas atividades a realizar no Porto Canal

Os *off's* foram a primeira tarefa a realizar enquanto estagiária na redação, a maioria dos *offs* eram sobre bancos, greves, debates quinzenais da assembleia, e algumas notícias que o *pivot* do jornal entende-se que deveria ser dada em *off*, por não merecer tanto destaque como os assuntos que seriam dados em peça.

<i>OFF</i> PANAMA PAPERS 04-04-17
<i>OFF</i> ACIDENTES E MORTOS ESTRADAS 04-04-17
<i>OFF</i> NOVO BANCO EM DEBATE PARLAMENTO 05-04-17
<i>OFF</i> PCP CONTRATACAO COLETIVA 11-04-17
<i>OFF</i> MEDICOS DECIDEM HOJE SE AVANÇAM PARA GREVE 11-04-17
<i>OFF</i> CONSELHO MINISTROS DEFICE E PLANO 13-04-17
<i>OFF</i> CGTP INTENSIFICA LUTA 13-04-17

Figura 30: Alguns dos *off's* realizados

Para além dos *off's*, das sínteses, de abertura e das promos, foram também realizadas sínteses internacionais. Para escolher os assuntos a abordar era necessário analisar a gravidade da situação, por exemplo, era necessário perceber se o acontecimento era efetivamente do dia, perceber o que se passava e a sua gravidade. Assuntos da Europa e dos EUA estavam na ordem do dia, bem como atentados, ou até catástrofes naturais.

Tema	Data
SÍRIA: Sobe para 72 o número de mortos em ataque químico	05 de abril
UNIÃO EUROPEIA: Eurodeputados aprovam isenção de vistos para ucranianos	06 de abril
RÚSSIA E IRÃO: Ameaçam agir contra agressões dos EUA	10 de abril
TURQUIA: Explosão junto a esquadra de polícia faz vários feridos	11 de abril
NIGÉRIA: Desmantelado plano de ataque às embaixadas dos EUA e Reino Unido	12 de abril
COREIA DO NORTE: Presidente chinês pede contenção a Trump devido à tensão na península coreana	24 de abril
ESPANHA: Detido suspeito de ser peça essencial do autoproclamado estado islâmico	26 de abril
FRANÇA: Dez detidos por fornecerem armas a terroristas do Charlie Hebdo	26 de abril
EUA: Donald Trump admite grande conflito com a Coreia do Norte	28 de abril

Figura 31: Temas analisados em sínteses internacionais

Com a realização do texto era necessário prestar atenção à edição das imagens, na medida em que, é necessário utilizar imagens adequadas ao conteúdo abordado, tendo ainda cuidado para não usar imagens capazes de ferir suscetibilidades. Depois das imagens e texto era necessário criar os oráculos para o jornal e colocar os mesmos no alinhamento para serem aprovados.

A realização das peças era efetuada de forma semelhante à realização das sínteses internacionais. Das peças realizadas ao longo do estágio apenas uma foi realizada do início ao fim, isto é, apenas numa foram realizadas as entrevistas, capturadas as imagens pelo repórter de imagem que acompanhou e posteriormente editada, escrito o texto, os oráculos e o *pivot*. Na maioria das peças realizadas as entrevistas e imagens eram cedidas pela *Lusa TV*, uma vez que, o *Porto Canal* não cobriu os eventos que foram abordados em peça.

10H00 HORA DE SAÍDA	10H30	RIBEIRA, BAIXA...CIDADE 'INVADIDA' POR TURISTAS VER A FILA PARA OS BARCOS TURÍSTICOS + COMÉRCIO DIZ QUE PÁSCOA É MELHOR DO QUE NATAL	VOX POP COM TURISTAS E LOGISTAS	JORNAL DAS 13H		PRISCILA	MAGNO
---------------------	-------	---	---------------------------------	----------------	--	----------	-------

Figura 32: Serviço agendado no dia 14 de Abril

Na realização da peça apresentada foi necessário perceber como funcionava o comércio em tempo de Páscoa, abordar turistas e perceber o que estava a acontecer no Porto em tempo de Páscoa.

Para além da peça mencionada existiram mais peças que foram baseadas em informações vindas pela GNR, como no caso de uma apreensão de peças de carros, as restantes têm imagem e entrevistas realizadas pela *Lusa TV*.

Peça	Programa	Data
Dia da atividade física	Filhos&Cadilhos (entretenimento)	06 de abril
Turistas e comércio Porto na páscoa	Jornal Diário	14 de abril
Apreensão carros GNR	Jornal das 13 / Jornal Diário	20 de abril
Restaurante solidário gerido por jovens	Jornal Diário / Mundo Local	26 de abril
Praias bandeiras azuis	Jornal Diário	28 de abril

Figura 33: Peças realizadas no Porto Canal

Para realizar as peças em que era a *Lusa* que enviava o material era necessário utilizar imagens de arquivo como na peça “Bandeira Azul”, onde foi necessário utilizar imagens de

praias para tornar a peça mais interessante e mais atrativa a nível visual, visto que as imagens que chegaram eram exclusivamente da reunião para apresentar as praias com bandeira azul.

No caso da peça sobre a atividade física, foi uma oportunidade para realizar uma peça para entretenimento e perceber que o tipo de abordagem deve ser diferente, na medida em que, para este tipo de peças e especialmente com crianças é preciso manter uma certa proximidade com os entrevistados para dessa forma existir maior confiança e assim poderem responder de forma completa e não com respostas de Sim ou Não. Nas peças de entretenimento não há necessidade de manter imparcialidade ou distância para o evento que está a acontecer, ao contrário das peças informativas que necessitam de uma certa rigidez para que possam ser realizadas com sucesso.

Ao longo de todo o estágio foi possível perceber como é realizado o trabalho para as reportagens irem para o ar. Ao contrário do estágio na *SIC*, o estágio no *Porto Canal* deu para visualizar como é realizado o jornal de início ao fim, na medida em que, foi possível acompanhar o trabalho dos coordenadores na idealização do jornal, foi possível realizar tarefas que completavam e faziam parte do jornal, quer fosse o jornal das 13 ou o jornal diário, bem como alguns programas do canal, e foi ainda possível acompanhar a parte mais técnica, na medida em que, era possível estar na régie no momento em que o jornal acontecia e poder perceber como tudo funcionava, ou estar mesmo em estúdio e perceber como funcionam as situações e como os *pivots* obtêm informação do tempo que falta para estar no ar e sobre as mais variadas alterações que vão acontecendo durante o jornal.

O facto dos estúdios da Senhora da Hora serem utilizados na realização dos conteúdos informativos do canal é muito importante para perceber como funcionam as mais diversas situações atrás da caixinha mágica e permitiu retirar deste estágio o maior número de experiências e de conhecimentos sobre como tudo é realizado e como tudo funciona.

Capítulo III – Estudo de Caso: o jornalismo *online* vs o jornalismo televisivo

3.1. Descrição do estudo

O presente estudo surgiu devido ao crescente número de questões que se levantam com o aparecimento do jornalismo *online* e de modo a perceber-se um pouco melhor de que forma este tipo de jornalismo se tem desenvolvido e por conseguinte ganho destaque na sociedade como fonte de notícia.

O estudo divide-se em três partes: a primeira passou por analisar a bibliografia existente sobre o tema e perceber um pouco mais sobre o aparecimento de ambos os meios de comunicação em análise: a televisão e o *online*, tentando deste modo perceber como se interligam e de que forma se têm unido para juntos criarem uma base sólida de divulgação das notícias. Foi importante analisar como apareceram ambos em Portugal e de que forma têm estado a desenvolver-se, sendo que no caso da televisão o seu auge a nível noticioso deu-se aquando da criação de canais exclusivamente informativos, como é o caso da *SIC Notícias*. No meio *online*, o desenvolvimento ainda é uma realidade, na medida em que, ainda é necessário desenvolver mais este meio para poder atingir-se aquilo que muitos defendem como o auge do jornalismo *online*: o Webjornalismo. De facto, em Portugal, o meio *online* incorpora especialmente em si a difusão de notícias ao minuto, sendo os principais responsáveis pela divulgação das notícias de última hora, tal como mencionado no capítulo I.

A segunda parte deste estudo passou pela realização de um estágio curricular em duas estações televisivas, a *SIC Porto* e o *Porto Canal*. Durante o período de estágio foi essencial verificar os métodos de trabalho de cada uma das estações televisivas, bem como de que forma funcionava o meio *online* em ambos, visto que os seus *websites* são bastante diferentes, e os próprios canais têm temáticas diferentes, tal como é possível verificar no capítulo II. Enquanto o primeiro tem um canal exclusivamente dedicado às notícias, a *SIC Notícias*, o segundo é um canal diversificado e que detém uma grelha de programação variada mais assemelhada aos canais generalistas.

Numa terceira parte, no presente capítulo vão ser analisadas algumas respostas que permitirão desenvolver algumas conclusões, isto é, foram realizados inquéritos via internet e em papel (ver anexo 5) a pessoas comuns com idades e géneros variado e entrevistas a

peessoas ligadas ao meio da televisão e do jornalismo, de modo a poderem-se responder às questões que deram origem a este estudo, por exemplo, perceber de que forma o jornalismo *online* se tem sobreposto à televisão ou não, de que modo ambos podem trabalhar em conjunto e serem fundamentais no desenvolvimento um do outro, bem como no auxílio à difusão de notícias de forma mais célere. Será ainda importante descobrir como têm reagido as pessoas a este novo meio que é o *online*, percebendo se este é um meio em crescente e de que forma pode ser vantajoso para o público.

Será importante perceber na análise dos resultados obtidos com este estudo quais os canais de televisão mais vistos, para assim ser possível concluir se é uma fonte noticiosa, ou se é um canal com cariz mais ligado ao entretenimento, ao desporto, etc..., assim será possível perceber se o público procura realmente a informação noticiosa. Com essa resposta tentar-se-á ainda perceber onde ocorre a maior procura de informação: na internet ou na televisão e porquê, na medida em que, essa fonte de informação terá vantagens em relação à outra e poderá ser para o público a fonte mais eficaz.

Ao tentar perceber as vantagens e desvantagens dos meios de comunicação *online* e televisiva pretende-se compreender as convergências e divergências que existem entre ambos os meios, bem como compreender de que forma um pode depender do outro e vice-versa. Com o presente estudo, tentar-se-á perceber ainda de que forma o público tem alterado ou não as suas fontes noticiosas e o porquê de tal acontecer.

3.2. Objetivos

Com o presente estudo, pretende-se evidenciar algumas situações, aquela que mais destaque merece é perceber de que forma os meios de comunicação *online* vieram alterar o quotidiano dos meios mais tradicionais em especial a televisão, tentando dessa forma perceber quais as convergências e divergências entre ambos. Para isso será importante responder, ao longo deste estudo, a uma série de questões sendo que a mais importante acaba por ser “Qual a utilização dada pelos consumidores aos meios televisivos e aos meios *online*?”, sendo a partir desta pergunta possível entender que tipos de alterações se evidenciaram na televisão com a chegada do *online*.

A partir do principal objetivo acima proposto, será também importante auferir algumas variáveis, como por exemplo se o género, a idade, a profissão e até mesmo a localidade influenciam as escolhas tomadas pelos inquiridos. Ainda dentro da mesma ideia, o presente

estudo pretende mostrar os diferentes usos dos dois meios de comunicação em análise, isto é, pretende comparar a utilização da televisão antes da chegada do *online* e no pós-*online*.

Para além dos objetivos já apresentados, este estudo pretende ainda analisar outra série de componentes que podem levar a algumas respostas sobre a pergunta inicial a que se propôs, e por isso será importante averiguar se existe relação entre o número de horas passadas na internet e a visualização de notícias *online*, tentando perceber se uma coisa influencia a outra ou não.

Para conseguir de forma correta explorar os objetivos propostos, será necessário identificar quais os *sites* mais utilizados, bem como os canais noticiosos mais vistos, e perceber após análise às respostas dos inquiridos em que momentos das suas rotinas diárias acedem às notícias através dos meios *online* e televisivo.

Por fim, este estudo tem como objetivo encontrar respostas para uma possível alteração das utilizações dos meios, isto é de que modo a televisão tira partido daquilo que os meios *online* têm para oferecer, sendo que tal como mostrado anteriormente a televisão (juntamente com outros meios de comunicação social) já aderiram aos meios *online* e já criaram os seus próprios *websites*, a partir daí será importante perceber através das respostas dos inquiridos que tipo de usos fazem e de que forma isto influencia as suas alterações comportamentais na utilização dos dois meios em análise.

Com a realização deste estudo, pretende-se provar que existe uma maior utilização dos meios *online*, sendo que este é (ou pode ser) um meio em crescente evolução e no caso da televisão foi necessário adaptar-se a esta nova mudança no panorama da comunicação social e que tem vindo a influenciar os comportamentos da sociedade.

3.3. Metodologia

Ao longo deste estudo foi utilizada uma metodologia baseada numa investigação mista isto é qualitativa e quantitativa, sendo estas geralmente utilizadas em estudo exploratórios que é o caso do presente estudo.

A investigação apresentada foi dividida em duas partes. Numa primeira parte foi realizado um estágio em duas estações televisivas (a *SIC* e o *Porto Canal*), sendo assim, através da observação participante, possível perceber de que forma os meios de comunicação

online influenciaram o quotidiano das redações televisivas e o papel do jornalista na utilização desta nova ferramenta.

Para a realização do presente estudo foram ainda consultadas obras especializadas, onde está aplicado o modelo de investigação qualitativo, na medida em que, inicialmente este é um estudo descritivo onde se fez um apanhado geral sobre o tema, bem como foram recolhidas opiniões dos especialistas sobre o mesmo.

Para a apresentação dos resultados apresentados em seguida foram realizados inquéritos a pessoas de diferentes faixas etárias e géneros, não só em formato *online* mas também em formato impresso, para desta forma, ser um estudo viável e ao alcance de todos, não existindo assim influência nas respostas dadas pelos inquiridos, pois nem toda a população tem acesso à internet, permitindo assim obter respostas verdadeiras e com base na realidade populacional.

Foram ainda realizadas entrevistas a pessoas que estão inseridas no meio, de modo a perceber o que mudou e que tipo de funções têm agora na era digital, onde todas as atenções estão viradas precisamente para este novo meio de comunicação social que é o *online*.

Este tipo de atividades realizadas (entrevistas e inquéritos) estão inseridos na parte da investigação quantitativa deste estudo e foram realizados de forma clara e com o máximo de precisão para deste modo serem obtidos resultados eficazes e capazes de darem resposta às questões que deram início à realização deste estudo.

A metodologia utilizada na realização da investigação foi a mais viável e a que permitiu ainda obter resultados de forma mais clara, de modo a não existirem resultados defraudados, nem uma investigação que não se revelasse praticável e que não fosse capaz de responder às questões que tiveram por base a realização do estudo em causa.

3.4. Resultados

No estudo realizado a 200 inquiridos entre junho e setembro e através da internet mas também presencialmente (principalmente a idosos) foi possível chegar a algumas conclusões, tal como se suspeitava inicialmente antes da realização do inquérito, a internet tem assumido um lugar de destaque como meio de informação. Se até então a televisão era o meio mais utilizado por todos, desde a crescente integração dos meios *online* no quotidiano da sociedade têm-se notado algumas transformações e consequentes alterações.

O estudo apresentado inquiriu pessoas desde os 18 aos 83 anos, sendo que a maioria dos inquiridos têm idades compreendidas entre os 18 e os 50 anos, visto que foram os que se mostraram mais prestativos e os mais que mais utilizam o meio *online*, uma vez que os mais idosos afirmam que a internet ainda é um meio um pouco desconhecido para eles, sendo que a maioria dos inquiridos acima dos 50 anos afirmou que apenas utiliza a internet para aceder às redes sociais, principalmente o *Facebook*.

Será importante notar que os dados apresentados incluem a amostra total do estudo, não excluindo mesmo os mais idosos, visto que, o objetivo do estudo é mostrar de que forma a internet está ou não a sobrepor-se à televisão como meio de informação e para isso todos os inquiridos têm respostas válidas.

Inicialmente, os inquiridos foram abordados acerca do uso que dão à televisão com o objetivo de perceber se há quem tenha abandonado completamente a visualização deste meio de comunicação social ou não, como será possível observar no Gráfico 6.

Visualização de televisão

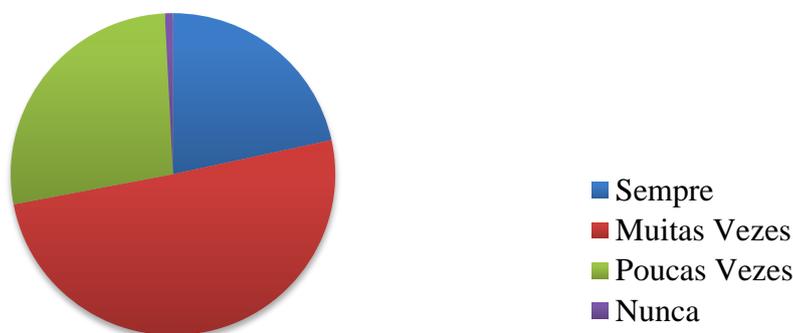


Gráfico 6: Visualização de televisão

Tal como é possível observar no gráfico acima apresentado, ainda existe uma grande maioria de utilizadores da televisão, na verdade é um mínima percentagem (0,8%) que afirma que nunca vê televisão. A maioria dos inquiridos que respondeu que vê sempre televisão (21,6%) tem idades compreendidas entre os 30 e os 50, existindo alguns casos com idades na casa dos 20 anos. A maioria dos inquiridos assume que vê muitas vezes televisão (50, 4%) e, neste caso em específico, são os jovens com idades compreendidas entre os 23 e os 40 que assumem o comando, na medida em que, defendem que passam horas em frente à televisão maioritariamente a assistir a programas de entretenimento e séries. Por sua vez, aqueles que

respondem que assistem poucas vezes (27,2%) a este meio de comunicação social dividem-se entre os mais idosos que defendem que utilizam pouco este meio, apenas para assistir a novelas ou ao jornal informativo e ainda os mais jovens com idades compreendidas entre os 18 anos e os 25.

E se ainda existe uma grande afluência ao uso da televisão é necessário perceber quantas horas por dia são utilizadas com este fim tal como poderemos observar no gráfico 7.

Nº de horas que passa a ver televisão

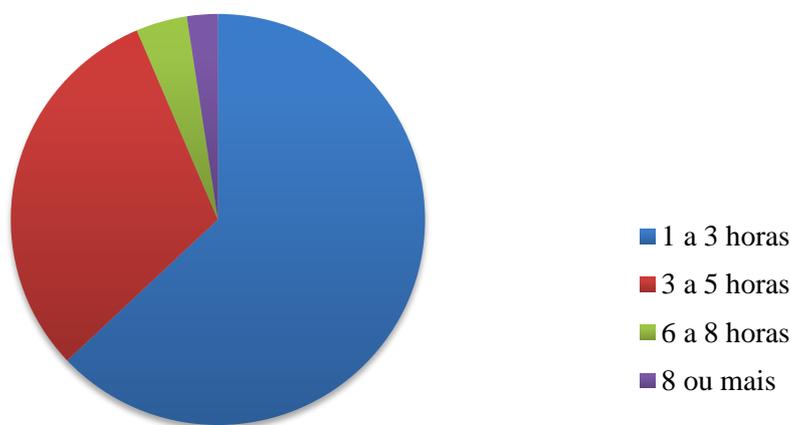


Gráfico 7: Número de horas utilizadas a ver televisão por dia

Tal como o gráfico acima apresentado nos mostra, a maioria (62,9%) dos inquiridos passa entre 1 hora até 3 horas a ver televisão por dia, sendo que são maioritariamente os inquiridos com idades compreendidas entre os 25 anos e os 40 que assumem esta opção pelo menor número de horas a assistir televisão, no entanto, existe ainda um número de inquiridos até aos 25 anos que assumem que vêem televisão entre 3 a 5 horas por dia (30,6%), sendo que estes juntamente com os jovens a partir dos 20 anos são os que assumem esta opção como a sua. Por sua vez, os poucos que assumem que vêem mais de 8 horas por dia (2,4%) de televisão dividem-se entre os mais idosos e os mais jovens com idades entre os 18 e os 20 anos, existindo assim uma grande discrepância de idades entre aqueles que vêem mais horas de televisão, tal facto pode prender-se com o facto de serem aqueles que têm horários mais flexíveis (os primeiros por já não trabalharem e os segundos por estarem a estudar) que permitem estar mais tempo em frente à televisão, enquanto os mais novos assumem despendem muito do tempo que passam em frente à televisão a ver séries, os mais velhos afirmam ver novelas.

Como em Portugal existem dois tipos de televisão: a televisão paga (com acesso a vários canais desde desportivos, a canais de entretenimento, cultura e história) e o TDT que permite o acesso aos canais em sinal aberto (*RTP1, RTP2, SIC, TVI, RTP3, RTP Memória e ARTV* – em junho de 2017) foi necessário perceber qual dos dois era o abrangido pelos inquiridos, sendo que quase 90% assumiu ter em casa canais pagos, ou seja, o acesso a canais de informação 24 horas por dia, bem como canais de entretenimento, ficção e desporto, provando que este não é um obstáculo para que se utilize menos a televisão comparativamente com a internet.

Quando questionados acerca dos programas mais assistidos na televisão, os inquiridos assumem que as suas preferências recaem para o entretenimento como será possível verificar no gráfico 8.

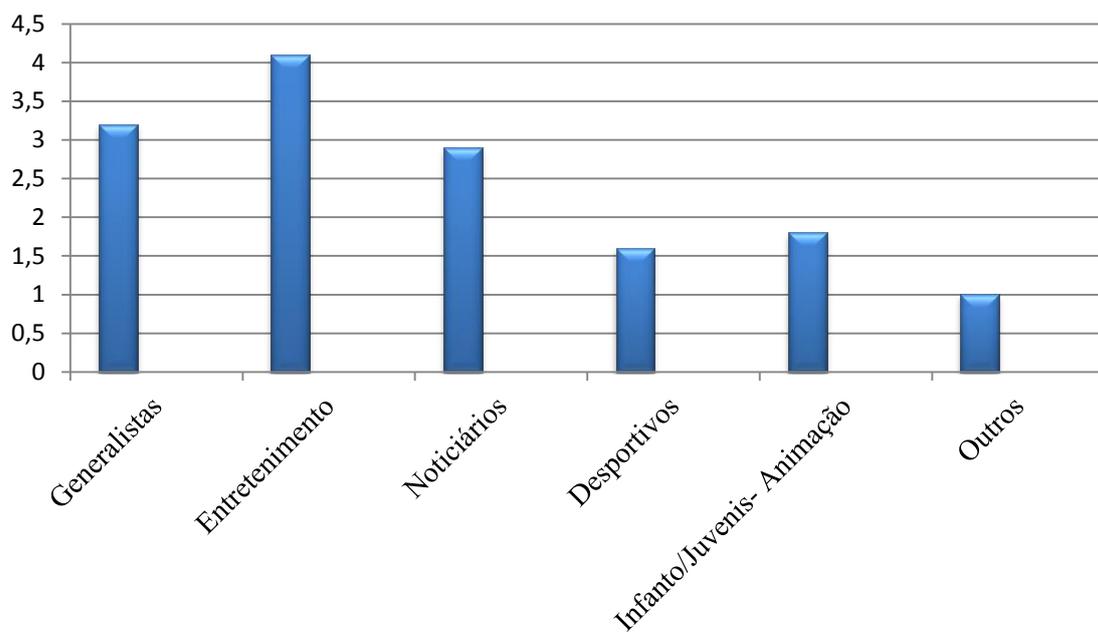


Gráfico 8: Tipos de canais preferidos dos inquiridos

Tal como nos é apresentado no gráfico anterior, os inquiridos preferem assistir a canais de entretenimento, deixando os canais generalistas para segundo plano, bem como os canais de noticiários que assumem o 3º lugar na ordem de preferências dos inquiridos. Tal facto, prova que os inquiridos preferem essencialmente ver entretenimento na televisão, provando assim o que a maioria afirmava: que utilizava a televisão para assistir a séries e a novelas (jovens e idosos respetivamente). Neste caso é possível perceber que o acesso às

notícias não é feito totalmente a partir da televisão, uma vez que os canais de notícias são preteridos em relação a outros.

De forma a perceber melhor a escolha em relação aos canais mais vistos foram colocados em questão apenas os canais em sinal aberto e aqueles que podem ser considerados canais noticiosos (já mencionados anteriormente: a *CMTV*, o *Porto Canal*, a *Sic Notícias* e a *TVI 24*).

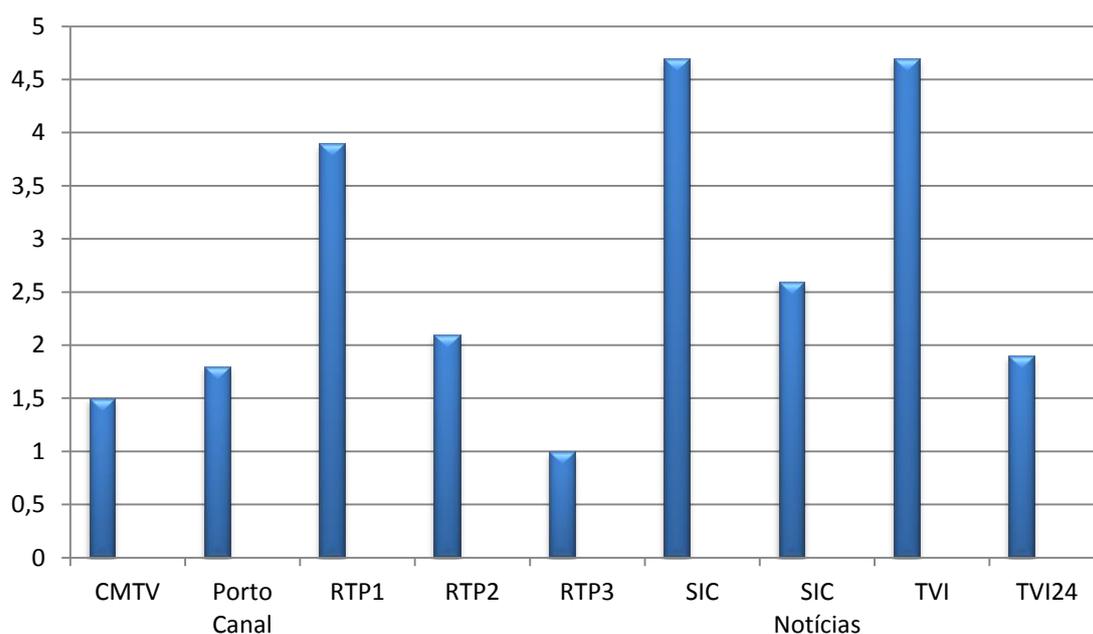


Gráfico 9: Canais generalistas e noticiosos mais vistos

Tal como é possível verificar no gráfico 9 os inquiridos têm como preferência os canais generalistas, sendo que a *SIC* e a *TVI* dominam na ordem das preferências, seguindo-se da *RTP1*. Dos 5 canais em sinal aberto apenas a *RTP2* e a *RTP3* ficam atrás das preferências em relação aos canais exclusivamente de notícias. Ora no campo dos canais noticiosos é a *SIC Notícias* que domina a ordem de preferências, sendo este o primeiro canal português totalmente dedicado à informação: já cativou o público e é tido como um exemplo de estrutura a seguir. No lado oposto dos canais informativos, aquele que menos é visto pelos inquiridos é a *CMTV*, e no geral dos canais é apenas ultrapassado pela *RTP3* no fundo da tabela da ordem de preferências dos canais.

Se inicialmente os inquiridos foram abordados quanto à utilização dada à televisão, foi importante perceber também qual o uso atribuído à internet. Ora se no caso do primeiro, o acesso é restrito pelo espaço, uma vez que é necessário estar num local com televisão para se

poder assistir, no caso da internet já não se processa da mesma forma, uma vez que basta ter um telemóvel/*tablet*/computador que permita aceder à internet para se poder utilizar a mesma, uma vez que ou através de dados móveis ou através do *wifi* existente em quase todos os locais atualmente se pode aceder a este meio. Por esse mesmo motivo, 87,2% dos inquiridos assume ter acesso à internet durante todos os momentos do seu dia, para além dos inquiridos que assumem o acesso total diário à internet, apenas 5% dos restantes assume que apenas utiliza a internet em casa, mostrando que os restantes conseguem aceder a este meio a partir de redes *wifi* disponíveis em quase todo o lado, não só em locais de lazer mas também no local de trabalho e até nas próprias redes que as operadoras pagas de televisão e as próprias câmaras municipais criaram para ser possível aceder à internet nos diversos locais das diferentes localidades.

Ora, tendo a internet o acesso facilitado em relação à televisão foi necessário perceber qual a percentagem de inquiridos que navega na internet e utiliza a internet diariamente, uma vez que foram esses os únicos a responder à situação do uso da internet quer em casa, quer nos restantes locais fora de casa.

No gráfico 10 será possível perceber qual a percentagem de utilizadores da internet, bem como serão abordadas as suas idades de forma a tentar compreender se a idade influencia o uso.

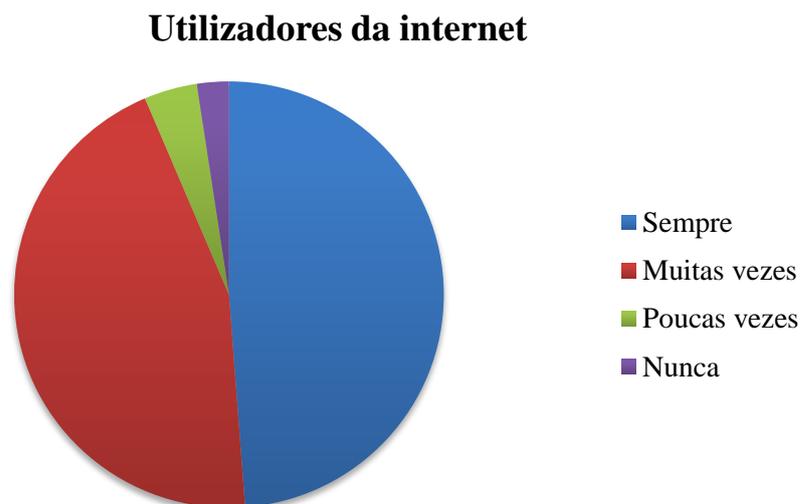


Gráfico 10: Com que frequência utilizam a internet

Tal como é possível verificar no gráfico acima apresentado a maioria dos inquiridos (93,6%) assume que utiliza sempre ou muitas vezes a internet, podendo perceber-se que com a facilidade de acesso que este meio detém são muitos aqueles que a utilizam na maior parte dos seus dias. Os utilizadores que assumem nunca utilizar a internet são os mais idosos, por defenderem ser um meio com o qual não estão familiarizados e por afirmarem que não tem necessidade de aceder à mesma. Por sua vez, aqueles que assumem que poucas vezes acedem à internet são jovens com idades compreendidas entre os 24 e os 26 anos, sendo estes exceções no caso do inquérito, uma vez que, são os mais jovens aqueles que assumem ser utilizadores assíduos da internet.

Tal como foi apresentado anteriormente é possível perceber que o uso dado à internet é grande e por isso é importante perceber quantas horas por dia os inquiridos despendem a utilizar este meio, de modo a perceber qual a influência causada pela internet na vida da sociedade.

Horas passadas a navegar na internet

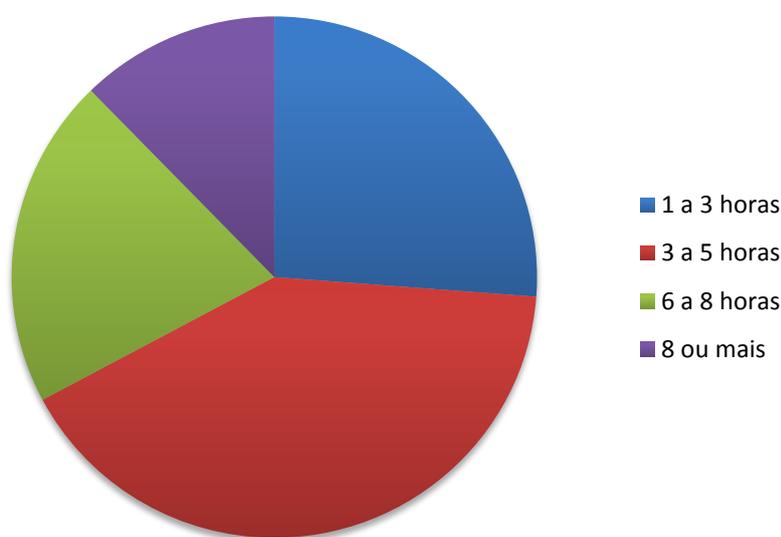


Gráfico 11: Número de horas utilizadas a navegar na internet por dia

Tal como o gráfico 11 nos mostra são muitas as horas passadas pelos utilizadores da internet neste meio. A grande fatia apresentada (41%) mostra-nos que a maioria dos utilizadores passa entre 3 e 5 horas por dia a navegar na internet, enquanto 20,5% assume que passa entre 6 a 8 horas diárias a navegar, sendo que no conjunto das duas fatias obtemos mais de metade dos inquiridos. Enquanto no caso da televisão a maioria assumia ver televisão entre

1 a 3 horas, no caso da internet apenas 26,2% dos inquiridos assume esta como opção, sendo que a maior parte dos inquiridos que optaram pela opção em causa têm idades compreendidas entre os 25 e os 33 anos. No caso daqueles que assumem que utilizam a internet mais de 8 horas diárias (12,3%) encontramos jovens com idades compreendidas entre os 24 e os 25 anos, salvo algumas exceções. Neste ponto temos os jovens com 25 anos a dominar dois polos opostos, enquanto uns assumem que passam mais de 8 horas por dia na internet, outros assumem que utilizam apenas a internet entre 1 a 3 horas por dia.

Quando questionados acerca do que procuram na internet, os inquiridos assumem que a sua primeira opção na navegação passa pela utilização das redes sociais, aliás, mais de metade assume que esta é a sua preferência e aquilo que mais faz quando usa a internet, logo de seguida aparece o uso do *Youtube*, e só depois o acesso a *sites* noticiosos, uma vez que a maioria defende, que a partir das redes sociais como por exemplo o *Facebook*, o *Instagram* ou o *Twitter* conseguem aceder às notícias, bem como a outros assuntos importantes, uma vez que tudo é colocado neste meio *online*.

Sendo o presente estudo sobre comunicação e a forma como o *online* pode estar a ganhar espaço em relação à televisão é importante perceber se o meio *online* tem efetivamente ganho destaque e por isso, foi necessário tentar chegar a alguma conclusão sobre o acesso às notícias de última hora. Quando questionados sobre se acedem às notícias de última hora através da internet as respostas foram maioritariamente positivas como se pode observar no gráfico 12.

Acesso a notícias de última hora através da internet

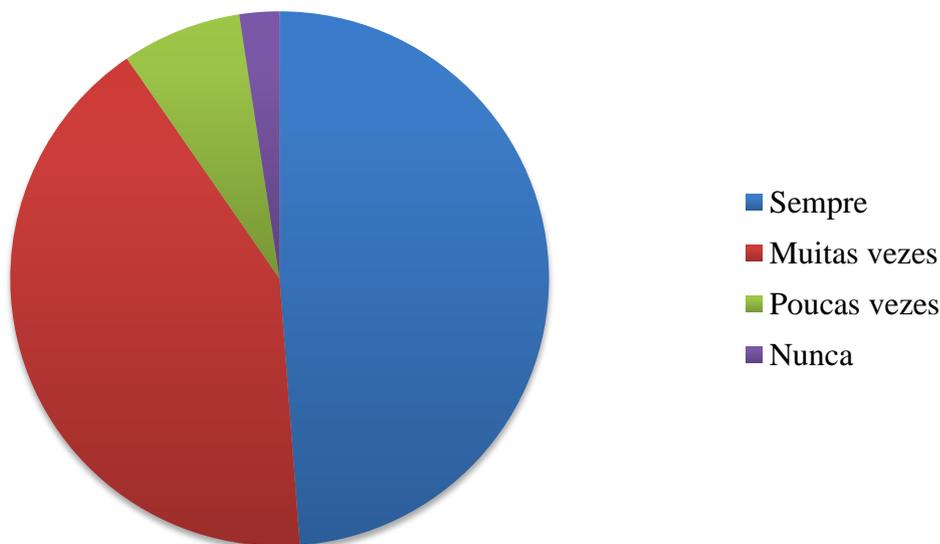


Gráfico 12: Acesso a notícias de última hora através da internet

Tal como é possível observar no gráfico anterior a maioria dos inquiridos optou pela opção do sempre (48,8%) e do muitas vezes (41,6%), sendo que os cerca de 9% que responderam poucas vezes ou nunca, estão essencialmente focados nas gerações mais idosas, e naqueles que assumem que apenas utilizam a internet para aceder às redes sociais, se bem que confessam que por vezes conseguem visualizar notícias de última hora neste tipo de plataformas *online*. Uma vez que a maioria assume ter acesso às notícias de última hora através da internet, é importante perceber a partir de que locais, e é aqui que as redes sociais dominam porque 68,6% dos inquiridos assume que tem acesso às notícias através das páginas dos meios de comunicação social nas redes sociais, bem como através das partilhas de pessoas ou páginas que sigam. O acesso às notícias através dos *websites* dos meios de comunicação social é assumido por 31,4%, que assumem procurar várias notícias através dos *sites* noticiosos, tentando atualizar-se e não saber só aquilo que é notícia de última hora.

A partir do momento em que percebemos que as redes sociais são o principal divulgador de notícias de última hora, é importante perceber a frequência com que esta situação acontece, para posteriormente perceber qual o motivo.

Frequência do acesso a notícias de última hora através das redes sociais

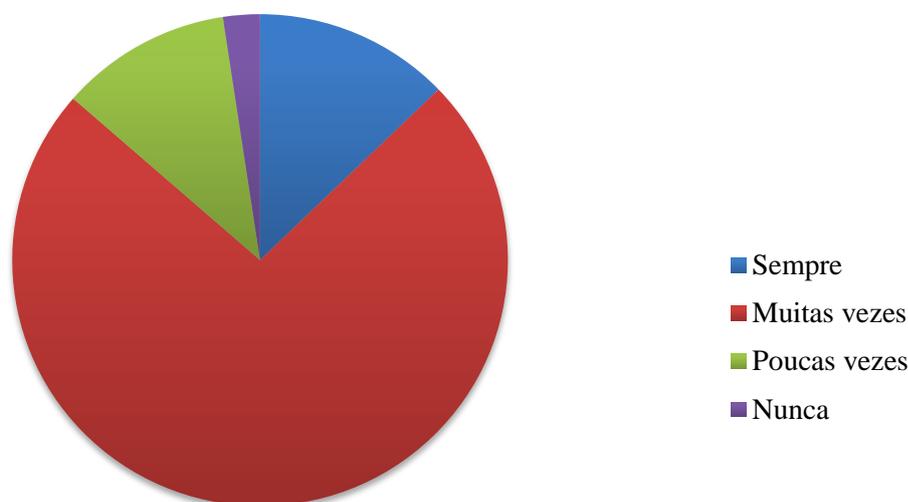


Gráfico 13: Frequência do acesso a notícias de última hora através das redes sociais

Tal como o gráfico 13 nos mostra, a maioria dos inquiridos (73,6%) optou pela opção de muitas vezes, mostrando que nem sempre ocorre terem acesso a este tipo de notícias através das redes sociais, no entanto, a maior parte das vezes é o que realmente ocorre. Os 12,8% que assumem ter sempre acesso às notícias de última hora a partir das redes sociais são maioritariamente os que apenas usam a internet para terem acesso a redes sociais, como é o caso dos idosos que acedem à internet e os mais jovens, principalmente aqueles com menos de 20 anos.

Aqueles que confessam nunca (2,4%) terem acesso às notícias de última hora através das redes sociais, são os que acedem diretamente aos *sites* noticiosos em alguns casos e os mais idosos que confessam não utilizar a internet nunca.

A partir do momento que as redes sociais se tornaram os principais responsáveis pela divulgação das notícias de última hora os *websites* já existentes viram-se na “obrigação” de criar página nas diversas redes sociais, e é partindo do pressuposto de que todos os inquiridos conhecem os *websites* que deram origem à página na rede social, que é necessário perceber qual deles detém mais acessos. Note-se que os *sites* apresentados como opção são dos canais noticiosos portugueses e alguns *websites* informativos exclusivamente *online*.

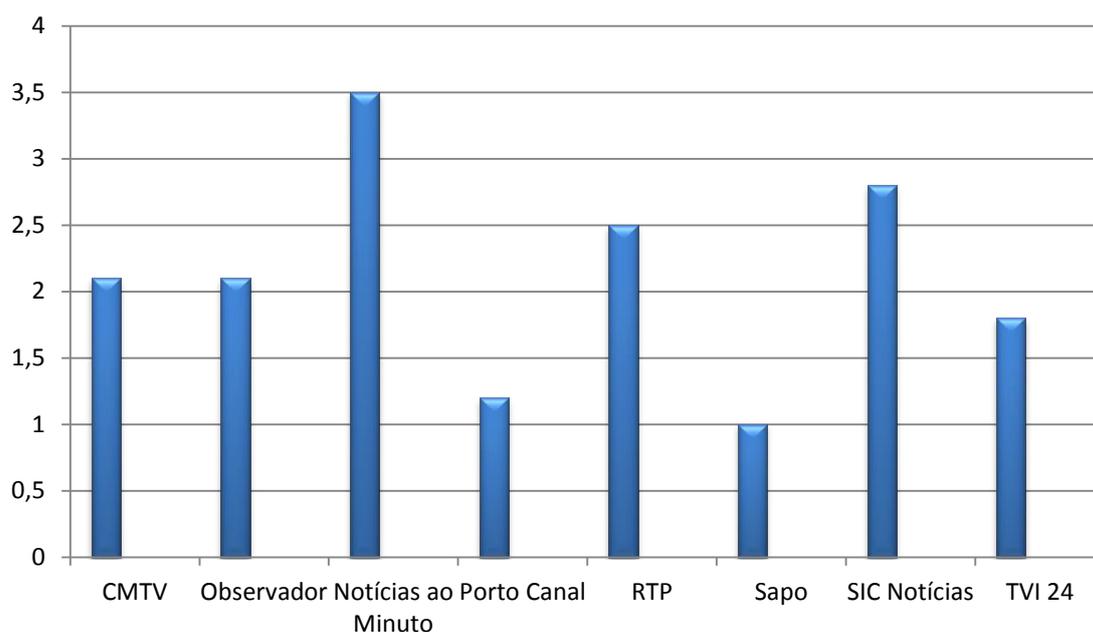


Gráfico 14: Sites informativos com mais acessos

Tal como podemos observar no gráfico 14 o *site Notícias ao Minuto* é aquele que mais atrai os inquiridos durante as suas pesquisas, o que nos leva a crer que o facto de colocar notícias sempre atualizadas e por ser um *site* de fácil acesso e onde se consegue perceber facilmente a sua organização atrai mais visitantes. De seguida, temos o *site* da *SIC Notícias* como opção, mais uma vez é um *site* onde é fácil aceder e para além das notícias de última hora podemos encontrar todo o tipo de notícias bem como vídeos e reportagens realizadas para a televisão, tal como foi mostrado anteriormente ao longo deste estudo. Por sua vez, o *site* do *Sapo* e o *site* do *Porto Canal* assumem os últimos lugares nas escolhas dos inquiridos.

A partir do presente estudo é possível retirar conclusões de que cada vez mais a sociedade começou a utilizar os meios *online* como principal acesso à informação, aliás não só os mais jovens admitem utilizar este meio mas também aqueles com idade mais avançada, sendo que os poucos que não utilizam este meio confessam ser por dificuldade em perceber como funciona este novo meio e por não se sentirem capazes de o utilizar.

Sendo este um estudo comparativo entre o uso dos meios *online* e os meios televisivos como fonte de informação foi importante perceber se realmente os inquiridos consideram que utilizam mais a internet como fonte de informação em relação à televisão.

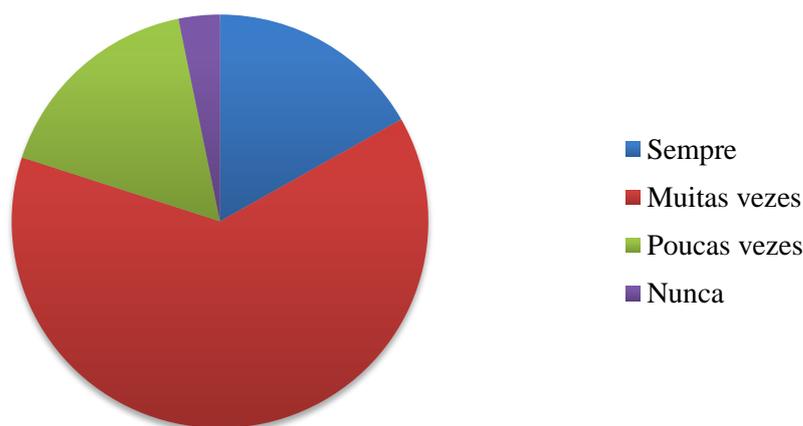


Gráfico 15: Utilização da internet como meio de informação

Tal como o gráfico 15 nos mostra mais de metade dos inquiridos (63,2%) defende que o local onde acede muitas vezes às notícias é a partir da internet, sendo que 16,8% defende que a internet é o único local onde acede às notícias. Os restantes inquiridos 16,8% (poucas vezes) e 3,2% (nunca) são maioritariamente pessoas com idade mais avançada, provando assim que a maioria dos jovens têm acesso às notícias a partir da internet, principalmente através das redes sociais, como foi provado anteriormente.

O presente estudo e a presente investigação permitiu-nos perceber que tal como se previa inicialmente os meios de comunicação *online* têm ganho destaque e preferência em relação à televisão. Se inicialmente a televisão era o meio mais utilizado na difusão das notícias, atualmente a procura a partir da internet tem sido mais utilizada, visto que permite aos seus utilizadores optarem pelas notícias que pretendem aceder.

3.5. Análise de Resultados

Tal como mostrado anteriormente, a televisão tem sido “substituída” pela internet como meio de divulgação de informação, principalmente nas gerações mais novas, visto que desde cedo foram influenciadas a utilizar este meio, se bem que inicialmente o utilizavam como motor de busca ganhando destaque mais tarde como meio de divulgação de informação, chegando assim a um público maior pois atualmente e apesar de serem os maiores consumidores do *online* não são só os jovens que utilizam a internet também as gerações mais adultas utilizam este meio para aceder a notícias, principalmente as de última hora, que chegam à internet de forma mais célere.

Num estudo anterior realizado pelo CIES em 2003, já era possível verificar que a sociedade nascida pós 1967 detinha um grau de confiança maior do que os nascidos antes de 1967 nos meios *online*.

Grau de confiança na informação recebida através:	Nascidos até 1967	Nascidos após 1967
Da televisão	74,0%	78,0%
Da internet	71,1%	74,2%

Figura 34: Grau de confiança na informação recebida

Fonte: CIES, Inquérito sociedade em rede em Portugal, 2003

De facto, atualmente mantêm-se o uso da internet maioritariamente pelos mais jovens, sendo estes os que mais utilizam a internet como fonte de informação e que estão cada vez menos a ver televisão, a maioria dos jovens inquiridos afirma mesmo que tem acesso à internet em todos os momentos do dia, ao contrário do que acontece com o acesso à televisão que depende em grande parte do local onde estão.

As gerações nascidas na década de 60, também assumem esta mudança ao longo do inquérito realizado, mostrando-se cada vez mais recetivos à entrada da internet no seu quotidiano, aliás são muitos os inquiridos com cerca de 50 anos que confessam ter acesso à internet regularmente e utilizam a mesma como meio de informação. Atualmente, e de acordo com o presente estudo, as gerações mais velhas são as que se mostram menos recetivas ao uso da internet como meio de acesso a notícias, confessando que utilizam em grande parte este meio apenas para acessar às redes sociais.

Tal como os resultados do presente estudo mostram, são vários os inquiridos que confessam passar mais tempo a utilizar a internet do que a televisão, de facto, esta realidade pode depender da facilidade com que se pode aceder a uma página *web* atualmente, mesmo não tendo internet portátil no telemóvel/*tablet*/computador, visto que, a maioria dos locais atualmente dispõe de um serviço de internet sem fios capaz de chegar a várias pessoas, podendo fazer-se a utilização da mesma sem custos. Pelo contrário, a televisão não tem uma igual facilidade de acesso, na medida em que, para aceder à mesma é necessário estar num local com o equipamento e caso seja um lugar público estamos dependentes daquilo que o próprio espaço tem para oferecer, não podendo exigir que coloquem em determinado canal.

Os próprios meios de comunicação começaram a desenvolver tecnologias ligadas à internet por entenderem a facilidade com que a notícia é divulgada através deste meio, aliás, são vários os canais de televisão que têm *website* e página nas redes sociais, chegando assim a um público mais vasto e com as implementações que vão realizando nos seus *sites* prendem ainda mais espetadores. Atualmente é possível ver o que está a dar na televisão em sinal aberto a partir dos próprios *sites* dos canais, por exemplo a SIC que tem no seu *site* a opção de ver em direto, o que permite aos utilizadores da internet terem acesso aos mesmos conteúdos do que quem está a assistir à televisão e ainda têm acesso a um lote de informações e reportagens que são constantemente atualizadas pelos responsáveis do *online* do canal.

Como nos diz Ricardo Rosa (ver anexo 6), jornalista coordenador do *site* da SIC Notícias, “a audiência tem aumentado. É natural, a internet está sempre presente ao longo do dia, em qualquer ecrã. Mais de metade dos acessos à SIC Notícias são feitos em *mobile*”, mostrando que o dinamismo do *website* e o facto de ser de fácil acesso faz com que a maioria dos utilizadores opte por este meio de comunicação em expansão. O facto de o público poder escolher aquilo a que pretende acessar é também uma mais valia, pois na televisão é o jornalista que define que notícia dará primeiro e de que forma dará a notícia, enquanto no *online*, o próprio utilizador pode definir quais as notícias a que pretende aceder e de que forma pretende ter acesso aos conteúdos fornecidos.

João Canavilhas, num estudo de 2012 defendia que existiam 3 fatores que estavam a transformar o ecossistema mediático, sendo que um deles era “a passagem de um sistema *pull* no qual o público vai atrás das informações para um sistema *push* no qual as notícias vão até ao consumidor que pode decidir como recebê-las” (Canavilhas, 2012) e de facto com as novas transformações neste campo, o público pode optar pela forma como pretende aceder às notícias e não só, pode escolher como as pretende receber, na medida em que, os *websites* estão constantemente a atualizar-se e o público pode mesmo receber alertas caso ative essa opção; Para além desse fator importante, o público pode ainda optar por aceder às notícias através da televisão, mas não só, no meio *online* pode optar por aceder às notícias através dos *websites* dos meios de comunicação ou através das páginas nas redes sociais, que foram criadas com o intuito de chegar a mais pessoas, visto que a afluência a este tipo de meio é gigante, basta ver pela resposta dada ao inquérito realizado, onde a maioria dos consumidores admite aceder às notícias a partir das redes sociais e não a partir dos *sites* dos meios de comunicação.

Para além de todas as opções que foram criadas para dinamizar e atrair mais visitantes para os espaços *online*, o facto de o público poder ter um papel decisivo na escolha das notícias e o facto de poder intervir na mesma tem sido muito importante para que este meio esteja a ser difundido de forma tão célere, uma vez que, é possível ao consumidor comentar e dar a sua opinião sobre determinado assunto através dos fóruns criados nos *websites* e através da opção de comentários existente nas redes sociais.

Em vários casos, é o próprio público o impulsionador da notícia fazendo chegar às redações informações que complementam as diversas notícias, a partir dos comentários que realizam, ou até são os próprios a realizar a “notícia”, isto é, são os primeiros a chegar ao local e a partilharem vídeos e informações sobre o que está a acontecer, esta situação ocorre várias vezes em atentados por exemplo, onde o jornalista não está presente e são as pessoas comuns que divulgam tanto imagens como explicam o que está a acontecer.

De realçar que as notícias internacionais são partilhadas em muitos casos com imagens e informações que chegam através da internet e daquilo que quem se encontra no local partilha, principalmente por uma questão de proximidade são os primeiros a poderem explicar realmente o que se passa.

Num estudo realizado em 2005, defendia-se que “a hegemonia mediática da televisão se confirmava quando ocorriam acontecimentos locais/nacionais ou internacionais. Uma esmagadora maioria (90,6%) referia utilizar este media como principal fonte informativa quando um acontecimento internacional ocorria e 84,5% declaravam fazê-lo quando se tratava de um acontecimento mais próximo. A internet (...) era o media que surgia em segundo e terceiro lugar.” (Cardoso, 2005: 205), no entanto, passados 12 anos sobre o estudo mencionado a situação já difere, tendo a internet assumido principal destaque na divulgação de informações quer a nível nacional como internacional como se pode observar no estudo apresentado. De facto, a internet assumiu-se como o principal meio utilizado para a difusão de notícias por ser o mais procurado pelo público e por ser um meio de difusão com maior alcance.

Tal como podemos ver no gráfico 13, a maioria das notícias de última hora chegam ao público através das redes sociais, não só através das páginas dos meios de comunicação social mas também através das partilhas de vários utilizadores que fazem com que o alcance da notícia seja ainda maior. O facto de a internet permitir ao utilizador comentar e divulgar a notícia faz com que exista um maior dinamismo na divulgação da mesma e ainda faz com que o interesse de quem tem acesso à mesma seja maior porque sentir-se-á como parte fundamental em algum momento da notícia, mesmo que seja apenas na sua divulgação.

Como mencionado anteriormente, são vários os casos em que é o próprio público o responsável pela “realização” da notícia, aliás, no que toca a assuntos internacionais, ou catástrofes internacionais, são os principais responsáveis pela informação que chega até às redações. Temos um exemplo bastante recente do furacão Irma em que as notícias que eram partilhadas tinham em grande parte conteúdo disponibilizado por quem lá estava, como era o caso de fotos e vídeos dos momentos que antecederam a catástrofe bem como as imagens de como ficaram os locais que chegavam às redações através da partilha das imagens nas redes sociais por cidadãos comuns presentes no local, aliás eram os próprios que mais divulgavam e cediam informações às redações.

Como meio de divulgação e propagação da notícia, a internet tem uma vantagem em relação à televisão, mesmo em relação aos canais noticiosos: enquanto na internet a notícia pode estar constantemente a ser atualizada e pode alcançar conteúdo novo, nos meios de comunicação televisivos não é assim que acontece, uma vez que apenas quando a notícia é realmente importante para a emissão e se coloca no ar a notícia de última hora e mesmo nessa situação são várias as vezes em que o jornalista se vê obrigado a utilizar conteúdos que lhe chega através da internet por falta de conteúdos próprios, muitas vezes causado pela questão de proximidade e pela questão de não ter um repórter no local, no momento em que a situação aconteceu.

Na verdade, o estudo em causa mostra-nos que o público já ganhou confiança suficiente na internet de modo a assumir que esta é a sua principal fonte noticiosa como é possível observar no gráfico 15 em que 80% dos inquiridos assume que a internet é mesmo a sua fonte de informação na maioria das vezes, sendo este um ponto bastante compreensível, na medida em que, os mesmos mostram passar mais horas na internet do que a ver televisão (gráfico 7 e 10), aliás a maioria dos inquiridos assume que passa cerca de 1 a 3 horas a ver televisão, enquanto existe uma grande divisão no caso do uso da internet, em que a maior parte assume passar entre 3 a 5 horas a navegar, no entanto ainda existe um grande número de inquiridos que assume passar mais do que essas 5 horas ligado a este meio.

O facto de a internet estar cada vez mais acessível faz com que a sociedade coloque de parte outros meios em que o acesso é mais difícil e utilizem o que se encontra mais facilitado e aquele que pode responder a mais questões e de forma mais célere, como é o caso da internet. De facto são muitos os que confessam que a internet passou a ser o seu meio predileto na busca pela informação, basta observar o gráfico 15 em que mais de metade dos

inquiridos confessa que a utilização dada à internet também passa pela busca da informação e pelas notícias de última hora.

Ora se a internet passou a ser o meio de comunicação preferido da maioria dos portugueses tal pode colocar em causa o papel dos restantes meios, os mais tradicionais, no entanto, para tudo há solução e se inicialmente a questão que se levantava era se os meios de comunicação *online* estavam a assumir o papel de meio de informação, atualmente a questão que se poderia colocar é “De que forma estão os meios tradicionais a adaptar-se?” e, na verdade, existe uma grande convergência entre todos os meios de comunicação, isto é, os meios tradicionais estão em constante adaptação em relação ao novo meio: o *online*, dessa forma criaram as suas próprias páginas *online* e que tentam manter em constante atualização.

O facto de vários meios de comunicação mais tradicionais já terem páginas no meio *online* faz com que se perceba que este novo meio está a ser desenvolvido por todos e que os meios mais tradicionais fazem de tudo para se adaptarem às exigências da sociedade e posteriormente construir meios de informação fidedignos e que sejam capazes de alcançar um vasto público.

Com os progressos na internet, é cada vez mais importante para os meios tradicionais estarem em constante atualização, não só a nível tecnológico mas também ao nível dos jornalistas, uma vez que é quase obrigatório ter responsáveis exclusivamente pelos meios *online* por ser necessário atualizar constantemente as notícias de modo a ter sempre notícias novas e atualizadas para assim cativar o público e não ser ultrapassado pela própria internet, visto que, atualmente os próprios utilizadores do meio são capazes de publicar informações importantes sobre determinados assuntos.

Tal como mencionado anteriormente, a internet está em constante atualização e são vários os motivos para que se possa desconfiar de tudo o que aparece neste meio, no entanto, e para que tudo funcione de forma correta e com o máximo de profissionalismo é importante que os meios de comunicação social partilhem as notícias apenas depois de confirmarem a sua total veracidade e atendendo à fonte da notícia é importante analisar os conteúdos de modo a apenas ser partilhado o conteúdo fidedigno e confirmado por fontes oficiais.

Sendo a internet um meio de fácil propagação de notícias, é muito importante que todos os *sites* noticiosos e as próprias redes sociais ligadas a um determinado *site* apenas partilhem e publiquem notícias com fontes fidedignas de modo a não induzir o utilizador em

erro e de modo a responder a todos os critérios que um bom trabalho jornalístico deve responder. Mesmo sendo uma partilha na internet, é muito importante que os responsáveis pelas mesmas o façam de forma correta visto que cada vez mais este meio é tido como a principal fonte de informação dos seus utilizadores.

O presente estudo foi capaz de provar que a maioria dos inquiridos (e da sociedade no geral) está a utilizar a internet como fonte de informação e por isso é necessário que os critérios atribuídos a uma peça para a televisão, para a rádio ou para o jornal sejam também atribuídos às peças realizadas para os meios *online*, isto porque aquilo que o público pretende é uma fonte fidedigna e capaz de atualizar as notícias constantemente.

Estando a internet cada vez mais ligada ao jornalismo e servindo como fonte de informação para os utilizadores da mesma, é muito importante que todos os *websites*/redes sociais ligados aos meios de comunicação social tenham em atenção às suas publicações mas não só, também os utilizadores deste meio precisam de ter em atenção para que apenas utilizem fontes fidedignas como fonte de informação, para assim se precaverem sobre uma possível notícia falsa como se verificam em alguns casos.

Sendo a internet um meio de divulgação de notícias, cabe ao espetador estar atento para que apenas visualize notícias verídicas e para isso basta recorrer aos *sites* anteriormente abordados, bem como é possível obter as notícias através de um alerta criado pelos próprios *websites*, o que faz com que não seja necessário andar em busca das notícias porque o próprio meio online facilitará este tipo de “novidades” uma vez que sempre que alguma notícia de última hora aconteça o utilizador do meio *online* que optar pelo recebimento do alerta será notificado e por esse mesmo motivo estará constantemente a par das atualizações do dia a dia quer no panorama nacional quer no internacional.

Os meios de comunicação *online* têm crescido e ganho destaque na sociedade, sendo atualmente e tal como este estudo prova o principal meio de informação do público, principalmente do mais jovem mas não excluindo os adultos, sendo que apenas o público mais idoso confessa não se sentir tão à vontade com este novo meio. Se até então a televisão assumia o papel de destaque como motor de informação, atualmente prova-se que têm perdido espetadores principalmente para o meio *online*, de tal modo que foi “obrigada” a adaptar-se e portanto teve de criar meios *online* capazes de difundir aquilo que é partilhado também na televisão.

Mesmo sendo os meios *online* os preferidos do público, atualmente é de notar que a maioria dos meios utilizados (excluindo as redes sociais) pertencem a um outro meio que não exclusivamente o *online* como são os casos dos *websites* da *SIC Notícias*, do *Porto Canal*, entre outros. Na verdade, a maioria dos *sites* noticiosos portugueses estão associados a um outro meio de comunicação, o que faz com que, a informação seja sempre assegurada e o dever de informar o público esteja sempre em primeiro lugar, quer através do meio *online* (*sites* e redes sociais), quer através dos meios tradicionais (a televisão, a rádio e os jornais).

Conclusão

O presente relatório de estágio intitulado “O jornalismo televisivo e o jornalismo *online* – convergências e divergências: o caso da *SIC* e do *Porto Canal*” pretendia chegar a algumas conclusões sobre o uso da televisão e do *online* como meio de informação na atualidade, a partir de dois estágios distintos: o primeiro na *SIC* e o segundo no *Porto Canal*, ambos na redação do Porto.

De acordo com estudos realizados anteriormente foi possível perceber que os meios *online* têm ganho destaque na propagação de notícias, sendo por isso sido uma ferramenta em evolução nas redações de comunicação social. Se na década de 50 do século XX a televisão ganhou destaque, com a chegada do século XXI foi o *online* que mais se destacou, sendo o principal impulsionador das notícias de última hora e o principal difusor de reportagens realizadas para o meio televisivo.

Com o auxílio dos *sites* noticiosos criados e as redes sociais, os meios *online* têm sido uma ferramenta essencial para a busca de notícias por parte do público, sendo ainda um dos primeiros divulgadores de notícias de última hora, principalmente a nível internacional, sendo ainda nestes casos, o local onde muitas vezes chegam as imagens dos acontecimentos em primeiro lugar.

Ao longo dos estágios realizados foi possível perceber que as imagens utilizadas na realização de peças internacionais tanto para televisão como para o meio *online* chegavam através da internet, sendo muitas vezes o próprio público o responsável pela sua criação e posterior divulgação. Para além de ser possível perceber esta vertente do *online* ao longo dos estágios, foi possível perceber que o meio *online* tem uma grande importância na aquisição de notícias de última hora, como foi no caso do acidente em Porriño em Vigo, onde se soube em primeira mão através das redes sociais o que tinha acontecido.

Não sendo a internet apenas um meio de divulgação das notícias, muitas vezes funcionava em sentido inverso, quer isto dizer que em muitos casos a própria internet e os internautas eram responsáveis por ceder mais informações sobre os diversos casos que já eram notícia de última hora, sendo que todas as informações deveriam ser confirmadas antes de partilhadas, isto é, o público através da possibilidade de realizar comentários nas publicações dos *sites* e das páginas das redes sociais dos canais eram muitas vezes os

principais responsáveis pela chegada de novas informações sobre o assunto em destaque no mesmo.

Ora se o estágio foi importante na percepção de como tudo funciona a partir de uma redação, de que forma as notícias são trabalhadas e como chegam as informações tanto à televisão como ao *online*, foi importante perceber como encara o público esta nova realidade e para isso foi realizado um estudo que incluiu inquéritos à população (dos 18 aos 80 anos) e ainda entrevistas a responsáveis pelos meios *online* dos locais de estágio.

O estudo realizado (capítulo III), permitiu-nos perceber que os meios *online* estão em crescimento e são muitos aqueles que usam este meio como fonte de informação noticiosa, mostrando ainda que são muitos aqueles que deixaram de utilizar a televisão como meio de informação, utilizando-a agora para ver outro género de programas (desportivos e de entretenimento essencialmente).

Se até ao início do século se desconhecía a internet como meio de divulgação noticiosa, atualmente o público prefere aceder às notícias a partir deste meio, mostrando que sente confiança nas informações que encontra e admitindo que é a partir, essencialmente, das redes sociais que obtém as notícias de última hora não colocando de parte a hipótese de navegar nos *sites* dos próprios meios de comunicação social mais tradicionais.

Tal como o estudo apresentado nos mostra a maioria dos inquiridos (não só os mais jovens) confessam utilizar cada vez mais a internet como meio de comunicação social, considerando que a partir deste meio é mais fácil procurar aquilo que mais lhes interessa e sendo ainda capazes de escolher aquilo a que pretendem aceder.

Sendo este um relatório de estágio com incidência nos meios televisivos foi importante ao longo dos estágios realizados perceber de que forma funcionava esse meio mas também de que forma se poderiam retirar informações importantes a partir da internet; foi possível verificar ao longo dos seis meses em redações que as informações encontradas na internet e nos meios de comunicação *online* eram muitas vezes viáveis para uso televisivo e eram ainda (muitas vezes) uma fonte de informação fidedigna.

Com a realização dos dois estágios curriculares foi possível perceber como funcionam as redações televisivas e como funcionam os meios *online* das mesmas, sendo que no estágio realizado no Porto Canal esta situação era mais evidente, uma vez que os meios de

comunicação *online* da SIC estão situados em Lisboa, enquanto os do Porto Canal estão na redação da Senhora da Hora (local do estágio).

Enquanto estagiária é importante salientar que o Porto Canal foi o local de estágio mais completo, no sentido em que foi possível observar todas as situações realizadas em televisão, desde a produção até à realização dos programas televisivos, jornais, e ainda pela realização de peças, uma vez que permite ao estagiário uma maior liberdade na execução dos seus trabalhos bem como a valorização do trabalho realizado e ainda por ter um maior acompanhamento do estagiário, na medida em que, cada um dos estagiários tem um orientador que acompanha todo o trabalho, desde a sonorização à escrita dos textos e ainda ao produto final com a edição das reportagens.

Em ambos os estágios foi importante perceber quais as diferenças e as semelhanças no trabalho de cada jornalista e ainda perceber como funciona cada um dos canais, sendo que as suas metodologias são muito diferentes, uma vez que, a SIC Porto é uma espécie de “delegação Norte” da SIC e o Porto Canal é uma sede.

Para além das informações adquiridas ao longo dos estágios o presente relatório de estágio permitiu chegar a algumas conclusões sobre as transformações pelas quais os meios de comunicação social estão a passar, sendo que é importante dar valor ao jornalismo *online*, na medida em que, está em fase de expansão e pode eventualmente num futuro próximo ser o meio de comunicação dominante, uma vez que, estando ainda em fase de consolidação nas redações já é um meio muito procurado pela sociedade quando se querem atualizar das notícias diárias.

Referências Bibliográficas

- Aroso, Inês (2003). *A internet e o novo papel do jornalista*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- A Televisão em Portugal*. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Televis%C3%A3o-em-Portugal-An%C3%A1lise-das-audi%C3%A2ncias-e-din%C3%A2micas-concorrenciais-do-mercado-televisivo-portugu%C3%AAs-entre-1999-e-2014.pdf>. (consultado em 27 de Maio de 2017)
- Bastos, Hélder (2011). *Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas*. Porto: Universidade do Porto
- Bradshaw, P. et Rohumaa, L. (2011). *The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age*. Essex: Pearson Education
- Brandão, Nuno Goulart (2005): *Prime Time- Do que falam as notícias dos telejornais*. Lisboa: Casa das Letras
- Cajazeira, Paulo (2015): *Os novos modelos de participação da audiência do jornalismo televisivo em dispositivos móveis digitais*. In: *Jornalismo para dispositivos móveis: Produção, distribuição e consumo*. Universidade Federal de Cariri.
- Canavilhas, João (2001): *Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na Web*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- _____(2001): *O domínio da Informação- espetáculo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- _____(2005): *Os jornalistas online em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- _____(2012): *O novo ecossistema mediático*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- _____(2014): *Webjornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior
- Canavilhas, João et Santana D.C (2011): *Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação*. Líbero.
- Canavilhas, João et Rodrigues, Catarina (2012): *O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa*. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*.
- Canavilhas, João et González-Molina, S. (2014). *Las redes sociales como canal comunicativo: el caso de las asociaciones de consumidores de España y Portugal*. In: *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(1), 13-25. Disponível em: <http://mediterranea-comunicacion.org/>. DOI 10.14198/MEDCOM2014.5.1.12.
- Canavilhas, João, et al (2016): *Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line*. In: *Revista Famecas* 23.
- Cardoso, Gustavo et al (2005): *A sociedade em rede em Portugal*. Porto: Campo das Letras.

Cardoso, Gustavo, et al (2017): *A Televisão em Portugal. Análise das audiências e dinâmicas concorrenciais do mercado televisivo português entre 1999 e 2016*. Lisboa: Observatório da Comunicação. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2017/09/2017_OBERCOM_Sectorial_TV.pdf (Consultado em: 04 de Outubro de 2017).

Carlson, Matt, et al (2015): *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. Routledge.

Castells, Manuel (2004): *A internet e a sociedade em rede*. In: Paquete, José et al: *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*. Lisboa: Quimera

Correia, João Carlos (1998). *Jornalismo e espaço público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

—— (2005): *Sociedade e comunicação: Estudos sobre jornalismo e identidades*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

—— (2008): *Novos media e esfera pública: As profecias cyber-democráticas no contexto da democracia deliberativa*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

Fernandes, Ana Paula (2008): *A televisão na Sociedade em Rede*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa

Fidalgo, Joaquim (2008): *O jornalista em construção*. Porto: Porto Editora.

Garcia, José Luís (2013): *A web, a expansão do digital e a nova economia política da informação*. In: *Digital Media Portugal ERC 2015*.

Gomes, Rui Miguel (2009): *A importância da Internet para jornalistas e fontes*. Lisboa: Livros Horizonte.

Guimarães, Adriana, et Fernandes, Nuno (2012), *O Jornalismo em Evolução*. Portalegre

Granado, António (2002). *Os media portugueses na Internet*. In: <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm> (consultado em: 22 de Junho de 2017)

Machado, Elias (2002): *O Jornal digital como epicentro das redes de circulação de Notícias*. In: Pauta Geral, Ano 9, Nº 4. Salvador: Calandra

Machado, Elias (2003): *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra

Magalhães, Bárbara (2014): *As potencialidades da internet no jornalismo digital – Jornal de Notícias vs Diário de Notícias*. Dissertação de Mestrado: Escola Superior de Comunicação Social

Marktest. Disponível em <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1fd2.aspx>. (consultado em 27 de Maio de 2017)

_____. Disponível em <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/ranking-netscope-de-junho-de-2017/> (consultado em 04 de Outubro de 2017).

Meios e Publicidade. Disponível em <http://www.meiosepublicidade.pt/wp-content/uploads/2017/02/Imagem-3-3.png>. (consultado em 27 de Maio de 2017)

Pavlik, John (2001): *Journalism and new media*. New Cork: Columbia University Press.

Porto Canal. Disponível em: portocanal.pt.

Querido, P. (1997). *Na última carruagem*, Expresso, suplemento XXI, 19 de Julho,

p. 4.

Santos, José Manuel et Correia João Carlos (2004). *Teorias da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Santos, Márcio (2015). *Jornalismo, mobilidade e realidade aumentada: notas sobre possibilidades de utilização*. In: *Jornalismo para dispositivos móveis: Produção, distribuição e consumo*. Universidade Federal do Maranhão.

Santos, Rogério (1998). *Os novos media e o espaço público*. Gradiva.

——— (2012). *Os Dias dos Media - Uma análise de estruturas organizativas*. Lisboa: Universidade Católica Editora

Sá, Sónia (2005): *O jornalismo televisivo e os dispositivos móveis: o aumento das imagens amadoras* In: *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

SIC. Disponível em: sic.sapo.pt

SIC Notícias. Disponível em: sicnoticias.sapo.pt

Sousa, Jorge Pedro (2008): *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Porto: Universidade Fernando Pessoa

Índice de Apêndices (apêndices em CD)

SIC

Apêndice 1: Câmaras podem atualizar valor das casas

Apêndice 2: Sindicato construção + Soares da Costa

Apêndice 3: Antecipação Festival Mimo

Apêndice 4: Ricardo Quaresma visita Gaia

Apêndice 5: Partida FCP estágio

Apêndice 6: A28 sem descontos

Apêndice 7: Rastreio Cancro cabeça e pescoço

Apêndice 8: McNamara aulas de surf

Apêndice 9: Consulta do Viajante

Apêndice 10: Polémica Leicarcoop

Apêndice 11: Treino FC Porto

Apêndice 12: Treino FC Porto JN

Apêndice 13: Fisco cobra IMI aos padres

Apêndice 14: Greve enfermeiros em Guimarães

Apêndice 15: Dia internacional do desaparecido

Apêndice 16: Associação de produtores de leite + protesto Agros

Apêndice 17: Estudo Comandos

Porto Canal

Apêndice 18: Mulheres com profissões de homens

Apêndice 19: Caixa Geral de Depósitos

Apêndice 20: Luba fica com a guarda dos filhos

Apêndice 21: Turismo e comércio da Páscoa

Apêndice 22: Apreensão carros GNR

Apêndice 23: Restaurante solidário gerido por jovens

Apêndice 24: Praias bandeiras azuis

Índice de Anexos

Anexo 1: Avaliação do estágio na *SIC*

Anexo 2: Ficha de jogo Braga vs Gent

Anexo 3: Avaliação do estágio no *Porto Canal*

Anexo 4: Produção do programa *Mundo Local*

Anexo 5: Inquérito realizado

Anexo 6: Entrevista Ricardo Rosa

Anexo 1: Avaliação do estágio na SIC

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO



FICHA DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DO ESTUDANTE ESTAGIÁRIO

Instituição: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Estagiária: Priscila Catarina Baptista da Silva

Mestrado: Ciências da Comunicação

Director do Mestrado: Professor Doutor Galvão dos Santos Meirinhos

Orientador da UTAD: Professora Doutora Inês Mendes Moreira Aroso

Orientador Institucional: Lúcia Gonçalves

FACTORES DE AVALIAÇÃO	Mau 1-5	Fraco 6-9	Médio 10-13	Bom 14-15	M. Bom 16-17	Excelente 18-20
Assiduidade					X	
Pontualidade					X	
Grau de Execução dos objectivos do estágio				X		
Grau de Aplicação e Utilidade dos Conhecimentos Evidenciados				X		
Grau de Desenvolvimento de Competências Práticas			X			
Grau de Autonomia e Capacidade para Assumir Responsabilidades			X			
Organização e Gestão de Tempo				X		
Análise de Problemas, espírito de síntese			X			
Interesse pela Instituição					X	
Integração e Relacionamento Interpessoal					X	
Qualidade Global Atingida pelo Desempenho da estagiária				X		
Proposta de Avaliação Final (na escala de 0-20): 14 valores						

OBS. (Qualquer comentário ou indicação que considere útil fazer):

O Orientador Institucional

(Dr.ª Lúcia Gonçalves)

Anexo 2: Ficha de jogo Braga vs Gent

1ª parte - 2 m
2ª parte - 3 m



8903 espectadores



Line-ups UEFA Europa League 2016/2017 Group stage



15/09/2016 20:05 local - Estádio Municipal de Braga (Braga) - Portugal

SC Braga

KAA Gent

- 92 Matheus [Ⓢ]
- 3 Lazar Rosić ^A
- 6 André Pinto ^{ⓈG}
- 7 Wilson Eduardo ^X
- 8 Marko Bakic ^X
- 9 Ahmed Hassan
- 15 Baiano
- 23 Pedro Santos ^{AX}
- 25 Pedro Tiba
- 63 Mauro
- 87 Marcelo Goiano

- 1 Jacob Rinne [Ⓢ]
- 10 Renato Neto
- 13 Stefan Mitrović
- 15 Kenneth Saief
- 21 Nana Asare ^{ⓈA}
- 24 Jérémy Perbet ^X
- 27 Moses Simon ^X
- 32 Thomas Foket
- 44 Anderson Esti
- 55 Rami Gershon
- 77 Danijel Milicevic ^{ⓈG}



- 28 Marafona [Ⓢ]
- 2 Emiliano Velázquez
- 10 Tomas Martínez
- 17 Rui Fonte
- 19 Nikola Stojiljković → 23
- 30 Alan → 7
- 35 Nikola Vukčević → 8

- 20 Yannick Thoelen [Ⓢ]
- 5 Ofir Davidzada → ek
- 7 Kalifa Coulibaly → 27
- 11 Emir Kujovic
- 17 Hannes Van der Bruggen
- 23 Lasse Nielsen
- 40 Rabiul Ibrahim

Coach
José Peseiro

Coach
Hein Vanhaezebrouck

Referee:
Benoît Bastien (FRA)

Additional assistant referees:
Benoît Millot (FRA)
Jérôme Miguelgorry (FRA)

Referee Observer:
William Young (SCO)

Assistant referees:
Hicham Zakrani (FRA)
Frédéric Haquette (FRA)

UEFA Delegate:
Sergio Di Cesare (ITA)

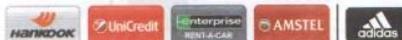
Fourth Official:
Julien Pacelli (FRA)

Weather Conditions: Cloudy / Temperature: 18°C / Humidity:

Ⓢ Captain Ⓢ Goalkeeper

19:58:47 CET
15 September 2016

UEFA Media Information



UEFA.com

#UEL

RESPECT

Anexo 3: Avaliação do estágio no *Porto Canal*



UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

FICHA DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DO ESTUDANTE ESTAGIÁRIO						
Instituição: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro						
Estagiária: Dr.ª Priscila Catarina Baptista da Silva						
Mestrado: Ciências da Comunicação						
Director do Mestrado: Professor Doutor Galvão dos Santos Meirinhos						
Orientador da UTAD: Professora Doutora Inês Mendes Moreira Aroso						
Orientador Institucional: Dr.ª Vanda Balieiro						
FACTORES DE AVALIAÇÃO	Mau 1-5	Fraco 6-9	Médio 10-13	Bom 14-15	M. Bom 16-17	Excelente 18-20
Assiduidade						X
Pontualidade						X
Grau de Execução dos objectivos do estágio				X		
Grau de Aplicação e Utilidade dos Conhecimentos Evidenciados				X		
Grau de Desenvolvimento de Competências Práticas				X		
Grau de Autonomia e Capacidade para Assumir Responsabilidades				X		
Organização e Gestão de Tempo					X	
Análise de Problemas, espírito de síntese					X	
Interesse pela Instituição						X
Integração e Relacionamento Interpessoal					X	
Qualidade Global Atingida pelo Desempenho da estagiária				X		
Proposta de Avaliação Final (na escala de 0-20): 15 valores <i>quinte</i>						

OBS. (Qualquer comentário ou indicação que considere útil fazer):

O Orientador Institucional
Vanda Balieiro
(Vanda Balieiro)
 Sociedade Civil

Anexo 4: Produção do programa *Mundo Local*

Mundo Local 29Marco2017	Página 1 de 2	
Mundo Local 29Marco2017		
Start: 2017-03-29 at 01:45 pm	End: 2017-03-29 at 02:10 pm	Printed: 2017-03-29 at 12:44 pm
SLUG	GENERICO - MUNDO LOCAL	
	No content	
SLUG	PIVOT DE ABERTURA	
	No content	
SLUG	SEPARADOR	
	No content	
SLUG	BOMBEIROS CAMINHA CAMPANHA 28-03-17	
	Os bombeiros voluntários de Caminha têm no terreno uma campanha em que pedem a colaboração da população. Precisam de juntar 45 mil euros para comprar uma nova ambulância de socorro e para isso estão a levar à cabo um pedidório por todo o concelho.	
SLUG	BATISMO AIR FRANCE PORTO PARIS CHARLES GAULLE 28-03-17	
	A Air France inaugurou uma nova rota entre o aeroporto do Porto e Paris. As viagens vão acontecer todas as terças, quintas e sábados. Em maio, a outra companhia do grupo vai inaugurar uma rota entre o Sá Carneiro e Amsterdão.	
SLUG	SEPARADOR	
	No content	
SLUG	CONGRESSO TRIENIO PASCOALINO AMARANTE 27-03-17	
	A cidade de Amarante é palco até à próxima sexta-feira, do congresso internacional sobre Teixeira de Pascoas. O evento conta com mais de 40 oradores e decorre na Terra onde o poeta nasceu há 140 anos.	
SLUG	JORNADA PARA CELEBRAR IDENTIDADE BAIONENSE 27-03-17	
	Baião comemorou o dia do município. A data serviu para uma jornada de reflexão, com destaque para o espaço onde figuras naturais de Baião com reconhecimento publico pelo seu percurso partilharam as suas histórias de sucesso.	
SLUG	DIA ABERTO UTAD 29-03-17	
	No content	
SLUG	JOEL CLETO NO ANIV ALEXANDRE HERCULANO 28-03-17	
	o agrupamento de escolas alexandre herculano assinalou os 207 anos do poeta que dá nome à escola...a data foi assinalada com um dia repleto de atividades para toda a comunidade..	
http://inception.portocanal.fcporto.pt/inception/RunningOrder/Print/Print.do?id=3385... 29/03/2017		

SLUG
Entrevista Filipa Oliveira PASCOA
FILIPA OLIVEIRA

SLUG
APRES ROTEIRO AZULEJO VIANA CASTELO 28-03-17
No dia nacional dos centros históricos, Viana do Castelo assinalou a data com o lançamento de três novos roteiros turísticos pela cidade. Roteiro do azulejo é o nome da proposta que levará os visitantes e turistas a descobrirem a riqueza patrimonial deste concelho

SLUG
CONCURSO GASTRONOMICO PAREDES 29-03-17
Paredes recebeu o concurso "sabores e saberes" numa partilha de receitas gastronómicas entre mais pequenos e crescidos.. o objetivo é a promoção de um envelhecimento mais ativo... para toda a população.

SLUG
LOBOS ATACAMEXPLORACAO 28-03-17
Cerca de 70 ovelhas foram encontradas mortas numa exploração em Casas Novas, no concelho de Chaves esta terça-feira. Os animais terão sido mortos por lobos durante a madrugada.

Anexo 5: Inquérito realizado

Sexo: F ____ M ____

Idade: _____

1) Vê televisão?

Nunca _____ poucas vezes _____ muitas vezes _____ sempre _____

1.1. Se respondeu afirmativamente na pergunta anterior: Quantas horas por dia vê TV?

1-3 _____ 3-5 _____ 6-8 _____ 8 ou mais _____

2) Navega na internet?

Nunca _____ poucas vezes _____ muitas vezes _____ sempre _____

2.1) Se respondeu afirmativamente na pergunta anterior: Quantas horas por dia navega na internet?

1-3 _____ 3-5 _____ 6-8 _____ 8 ou mais _____

3) Por ordem de qual assiste mais, que tipo de programas vê na televisão? (1 é o que mais assiste e 3 o que menos assiste)

Entretenimento _____ Noticiários _____ Desportivos _____

4) Tem acesso a pacote de programas ou apenas TDT?

Pacotes pagos _____ TDT _____

4.1) Se tiver pacotes pagos, quais os canais que mais assiste, sendo que 1 é o que mais assiste e 5 é o que menos assiste:

Generalistas _____ Entretenimento _____ Noticiários _____ Desportivos _____
Infante/Juvenis-Animação _____

5) Dos seguintes canais coloque por ordem aqueles que mais assiste, sendo que 1 é o que mais assiste e 9 é o que menos assiste:

CMTV _____ Porto Canal _____ RTP1 _____ RTP2 _____ RTP3 _____ SIC _____
SIC Notícias _____ Tvi _____ TVI 24 _____

6) Tem acesso a internet em todos os momentos? Sim _____ Não _____

7) Utiliza a internet só quando está em casa? Sim _____ Não _____

8) O que procura quando navega na internet? Sendo que 1 é o que mais procura e 4 é o que menos procura.

Redes Sociais _____ Sites de notícias _____ Youtube _____ Jogos _____

9) A partir da internet consegue aceder às notícias de última hora?

Nunca _____ poucas vezes _____ muitas vezes _____ sempre _____

9.1) Se respondeu afirmativamente na última pergunta: Através de onde acede às notícias?

Redes Sociais _____ Sites de notícias _____

10) Com que frequência as redes sociais são o meio de acesso às notícias de última hora?

Nunca _____ poucas vezes _____ muitas vezes _____ sempre _____

11) Dos sites de informação portuguesa quais acede com maior frequência? Sendo que 1 é o que mais assiste e 8 é o que menos assiste.

CMTV _____ Observador _____ Notícias ao Minuto _____

Porto Canal _____ RTP _____ Sapo _____ Sic Notícias _____ TVI24 _____

12) Utiliza mais a internet do que a televisão como meio de informação?

Nunca _____ poucas vezes _____ muitas vezes _____ sempre _____

Anexo 6: Entrevista Ricardo Rosa (jornalista coordenador do *site* da SIC Notícias)

- Quando foram criados o *site* da SIC e da SIC Notícias?

RR: O *site* da SIC foi criado em 2000 e entrou online a 23 de maio de 2001. Na altura, o *site* incluía todo o universo SIC. A SIC Notícias passou a ter *site* próprio dez anos depois, no final de abril de 2011.

- Com que ideia foram criados os *sites* dos canais e quais os objetivos dos mesmos?

RR: O *site* da SIC foi criado como uma expansão da marca SIC na internet, tanto na informação como no entretenimento. O da SIC Notícias surgiu naturalmente, para melhor distinguir a informação dos programas, depois de chegarmos à conclusão que a marca SIC era mais procurada *online* para os programas e a marca que melhor distinguia a informação era a da SIC Notícias.

- Como é realizada a escolha dos conteúdos a colocar nos *sites*?

RR: Falo da SIC Notícias, que é o *site* que coordeno. Há uma equipa própria dentro da redação da SIC, tem autonomia editorial, mas a base é a informação SIC e tudo o que passa na antena da SIC Notícias.

- Como gerem os conteúdos a colocar nas redes sociais do canal?

RR: Atualmente há uma equipa própria dedicada às redes sociais da Impresa (SIC, Expresso, Visão, etc).

- Com a maior utilização da internet há mais utilizadores a visitarem os *sites* do canal? Se sim, porquê?

RR: Sim, a audiência tem aumentado. É natural, a internet está sempre presente ao longo do dia, em qualquer ecrã. Mais de metade dos acessos à SIC Notícias são feitos em *mobile*.