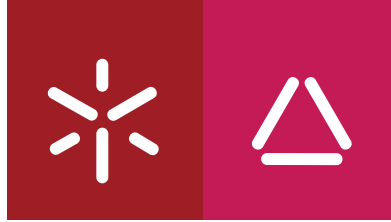


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria João Mesquita da Costa

**Os comentários às notícias publicadas no
Facebook e respetivo impacto nos
jornalistas: o caso do Público**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria João Mesquita da Costa

**Os comentários às notícias publicadas no
Facebook e respetivo impacto nos
jornalistas: o caso do Público**

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Felisbela Maria Carvalho Lopes

DECLARAÇÃO SOB COMPROMISSO DE HONRA

Declaro, por compromisso de honra, que as informações sobre a empresa em que decorreu o estágio foram obtidas de forma verbal, daí estarem patententes na tese.

Por ser verdade, assino esta declaração:

Maria João Mesquita da Costa

Maria João Mesquita da Costa

Universidade do Minho, 20 de novembro de 2019

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações

CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Agradecimentos

“Se podes sonhar, podes tornar os teus sonhos realidade.”

Walt Disney

Ao meu orientador no jornal Público, David Pontes, por ter sido um grande apoio durante os três meses de estágio.

Ao PÚBLICO Comunicação Social SA, pela oportunidade de estagiar nas suas instalações e por me permitir dar mais um passo no mundo jornalístico.

Aos jornalistas da redação do Porto do Público, que foram colegas impecáveis.

À minha orientadora, Professora Doutora Felisbela Lopes, pelos conselhos, paciência, rigor, motivação e pela prontidão demonstrada para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus professores da Universidade do Minho, em particular ao Professor Doutor Joaquim Fidalgo, que sempre se mostrou pronto a ajudar.

Aos meus amigos famalicenses, que me acompanham desde sempre e que nunca me deixaram desistir do meu sonho. Às minhas amigas que comigo fizeram a Licenciatura, pelos três anos de descobertas. Aos meus amigos de Mestrado, por todas as partilhas. Aos meus amigos do Porto, que acreditaram em mim.

À minha família valboense, André e Marta Neves, Irene Pereira, Manuel Perfeito e Daniel Yerga, por todo o apoio e amor que demonstraram ao longo desta e de outras etapas.

Ao meu tio Mário Mesquita, à minha tia Fernanda Rodrigues, ao meu primo Duarte Mesquita e ao meu sobrinho de coração Rodrigo, pelo carinho e amizade.

À minha tia Eduarda Costa e respetiva família, pelos incentivos para lutar pelo meu sonho de ser jornalista.

À minha mãe, pelo apoio incondicional, pelo carinho, amor, força e motivação que me transmitiu e que me levou a concluir este ciclo de estudos e por todos os ensinamentos que me incutiu ao longo de toda a minha vida. Obrigada!

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Os comentários às notícias publicadas no Facebook e respetivo impacto nos jornalistas: o caso do Público

Resumo

A Internet e, por conseguinte, as redes sociais têm uma função cada vez mais preponderante na forma como a população recebe e consome a informação. As notícias, que deixaram de estar só no papel para estarem também nos nossos dispositivos móveis – como computadores, *smartphones* e *tablets* –, chegam agora a qualquer pessoa, em qualquer lugar e a qualquer hora.

Mais que isso, os cidadãos acabam por participar no processo noticioso, uma vez que são livres de fazer comentários nos *websites* dos órgãos de comunicação social e nas respetivas redes sociais. O Facebook é, talvez, o maior exemplo de uma plataforma online que faz com que os cidadãos assumam um papel mais ativo no processo informativo.

Neste sentido, este trabalho debruça-se sobre o tipo de comentários que se podem encontrar nesta mesma rede social e sobre o modo como estes são encarados por parte dos jornalistas do Público, local onde foi realizado o estágio curricular de três meses.

Para tentar perceber todo este ambiente, foram analisados os 10 primeiros comentários às notícias publicadas no Facebook pelos jornalistas do Público durante os primeiros cinco dias dos meses de setembro, outubro e novembro de 2019, sem contar com fins de semana e feriados, uma vez que não têm o mesmo tipo de consumo que as notícias publicadas à semana. Depois de uma análise de conteúdo quantitativa aos comentários recolhidos, foi realizado e analisado um questionário, que foi previamente aplicado aos jornalistas do Público – das redações do Porto e de Lisboa – para avaliar as suas perceções relativamente aos comentários que são feitos nesta rede social e para entender o impacto que estes podem ter na notícia e no próprio jornalista.

As conclusões mostram que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook pelo Público apresentam um cariz negativo e têm como alvo as próprias notícias, sobretudo os artigos de Política, Desporto e Sociedade. Embora muitos dos jornalistas tenham uma perceção positiva das opiniões dos leitores no Facebook, mais de metade dos inquiridos apresenta uma perceção negativa dos comentários publicados.

Palavras-chave: Comentários de notícias, Facebook, Jornalismo online, Jornalistas, Redes sociais

Comments on the news published on Facebook and its impact on journalists: The case of Público

Abstract

The Internet and, therefore, social networks play an increasingly prominent role in the way people receive and consume information. The news, no longer just on paper but also on our mobile devices – such as computers, smartphones and tablets – reach now anyone, anywhere, anytime.

Moreover, citizens end up participating in the process of the news, as they are free to comment on the websites of the media and their social networks. Facebook is perhaps the greatest example of an online platform that makes citizens take a more active role in the information process.

In this sense, this investigation will look into the kind of comments that can be found on this same social network and how these are viewed by the journalists of Público, where the three-month curricular internship was held.

To try to understand this environment, we analyzed the first 10 comments on Facebook news published by Público journalists during the first five days of september, october and november of 2019, not including weekends and holidays, since they don't have the same kind of consumption as the weekly news. After a quantitative content analysis of the collected sample, a questionnaire was conducted and analyzed, which was previously applied to Público journalists – from the newsrooms of Porto and Lisbon – to evaluate their perceptions regarding the comments that are made in this social network and to understand the impact these may have on the news and on the journalist himself.

The conclusions show that the comments made on the news published on Facebook by Público are negative and target the news itself, especially the articles on politics, sport and society. Although many journalists have a positive perception of readers' views on Facebook, more than half of the respondents have a negative perception of the published comments.

Keywords: Facebook, Journalists, News commentary, Online journalism, Social networks

Índice

Parte I – A experiência de Estágio curricular no Jornal Público.....	3
1. Uma escolha acertada.....	3
1.1. A empresa.....	3
1.2. O percurso histórico.....	5
1.3. Prémios, Concorrência e Vendas.....	8
1.4. A Sonaecom e a relação com outros grupos de comunicação.....	9
1.5. Contexto de imprensa em crise.....	10
2. O estágio.....	12
2.1. Contacto com as fontes de informação.....	16
2.2. A rotina diária vivida na redação.....	17
2.3. As agências de comunicação ao serviço dos média.....	19
2.4. O processo de construção da notícia.....	20
2.5. A participação do cidadão.....	21
Parte II – Apresentação da Problemática e Enquadramento Teórico.....	24
1. Apresentação e problemática.....	24
2. Enquadramento teórico.....	26
2.1. O jornalismo online.....	26
2.2. As redes sociais e o jornalismo.....	29
2.3. O Facebook.....	33
2.4. O comentário de notícias no Facebook.....	34
2.5. O jornal Público no Facebook.....	37
Parte III – Estudo Empírico: Apresentação de Resultados.....	39
1. Pergunta de partida.....	39
2. Objetivos.....	41
3. Metodologia.....	42
Análise de conteúdo quantitativa.....	42
O questionário.....	45
4. Apresentação de resultados.....	47
4.1. Dados do questionário.....	47
4.1.1. O uso do Facebook pelos jornalistas: Visualização de notícias e comentários	47
4.1.2. O impacto dos comentários nos jornalistas.....	48
4.1.3. Os efeitos dos comentários no processo noticioso.....	49

4.2. Análise dos comentários às notícias do Público publicados no Facebook	50
4.2.1. As temáticas mais comentadas	50
4.2.2. Os comentários.....	51
5. Considerações Gerais.....	53
Parte IV – Conclusão	55
Referências Bibliográficas	57
Anexos	61
Apêndices.....	84

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Modelo de análise elaborado para a análise dos comentários do Facebook.....	45
Tabela 2 – Análise dos comentários feitos por secção.....	51
Tabela 3 – Tipo de comentários feitos às notícias analisadas.....	51
Tabela 4 – Cruzamento entre o tipo de comentários e o respetivo conteúdo.....	53

Índice de Figuras

Figura 1 – Visualização das notícias publicadas pelo Público no Facebook.....	47
Figura 2 – Leitura de comentários às notícias.....	48
Figura 3 – Perceção sobre os comentários.....	48

À minha mãe.

A minha âncora e um exemplo a seguir.

Introdução

O presente relatório decorre de uma experiência de estágio curricular de três meses no jornal diário Público, no Porto. Inserido no segundo ano de mestrado em Ciências da Comunicação – com especialização em Informação e Jornalismo –, o estágio será o ponto de partida para uma reflexão sobre o impacto que a opinião publicada pelos leitores no Facebook tem nos jornalistas deste meio de comunicação social.

Neste relatório de estágio, a primeira parte é dedicada à reflexão crítica daquilo que foram os três meses de estágio entre as várias áreas do jornal, nomeadamente nas secções Local, Fugas e P3. Trata-se de um relato sucinto sobre as experiências, dificuldades, aprendizagens e trabalhos mais marcantes deste período.

Além disso, perante o facto de as audiências participarem, cada vez mais, no processo noticioso, seja através dos comentários nas redes sociais, seja nos *websites* dos próprios média, surgiu a necessidade de tentar compreender o impacto que esta participação tem nos jornalistas. Para tal, e num terceiro momento, antecedido por um enquadramento teórico sobre a temática, foi recolhida uma amostra de 349 artigos para entender que tipo de comentários são feitos às notícias publicadas pelo Público no Facebook – a rede social mais relevante em Portugal. Na tentativa de responder à pergunta formulada, constituem-se também como objetivos da investigação: saber quais os tipos de comentários mais recorrentes nas notícias publicadas no Facebook pelo jornal Público; perceber o impacto que esses comentários do Facebook têm nos jornalistas; verificar se há uma secção que suscite mais comentários; averiguar a frequência com que os jornalistas veem os comentários; saber qual é a perceção dos jornalistas sobre esses comentários (se são mais positivos ou mais negativos); entender se existem comentários que levam à retificação da notícia; apurar outros comportamentos que resultam dos comentários, como a alteração das notícias ou a simples resposta cordial ao leitor; analisar as consequências dos comentários, nomeadamente saber se há um melhoramento da qualidade do texto jornalístico ou se, pelo contrário, esses comentários causam equívocos; perceber se os comentários feitos são justos e/ou construtivos ou se, pelo contrário, nada acrescentam ao trabalho jornalístico; e, por fim, apurar se, dos comentários publicados, alguns deles trazem novas ideias e/ou pistas para outras notícias ou para a continuação da peça já divulgada.

Por recusarmos uma análise simplista, baseada apenas nos dados obtidos pelo programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), esta investigação conta ainda com a aplicação de um questionário a 32 jornalistas do Público que mantêm, no seu quotidiano, contacto com as redes sociais e, mais concretamente, com o Facebook.

A terceira parte deste trabalho é, portanto, dedicada ao estudo empírico propriamente dito, com a explicitação da pergunta de partida, dos objetivos, da metodologia, dos resultados das análises efetuadas e das considerações gerais. As conclusões são explanadas na quarta parte do relatório, ao qual se seguem as referências bibliográficas e os apêndices.

Parte I – A experiência de Estágio curricular no Jornal Público

1. Uma escolha acertada

Escrever para o Público foi, desde a minha entrada para a universidade, o meu grande objetivo enquanto profissional. Durante o período de seleção do local de estágio, não hesitei: a minha primeira opção foi o Público. Era uma escolha óbvia: é o jornal que mais leio e o único que assino; é o órgão de comunicação com que mais me identifico; e é um jornal diário português de referência. Assim, continuar o meu percurso jornalístico nesta redação foi a minha melhor escolha. Há toda uma familiaridade na redação, bem como uma grande distinção e sobriedade nos temas que são abordados. É uma grande escola de jornalismo e eu tive sempre o desejo de conhecer os seus bastidores. A oportunidade surgiu e tentei aproveitar ao máximo todos os ensinamentos.

1.1. A empresa

A data oficial do surgimento do jornal diário matutino português Público remonta a 1990. Integrando atualmente a sub-holding da Sonae para as áreas da comunicação – Sonaecom –, o primeiro número do Público saiu para as bancas a 5 de março de 1990 com um Estatuto Editorial que ainda se encontra em vigor. Assumidamente europeísta, o jornal associou-se, desde o início, a publicações como as do *El País*, *La Repubblica* e *Le Monde*, assim como do *New York Times* ou do *Washington Post*, sendo considerado um dos jornais de referência em Portugal.

Desde a data do seu primeiro lançamento que o jornal Público, generalista e de âmbito nacional, defende ser “orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica” (Estatuto Editorial do Público, 1989, segundo parágrafo¹). Continua a ser um jornal diário, apesar de ter perdido alguns suplementos e de ter remodelado algumas secções. Atualmente, para além do jornal diário (P1), existem quatro suplementos físicos, nomeadamente o P2, o Ípsilon, o Culto e a Fugas. Com uma nova direção, constituída após a demissão da equipa de David Dinis, o Público, representado por Amílcar Correia, Ana Sá Lopes, David Pontes e Tiago Luz Pedro, revela-se “um jornal independente de todos os poderes”, “a par das mudanças e dos desafios do país”, bem como “um jornal livre, inconformista, irreverente e crítico”, “empenhado em promover os valores do seu estatuto editorial” (Direção Editorial, 2018).

¹ <https://www.publico.pt/nos/estatuto-editorial>.

O jornal apresenta duas edições distintas – uma no Porto e outra em Lisboa. Contudo, as secções em que este se divide são as mesmas: Política, Sociedade, Local, Economia, Mundo, Ciência, Cultura e Desporto. Acrescente-se a esta lista o “Destaque” diário, espaço notável pela atualidade do tema, pela profundidade com que é trabalhado, podendo-se encontrar nas primeiras páginas da publicação e em formato de reportagem, opinião e entrevistas.

O caderno diário do Público abrange ainda o Espaço Público (que inclui crónicas, editoriais, colunas de opinião e cartas dos leitores) e os Classificados. Logo a seguir aos Classificados, há um espaço dedicado à agenda cultural (que agrega outras informações úteis, como a previsão meteorológica e a lista de farmácias de serviço do dia), dividido em duas partes: “Ficar” e “Sair”. O primeiro junta essencialmente a programação televisiva, dando destaque a determinados filmes, documentários ou programas. O segundo pretende informar o leitor sobre os horários das sessões de cinema, teatro ou dança, de concertos ou exposições, e alia ainda a avaliação dos filmes mais recentes – em sistema de estrelas (i.e., uma estrela para um filme fraco, cinco estrelas para um filme excelente) –, feita pelos críticos do Público. Na última página deste segmento há também jogos de palavras cruzadas ou de sudoku. O jornal tem um custo de 1,20 euros (de segunda a quinta-feira) e de 1,70 euros (sexta-feira, sábado e domingo).

O jornal, marcado pelo ciclo noticioso, apresenta alguns suplementos específicos. Às sextas-feiras, lançam-se o Inimigo Público, que tem redação independente e visa fazer uma sátira à atualidade, e o Ípsilon, um suplemento cultural que complementa a secção de Cultura do Público. A revista Fugas, dedicada ao lazer e às viagens, sai aos sábados, apesar de funcionar online durante a semana, e o P2 sai aos domingos, juntando os textos de leitura mais longa, como reportagens e ensaios. Também a revista Culto sai aos domingos, mas com enfoque em temas sociais ou de *lifestyle*.

Na era da digitalização e num mundo que escolhe, cada vez mais, o online como forma de consumo mediático, o *website* do Público apresenta ao leitor todos os artigos que são publicados no jornal, assim como artigos exclusivos, mais concretamente galerias fotográficas, podcasts e peças multimédia, apesar de esta leitura se fazer mediante uma assinatura. Apostando cada vez mais no audiovisual, também a aplicação para smartphones do Público permite o acesso a todos estes conteúdos. Neste âmbito, o “Público.pt” tenta adaptar-se aos novos formatos tecnológicos através de conteúdos novos e melhorados. O P3, projeto que se mantém apenas no online, tem em conta um público-alvo específico: os jovens.

Até há pouco tempo, o jornal contava com um Provedor do Leitor, cargo que visava, por um lado, disponibilizar ao leitor a figura de “um interlocutor permanente, independente e responsável pela defesa dos seus direitos”, como se pode ler no “Estatuto do Provedor do Leitor do Público” (Livro de Estilo do Público, 1997, primeiro parágrafo) e, por outro, “constituir para os jornalistas do Público uma instância crítica do seu trabalho à luz das normas deontológicas que regem a profissão”, continua o documento. De acordo com este estatuto (1997), o provedor deveria ser “uma pessoa de reconhecido prestígio, credibilidade e integridade pessoal e profissional, cuja atividade principal tenha estado nos últimos cinco anos relacionada com a problemática dos média, de preferência enquanto jornalista” (Livro de Estilo do Público, 1997, sexto parágrafo). O último provedor do Público foi o professor José Paquete de Oliveira. Depois da sua morte, em Junho de 2016, o jornal não lhe arranhou sucessor e o cargo ficou até hoje por ocupar.

1.2. O percurso histórico

O ano de 1990 foi marcante para a história da imprensa em Portugal. A 5 de março desse ano, depois de meses de preparação, é publicada a primeira edição do Público. Na capa, o destaque foi para Álvaro Cunhal e para a sua sucessão no PCP, havendo espaço para se fazer referência ao clássico entre o Futebol Clube do Porto e o Sporting Clube de Portugal, que ocorrera no dia anterior. O objetivo desta redação, com nomes consagrados do jornalismo português, era revolucionar o panorama da época e fazer um jornal capaz de estar à altura dos principais títulos internacionais.

José Vítor Malheiros, um dos fundadores do Público, descreve da seguinte forma o panorama cultural que se vivia em Portugal aquando da fundação deste jornal e dos objetivos dos jornalistas que, no final dos anos 80, começaram a preparar um novo diário:

O jornalismo tradicional [em Portugal] estava então muito marcado pela escola d’ “O Século” que tinha uma evidente qualidade literária (se bem que não só no bom sentido) e onde era visível a influência cultural do Estado Novo. A cultura dominante – com naturais exceções – era de um ‘jornalismo de secretariado’, onde as insuficiências técnicas dos jornalistas eram evidentes em várias áreas (...). Nós queríamos um jornalismo que fosse mais profissional e rigoroso na escrita, sem perder a qualidade literária. Mais anglo-saxónico, criativo, moderno, aberto e profundo, atrevido e interventivo (Malheiros, citado em Rebelo, 2011, pp.595-596).

Segundo Malheiros, o projeto surgiu de uma proposta feita por Vicente Jorge Silva, primeiro diretor do Público e antigo coordenador da edição da Revista – suplemento do *Expresso* – juntamente com um grupo de jornalistas deste mesmo semanário, que queriam fundar um novo jornal diário. Primeiramente, foi feita a proposta a Francisco Pinto Balsemão, diretor do semanário, que não quis levar a cabo a ideia, pois “havia uma grande agitação nessa altura no panorama mediático português por causa das televisões privadas que estavam a aparecer” (Malheiros, citado em Rebelo, 2011, p.595). Já Belmiro de Azevedo gostou da ideia, tendo em conta que almejava ser proprietário de um grande grupo mediático. Não obstante, “os contactos com a Sonae foram prudentes de início, com algum receio de que o empresário estivesse, sobretudo, interessado em criar um órgão de propaganda. Mas os objetivos de uns e de outros revelaram-se compatíveis” (Malheiros, citado em Rebelo, 2011, p.595). Estava tudo pronto para ser lançado o projeto. Meses antes do lançamento do Público, numa carta assinada por Belmiro de Azevedo, a equipa fundadora assumia o desafio de criar um jornal diário que levasse ao leitor informação moderna e de qualidade. O presidente da Sonae queria intervir na paisagem mediática portuguesa e, como tal, recorreu a uma tecnologia de ponta e contratou conceituados profissionais.

A equipa fundadora do Público era constituída pelos jornalistas Vicente Jorge Silva, Joaquim Fidalgo, Jorge Wemans, José Manuel Fernandes, Nuno Pacheco, José Vítor Malheiros, José Queirós e Augusto M. Seabra, além do *designer* Henrique Cayate. Mas não foram apenas os jornalistas já renomados que formaram a nova redação do jornal. A equipa decidiu colocar anúncios em diversos jornais “à procura de jornalistas que aliassem conhecimentos técnicos a abordagens criativas” (Malheiros, citado em Rebelo, 2011, p.596). Do concurso nacional, que contou com 500 candidaturas, foram selecionados 50 estagiários, que frequentaram uma formação de seis meses, estabelecida pelo jornal, dos quais mais de metade foram recrutados posteriormente. No que concerne às suas publicações, o Público destacou-se quer pelo conteúdo, quer pela apresentação gráfica. Apresentando-se em formato tabloide, o jornal introduziu a cor na primeira página e distinguiu-se por fazer uma cobertura jornalística mais aprofundada dos acontecimentos, tendo sido o primeiro jornal a ter duas edições diferentes – uma no Porto e outra em Lisboa.

Nos primeiros anos, o jornal conseguiu sempre aumentar a sua média anual de vendas em banca, passando dos 33 mil exemplares, em 1990, para 59 mil, número que obteve em 1994, e

que é até hoje a melhor média do jornal (Nobre, 2015). O ano de 1994 foi, por exemplo, um bom ano para o Público, que obteve lucros de mais de 130 mil contos. Contudo, em 1995, chegaram os prejuízos, nomeadamente devido à crise da publicidade na imprensa, ao aparecimento das estações de TV privadas e ao facto de o jornal, nas eleições de 1995, se ter inclinado para o lado socialista. Nesta altura, gerou-se um conflito entre os responsáveis editoriais e os acionistas, o que levou, seguidamente, à saída de Vicente Jorge Silva do jornal, em 1996. Nicolau Santos foi o seu sucessor na direção, mas só esteve à frente do jornal durante um ano. Mas, ainda antes da saída de Vicente Jorge Silva, o jornal criou o “Público.pt”, um *site* informativo online que contava com o trabalho de alguns jornalistas dedicados exclusivamente aos conteúdos digitais. Este projeto começou por ser independente, mas acabou por se integrar na empresa em Janeiro de 2006 (Malheiros, citado em Rebelo, 2011).

Após a saída de Nicolau Santos, Francisco Sarsfield Cabral foi escolhido para diretor do jornal, cargo exercido entre dezembro de 1997 e março de 1998. Depois dele, José Manuel Fernandes, um dos fundadores do jornal, assumiu os destinos do Público até 2009. Durante esse período, o jornal conheceu períodos financeiramente positivos, apesar de ter ficado conotado com uma suposta ligação à direita política. Após algumas polémicas políticas, José Manuel Fernandes decidiu abandonar o cargo, sendo substituído por Bárbara Reis, que assumiu funções no dia 1 de novembro de 2009. A antiga editora do Público queria repor a credibilidade do projeto e conseguiu-o, de certa forma. Porém, vivenciou uma das situações mais difíceis no jornal: o despedimento coletivo de 48 trabalhadores (dos quais 36 jornalistas), em 2012. A medida foi na altura justificada pela administração, que pretendia garantir a sustentabilidade do diário. No final de 2013, apesar dos bons resultados, uma outra ameaça de despedimento coletivo pairou sobre a redação. Entretanto, em maio de 2016, depois de sete anos à frente do Público, Bárbara Reis anunciou que iria abandonar o cargo. O seu sucessor foi David Dinis, que assumiu o cargo de diretor do jornal no início de outubro de 2016. No entanto, na sequência do despedimento, por parte da administração, do diretor-adjunto Diogo Queiroz de Andrade, também David Dinis abdicou desta função em 2018 (Público, 2018a). Manuel Carvalho é, no tempo de escrita deste relatório, o novo e atual sucessor, contando com o apoio dos diretores-adjuntos Amílcar Correia, Ana Sá Lopes, David Pontes e Tiago Luz Pedro. Nascido em Alijó em 1965, Manuel Carvalho fez parte do grupo de estagiários que integraram a primeira redação do Público no final de 1989, tendo trabalhado na década seguinte na área da Economia. Antes disso, foi professor do ensino básico durante dois anos. Também trabalhou no Diário Económico, como repórter. Foi jornalista

fundador do Público, na secção de Economia, e subdiretor e diretor-adjunto entre 2000 e 2012, nas direções de José Manuel Fernandes e Bárbara Reis. Foi também redator principal nas instalações do Porto (Público, 2018a).

1.3. Prémios, Concorrência e Vendas

Hoje, assiste-se a uma consolidação da Internet, sendo esta uma das principais fontes de informação. A Internet surge como uma forma de superar certas dificuldades sentidas pelos órgãos de comunicação, mais concretamente os custos associados à produção e à distribuição. Com efeito, os novos meios de distribuição de notícias revelam-se uma oportunidade para os média, possibilitando uma atualização e divulgação noticiosa mais célere. Além disso, trouxe novas linguagens e competências, que fazem com que a informação coabite quer em meios tradicionais, quer nos novos meios (Jerónimo, 2015).

Segundo a informação disponibilizada pelos Relatórios de Contas dos grupos mediáticos portugueses, por exemplo, o jornal Público, entre 2007 e 2015, viu o seu volume de negócios diminuir 55%. Não obstante, a diminuição da circulação em papel não significa que os indivíduos consumam menos notícias. Pelo contrário, a exposição a conteúdos noticiosos tem aumentado, sendo a Internet uma das razões para tal. No entanto, nem sempre as empresas alcançam a devida remuneração pela distribuição deste produto e, mesmo com publicidade nos *sites* dos títulos informativos, o seu valor é menor do que na publicidade no papel de outrora. Tal significa que ainda “é o papel que paga os produtos informativos”, apesar de o futuro estar no digital (Silva, 2018).

De acordo com Pereira (2019), a imprensa continua a vender mais em papel do que no online. No caso do jornal Público, as vendas subiram e os assinantes digitais aproximaram-se dos compradores em banca. Entre janeiro e abril de 2019, o Público vendeu, nas bancas, uma média de 13.639 exemplares por edição, o que representa uma subida de 9% relativamente aos mesmos meses de 2018. Já na plataforma digital, o jornal registou 12.728 assinantes, um aumento de 11%. Também em abril de 2019, o jornal passou a disponibilizar conteúdos online exclusivos para assinantes. Ora, o Público continua a ser o único jornal generalista a apresentar um saldo positivo com o crescimento de 13,9% na circulação digital paga. O saldo final é uma circulação total paga de 30.101, que representa um crescimento de 4,4% relativamente aos 28.845 que o diário da Sonaecom registava nos primeiros dois meses de 2018 (Durães, 2019).

Em 2018, o Público continuou a executar a sua estratégia digital, reforçando as suas competências digitais e a presença em plataformas online. Desde logo, foi reconhecido, entre outros, pela SDN (Society for News Design) que já lhe atribuiu três Prémios de Excelência a capas do Ípsilon, um prémio de Jornal Nacional diário do ano e um Prémio de Ouro de melhor capa. O Observatório de Ciberjornalismo, por sua vez, também distinguiu o Público, atribuindo um Prémio de Excelência ao seu *website*. Além disso, o desempenho positivo das receitas de subscrição online e dos conteúdos, aliados a uma nova metodologia de registo de custos de distribuição, traduziram-se num crescimento de 4,0% no total das receitas, quando comparadas com 2017 (Sonaecom, 2018).

1.4. A Sonaecom e a relação com outros grupos de comunicação

Durante o exercício de 2013, ocorreu uma operação de fusão por incorporação da Optimus SGPS, S.A., na Zon Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A., tendo o segmento de telecomunicações do grupo Sonaecom sido classificado como uma unidade operacional descontinuada. Desta forma, atualmente, os negócios do grupo consistem nas seguintes atividades: multimédia e consultoria em sistemas de informação. Na área da multimédia, destaque para o Público, um jornal diário que se encontra na quarta posição entre os jornais diários, no que diz respeito à circulação. É líder online e registou, em 2015, uma média mensal de 1,6 milhões de visitantes. Difunde a sua informação em distintas plataformas: imprensa, Internet e telemóvel (Martins, 2015).

No entanto, mesmo um jornal com esta importância acaba por “sofrer” com as crises do jornalismo, mais propriamente do jornalismo impresso. De acordo com dados do INE de 2016, tratados pela Pordata², assistiu-se a um decréscimo da venda de jornais e revistas na ordem dos 17,6%. De modo a lutar contra esta quebra, o jornal tem dedicado mais atenção à internet e tem-se distinguido no online. O panorama dos jornais impressos, embora distante dos níveis apresentados noutros tempos, dá sinais de uma ligeira recuperação.

Para além de apresentar métricas elevadas nas redes sociais – trata-se de um jornal com mais de um milhão de seguidores no Facebook e cerca de 690 mil no Twitter –, em fevereiro de 2018, uma notícia publicada no jornal deu conta de que o Público “foi o único diário generalista

2

<https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+edi%C3%A7%C3%B5es++tiragem++circula%C3%A7%C3%A3o+e+exemplares+vendidos-402>

português que conseguiu aumentar as vendas em relação a 2016, com um crescimento na ordem dos 7% no total da circulação paga”, segundo dados da APCT – Associação Portuguesa do Controlo de Tiragens (Público, 2018b).

A este fator junta-se a maior presença no online: “vendas do Público crescem e assinaturas online superam compras em banca”. Em maio de 2019, as linhas das vendas em banca e das assinaturas online cruzaram-se. Nesse mesmo mês, o Público vendeu uma média de 13.905 exemplares por edição (face a 13.652 em janeiro e 12.440 em maio de 2018) e somou 14.282 assinantes digitais (eram 12.792 em janeiro). Em junho, as vendas em banca eram de 13.888 exemplares por edição, ao passo que na Internet as assinaturas subiram para 14.909 (Pereira, 2019).

Não é fácil estimar o número de assinantes online de todos os jornais portugueses, mas números divulgados em agosto de 2018 pela ACPT não são animadores. Aliás, “na soma dos cinco jornais generalistas auditados pela associação, a circulação paga digital regista um crescimento de apenas 1,5%, comparando os períodos de janeiro a agosto de 2017 e 2018” (Durães, 2008, S/P).

1.5. Contexto de imprensa em crise

Os jornais têm vindo a ser um dos principais alvos no que diz respeito aos efeitos do avanço tecnológico. Atualmente, com o uso massificado da Internet, os jornais estão a ver-se obrigados a reinventarem-se (Alcadipani, 2007). Assim, “os novos produtos em formato digital” influenciam o setor da imprensa tradicional e traduzem-se em “agentes de mudança incremental e inovação radical e disruptiva”, uma vez que interferem nas lógicas de uso e consumo de notícias (Quintanilha, 2018, p.138).

Efetivamente, assiste-se a uma mudança tecnológica no setor da imprensa escrita e no seu segmento em papel, pois, ao longo do tempo, as vendas de jornais no formato físico têm diminuído. Vivemos, portanto, na “era da hiper-informação e do imediatismo online, e em função da forte migração dos públicos de notícias para os formatos online sustentados no multiformato, policentralidade e participação” (Queuniet, citado em Quintanilha, 2018, p.138).

A leitura de jornais pagos e respetivas receitas estão em declínio nos países ocidentais. Para além disso, os utilizadores da Internet e das plataformas digitais não estão propriamente

dispostos a pagar por notícias, tendo em conta que, com a migração dos públicos para o digital, o consumo noticioso passou a implicar gratuidade, negligenciando igualmente o formato físico. Tal obriga o setor da imprensa a reduzir os custos associados à produção noticiosa no formato tradicional, investindo-se, em simultâneo, em plataformas de produção e disseminação de notícias, que podem não ter perspectivas de viabilidade (Quintanilha, 2018).

De acordo com Quintas et al. (2017), excetuando a ZON/Optimus e a Sonaecom, todos os grupos de comunicação social apresentam quedas no seu volume de negócios em 2013 face ao ano anterior. Conforme os dados do relatório do Banco de Portugal (citado em Quintas et al., 2017), os grupos de comunicação social atuam, cada vez mais, a nível transnacional, seja em termos de produção, seja em termos de criação e difusão de conteúdos, numa lógica de integração vertical, fomentada pelo desenvolvimento digital, que permite a exploração da interatividade entre consumidores, canais de difusão e fornecedores de conteúdos e publicidade. Além disso, esses mesmos conteúdos são transmitidos através de uma variedade de plataformas de distribuição. Esta solução visa responder à crise financeira e aos desafios que se têm colocado ao setor, nomeadamente na tentativa de satisfazer consumidores e publicitários (Quintas et al., 2017).

2. O estágio

Inserido no plano curricular da vertente profissionalizante do mestrado em Ciências da Comunicação, o estágio que me foi proporcionado pela Universidade do Minho teve a duração de três meses. É deveras importante, tendo em consideração que, para muitos, é o primeiro contacto que se estabelece entre o mercado de trabalho e o aluno. Apesar de esse não ter sido o meu caso – graças às atividades extracurriculares que desenvolvi e aos dois anos de experiência profissional vividos antes do mestrado – esta foi uma vivência encarada como uma grande escola. Cresci profissionalmente e pude realizar um dos meus objetivos: o de estagiar naquele que é, para mim, o jornal português de referência. Assim, adquiri uma postura mais profissional e fui capaz de desenvolver, ainda mais, a minha capacidade crítica.

O estágio teve início no dia 2 de julho de 2019, tendo sido acolhida pela secretária de redação Lucinda Vasconcelos, bem como pelo meu orientador de estágio na empresa David Pontes. Não obstante, os editores das várias secções também me iam dando trabalho e assistindo à minha evolução. Desde logo, a editora do Local (que está em Lisboa, mas com quem ia mantendo o contacto via chamada telefónica ou via correio eletrónico), Ana Fernandes; os editores da Fugas Sandra Costa e Luís Santos (Porto e Lisboa, respetivamente); e as subeditoras do P3, Ana Maria Henriques e Amanda Ribeiro fizeram-me sentir em casa, acompanharam-me ao longo dos três meses e foram sempre correspondendo à minha ânsia de trabalho, dando-me mais responsabilidade. A estes jornalistas estou muito grata, assim como a outros editores para quem escrevi, bem como aos meus colegas que se prontificaram para me ajudar sempre que eu precisei. Durante este período de acompanhamento, aprendi bastante sobre as normas de escrita do jornal e sobre como evitar certas redundâncias. Embora estivesse destinada à secção Local que, devido ao seu amplo carácter, alberga diferentes temas, podia facilmente cair noutras. Feitos os contactos e terminada a redação, faltava apenas o feedback: de todas as fases, talvez tenha sido a mais importante e útil. Com a ajuda de jornalistas experientes, o estagiário aprende, reavalia e questiona o que escreveu e a forma como o fez. Com esta revisão, feita antes de a notícia ser visualizada pelo editor da secção – normalmente pelo Abel Coentrão, mas também pela Mariana Correia Pinto e pelo Álvaro Vieira –, senti que passei a cometer menos erros e refletir sobre o modo como poderia passar as minhas ideias para o papel.

O primeiro dia de estágio resultou logo em duas notícias, publicadas no dia seguinte no jornal impresso – “Maia recicla mais de cem toneladas de têxteis em meio ano” e “PSP apreende uma

tonelada de plantas e folhas de *cannabis*” (anexo I). Foi um dia muito intenso, mas muito valioso em termos práticos. Com a ajuda do Abel Coentrão e do David Pontes, pude pôr de imediato os meus conhecimentos em prática. Mas o dia em si dividiu-se em dois momentos. Durante a manhã, e com a ajuda de outros jornalistas e estagiários, inteirei-me do funcionamento do BackOffice do jornal, do acesso aos *takes* das agências de informação, de algumas regras do Livro de Estilo (que fui desvendando ao longo dos três meses e com a ajuda do *copy editor* Aurélio Moreira, que pegava no dicionário ou no Livro de Estilo do Público e me esclarecia sobre qual a forma correta de escrever), dos telefones e do meu e-mail no jornal (cada vez que chega um novo estagiário à redação é-lhe atribuído um e-mail). Da parte da tarde, passei à escrita propriamente dita, que envolveu muita pesquisa e responsabilidade.

Apesar de ter constatado que não há propriamente uma rotina para os jornalistas, a minha começava às 8h30, quando apanhava o comboio para o Porto e ia lendo o jornal do dia. Todos os jornalistas leem o jornal mal chegam à redação, mas, para estar sempre disponível para qualquer trabalho, optei por ir lendo o jornal no comboio (sou assinante e posso ler através do telemóvel). Era rotina, na redação, para além de se ler o jornal do dia, consultar as notícias de outros diários. Era também durante a manhã que adiantava notícias de carácter não urgente ou contactava fontes para outros artigos pendentes. Durante o dia, na redação do jornal, a televisão estava quase sempre sintonizada na SIC Notícias. Esta ação de ler o jornal mal se chega ao trabalho ou, no meu caso, no comboio, revelou-se muito importante, na medida em que, para além de sabermos o que está na agenda, vamos guardando na memória alguns assuntos que podem ser uma mais valia para artigos posteriores. Eu dedicava mais atenção às secções Sociedade, Local, Mundo e Cultura – na imprensa escrita – e às secções P3 e Fugas – no online. Como não sou natural da cidade do Porto, e tendo em conta que muitos dos trabalhos que realizei incidiam sobre esta área geográfica, esta rotina foi essencial para me familiarizar.

Em determinadas alturas, notícias de outros diários acabaram por servir de mote para abordar um tema de outro ângulo. É o exemplo da notícia que escrevi para o P3 “De Dublin ao Porto, sem usar o avião: Ana vai pedalar pela Greenpeace”³, sugerida por uma das subeditoras desta secção. Além disso, fui ajudando vários editores com as notícias do dia e fui a várias conferências de imprensa, sessões de informação e acontecimentos locais (como incêndios⁴),

³ <https://www.publico.pt/2019/07/16/p3/noticia/de-dublin-ao-porto-sem-usar-o-aviao-ana-vai-pedalar-pela-greenpeace-1879954>.

⁴ <https://www.publico.pt/2019/07/17/local/noticia/incendio-destroi-negocio-60-anos-predio-nascer-hostel-1880309>.

para além das reportagens que desenvolvi, como a da criação de uma área protegida em Lousada (anexo II).

Contudo, confesso que esperava uma rotina diferente da parte da manhã, tendo em conta o que me foi transmitido nas aulas e perante a minha experiência num órgão de comunicação local. Acreditava que fosse atribuída aos estagiários a ronda telefónica, isto é, o processo de contactar fontes institucionais ou oficiais para recolher dados de possível interesse noticioso. Algo que não aconteceu. Segundo soube mais tarde, o jornal fazia estas rondas, mas foi perdendo o hábito. Se, por um lado, poderia levar a uma maior abertura no contacto com fontes de informação institucionais, por outro lado fez com que se salvaguardasse mais tempo para a redação de notícias e para a procura de temas de maior interesse para o jornal.

Desde o primeiro momento que me foi dada liberdade para escrever e apresentar algumas notícias, sendo que algumas das sugestões foram inclusive aceites. Mas, tendo em conta que estagiei durante o Verão – e atendendo ao facto de estarem constantemente jornalistas de férias – fui respondendo às sugestões dos editores, sempre com a maior disponibilidade possível e com a urgência pedida. Quando estava a ficar sem notícias para fazer a seguir, perguntava aos vários editores disponíveis, incluindo aos editores online, se precisavam que fosse feita alguma peça, pelo que não tive períodos “mortos”, chamemos-lhes assim. Estive constantemente a trabalhar, ora para uma secção, ora para outra. Foram três meses intensos, dos quais muito me orgulho. Até porque, estando mais jornalistas de férias – e apesar de haver quem possa dizer o contrário –, senti que o trabalho e a responsabilidade aumentaram. Passado o mês de agosto, notei também que houve uma mudança na redação. Os jornalistas iam chegando e as pequenas ilhas que compõem a redação foram ficando, aos poucos, preenchidas. De referir que algumas secções, como Desporto, Política ou Sociedade fecham mais tarde e, por isso, os jornalistas saem também mais tarde da redação.

Apesar de nunca ter assistido a nenhuma reunião com os vários editores e com a direção do Público (onde se decidem os destaques do jornal e a manchete do dia seguinte), consegui perceber a importância da mesma, nomeadamente para organizar um jornal diário de âmbito nacional. Nesta reunião, feita em videoconferência com os editores e diretores-adjuntos, normalmente realizada a meio da tarde, dei-me conta de que cada editor tem liberdade para escolher as notícias do dia. Percebi ainda que os temas e o espaço para cada notícia são

discutidos entre todos. Há uma negociação flexível entre editores e direção, sendo que são ouvidas também as sugestões dos próprios jornalistas de cada secção.

O período de estágio decorreu com normalidade e vi serem publicadas mais de 120 notícias assinadas por mim, quer na versão impressa, quer na versão online do jornal, algumas das quais foram peças de abertura (mais concretamente no Local, secção escolhida pelo meu orientador para estagiar e na qual aprendi imenso). Devido à natureza da secção onde me encontrava, houve muitas oportunidades para sair da redação, a um ritmo quase semanal. Desta experiência, destaco o contacto com jornalistas de outros órgãos de comunicação, experiência que considero muito positiva. O facto de poder assinar as notícias é também muito gratificante. Poder assinar quer na versão impressa, quer no online é um reconhecimento do trabalho produzido, ao mesmo tempo que permite ao estagiário adquirir um outro sentido de responsabilidade. No final de cada notícia, o jornal coloca uma nota que visa responsabilizar o próprio órgão de comunicação pelo trabalho do estagiário. Desta forma, “o jornal adotou um sistema de coassinatura para os textos dos estagiários, usando a expressão ‘editado por...’, de forma a incluir e a responsabilizar o profissional credenciado que acompanhou o trabalho”, lê-se numa notícia do jornal aquando de uma diretiva da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista que ameaçava aplicar coima ao jornal por esta prática (Henriques, 2014).

Nas primeiras semanas de estágio, as peças que produzia para o P3 superavam as do jornal. Mas durante estes três meses acabei por trabalhar um tema para o P3 durante um período do dia, outro para o Local num outro momento e, caso tivesse tempo, ainda escrevia para a Fugas. Esta configuração exigia, forçosamente, uma mudança de “chip” no estilo de escrita. Todavia, a escrita para o P3 foi fulcral para a minha evolução no Público, assim como para a produção de títulos – que tinham de ser criativos, mas simultaneamente objetivos. Às vezes, algumas notícias publicadas online para o P3 ou para a Fugas eram “repescadas” para o jornal impresso, uma vez que tinham interesse local. Foi o caso do artigo “Festival HabitACÇÃO: a luta pelo direito à habitação também se faz com azulejos”⁵ (anexo III) e da reportagem “Em Abreiro, todos os caminhos vão dar ao figo”⁶ (que me levou a conhecer melhor Abreiro, uma freguesia portuguesa do concelho de Mirandela). Realizei vários trabalhos para o P3, mas os que mais gostei de escrever relacionaram-se com o ambiente. E foi interessante também perceber que são essas as

⁵ Quando isto acontecia, dava-se o caso de os títulos no online poderem ser diferentes dos títulos da versão impressa.

⁶ <https://www.publico.pt/2019/09/19/fugas/noticia/abreiro-caminhos-voao-dar-figo-1886453>.

peças mais partilhadas pelos leitores, como foi o caso da notícia sobre a plantação, num só dia, de 350 milhões de árvores na Etiópia⁷. Também foram vários os artigos que escrevi para a Fugas, secção que, pela sua essência, me fez explorar mais os espaços de lazer e a gastronomia, bem como entrevistar as pessoas diretamente (algo que parece que caiu em desuso, uma vez que o “jornalismo de secretariado” continua a prevalecer nos dias de hoje). É o caso da reportagem que fiz sobre o hotel PortoBay Flores, onde pernoitei por uma noite (anexo IV).

2.1. Contacto com as fontes de informação

Dentro de uma redação, o estagiário deve estar atento a todas as rotinas de produção, às relações entre jornalistas e editores, a todas as cedências feitas aquando da publicação de dada notícia. Tentei ser uma observadora atenta, o que me levou a pensar em algumas questões fulcrais no jornalismo. Ao longo dos meses, chamou-me especialmente a atenção a relação que os jornalistas estabelecem com as fontes de informação, como são exemplo os assessores de imprensa. É uma relação que deve ser trabalhada e que tem, obrigatoriamente, de existir. Até porque nem tudo o que nos chega através dos comunicados de imprensa está correto, sendo preciso verificar toda e qualquer informação. Aconteceu-me ter de escrever uma notícia para o P3 e de, posteriormente, verificar que a informação que nos havia sido enviada dizia respeito ao mesmo assunto, mas com um ponto de vista enviesado. Assim, há que perceber que a fonte é sempre parte interessada na notícia e que o jornalista deve ter o cuidado de, tendo noção disso mesmo, contactar outras fontes e cruzar informação – Princípio do Contraditório. Desta forma, consegui inteirar-me do trabalho cada vez mais organizado das fontes de informação, contactei fontes oficiais (de quem é difícil obter informação atempadamente, quando a conseguimos, de facto, obter) e fui para a rua falar com os cidadãos comuns, nomeadamente para fazer uma reportagem sobre a opinião dos cidadãos acerca do Programa de Apoio à Redução Tarifária nos transportes públicos (anexo V). É que as “fontes de informação estão bem organizadas e é essa organização que lhes garante, em grande parte, uma presença permanente nos média” (Lopes et al., 2011, p.101).

Foram várias as situações caricatas com que me deparei, como a fonte que telefonou no dia anterior a dizer que não queria que as suas declarações fossem escritas da maneira como as disse; a fonte que não quer ser citada de forma alguma, mas que quer dar informação; a fonte

⁷ <https://www.publico.pt/2019/07/30/p3/noticia/recordes-sustentavel-etiofia-planta-350-milhoes-arvores-dia-1881719>.

que, depois da peça já estar publicada, tenta pressionar o jornalista e o editor, dando conta que os títulos não lhe agradam; ou a fonte que quer consultar a notícia antes de esta ser publicada – “só para confirmar se o que é dito está correto”.

Como afirma Pinto (2000, p.278), “as fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista”, daí serem entidades interessadas. E, se há notícias, acrescenta, é porque há “quem esteja interessado que certos factos sejam tornados públicos”.

Creio que a experiência mais difícil durante o estágio, se assim se pode dizer, foi a reportagem que realizei sobre os logradouros (anexo VI), uma vez que parti de um acontecimento isolado – o abate de árvores num logradouro do Porto – para uma notícia mais aprofundada sobre o tema. Implicou vários dias de pesquisa e vários telefonemas para as fontes oficiais, que nem sempre estão disponíveis para falar. Depois de vários contactos, consegui reunir algumas fontes que me falaram sobre o assunto e me deram um melhor contexto. Também a reportagem já mencionada sobre a opinião dos utentes acerca do Programa de Apoio à Redução Tarifária nos transportes públicos não foi propriamente fácil, uma vez que as fontes oficiais ou não respondiam de todo ou não queriam ser citadas – apenas o foram como “fonte oficial”. Demorou algum tempo e exigiu toda a minha atenção, pois era um assunto deveras importante, sobretudo para a população que anda de transportes públicos.

Neste sentido, é de realçar a importância de um jornalista possuir uma lista de contactos. Claro que a minha foi feita após o estágio. Enquanto estagiei, fui pedindo vários contactos a diversos jornalistas, que me iam também ajudando nesta tarefa de obter conteúdos diversificados para as minhas notícias.

2.2. A rotina diária vivida na redação

Um dia normal na redação do Público do Porto traduzia-se em, aproximadamente, oito horas na redação (das 10h00 às 18h00), apesar de terem existido dias em que estas podiam chegar às nove ou dez horas. Nunca quis deixar nada por fazer. Portanto, este trabalho alternava entre peças pedidas pelos editores, algumas marcadas previamente, e notícias de última hora que precisavam de cobertura (como os incêndios).

De manhã, consultavam-se sempre os *websites* noticiosos, lia-se o jornal do dia e outros diários, até para comparar a informação. Esta situação decorria até, aproximadamente, ao meio-dia. Em

seguida, os jornalistas consultavam o e-mail e falavam com a editoria para decidir que peças iriam ser escritas. Contudo, este processo não era uma rotina. A manhã tanto podia decorrer desta forma, como podia ser mais atribulada. E era-o sempre que os jornalistas tinham notícias para escrever ou reportagens para fazer no terreno. No meu caso em específico, e como já mencionei, lia o jornal no comboio e, mal chegava à redação, consultava o e-mail para ver se tinha notícias para fazer – isto, se não tivesse nenhuma pendente do dia anterior ou alguma reportagem agendada para fazer no terreno. Caso não tivesse nenhuma destas tarefas ou nenhuma informação na caixa de correio, mandava e-mail a dois ou três editores, quer a fazer sugestões, quer a “pedir” sugestões de notícias para escrever.

Se não surgisse mesmo nada, era meu dever enquanto estagiária consultar agências noticiosas como a Lusa (a única aplicável para a secção Local), puxando-as sempre que achasse necessário para a editoria, assim como passar vistoria nos *websites* de notícias de concorrência direta, como o *Jornal de Notícias*, o *Diário de Notícias*, o *Observador* ou o *Expresso*. Claro que para o P3 ou para a Fugas, os *websites* consultados eram diferentes – falo então do *The Guardian*, *Time* ou *The Washington Post*. Quando me pediam para escrever notícias de âmbito internacional, como aconteceu nas secções referidas, mas também em Desporto⁸ e em Cultura⁹, era a estes órgãos de comunicação que recorria.

Da parte da tarde, havia sempre trabalho a fazer, quer fosse para a secção Local, para a Fugas ou para o P3 – as secções em que mais trabalhei. Claro que o tipo de jornalismo foi diferente, mas extremamente proveitoso. No P3, dei por mim a escrever sobre tudo um pouco – desde arquitetura¹⁰ a arte¹¹. Na Fugas, visitei alguns bares, hotéis¹², escrevi sobre frutas da época – como os figos (anexo VII) – e fiz breves sobre assuntos variados¹³.

Se, por acaso, tivesse de escrever alguma notícia de última hora e fosse a alguma conferência, esta tinha de estar pronta no mesmo dia, pelo menos até às 20h00, por forma a sair na edição impressa do jornal do dia seguinte. Exemplo disso foi a notícia da reabertura da gráfica da Porto Editora (anexo VIII).

⁸ <https://www.publico.pt/2019/09/17/desporto/noticia/sobrevivente-cancro-primeira-pessoa-nadar-canal-macha-quatro-vezes-parar-1886929>.

⁹ <https://www.publico.pt/2019/09/09/culturaipilon/noticia/supremo-tribunal-federal-brasil-proibe-censura-bd-beijo-gay-1885986>.

¹⁰ <https://www.publico.pt/2019/08/28/p3/fotogaleria/uma-casa-iluminada-em-ovar-com-um-espigueiro-vermelho-como-abat-jour-396685>.

¹¹ <https://www.publico.pt/2019/08/23/p3/noticia/loading-fest-chega-2020-setembro-conhecer-melhor-1883556>.

¹² <https://www.publico.pt/2019/10/01/fugas/noticia/novo-domo-suite-lux-1888493>.

¹³ <https://www.publico.pt/2019/09/09/fugas/noticia/momondo-ja-abriu-inscricoes-concurso-bloggers-portugueses-1886044>.

No total, escrevi 130 peças, 90 das quais online (aproximadamente). Em média, consegui escrever duas notícias por dia.

2.3. As agências de comunicação ao serviço dos média

Embora tenha noção da importância do papel das agências de notícias, como a Lusa ou a Reuters, vi essa relevância bem de perto na atividade de uma redação, em qualquer uma das secções. Como trabalhei essencialmente no Local, não pude deixar de reparar que os *takes* da Lusa são muito utilizados nesta secção.

Por norma, na edição impressa do Porto, o Local tem duas páginas. Seria de esperar que houvesse mais espaço para as notícias locais. Contudo, muitas vezes, a secção poderia ser composta por uma abertura feita por um jornalista do Público e a segunda página ter um ou dois *takes* da Lusa e nada mais. É exemplo disso a página que se segue à notícia que escrevi sobre a estreia de aluguer de trotinetas da Circ à hora ou por um dia (anexo IX).

Fui, por diversas vezes, contactada quer pelos editores online, quer pela editora do Local para ver se havia alguma notícia na Lusa que interessasse para o jornal. Por vezes, surgiam *takes* relevantes, que dificilmente se transformavam em reportagem. Pediam-me então para utilizar, de forma integral, o texto, isto é, tal como estava no *take* da Lusa, bastando copiar, corrigir (mudar para o antigo acordo ortográfico – acordo utilizado no Público) e colar no BackOffice do jornal.

Embora não seja o caso do Público, é cada vez mais frequente o uso de “noticiário oriundo de agências noticiosas ou da ‘grande imprensa’ do que “trabalho jornalístico próprio”, como “reportagem ou investigação” (Fidalgo, 2006, p.82). E, tendo em consideração os poucos recursos de alguns periódicos, é normal que aconteçam, frequentemente, situações deste género. Contudo, há já “projetos que canalizam para eles jornalistas experientes e muito qualificados, não se ficando pelo recurso a mão-de-obra barata a quem pouco mais se exige do que o adequado manuseio de *takes* das agências noticiosas” (Fidalgo, 2006, p.84).

Esta ação de recorrer às agências noticiosas, nomeadamente à Lusa, intensificou-se nas eleições legislativas de 2019. Embora, como redatora da secção Local, não tenha sido responsável pela cobertura destas eleições – essa tarefa ficou a cargo da secção de Política – lembro-me que foram várias as vezes em que os *takes* da Lusa foram utilizados¹⁴. Isto, porque, os jornalistas

¹⁴ <https://www.publico.pt/2019/09/14/politica/noticia/antonio-costa-alerta-legislativas-nao-ganham-sondagens-1886617>.

não podem estar em todos os lugares em simultâneo. É aceitável e compreensível o papel de uma agência noticiosa nestas circunstâncias. No entanto, creio que para situações mais comuns, não se deveria recorrer tanto ao trabalho enviado pelas agências. E creio, por um lado, que este foi dos aspetos menos positivos do meu estágio. Por outro lado, o estágio obrigou-me a trabalhar a construção de títulos, algo extremamente positivo para a minha formação enquanto aspirante a jornalista. Apesar de as universidades incentivarem os alunos a fazer títulos simples e informativos, a verdade é que nunca me senti confortável e confiante com o que propunha. Aliás, foram várias as vezes em que, no Público, me vi forçada a alterar o título. Com o tempo, comecei a conseguir criar títulos mais criativos, sem deixarem de ser informativos e objetivos. A muito devo esta aprendizagem ao P3.

2.4. O processo de construção da notícia

Todos os dias, os editores (no geral) têm acesso a inúmeros eventos que lhes são apresentados em *press releases*, em *takes* das agências noticiosas, em jornais, na Internet, enfim, num sem número de plataformas. Estes eventos poderiam tornar-se histórias, mas nem todos acabam publicados nos jornais ou na Internet (Schultz, 2007).

Tentando explicar esta seleção noticiosa, Ribeiro (2013, p.26) afirma que “as notícias não são um espelho da realidade”. Pelo contrário, “as notícias procedem a uma reconstrução da realidade”. Assim, perante esta situação, há uma função inerente ao jornalista:

Estabelecido um mínimo, haverá gradações, mas poder-se-á dizer que um jornalista cumpre a sua parte da promessa implícita ao papel que lhe é atribuído tanto melhor quanto mais se mantiver fiel à busca da comprovação dos factos que escolhe e à adequação das qualificações que lhe atribui (Correia, 2009, p.22).

É claro que depois existe um conjunto de critérios de noticiabilidade – já conhecido por muitos – que deve ser respeitado. Desde logo, a novidade, a atualidade, a proximidade (de tempo e espaço), a relevância, a conflitualidade, o ineditismo, a notoriedade dos protagonistas e a adequação ao jornal. Além disso, e acima de tudo, a notícia deve ser verdade. E é por aqui que começa a construção da mesma. Durante o meu estágio, apesar de não ter escolhido sempre o tema a desenvolver, alguém o fez por mim, precisamente com estes critérios e numa adequação à secção da própria notícia.

Posteriormente, e depois de me serem enviados alguns dados, que podem ser *press releases*, e-mails com alguma informação, e ainda tópicos (que deveria pesquisar e desenvolver), é tempo de contactar as fontes e tentar perceber o assunto em questão. E esta parte é fundamental: mesmo que saibamos aquilo que estamos a dizer e a escrever, é sempre importante ter declarações das pessoas por detrás do projeto ou temática noticiada. Entra aqui também o Princípio do Contraditório, pois devemos ouvir todas as fontes envolvidas no processo – algo fundamental no jornalismo.

Segue-se, após contacto com a fonte, o processo de escrever o que foi ouvido e/ou gravado e de seleccionar, posteriormente, a informação relevante para a notícia. Esta talvez seja a fase mais complexa, pois temos de pensar em tudo e mais alguma coisa: no que queremos salientar e destacar, no que o leitor quer ver noticiado e no próprio projeto editorial do jornal. Seleccionada a informação, é tempo de escrever e pôr em ordem as ideias. Segue-se, então, uma lógica jornalística, em que o mais importante vem sempre primeiro, tentando responder logo de imediato às seguintes questões: Quem?, Onde?, Quando?, O quê? e Porquê? (respeitando o lead, isto é, a pirâmide invertida). No jornal Público, após ser escrita a notícia, deve ser feita uma entrada e, claro, um título. Este último, como já mencionei, deve aliar a criatividade à objetividade. A entrada, por sua vez, deve ir direta ao assunto. O que notei nesta fase é que é difícil não repetirmos ideias e/ou expressões.

Após estarem prontas as notícias (eu escrevia-as em *word*), colocava-as no BackOffice, *software* interno do jornal Público, que requeria imagem (do banco de imagens ou tirada especificamente para a peça), título, entrada, corpo de texto, *tags* (que levassem o leitor a navegar por outras notícias ou *websites* dentro do tema em questão), relacionados (notícias publicadas anteriormente sobre o assunto) e autor. Todas as peças eram colocadas nesta plataforma, mas não publicadas. Eram, primeiramente, revistas pela editora da secção ou, na sua ausência, por outro jornalista que o pudesse fazer. Após a edição, era ocasionalmente dito o que poderia ser melhorado na escrita ou se as edições estavam ou não de acordo com o que era previsto.

2.5. A participação do cidadão

Nos dias que correm, o jornalismo tem apresentado um interesse específico nas contribuições que as pessoas podem fazer relativamente às rotinas jornalísticas. Tendo em conta o desenvolvimento das novas tecnologias, os média têm desenvolvido estratégias para que todos

possam contribuir, independentemente do formato utilizado. As pessoas são, assim, convidadas a participar nas diversas temáticas mediáticas, através do telemóvel e de outras ferramentas digitais (Ribeiro, 2012).

É o caso do jornal Público, que se tem vindo a impor cada vez mais no online. Presente em variadas redes sociais – e através, essencialmente, das contas do Público, da Fugas e do P3 – como o Facebook, o Instagram, o Twitter e o LinkedIn, este órgão de comunicação convida os leitores a participar nas discussões, sejam elas notícias, questionários, *quizz* ou sondagens. Para começar, cada jornalista possui uma conta de e-mail, que pode ser consultada no *site*, e para a qual qualquer pessoa com interesse nas matérias noticiadas pode mandar mensagem. Por norma, e sempre que o conteúdo dessas mensagens seja pertinente, o jornalista responde, tentando sempre atender às considerações da pessoa. Aliás, há uma ferramenta no *website* do Público que permite mesmo que os leitores sugiram correções para os artigos. A título de exemplo, durante o meu estágio escrevi uma notícia sobre suricatas no jardim zoológico de Lisboa, mas enganei-me no número de crias desta espécie que já se encontravam no local – o número verdadeiro destas estava no parágrafo seguinte. Este lapso passou também ao meu editor, tendo a notícia sido publicada de forma incorreta. Passado pouco tempo, surgiram os comentários, quer nas redes sociais, quer nas sugestões feitas ao jornalista. Tratámos logo de corrigir a informação. Como é política no jornal, deve sempre responder-se ao leitor e da melhor forma possível – como me explicou o editor da Fugas Luís Santos. Assim, foi esta a nossa resposta: “Boa tarde. Tem toda a razão! Mas a falha aqui foi até uma troca de parágrafos, já que essa informação, entretanto corrigida, refere-se, na verdade, ao bloco de texto sobre os suricatas adultos do Zoo de Lisboa e não às novas crias. Gratos pela chamada de atenção. Bom fim de semana!”. Assim, sempre que é pertinente, como o foi neste caso, os comentários têm sempre uma resposta do Público, que agradece toda e qualquer sugestão.

O P3, por sua vez, vai mais além e aceita sugestões dos leitores para melhorar e acrescentar algo à própria notícia. Numa outra notícia que escrevi sobre cineclubes e sobre cinema ao ar livre¹⁵, e tendo em consideração que não temos uma lista completa de todos os cineclubes que existem em Portugal, deixámos um recado aos leitores na própria notícia: “Outras sessões de cinema ao ar livre promovidas por cineclubes: Envia-nos a tua sugestão para p3@publico.pt e nós acrescentamos à lista”. Ora, perante uma lista de dez cineclubes, fomos acrescentando

¹⁵ <https://www.publico.pt/2019/07/25/p3/noticia/o-que-queremos-no-verao-ar-livre-e-cinema-gratis-pela-mao-de-cineclubes-1881007>.

outros tantos que nos foram contactando, dando oportunidade aos cidadãos de participarem, de certa forma, na notícia.

Para além do que já foi mencionado, existem os comentários que podem ser feitos nas várias redes sociais, o *chat* do *messenger* do Público (e respetivos suplementos), os comentários às notícias e os próprios telefones do jornal.

Tendo em conta todas estas ferramentas que permitem ao leitor entrar em contacto com os jornalistas, considereei pertinente analisar a forma como os comentários às notícias, nomeadamente na página do Facebook do Público, podem afetar os jornalistas.

Parte II – Apresentação da Problemática e Enquadramento Teórico

1. Apresentação e problemática

O jornalismo online trouxe grandes mudanças para os meios de comunicação. Cada *medium* passou a contar com um espaço permanentemente atualizado na internet, onde a informação chega aos consumidores de notícias em segundos, através de alguns cliques. Com esta migração, digamos assim, dos meios de comunicação para o online, o jornalista passou a ter de comunicar em diversas linguagens e em diversos meios, como as redes sociais. Ora, se a linguagem mudou, também a sua atenção mudou, uma vez que as novas tecnologias vêm dar poder e voz aos leitores, que acabam também por fazer parte de todo o processo noticioso.

Perante esta mudança de funções e mesmo de rotinas, importa saber que impacto tem esta participação do cidadão nos jornalistas, mais concretamente os comentários que se podem ler nas redes sociais. A segunda parte deste trabalho, dedicada a uma investigação, pretende saber o efeito das redes sociais e, neste caso em específico, do Facebook, nos jornalistas.

Uma das principais características da Internet passa por não ser somente digital, mas também uma rede que abarca a comunicação entre todos os elementos que a constituem. Por conseguinte, percebe-se que, caso os jornalistas optem por controlar unilateralmente o processo informativo, os seus públicos (meros recetores) podem deixar de respeitar este perfil de rede e o próprio papel do jornalista. Isto, porque, numa rede, todos estão conectados (Neto, 2017).

Logo, face a esta mudança radical para os jornalistas, importa saber de que forma é que estes profissionais se sentem influenciados pelos cidadãos e por aquilo que se diz no Facebook relativamente às notícias que escrevem. Mais que isso, surge a necessidade de saber o tipo de comentários que são feitos às notícias – e de que modo.

Para tal, será apresentada, primeiramente, uma revisão de literatura onde serão abordados temas como o jornalismo online, o papel das redes sociais no jornalismo, a mudança de práticas e rotinas das redações, o Facebook e o funcionamento do mesmo, os comentários às notícias nas redes sociais, a participação dos cidadãos no processo noticioso e a presença do jornal Público no Facebook.

Segue-se a definição da pergunta de partida e dos objetivos aos quais se pretende dar resposta. Posteriormente, é apresentada a metodologia que, visando responder à pergunta de partida e aos objetivos formulados, inclui dois momentos de análise: em primeiro lugar, uma análise de

conteúdo quantitativa a 349 notícias publicadas pelo Público no Facebook em 2019 e aos respetivos comentários; em segundo lugar, uma análise a um questionário aplicado aos jornalistas do Público, cujo intuito é saber que impactos e efeitos têm estes comentários neles próprios e nos artigos que escrevem.

Findo o ponto anterior, serão apresentados e analisados os resultados obtidos, por forma a compreender a importância da participação dos cidadãos no processo noticioso do jornal Público.

Finalmente, será explorado um último ponto referente às considerações finais que emergiram deste trabalho, assim como o reconhecimento de algumas limitações encontradas aquando da realização do mesmo e alguns estudos passíveis de serem feitos futuramente face aos resultados obtidos.

2. Enquadramento teórico

2.1. O jornalismo online

Com o surgimento da internet e das novas tecnologias, assistiu-se a uma mudança na área da comunicação. O jornalismo online assume-se, nos dias de hoje, como uma “forma de convergência dos diversos meios de comunicação” e apresenta-se como um novo modo de produzir e divulgar a informação (Martins, 2013, p.1).

A evolução do jornalismo parece estar também intrinsecamente relacionada com o aparecimento das novas tecnologias. Os computadores, os *smartphones*, os *tablets* são apenas alguns dos exemplos de tecnologias que vieram alterar “as rotinas de produção noticiosa em diferentes momentos da história do jornalismo” (Canavilhas, 2010, p.2).

Mas é a Gutenberg que se atribui todo o mérito, nomeadamente com a invenção da imprensa. Após a popularização da escrita e com a evolução dos tempos, foram desenvolvidas novas técnicas de apresentação e difusão do conhecimento e do conteúdo noticioso. A invenção do computador e, posteriormente, da Internet possibilitou a atual comunicação em rede, assim como a transmissão de informação de forma célere e imediata. Deste modo, dá-se a passagem do analógico para o digital, tal como se observa a passagem da massificação para a individualização (Martins, 2013). Como afirma Salaverría (2015, p.81), “as empresas jornalísticas estão a ser obrigadas a evoluir a partir de um modelo analógico, fortemente condicionado pelo suporte de distribuição, para o digital, onde as regras do jogo e a escala de valores mudaram por completo”.

Na última década, as grandes mudanças estiveram ligadas, contudo, ao surgimento da World Wide Web que, apesar de inicialmente ser apenas um “serviço de internet”, veio trazer outros conteúdos e outros *browsers* mais intuitivos, como o Blogger (1999), o Facebook (2004), o Youtube (2005) e o Twitter (2006). Estas aplicações que “alavancaram o sucesso da web” são também as que os jornalistas mais utilizam no quotidiano. Aliás, algumas delas, mais concretamente as redes sociais, alteraram de forma profunda todo o processo noticioso. Hoje, encontram-se já inseridas nas rotinas desta atividade profissional (Canavilhas, 2010, pp.2-3).

O jornalismo deixou, portanto, de ser criado apenas para determinados formatos, passando a incluir todos numa só plataforma, acessível através de um clique. Surge assim, como já foi mencionado, “um novo tipo de jornalismo adaptado ao formato digital, que se divulga através

das novas tecnologias, mais precisamente da Internet, ou seja, o denominado jornalismo online” (Martins, 2013, p.5).

Desde sempre que o jornalismo tem vindo a depender da tecnologia. Com o objetivo de se destacar publicamente e de chegar às audiências, esta profissão conta com ferramentas tecnológicas para a recolha, edição, produção e divulgação da informação. A tecnologia veio permitir que, no jornalismo, passasse a existir uma rápida transmissão e uma forma mais perceptível de informar. Ora, esta atividade tem-se profissionalizado e evoluído nestes moldes, de tal forma que as especializações impressas (como jornais e revistas) concorrem também com a rádio, com a televisão e com o próprio jornalismo multimédia – que emergiu nos primeiros anos do século XXI. O jornalismo online deve ser distinguido, então, “pela sua componente tecnológica enquanto fator determinante em termos de definição (operacional)”. Consequentemente, o próprio jornalista (online) tem que fazer escolhas no que concerne ao tipo de formato ideal para contar determinada história (multimédia), de forma a levar o público a interagir e a identificar-se com o que se está a contar. Mais que isso, é necessário saber ligar o artigo a outras peças jornalísticas, a outros recursos, através de hiperligações ou do chamado hipertexto (usualmente designados *links*). Há, como referido na primeira parte deste trabalho de investigação, toda uma série de opções que o jornalista tem de ter em atenção nos dias de hoje (Deuze, 2006, p.17).

Considerado o “quarto tipo de jornalismo”, o jornalismo online apresenta quatro características principais: a interatividade, a personalização de conteúdo, a hipertextualidade e a multimedialidade. A interatividade diz respeito ao facto de as notícias online fazerem com que o leitor participe no processo noticioso. Tal pode ser concretizado através de uma troca de e-mails entre o jornalista e o leitor; através da caixa de comentários presente nos sites noticiosos; ou através das redes sociais do órgão de comunicação. Já a personalização traduz-se na adaptação dos conteúdos jornalísticos às necessidades e desejos do leitor, algo que se pode ver, por exemplo, nas *newsletters* ou no facto de o utilizador poder, atualmente, escolher o que quer ler, selecionando previamente os tópicos que mais lhe interessam (como acontece na *app* do jornal Público). A hipertextualidade, por seu turno, oferece informação adicional àquela que já é disponibilizada. O hipertexto e os *hyperlinks* são exemplos desta característica que visa fornecer outros conteúdos noticiosos e/ou fazer com que o leitor tenha acesso a documentos originais, comunicados de imprensa e a outros sites de informação, por exemplo. Por fim, a multimedialidade é a convergência de todos os formatos tradicionais de média, desde logo a

imagem, o texto e o som. Desta forma, e perante as características apresentadas, “o jornalismo em rede está a mudar a relação entre jornalistas e público”. Estamos perante uma nova forma de fazer jornalismo que acarreta, conseqüentemente, uma maior participação por parte das audiências (Bardoel & Deuze, 2001, p.97).

Assim, segundo Salaverría (2015, p.81), tal como é necessária uma renovação das organizações jornalísticas, também os seus profissionais “necessitam de uma profunda modernização”. Neste sentido, e como explica Jerónimo (2015, p.41), o papel do jornalista tem vindo a mudar ao longo do tempo, “com novas rotinas de produção a serem adicionadas, enquanto que as antigas vão sendo alteradas ou eliminadas”. Mas, e como aponta o autor, esta adaptação ainda está a decorrer:

A caminho das duas décadas de Internet nas redações, a adaptação e a investigação dos cibermedia, do ciberjornalismo e dos ciberjornalistas continua em fase de construção. Um desafio para as empresas, que exploram modelos de negócio, para os ciberjornalistas, que estão a habituar-se às novas linguagens e rotinas de produção, e para os investigadores, que procuram entender o fenómeno de diferentes perspectivas. A tipologia e o design dos cibermedia, os géneros do ciberjornalismo, a arquitetura noticiosa, a narrativa, o jornalismo participativo, as rotinas de produção, a convergência dos media e a evolução do ensino do ciberjornalismo são algumas das abordagens efetuadas nos últimos anos (Jerónimo, 2015, p.43).

Tendo em consideração todas estas mudanças, eis alguns aspetos que podem ajudar o jornalista “a renovar-se”: a destreza tecnológica, o tratamento da informação, os meios e as linguagens e os processos editoriais. Com efeito, o primeiro ponto diz respeito ao domínio que o profissional da informação deve ter relativamente às tecnologias, de forma a “obter resultados informativos de qualidade”. Já o segundo ponto relaciona-se com a importância de “selecionar, hierarquizar e interpretar a informação com verdadeiro valor”, de maneira a não dar aso a notícias falsas, por exemplo. O terceiro ponto distingue os vários tipos de jornalismo – “jornalismo impresso, jornalismo radiofónico, webjornalismo” – e dá a entender que, nos dias que correm, os jornalistas devem “esforçar-se por explorar todo este potencial comunicativo”. Finalmente, os processos editoriais abrangem a necessidade de se investir em novas rotinas e novos fluxos de trabalho e de se “organizar o trabalho editorial de modo diferente” como, por exemplo, orientando as equipas “de um modo eficiente” (Salaverría, 2015, pp.82-83).

Mas as mudanças não se ficam por aqui. Com o advento do jornalismo online, da Internet e até das redes sociais, “a sociedade de informação está a transformar-se naquilo a que se pode chamar de sociedade em rede, termo proposto por Van Dijk” (Martins, 2013, p.9).

Para Quintanilha (2018, p.139), a informação impressa está, inclusive, a “ceder a hegemonia do seu papel aos consumos digitais e à voracidade do hiperconsumo de conteúdos informativos na Era da sociedade em rede e das culturas da conectividade”. Deste modo, com a Internet, as práticas jornalísticas já estão a sofrer grandes transformações, quer com as mudanças tecnológicas, quer com a entrada de novos agentes, que se fragmentaram e passaram a poder participar nos processos de produção em rede. De facto, “assiste-se a um declínio das estruturas de supervisão do fluxo informativo, com os utilizadores a disputarem a autoridade da prática jornalística nos conteúdos produzidos, nas opiniões e na disputa dos factos”.

Apesar de tudo, o futuro não descarta os meios tradicionais:

Na verdade, os meios de comunicação tradicionais não desaparecerão, mas reformularão as suas técnicas narrativas, tendo em vista a velocidade de circulação das informações na sociedade contemporânea e a necessidade do ser humano de estar conectado, durante o máximo de tempo possível, com as notícias, seja através da televisão, rádio, jornal impresso ou através da Internet (Martins, 2013, p.13).

Neste sentido, o jornalismo online passa pela interação com os outros meios de comunicação social e pela colaboração no que concerne à segmentação e à oferta de conteúdo (Martins, 2013).

2.2. As redes sociais e o jornalismo

As novas formas de se lidar com as fontes, os diferentes modos de distribuição de conteúdos, as tentativas de fidelizar leitores, a velocidade da informação e a crise económica são algumas das características inerentes à atividade dos meios de comunicação social na atual sociedade em rede. Também a relação entre emissores e recetores tem vindo a ser alterada, sendo que, para tal, em muito tem contribuído o papel das redes sociais (Rodrigues, 2010). No entanto, Recuero (citada em Silva Filho, 2014, p.26), admite que estas não têm, por si só, “uma vocação jornalística”, mas “complementar” à prática do jornalismo.

Lopez (citado em Francisco, 2010), crê que as novas tecnologias abrem também novos caminhos para a participação dos utilizadores e que os próprios meios de comunicação

necessitam de estar mais próximos do seu público. Os tradicionais mecanismos de participação dão agora lugar a outras formas de interação, como o e-mail, os comentários nos *websites* noticiosos, os grupos de *chat* e as redes sociais. Para Recuero (citada em Francisco, 2010), as redes sociais conseguiram ampliar ainda mais as oportunidades de conexões, assim como a aptidão para se difundir informação.

Na verdade, as redes sociais são “formas de mídia que têm em vista a interação social, a partilha e a participação dos utilizadores”. Mais que isso, promovem as relações humanas e permitem que “os indivíduos e as comunidades se reúnam, colaborem, comuniquem e partilhem” (Pinto, 2017, p.69).

Existem vários tipos de redes sociais: o Facebook, o Twitter, o Instagram, o Snapchat, o YouTube, a Wikipedia, o Flickr, o Tumblr, os blogs. Todos estes sites e outros que aqui não foram mencionados (pela sua imensidão) têm características em comum: os utilizadores têm de criar um perfil com algumas informações suas e, a partir de então, produzir conteúdo.

Atualmente, as redes sociais têm um grande impacto na vida dos indivíduos, que se pode ver pelos níveis elevados de utilização diária. Estão igualmente interligadas com a vida offline dos utilizadores, “bem como com o funcionamento de grupos, organizações, instituições e relações de poder sociais” (Dahlgren, citado em Pinto, 2017, p.69).

As redes sociais, com ações de publicação e partilha, traduzem-se num alargamento das relações de contacto e interação entre os utilizadores. “Usabilidade, inteligência coletiva, maleabilidade de dados, pluralidade de vozes e rápido compartilhamento de informações” são algumas das vantagens destas plataformas elencadas por Chadwick (citado em Barros & Carreiro, 2015, p.175).

De acordo com Rodrigues (2010), e perante a crescente importância das redes sociais, têm vindo a ser desenvolvidos novos paradigmas da comunicação que vão para além do jornalismo, mas que “o obrigam a repensar e a reencontrar o seu caminho”:

Nas sociedades informacionais, onde a rede é a característica organizacional central, um novo modelo comunicacional tem vindo a tomar forma. Um modelo comunicacional caracterizado pela fusão da comunicação interpessoal e em massa, ligando audiências, emissores e editores sob uma matriz de mídia em rede, que vai do jornal aos jogos de vídeo, oferecendo aos seus utilizadores novas mediações e novos papéis (Cardoso, citado em Rodrigues, 2010, p.221).

Com efeito, a presença dos meios de comunicação nas redes sociais “não permite apenas que se amplifique a distribuição dos conteúdos noticiosos”. Estas plataformas também “aproximam os públicos, que contam hoje com grandes possibilidades de intervenção no processo de produção jornalística” (Caminada & Christofoletti, 2016, p.51). Além disso, por fazerem parte de uma cultura de participação, tornam-se imprescindíveis para a prática do jornalismo.

Com as redes sociais em “acelerado crescimento”, os meios de comunicação tentam adaptar-se, otimizando os *websites* para a partilha de notícias e “oferecendo espaços para comentários”. O objetivo é envolver ainda mais os leitores e criar “comunidades virtuais”. Desta maneira, os média tentam aliar a “comunicação massiva” e a “interatividade”, explorando todas as possibilidades de comunicação entre os recetores e os meios de comunicação (Canavilhas, 2010, pp.6-7).

As redes sociais foram sendo rapidamente adotadas por milhões de pessoas em todo o mundo e, atualmente, são poucas aquelas que não as usam. Em Portugal, segundo dados da ComScore referentes a 2012, cerca de 96% da população é utilizadora das redes sociais, que se tornaram, portanto, a atividade mais popular a nível global. O sucesso destas plataformas não foi indiferente aos média tradicionais, pelo que, agora, nenhum órgão de comunicação quer ficar de fora deste novo processo de apropriação da informação (Velo, 2015).

Tendo em consideração o grande volume de informação gerado na Internet, é impossível acompanhar todos os conteúdos gerados. Assim, a informação passa por dois níveis de *gatekeeping* – um levado a cabo pelos jornalistas e outro “protagonizado por utilizadores de referência”, que dão pistas de leitura (Canavilhas, 2010, p.4). Este novo fenómeno, denominado *gatematching*, pode definir-se como a seleção de informação efetuada por “amigos” das redes sociais, à volta dos quais se constroem comunidades virtuais (Canavilhas, 2010).

Além de as redes sociais estarem a mudar a apropriação das notícias, estão a ser também alteradas algumas rotinas e práticas jornalísticas. E como é que os jornalistas usam estas plataformas? Para a jornalista Mercedes Bunz (citada em Velo, 2015, p.124), “tudo começou com a distribuição e os comentários”. A partir de então, continua, “novas formas de jornalismo

colaborativo emergiram, como o *crowdsourcing*¹⁶ ou a integração dos jornalistas numa investigação”.

Perante este cenário, os jornalistas têm de entender que fazem parte de algo novo e que os leitores/ ouvintes/ telespectadores também integram o processo:

Neste contexto, os jornalistas têm que assumir novos desafios e aumentar o seu nível de trabalho, além de coordenarem o fluxo de informações com a demanda de qualidade, com modelos textuais que forneçam os géneros e com um rigor para colocar o selo de autenticidade (Edo, citado em Francisco, 2010, p. 195).

Face à crescente instantaneidade da informação e à pluralidade de informação e opiniões, a mediação – que deve ser fundamental nesta profissão – é colocada em causa, pelo que os jornalistas, “tradicionais mediadores na produção de conteúdos”, têm de estar ainda mais atentos e cautelosos perante a facilidade que as pessoas agora têm de publicar e difundir informação – muitas vezes falsa (Rodrigues, 2010, p.221). Aliás, segundo Fidalgo (citado em Rodrigues, 2010, p.221), “a atividade de informação sobre a atualidade, no âmbito da esfera pública, já não é uma atividade exclusiva dos jornalistas e das empresas mediáticas nas quais a maior parte deles trabalha”.

Na visão de Dahlgren (citado em Pinto, 2017, p.70), as redes sociais nada mais são que o aspeto da Internet “mais relevante para a participação”. Assim, a Internet, os telemóveis e as redes sociais vieram amplificar “o desenvolvimento de espaços públicos”. O Facebook, o Twitter e o YouTube tornaram-se “importantes instituições da esfera pública”, sendo que o autor reconhece ainda que o Facebook, em específico, é um “bom meio para as pessoas discutirem e debaterem ideias, facilitando o desenvolvimento de uma identidade coletiva”.

Para Jesus et al. (2018), com esta nova prática jornalística, é possível observar que as novas tecnologias têm vindo a complementar os média tradicionais, sendo o resultado desse “hibridismo” perceptível no “cenário das empresas jornalísticas”. Segundo Aleluia (citado em Jesus et al., 2018, p.5), “há um aumento na assinatura de versões digitais de jornais e a diminuição de assinaturas de jornais impressos”, o que vai ao encontro daquilo que se passa atualmente no jornal Público, como referido na primeira parte deste trabalho de investigação e noticiado neste órgão de comunicação social em meados do ano de 2019.

¹⁶ Processo de obtenção de serviços, ideias ou conteúdo mediante a solicitação de contribuições de um grande grupo de pessoas, mais concretamente de uma comunidade online.

2.3. O Facebook

O Facebook, atualmente a maior rede social do mundo, foi um sistema criado em 2004 pelo americano Mark Zuckerberg, aluno de Harvard na altura. Concebido inicialmente com o intuito de pôr em contacto os alunos que estavam a sair do secundário e os que estavam na universidade, o Facebook tornou-se rapidamente uma plataforma acessível a todos. Atualmente, funciona através de perfis e comunidades, sendo que apenas os utilizadores que estão registados nesta rede podem ver o perfil uns dos outros. Além disso, permite que se publique todo o tipo de conteúdos – desde imagem a som, vídeo e texto – e que se comentem outras publicações (Francisco, 2010).

Em termos gerais, o Facebook funciona como um site, onde as pessoas se podem registar, preencher informações sobre elas próprias, publicar fotografias e vídeos. Após serem preenchidos os perfis, adicionam amigos ou conhecidos e criam uma rede de contactos, sendo que, sempre que se publicar alguma coisa na caixa “Em que estás a pensar?”, na parte superior do nosso mural – sejam fotografias, vídeos, textos, ligações para outros sites –, tudo aparece no mural dos nossos “amigos”. Todas as pessoas que fazem parte da nossa rede podem ver o nosso perfil, receber as nossas atualizações, comentar as nossas publicações e até nos podem identificar em fotos ou vídeos (através do *tag*). É de salientar ainda o serviço de chat, que é passível de ser usado sempre que estamos online (através do *Messenger*). Ao registarmo-nos no Facebook temos de ter em atenção algumas questões relacionadas com a privacidade. Para além da discussão existente sobre a possibilidade de os nossos dados poderem ser vendidos, há também uma preocupação com os hackers e os roubos de identidade. Mas é claro que cada pessoa pode alterar as definições de privacidade, de forma a que só aqueles que deixamos entrar na nossa rede de contactos possam ver aquilo que partilhamos (Sá, 2010).

Atualmente, o Facebook é o sexto *website* mais visitado no mundo¹⁷, apenas ultrapassado pela Google (primeira posição), pelo Youtube (segunda posição), pelo Baidu (terceira posição), pelo Tmall (quarta posição) e pelo Qq (quinta posição). Em Portugal, o Facebook passa para a quarta posição¹⁸, atrás da Google.com, da Google.pt e do Youtube.

¹⁷ Top 500 sites na Web da Alexa, disponível em <https://www.alexa.com/topsites>, visto a 22 de outubro de 2019. A contabilização é feita tendo em conta o tráfego durante um mês. Para calcular o ranking mensal é feita uma combinação entre a média diária de visitas e os *pageviews* durante o mês. Aquele que registar a maior combinação dos dois fatores é nomeado o número 1 do ranking e por aí em diante.

¹⁸ Top 500 sites na Web da Alexa, disponível em <https://www.alexa.com/topsites/countries/PT>, visto a 22 de outubro de 2019.

Em 2018, o estudo Bareme Internet¹⁹ registou, em Portugal, um total de 5,3 milhões de utilizadores de redes sociais. Este número revela que a penetração destas plataformas aumentou mais de três vezes e meia entre 2008 e 2017, passando de 17,1% para 61,9%. Entre estas, o Facebook é a mais significativa. O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais* de 2018²⁰, que a Marktest Consulting conduz desde 2011, mostra que o Facebook é a rede social mais relevante em Portugal: 87,5% dos utilizadores dizem espontaneamente, em primeiro lugar, conhecer o Facebook. Cerca de 95% têm, efetivamente, conta nesta plataforma.

Embora outros serviços, como o Twitter e a Google Notícias, também tenham relevância, o Facebook está na vanguarda de uma mudança essencial no modo como as pessoas consomem as notícias.

Além disso, a maioria dos leitores não se interessa tanto pelas edições impressas de jornais e revistas, mas pelas páginas online ou, mais frequentemente, pelas redes sociais (sobretudo o Facebook), orientadas por um algoritmo que prevê aquilo que os utilizadores querem e/ou preferem ler (Somaiya, 2014).

2.4. O comentário de notícias no Facebook

Uma das formas mais comuns utilizadas pelas audiências para participar no processo noticioso consiste nos comentários online a artigos, publicações, *posts* de blogs ou transmissões de rádio e televisão online (Hille & Bakker, 2014). No ambiente comunicacional da atualidade, um dos dilemas que se impõe aos meios de comunicação social traduz-se no facto de o público não querer ficar de fora:

Pelo menos uma percentagem significativa do público de hoje em dia parece ter um forte interesse não só em receber notícias, mas também em avaliá-las e debatê-las, por vezes em contextos que são inteiramente diferentes dos quadros tradicionais de cobertura (Bruns, citado em Spetch, 2016, p.81).

O Facebook, a título de exemplo, contrariamente aos *websites* dos média, cujos comentários são controlados, apresenta a possibilidade de o leitor poder comentar de forma orgânica. Desta forma, as audiências preferem as redes sociais para se expressarem (Spetch, 2016).

¹⁹ Dados recentes sobre a utilização do Facebook consultados em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2429.aspx>, a 22 de outubro de 2019.

²⁰ Dados recentes sobre a utilização do Facebook consultados em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2429.aspx>, a 24 de outubro de 2019.

Perante o facto de as tecnologias digitais de comunicação estarem mais interativas e instantâneas, há todo um cenário que está, conseqüentemente, mais predisposto para a circulação de conteúdos e para a ocorrência de discussões sobre as questões públicas (Barros & Carreiro, 2015). De um modo geral, a partilha de opiniões sobre o consumo de notícias sempre foi possível, mas ganhou especial expressão com a consolidação de novas plataformas, como é exemplo o Facebook (Barros & Carreiro, 2015).

Mota & Almeida (2014) vão mais além e afirmam que, dado que as audiências já não são apenas recetoras passivas, também elas, ao participar no processo noticioso através dos comentários, se assumem como produtoras de conteúdo:

No contexto social e histórico atual, as redes sociais exercem a função de quinto poder: o de protestar contra os domínios tradicionais, sejam eles políticos ou mediáticos. Ao comentar uma notícia online, por exemplo, o leitor não só expressa a sua opinião e complementa uma informação, como também assume a função de produtor de conteúdo (Ramonet, citado em Mota & Almeida, 2014, p.3).

No que concerne às páginas do Facebook, podemos dizer que não há limite de “amigos” – neste caso de seguidores –, contrariamente ao perfil de um utilizador (que está limitado aos cinco mil amigos). Neste sentido, as páginas acabam por “diminuir as barreiras para a participação de cidadãos interessados”. Um comentário publicado por um utilizador numa dessas páginas pode, por conseguinte, ser direcionado para a cronologia dos seus amigos, tornando o conteúdo acessível a mais pessoas. Mas o que diferencia um comentário numa página e um comentário num perfil (normalmente privado) é também o facto de a publicação original ser difundida de forma mais célere (Barros & Carreiro, 2015, p.176).

De acordo com Hille & Bakker (2014), há vantagens e desvantagens face à possibilidade que as audiências têm em comentar as notícias publicadas nas redes sociais. As vantagens incluem novas ideias para novas histórias, material adicional para a notícia em questão ou para outras e a identificação de erros. Mas é importante que a informação encontrada seja verificada com muita cautela antes de se fazer circular ainda mais informação com origem nesses comentários (Velo, 2015).

Apesar de tudo, esta participação do público preocupa repórteres e editores. Pesquisas realizadas sobre comentários de notícias encaram o espaço disponibilizado pelos jornais como um possível debate democrático. No entanto, os resultados são pouco positivos:

Encontramos na participação dos leitores uma grande quantidade de incivildade através de insultos, desqualificação, ataques pessoais e mentiras, além de uma forte tendência à negatividade e pessimismo; apesar dos debates estudados na sua maioria seguirem o tema das notícias, o que preocupa é a predominância de um discurso hegemónico e geralmente alinhado às opiniões dos veículos (Díaz Noci et al., Silva & Cunha, citados em Caminada & Christofolletti, 2016, p.57).

Segundo Caminada & Christofolletti (2016, p.57), as redações pecam pela “falta de uma cultura, de parâmetros técnicos e valores éticos para indicarem novas maneiras de lidar com a avalanche de participações”. Para além disso, os jornalistas falam também em “difamação, abusos, racismo e discursos de ódio” (Hille & Bakker, 2014, p.564). Este último ponto “representa um grande desafio para o jornalismo de hoje”: “jornalistas socialmente conscientes ficaram alarmados com a rapidez com que mensagens cheias de ódio se infiltram e frequentemente sobrecarregam os comentários na Internet”. Contudo, a maioria das organizações mediáticas afirma que “a manutenção completa das suas plataformas da Internet requer mais horas de trabalho do que elas podem pagar”, daí o facto de hoje em dia já se contratarem profissionais exclusivamente responsáveis pela gestão das redes sociais (George, 2017, p.30).

Além das desvantagens enumeradas, existem outras, desde logo a presença do humor nos comentários, muitas vezes relacionado com a ironia. O uso de recursos humorísticos, bem como os atos de ridicularizar e satirizar os média são constantes nestes comentários às notícias publicadas nas redes sociais (Caminada & Christofolletti, 2016). Mas, como considera Carlson (2016), as notícias, como discurso de representação, nunca conseguem escapar às críticas.

Por estas razões, os meios de comunicação têm tentado usar uma estratégia de gestão de comentários, podendo, inclusive, proibir comentários que sejam mais sensíveis e/ou causem controvérsia. Esta moderação pode ser feita por editores ou por pessoas responsáveis por estas situações. Com a introdução do Facebook, este problema tem diminuído, pois os comentários deixaram de ser anónimos. Contudo, os utilizadores podem continuar (e continuam) a publicar comentários abusivos de forma pública (Hille & Bakker, 2014).

Face às inovações tecnológicas e às mudanças nas práticas jornalísticas, é igualmente necessária uma ação de reflexão por parte dos meios de comunicação social (Caminada & Christofolletti, 2016). Mas tal não quer dizer que o jornalista não tem de ter em conta a opinião

do seu público. Pelo contrário, o jornalista, levando em atenção as regras éticas e deontológicas da profissão, deve ter “uma interação com os leitores, hoje possível através das mais diversas formas neste novo modelo comunicacional em rede”. Ao jornalista cabe também a função de “direcionar os leitores para a informação relevante” (Rodrigues, 2010, p.230). No fundo, como afirma Lopez (citado em Francisco, 2010, p.218), “olhando para o futuro (...) o jornalismo vai tornar-se cada vez mais participativo”, sendo que, perante essa realidade, “as redações dos média online têm de estabelecer sistemas organizacionais renovados para assegurar uma boa gestão dessas vias de participação para que, sob a coordenação de profissionais da informação, tenham sempre informações de melhor qualidade, comprometidas com a cidadania e a serviço da comunidade”.

2.5. O jornal Público no Facebook

O jornal Público foi um dos primeiros órgãos de comunicação social em Portugal a ter “uma redação própria a trabalhar exclusivamente para o online” (Martins, citado em Francisco, 2010, p.210). Colocou, pela primeira vez, conteúdos online em 1995, de forma praticamente primitiva em comparação com a atualidade e sem qualquer tipo de interatividade. Só em 1999 viria a ser criada uma redação própria para o online, com jornalistas a trabalhar apenas para o Público online, no que é hoje designado de Última Hora (Francisco, 2010).

Hoje em dia, existe um grupo de jornalistas no jornal – quer na redação do Porto, quer na de Lisboa – que está mais dedicado ao online, que tem horários, rotinas e tarefas para cumprir, para além da publicação frequente de notícias ao longo do dia. Deste modo, há jornalistas com horários fixos ou com turnos, “para que se possa trabalhar todos os dias do ano” no online (Francisco, 2010, p.211).

No que concerne às redes sociais, o Público conta com cerca de 690 mil seguidores no Twitter e com mais de um milhão no Facebook. Quanto a esta última plataforma, podemos dizer que o jornal publica as notícias consoante um critério editorial: estas devem ser publicadas com intervalos de cerca de uma hora (o que não quer dizer que não possam existir exceções). Além disso, no Facebook, o Público acompanha ao vivo certos temas, como a votação do Orçamento, lança sondagens e convida as pessoas a interagir (Francisco, 2010).

Se se considerar a quantidade de pessoas que gostam da página do Público no Facebook, concluiu-se que a participação de leitores é pequena. Ainda assim, quando comparada com os

restantes jornais, percebe-se que a participação através dos comentários é bastante alta. Existem publicações com 20 ou 30 comentários e outras com 100, 200 ou até 500 opiniões, o que se traduz num número bastante expressivo se se comparar com a participação da população portuguesa nas páginas de Facebook de outros órgãos de comunicação (Francisco, 2010).

Parte III – Estudo Empírico: Apresentação de Resultados

1. Pergunta de partida

Uma das principais mudanças no cenário da comunicação diz respeito ao poder das audiências e à sua participação, produzindo e fazendo circular conteúdo em tempo real através de novas ferramentas tecnológicas, cada vez mais baratas e acessíveis. A audiência quer agora partilhar e conectar-se, de forma célere, eficiente e sem pedir ajuda a outrem (Specht, 2016).

Ora, as redes sociais são “verdadeiros habitats dessa cultura de participação”. O Facebook, por exemplo, criado a partir desta lógica participativa, é “um campo ideal e indispensável para o jornalismo”. Mais ainda, esta rede social, assim como tantas outras, influenciou de tal maneira a prática jornalística no online que, atualmente, os jornalistas são obrigados a lidar com a gestão das páginas do Facebook e com os comentários que aí se fazem às notícias publicadas (Caminada & Christofolletti, 2016, p.56). Com efeito, pretende-se responder à seguinte pergunta de partida: Que tipo de comentários são feitos às notícias publicadas no Facebook pelo jornal Público e qual o seu impacto nos jornalistas deste órgão de comunicação?

Esta foi uma pergunta suscitada quer durante a experiência de estágio curricular no jornal Público, quer nos anos de licenciatura e mestrado nesta área. Durante estes três meses em específico foram notáveis as constantes publicações feitas na página do Facebook do Público, assim como os respetivos comentários. Devido à negatividade de alguns e ao facto de outros precisarem de uma resposta por parte da redação, revela-se importante saber o impacto que estes comentários têm nos jornalistas.

Além disso, e em conversas com alguns profissionais da área, é possível perceber que comentários mais maliciosos põem em causa o valor da própria notícia, que implica trabalho, muita pesquisa e contexto. Pelo facto de esta profissão poder estar a ser desvalorizada e pelo serviço público que presta (e sempre prestou), o caso de estudo desta investigação debruça-se sobre os comentários feitos no Facebook durante um determinado período de tempo e o impacto que têm nos jornalistas do Público.

Que tipo de comentários encontramos nas notícias publicadas na página do Facebook do jornal Público? Que impacto têm nos jornalistas que escrevem as notícias? Será que os comentários levam à retificação das notícias? Se tal acontece, com que frequência? Qual o comportamento mais frequente que resulta desses comentários? Face a um cada vez maior uso das novas

tecnologias por parte da população, que se revelam importantes no jornalismo, torna-se pertinente investigar e responder a estas questões.

Findo o enquadramento teórico desta investigação e tendo dedicado os últimos parágrafos à definição da pergunta de partida, seguem-se os objetivos e a metodologia, que servirão de base ao estudo empírico.

2. Objetivos

Para além da pergunta de partida que orientou esta investigação, enumeram-se agora os principais objetivos definidos para este estudo:

- Perceber que tipo de comentários são mais recorrentes nas notícias publicadas no Facebook pelo jornal Público, através da análise de uma base de dados construída no programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).
- Perceber o impacto que esses comentários do Facebook têm nos jornalistas, com a realização de questionários criados online e enviados, posteriormente, para os jornalistas.
- Verificar se há uma secção que suscite mais comentários.
- Averiguar a frequência com que os jornalistas veem esses comentários, nomeadamente às notícias que eles próprios escrevem.
- Saber qual é a perceção dos jornalistas sobre esses comentários: se são mais positivos ou mais negativos.
- Entender se existem comentários que levam à retificação da própria notícia.
- Apurar outros comportamentos que resultam dos comentários, como a alteração da própria notícia ou a simples resposta cordial ao leitor.
- Analisar as consequências dos comentários, nomeadamente saber se há um melhoramento da qualidade do texto jornalístico, se esses comentários causam entropia (equivocos) ou se não têm qualquer efeito sobre o trabalho realizado.
- Perceber se os comentários feitos são justos e/ou construtivos ou se, pelo contrário, nada acrescentam ao trabalho do jornalista.
- Apurar se, dos comentários publicados, alguns deles trazem novas ideias e/ou pistas para outras notícias ou para a continuação da peça que já foi divulgada.

3. Metodologia

De modo a responder à pergunta de partida formulada e aos seus objetivos, esta investigação terá de ser dividida em dois momentos de análise. Primeiramente, será realizada uma análise de conteúdo quantitativa (com recurso a *software* de análise estatística de dados) aos 10 primeiros comentários de 349 notícias publicadas no Facebook pelos jornalistas do Público, durante os primeiros cinco dias dos meses de setembro, outubro e novembro de 2019, sem contar com fins de semana e feriados, uma vez que não têm o mesmo tipo de consumo que as notícias publicadas à semana.

Em seguida, será analisado um questionário, que foi aplicado aos jornalistas do Público – das redações do Porto e de Lisboa – para avaliar as suas perceções relativamente aos comentários que são feitos nesta rede social e para entender o impacto que estes podem ter, quer na notícia, quer no próprio jornalista.

- **Análise de conteúdo quantitativa**

Num primeiro momento deste estudo empírico, pretende-se recorrer à análise de conteúdo quantitativa, dado que a presente investigação procura perceber qual o tipo de comentários existentes no Facebook do Público (positivos, negativos ou neutros) e o respetivo conteúdo. Neste último ponto, foi adaptada uma análise de Cabral & Lima (2018) para se perceber melhor o que dizem os comentários.

Portanto, a esta análise de conteúdo quantitativa foram submetidas 349 notícias publicadas no Facebook durante o ano de 2019. A extração das notícias fez-se segundo uma amostragem não-probabilística acidental, pois apenas foram recolhidas as dos meses de setembro, outubro e novembro, por serem os meses posteriores ao estágio curricular realizado, embora este tenha decorrido também durante todo o mês de setembro e num dia do mês de outubro.

É de salientar o facto de terem sido excluídos da análise os diálogos internos estabelecidos entre os leitores. Este diálogo traduz-se nas várias respostas possíveis a um comentário. Abaixo de um comentário a uma publicação do Facebook há duas possibilidades: gostar ou responder. Se o leitor clicar em responder e publicar um texto, dá-se início a uma conversa inerente àquela opinião específica, algo que se decidiu não analisar. De resto, foi selecionada a opção “todos os comentários”, de forma a ter um conteúdo mais abrangente e não só ter acesso aos “comentários mais relevantes”, como é opção do Facebook.

Depois da fase de recolha das notícias e da construção do modelo de análise, que será explorado de seguida, os dados foram introduzidos e organizados no SPSS, a fim de se dar início à análise de conteúdo. Esta análise incidirá sobre quatro componentes: secção (da notícia), número total de comentários da publicação, tipo de comentários e conteúdo dos comentários.

Abaixo apresenta-se a grelha de análise que servirá de base para a caracterização dos comentários publicados às notícias do Público no período de tempo já mencionado.

	Componentes	Variáveis
Comentários das notícias publicadas pelo jornal Público no Facebook	Data	02.09.19
		03.09.19
		04.09.19
		05.09.19
		06.09.19
		01.10.19
		02.10.19
		03.10.19
		04.10.19
		07.10.19
		04.11.19
		05.11.19
		06.11.19
		07.11.19
		08.11.19
	Secção	Política
		Sociedade
		Local
		Economia
		Mundo
	Cultura/Ípsilon	
	Desporto	
	Ciência	
	Tecnologia	

		Culto
		Fugas
		P3
		Opinião
		Outra
	Número total de comentários	Número total de comentários de cada notícia
	Tipo de comentários	Positivo
		Negativo
		Neutro
		Não se aplica
	Conteúdo dos comentários (Cabral & Lima, 2018)	Qualificação direta focada no outro (isto é, avaliação do utilizador ao produtor da contribuição inicial, que é, neste caso, o jornal Público)
		Qualificação direta focada no objeto (ou seja, avaliação do tema em discussão e dos respetivos protagonistas)
		Qualificação direta focada nos argumentos (avaliação relativa a argumentos expressos por outro utilizador)
		Qualificação indireta co-construída (avaliação a outro comentário através da exposição de um estado ou sentimento que diz respeito ao próprio utilizador que está a fazer o comentário)
		Qualificação indireta desviante (comentário que se desvia do tema da publicação, sendo um tema que vai ao interesse do

		utilizador que está a fazer o comentário)
		Outra
		Não se aplica

Tabela 1 – Modelo de análise elaborado para a análise dos comentários do Facebook

Esta análise não pretende ser uma amostra representativa dos comentários feitos às notícias dos órgãos de comunicação portugueses, embora se consigam perceber algumas tendências.

- **O questionário**

Uma outra ferramenta metodológica aplicada no desenrolar deste trabalho de investigação foi o questionário (constituído por sete perguntas de escolha múltipla, duas fechadas, uma de resposta aberta e três perguntas de caracterização do entrevistado). Foram aplicados questionários a 32 jornalistas do Público, quer da redação do Porto (local de estágio), quer da redação de Lisboa. Os questionários foram aplicados online, durante o mês de outubro de 2019. Procedeu-se a uma análise de conteúdo, de ordem quantitativa e qualitativa, para se chegar a algumas conclusões.

O questionário é um instrumento metodológico central neste estudo, uma vez que ajuda a compreender as perceções que os jornalistas têm dos comentários publicados no Facebook relativos ao seu trabalho.

Tendo em conta que interessava saber se os comentários têm realmente impacto nos jornalistas, o questionário (apêndice I) foi dividido em sete secções, de forma a que, quem não tivesse conta no Facebook ou não se importasse com os comentários publicados (estas foram duas das perguntas aplicadas), pudesse submeter de imediato o questionário – ainda sem ver as restantes perguntas.

O primeiro bloco de perguntas destina-se apenas a identificar o jornalista, a sua idade e a sua secção, embora neste caso só interesse a secção a que pertence, uma vez que os dados recolhidos asseguram os princípios do anonimato e da confidencialidade. Já na segunda secção, é-lhes perguntado se têm conta no Facebook. Como mencionado anteriormente, quem não tem conta é imediatamente levado a submeter o questionário, pois os seus dados não têm relevância para a temática em estudo. Num terceiro bloco, pergunta-se se estes profissionais costumam ver as notícias que são publicadas pelo Público no Facebook e, num quarto, se leem os comentários a essas mesmas notícias. A quinta secção, por sua vez, questiona-os sobre o facto de lerem ou

não os comentários às suas próprias notícias e qual a percepção que têm dos comentários em geral. Na sexta secção, talvez a mais preponderante, é-lhes perguntado se são afetados, de alguma forma, pelos comentários. Finalmente, no sétimo e último bloco – caso cheguem ao mesmo – pretende-se saber o que pensam sobre os comentários (sendo esta uma pergunta aberta, uma vez que o objetivo é que exponham os seus pontos de vista), a frequência com que estes levam à retificação das notícias, o comportamento que advém dos comentários e ainda o que significam os comentários para o trabalho jornalístico publicado.

Este método, por se centrar no indivíduo e na sua opinião possibilitará, conseqüentemente, obter *feedback* por parte de todos os que utilizam o Facebook como um espaço de partilha e consulta de informação.

De referir que, como os jornalistas se tratam por tu e pedem aos estagiários que façam o mesmo, o questionário foi preparado num tom informal.

4. Apresentação de resultados

4.1. Dados do questionário

4.1.1. O uso do Facebook pelos jornalistas: Visualização de notícias e comentários

Após a apresentação das ferramentas metodológicas utilizadas neste estudo, segue-se a explicitação dos resultados obtidos. Da análise do questionário concluiu-se que todos os jornalistas interpelados (foram, no total, 32) disseram ter conta no Facebook. Já no que diz respeito à visualização das notícias publicadas pelo jornal Público nesta rede social pelos jornalistas, as respostas variam: 18 jornalistas afirmam que as veem, efetivamente; 12 inquiridos veem “às vezes” e dois não veem (figura 1).

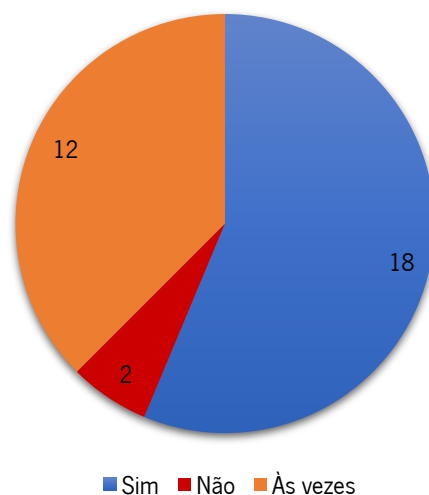


Figura 1 – Visualização das notícias publicadas pelo Público no Facebook

Sobre a leitura das opiniões dos leitores às notícias publicadas nesta rede social, 18 jornalistas revelaram ler os comentários “às vezes”; três afirmaram não ler e nove leem-nas de facto. No que concerne à leitura dos comentários às próprias notícias, os números mudam ligeiramente: oito leem; um jornalista não lê; e 18 leem “às vezes” – figura 2.

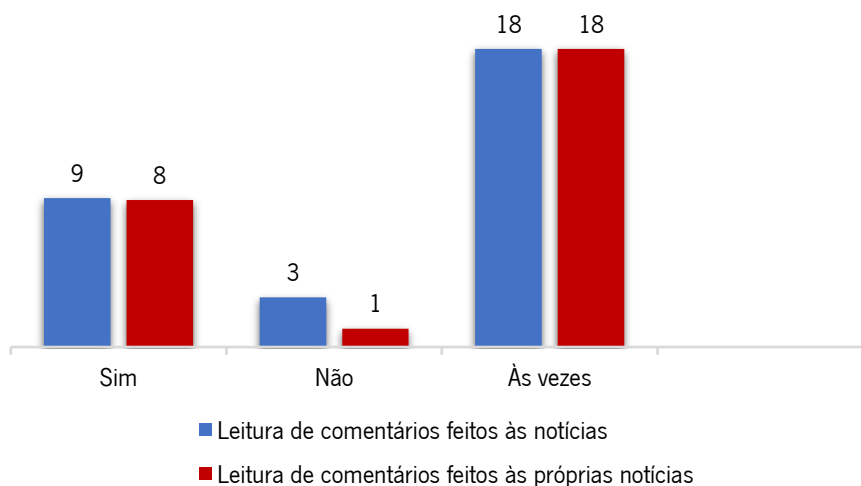


Figura 2 – Leitura de comentários às notícias

Questionados sobre a sua perceção relativamente às opiniões dos leitores no Facebook, a maior parte dos jornalistas (15) revelou que os comentários que visualizam são genericamente “negativos”. Dos inquiridos, 12 consideram que os comentários publicados são “positivos” (figura 3).

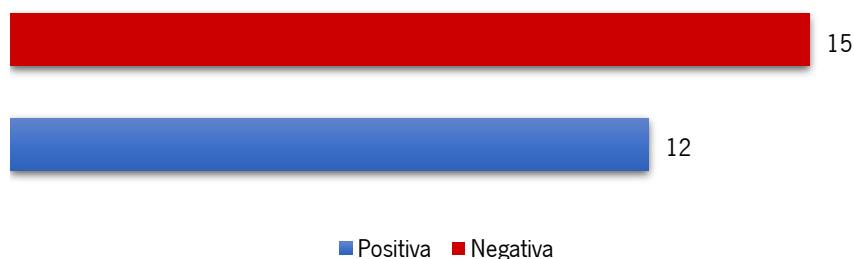


Figura 3 – Perceção sobre os comentários

4.1.2. O impacto dos comentários nos jornalistas

Os respondentes foram também chamados a descrever, de forma sucinta e clara, aquilo que pensam quando veem os comentários dos leitores no Facebook e, das sete respostas obtidas, a

maioria tem uma visão negativa acerca do que lê. Um dos inquiridos crê que o tipo de comentários que observa é reflexo de “um desconhecimento enorme do trabalho dos jornalistas, do mais básico (que é uma notícia e um artigo de opinião) ao mais complexo (falta de condições nas redações e excesso de temas, por exemplo)”. Um outro respondente, por seu turno, vai mais além e acredita que muitos dos leitores nem sequer leram o texto, o que o leva muitas vezes a ter de explicar o seu conteúdo. No seguimento desta linha de pensamento, um outro inquirido refere que, por serem “comentários pouco esclarecidos”, há uma tendência para a desvalorização. No entanto, continua, “devemos dar-lhes atenção, porque na corrente de comentários surgem ideias pertinentes e pistas importantes”. Um dos respondentes, que lê muitos comentários “injustos ou extremistas”, prefere “desvalorizar os excessos”. Mas gosta de ler “comentários construtivos”, pelo que, quando tal acontece, até comenta e agradece.

Mas se alguns dos jornalistas, apesar de terem noção da carga negativa dos comentários, não são tão afetados pelo que se diz nas redes sociais, outros são-no. Um dos jornalistas questionados vai mais longe e conta que, quando os comentários são “maus”, “colocam em causa o conteúdo da notícia”, desvalorizando-a. Já um outro inquirido, devido aos comentários negativos que leu ao longo do tempo, sentiu-se afetado e optou por deixar de escrever, por exemplo, colunas de opinião:

Escrevo sobre grupos particularmente vítimas de ódio online, como populações ciganas e LGBTI e, nesses casos, os comentários que vejo sobre as pessoas retratadas são muitas vezes negativos. Não deixei de escrever notícias e reportagens sobre esses temas, mas decidi deixar o espaço de crónica que tinha no P2 e praticamente deixei de expressar opiniões nas redes sociais.

Por outro lado, e numa visão mais positiva, um dos jornalistas respondentes fez questão de salientar o facto de, por vezes, os comentários do Facebook o levarem a refletir sobre a sua própria reportagem e/ou notícia e de o fazerem sair “da bolha” em que vive.

4.1.3. Os efeitos dos comentários no processo noticioso

Se há comentários que podem não interferir no processo noticioso, existem outros que o fazem. Dos respondentes, cinco afirmaram que os comentários “raramente” levam à retificação das notícias, dois concordaram que “nunca” retificam as notícias por causa dos comentários e três acreditam que “às vezes” existe essa necessidade.

De acordo com a análise dos resultados, o comportamento mais frequente que resulta da opinião dos leitores é a “resposta cordial”, segundo cinco dos respondentes. Já quatro jornalistas afirmam “não fazer nada” e um dos inquiridos declarou que os comentários levam, frequentemente, à “resposta e correção do texto”.

Apesar de quatro jornalistas inquiridos considerarem que os comentários “não têm qualquer efeito sobre o trabalho realizado”, outros quatro creem que estes “causam equívocos nos assuntos noticiados” e dois acreditam que estas opiniões “melhoram a qualidade do texto jornalístico”.

Os questionários aplicados aos jornalistas revelam, então, que a maioria dos comentários feitos às notícias do jornal Público no Facebook são negativos e, embora haja quem acredite que estas observações dos leitores não têm impacto nos jornalistas e no processo noticioso, há respondentes que provam o contrário e que, inclusive, deixaram de pronunciar a sua opinião nas redes sociais.

4.2. Análise dos comentários às notícias do Público publicados no Facebook

4.2.1. As temáticas mais comentadas

No total, foram analisados, em SPSS, 2193 comentários, sendo que, em média, e de acordo com a amostra recolhida, cada publicação tem cinco ou mais comentários. No entanto, convém destacar que há uma grande dispersão destes resultados, uma vez que algumas notícias podem chegar a ter 100, 200 ou até 500 comentários. Das 349 publicações analisadas, 44 não possuem qualquer comentário.

Da análise quantitativa dos 10 primeiros comentários às notícias publicadas no Facebook pelos jornalistas do Público durante os primeiros cinco dias dos meses de setembro, outubro e novembro de 2019 (sem contar com fins de semana e feriados), concluiu-se, como se pode ver na tabela 2, que as secções que suscitam mais discussão nas redes sociais são Política (23%) e Desporto (20,7%), os temas mais debatidos pelos portugueses não só nas redes sociais, mas também nas conversas do quotidiano. Por traduzirem um maior grau de polémica, estes temas acabam por gerar, por sua vez, uma discussão mais abrangente nas redes sociais. No entanto, também a secção Sociedade surge como uma das que mais se destaca (16,5%), tendo em conta que abrange temas que afetam diretamente os leitores, como a saúde, a educação, a justiça, o crime, os acidentes e as questões sociais (a pobreza, a violência, a poluição, os direitos

humanos, a discriminação, a criminalidade, o aborto, as questões LGBTI, o controlo de armas e a religião).

	Valores em percentagem
Política	23,0
Desporto	20,8
Sociedade	16,5
Mundo	6,5
Local	5,6
Cultura/Ípsilon	5,6
Economia	4,5
P3	3,9
Opinião	3,6
Tecnologia	2,9
Fugas	2,6
Culto	2,3
Ciência	2,3

Tabela 2 – Análise dos comentários feitos por secção

4.2.2. Os comentários

Desta análise observou-se ainda que a maior parte dos comentários feitos são de pendor negativo (1475) – o que corresponde a 67,3% –, um valor que se destaca substancialmente dos outros (tabela 3). Há apenas 429 comentários positivos (19,6%) e 289 comentários neutros (13,1%). Tal situação vem sustentar o facto de o Facebook constituir um “contexto propício a interações conflituosas”, na medida em que “permite que uma quantidade expressiva de pessoas, com perfis diversos, debata temas polémicos” (Cabral & Lima, 2018, p.45).

	Valores em percentagem
Negativos	67,3
Positivos	19,6
Neutros	13,1

Tabela 3 – Tipo de comentários feitos às notícias analisadas

No que respeita ao conteúdo dos próprios comentários, e com base no estudo de Cabral e Lima (2018), os comentários – quer os positivos, quer os negativos – foram divididos em categorias, de forma a perceber a função de cada um. Desta feita, observou-se que os comentários mais comuns (76,8%) são aqueles que avaliam a temática abordada pela notícia publicada. Falamos aqui numa qualificação direta focada no objeto. Apesar de este ser o tipo de comentário com maior peso, a qualificação indireta desviante (11,1%) e a qualificação direta focada no outro (6,6%) também se destacam, nomeadamente pelo cariz negativo. Com efeito, a primeira diz respeito aos comentários que se desviam do tema da publicação em questão e que introduzem um outro assunto do interesse do utilizador. Já a segunda é uma avaliação do utilizador ao produtor da contribuição inicial que é, neste caso, o jornal Público, muitas vezes alvo das críticas dos leitores. De resto, existem ainda dois tipos de qualificação dos comentários. A qualificação indireta co construída, que corresponde a 3,1% dos comentários, nada mais é do que a exposição de um sentimento que diz respeito ao próprio utilizador, que traz para a discussão uma experiência pessoal. A qualificação direta focada nos argumentos (2,4%) traduz-se, por sua vez, na avaliação feita pelo utilizador a argumentos expressos por outros leitores. Este número acaba por ser mais baixo que todos os outros pois, neste trabalho, e como referido anteriormente, não foram analisados os diálogos internos estabelecidos entre os leitores.

Cruzando o tipo de comentários (positivos ou negativos) e o seu conteúdo, podemos facilmente perceber, sem surpresas, que todas as qualificações aqui utilizadas para perceber a função dos comentários são de pendor negativo (tabela 4). Quer isto dizer que, na qualificação direta focada no objeto, foram registados 1078 comentários negativos (73,7%) e 385 comentários positivos (26,3%). Na qualificação indireta desviante, por sua vez, observaram-se 192 comentários negativos (90,6%) e 20 comentários positivos (9,4%). Já na qualificação direta focada no outro existem 123 comentários negativos (97,6%) e três comentários positivos (2,4%). No que concerne à qualificação indireta co construída, assinalaram-se 46 comentários negativos (79,3%) e 12 comentários positivos (20,7%). Finalmente, na qualificação direta focada nos argumentos, foram apontados 36 comentários negativos (80%) e nove comentários positivos (20%).

Podemos então concluir que, no total, existem 1475 comentários negativos, 429 comentários positivos e 289 comentários neutros. Tais dados, visíveis na análise das cinco categorias ligadas às finalidades dos comentários na interação verbal, vêm demonstrar que as “intensas” interações nas redes sociais nem sempre se desenvolvem de forma harmoniosa, uma vez que

os temas que mais interesse suscitam na sociedade são “temas polémicos”, que revelam os “pontos de vista distintos e antagónicos” dos leitores (Cabral & Lima, 2018, p.56).

	Qualificação direta focada no outro	Qualificação direta focada no objeto	Qualificação direta focada nos argumentos	Qualificação indireta co construída	Qualificação indireta desviante	TOTAL
Positivo	3 2,4%	385 26,3%	9 20%	12 20,7%	20 9,4%	429 22,5%
Negativo	123 97,6%	1078 73,7%	36 80%	46 79,3%	192 90,6%	1475 77,5%
TOTAL	126 6,6%	1463 76,8%	45 2,4%	58 3,1%	212 11,1%	1904 100%

Tabela 4 – Cruzamento entre o tipo de comentários e o respetivo conteúdo

5. Considerações Gerais

Após a análise dos dados, pode-se responder, com clareza, à pergunta de partida. De facto, os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook pelo jornal Público apresentam um cariz essencialmente negativo e têm como principal alvo as próprias notícias, sobretudo os artigos das secções Política, Desporto e Sociedade. Estes são os que suscitam mais debate e polémica nas redes sociais por abordarem temas com os quais os leitores se relacionam de forma quase direta. É possível também aferir que a maior parte dos jornalistas inquiridos, com conta no Facebook, vê frequentemente as notícias publicadas pelo Público e presta atenção aos comentários feitos – principalmente se forem notícias que os próprios escrevem.

Embora muitos dos respondentes tenham uma perceção positiva das opiniões dos leitores no Facebook, a verdade é que mais de metade destes jornalistas apresenta uma perceção negativa dos comentários publicados. E se a maior parte não se sente afetada por esses comentários, existe uma outra fração de inquiridos que se mostra inquieta e que, devido à negatividade expressa nas redes sociais, optou por deixar de dar a sua opinião publicamente. Além disso, outros jornalistas alertaram para o facto de o próprio conteúdo noticioso poder ser afetado, na medida em que acaba por ser desvalorizado. Isto, porque os jornalistas referem também que os

comentários refletem um desconhecimento do trabalho jornalístico. No entanto, apesar de alguns comentários serem mais “injustos” ou até “extremistas”, é importante dar-lhes a devida atenção, tendo em conta que podem trazer novas ideias e/ou pistas para outras notícias ou mesmo para a continuação da peça já divulgada.

Com efeito, e como já foi mencionado, os comentários nas redes sociais trazem, muitas vezes, consequências, quer para os jornalistas, quer para a própria notícia. Apesar de a maioria não retificar os textos após a leitura dos comentários, alguns dos respondentes fazem-no e escrevem, inclusive, uma resposta cordial – até porque é de bom tom que tal aconteça. Neste sentido, um dos respondentes fez questão de salientar que, não obstante os comentários negativos, prefere “desvalorizar os excessos” e, caso surjam “comentários construtivos”, comenta e agradece.

Quanto ao que pensam os jornalistas sobre os comentários que observam, as opiniões dividem-se, mas existem duas situações que se encontram no mesmo patamar: independentemente de alguns comentários não terem qualquer efeito sobre o trabalho jornalístico realizado, outros causam equívocos nos assuntos noticiados. Das respostas obtidas, apenas uma pequena fatia considera que os comentários levam a uma melhoria do texto jornalístico.

Parte IV – Conclusão

Com as inovações tecnológicas, também o jornalismo vê as suas práticas a serem transformadas, algo que exige reflexão (Caminada & Christofolletti, 2016). São exemplos desta transformação as novas formas de consumo de informação, desde logo as redes sociais, que vieram fazer com que os cidadãos pudessem participar, de alguma forma, no processo noticioso (Crespo, 2019). Os comentários que se leem nas redes sociais – como o Facebook, que é, atualmente, a plataforma mais utilizada em Portugal – são, contudo, essencialmente negativos e refletem as interações fortes e muitas vezes antagónicas entre os leitores. Tal é notável, sobretudo, nos temas que afetam mais diretamente a sociedade, como é o caso da política, do desporto e das questões sociais.

Para tentar responder à primeira parte da pergunta de partida, nomeadamente para se compreender o tipo de comentários que são publicados, foram estabelecidas cinco categorias ligadas às finalidades dos próprios comentários, o que permitiu verificar que estes cumprem diversas funções. Assim, e atendendo ao tipo de comentários mais comumente visualizados e ao seu pendor negativo, cada categoria revela algo sobre os mesmos, como se pode inferir, tendo como base o estudo de Cabral & Lima (2018). Primeiramente, a qualificação direta focada no objeto acaba por desqualificar o propósito da notícia. Já a qualificação indireta desviante releva a fixação da sociedade em mostrar os seus pontos de vista, mantendo-se, assim, o antagonismo inerente às interações. A qualificação direta focada no outro vem demonstrar, por sua vez, que os leitores centram os seus comentários em juízos de valor em torno do próprio produtor da notícia, reforçando a desqualificação do meio de comunicação em causa. Na qualificação indireta co-construída, os utilizadores, expressando os seus próprios sentimentos e revelando as suas experiências pessoais, transmitem a sensação de que querem fazer parte da conversa a todo o custo. Finalmente, na qualificação direta focada nos argumentos, o utilizador desqualifica os comentários de outros leitores, dando a entender que só importa a sua própria opinião. Ora, com estas cinco categorias é possível perceber que há todo um antagonismo que rege as interações nas redes sociais e que são cada vez mais constantes nos assuntos mais polémicos.

No que aos jornalistas diz respeito, embora se tenham vindo a adaptar às novas formas de comunicação para conseguirem responder, de forma cordial e célere ao público, sentem-se, muitas vezes, injustiçados e desvalorizados. E se, por um lado, os comentários às notícias

publicadas no Facebook trazem novas ideias e até novas histórias passíveis de serem exploradas, por outro lado podem causar desconforto, bem como um sentimento de reserva face à escrita de artigos – nomeadamente os de opinião.

Com efeito, e em concordância com o estudo de Veloso (2015), embora não se possa dizer que as redes sociais revolucionaram o jornalismo, tendo em conta que as bases desta atividade continuam intactas, a existência de novas rotinas nesta profissão quase que obriga os jornalistas a refletir de forma mais aprofundada sobre o seu uso. Além dos códigos pelos quais se rege o exercício jornalístico e das orientações mais específicas que possam vir a ser dadas pelos meios de comunicação sobre o uso das redes sociais, o jornalista, por si só, terá de repensar a forma como usa estas ferramentas.

Perante isto, e atendendo às limitações, este relatório de estágio não pretende apresentar um estudo exaustivo dos comentários feitos nas redes sociais, até porque existem várias plataformas e uma quantidade infinita de artigos e comentários a serem analisados em vários órgãos de comunicação. Deste modo, e futuramente, outros trabalhos poderão ser feitos a esse nível. Poderão ser analisados outros média, a amostra poderá abranger mais artigos – num maior período de tempo – e outras formas de recolher informação sobre o impacto dos comentários das redes sociais nos jornalistas poderão vir a ser aplicadas.

Referências Bibliográficas

- Alcadipani, R. (2007). O declínio dos jornais. *GV executivo*, 6(2), 31-35. DOI: 10.12660/gvexec.v6n2.2007.34558
- Bardoel, J. & Deuze, M. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103. Retirado de <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>
- Barros, S. & Carreiro, R. (2015). A discussão pública e as redes sociais online: o comentário de notícias no Facebook. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, 17(2), 174-185. Retirado de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.172.05>
- Cabral, A. & Lima, N. (2018). Interações conflituosas e violência verbal nas redes sociais: polêmica em comentários no Facebook. *Revista (Con) Textos Linguísticos (Edição Especial Violência Verbal)*, 12(22), 39-58. Retirado de <http://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/20626/14231>
- Caminada, T. & Christofoletti, R. (2016). O erro anotado: um estudo dos comentários de leitores no Facebook sobre falhas jornalísticas. *Estudos em Comunicação*, 22, 51-66. DOI: 10.20287/ec.n22.a03
- Canavilhas, J. (2010). Do gatekeeping ao gatwatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In *Trabalho apresentado no II Congresso Internacional de Comunicación* (Vol.3).
- Carlson, M. (2016). Embedded Links, Embedded Meanings. Social media commentary and news sharing as mundane media criticism. *Journalism Studies*, 17(7), 915-924. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1169210
- Correia, J. C. (2009). *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso. Notas sobre Jornalismo e representações sociais*. Livros LabCom.
- Crespo, A. (2019, 14 de novembro). É para matar o jornalismo de vez?. *TSF*. Acedido em <https://www.tsf.pt/opiniao/e-para-matar-o-jornalismo-de-vez-11512812.html>
- Deuze, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. *Comunicação e Sociedade*, 9-10, 15-37. DOI: 10.17231/comsoc.9(2006).1152
- Direcção Editorial (2018, 16 de agosto). Os compromissos da Direcção Editorial. *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2018/08/16/opiniao/noticia/os-compromissos-da-direccao-editorial-1841144>
- Durães, P. (2019, 29 de abril). APCT: 2019 arranca com mais quebras na imprensa generalista. *Meios & Publicidade*. Acedido em <https://www.meiosepublicidade.pt/2019/04/apct-2019-arranca-quebras-na-imprensa-generalista/>
- Fidalgo, J. (2006). Imprensa gratuita “veio para ficar”. In Pinto, M. & Fidalgo, J. (coord.) (2006) *A comunicação e os media em análise* (pp. 79-84). Braga, Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Francisco, K. C. (2010). O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?. *Prisma.com*, 12, 193-218. Retirado de <http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2020>

George, C. (2017). Hate Speech. A Dilemma for Journalists the World Over. In Ethical Journalism Network (2017) *Ethics in the News. EJN Report on Challenges for Journalism in the Post-truth Era* (pp.29-32). Londres, Reino Unido.

Henriques, A. (2014, 4 de julho). Jornais que publiquem textos assinados por estagiários arriscam multa. *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2014/07/04/sociedade/noticia/jornais-que-publiquem-textos-assinados-por-estagiarios-arriscam-multa-1661566>

Hille, S. & Bakker, P. (2014). Engaging the Social News User. Comments on news sites and Facebook. *Journalism Practice*, 8(5), 563-572. DOI: 10.1080/17512786.2014.899758

Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de Proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*. LabCom.

Jesus, G., Araújo, W. & Carvalho, C. (2018, julho). Internet e redes sociais: Jornalismo no meio digital. Comunicação apresentada no XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Juazeiro.

Lopes, F., Ruão, T., Marinho, S. & Araújo, R. (2011). Jornalismo de Saúde e Fontes de Informação, Uma Análise dos Jornais Portugueses entre 2008 e 2010. *Derecho a Comunicar*, 2, 100-120. Retirado de http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29438/1/jornalismo_de_saude_fontes_De_informacao.pdf

Martins, C. (2013) *Jornalismo Online: a convergência dos meios*. *Biblioteca online de ciências da comunicação*. [Internet] Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/martins-celia-2013-jornalismo-onlineconvergencia.pdf>

Martins, G. (2015). Caracterização dos principais grupos económicos da Comunicação Social. *ERC*. Retirado de <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvJjtzOjM4OjJtZWRRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS82NS4xLnBkZil7czo2OjJ0aXR1bG8iO3M6NTA6ImNhcmFjdGVyaXphY2FvLWRvcy1wcmluY2lwYWlzLWdydXBvcy1Y29ub21pY29zLWRhJjt9/caracterizacao-dos-principais-grupos-economicos-da>

Mota, C. & Almeida, P. (2014). Jornalismo e redes sociais: identidade e cidadania. *Revista Ecopós*, 17(1), 1-10. DOI: 10.29146/eco-pos.v17i1.1287

Neto, I. (2017). *As multiplataformas informativas: os desafios que as redes de media social e os periféricos móveis colocam no campo do jornalismo*. (Tese de Doutoramento), Universidade do Minho, Braga. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/55776/1/Tese%20Doutoramento%20Ivo%20Neto.pdf>

- Nobre, A. (2015, 5 de março). “Público”: 25 anos em papel, num jornal cada vez mais digital. *Expresso*. Acedido em <https://expresso.pt/dossies/diario/publico-25-anos-em-papel-num-jornal-cada-vez-mais-digital=f913732>
- Pereira, J. P. (2019, 29 de agosto). Vendas do PÚBLICO crescem e assinaturas online superam compras em banca. *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2019/08/29/tecnologia/noticia/vendas-publico-crescem-assinaturas-online-superam-compras-banca-1884869>
- Pinto, M. (2000). Fontes Jornalísticas: Contributos para o mapeamento do campo. *Comunicação e Sociedade* 2, 14 (1-2), 277-294. Retirado de https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf
- Pinto, S. (2017). *O debate democrático no espaço público digital: A participação política no espaço de comentários do Expresso no Facebook*. Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Retirado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/85528>
- Público (2005). *Livro de Estilo*. Lisboa: Público.
- Público (2018a, 2 de julho). Director do PÚBLICO demite-se. *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2018/07/02/sociedade/noticia/director-do-publico-demitese-1836591>
- Público (2018b, 28 de fevereiro). PÚBLICO foi único diário generalista que aumentou vendas em 2017. *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2018/02/28/culturaipilon/noticia/publico-foi-unico-diario-generalista-que-aumentou-vendas-em-2017-1804820>
- Quintanilha, T. L. (2018). 2029 – o fim dos jornais em papel em Portugal? Um estudo longitudinal sobre os principais indicadores de desempenho no sector da imprensa escrita tradicional portuguesa. *Observatorio (OBS*) Journal*, 12(3), 138-155. Retirado de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v12n3/v12n3a08.pdf>
- Quintas, C., Dutschke, G. & Silva, I. (2017). Grupos de comunicação social em Portugal e desafios da globalização. *OBSERVARE – JANUS 2017 – A comunicação mundializada*, 98-99. Retirado de http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/3559/1/2.3.2_C%c3%a9liaGeorglsabel_Comunica%c3%a7%c3%a3oPortugal.pdf
- Rebelo, J. (Ed.) (2011). *Ser jornalista em Portugal – perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.
- Ribeiro, F. (2012). Opening the gates for the public in the media: problems posed to the audience discussion programmes. *Revista Estudos de Jornalismo*, 1, 114-125. Retirado de http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/36698/1/FR_rev_estudos_jornalismo_2012.pdf
- Ribeiro, V. (2013). *O spin doctoring em Portugal: Estudo sobre as Fontes Profissionais de Informação que Operam na Assembleia da República*. (Tese de Doutoramento), Universidade do Minho, Braga. Acedido em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34431/1/Fernando%20Vasco%20Moreira%20Ribeiro.pdf>

- Rodrigues, C. (2010). Redes sociais: novas regras para a prática jornalística?. *Prisma.com*, 12, 219-231. Retirado de <http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2022>
- Sá, M. (2010). *As redes sociais na rádio TSF: o Facebook e o Twitter como veículos de difusão e angariação de informação*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41748>
- Salaverria, R. (2015). Media e jornalistas: um futuro em comum?. *Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, 3(1), 79-83. Retirado de <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/297/304>
- Schultz, I. (2007). The Journalistic Gut Feeling. Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207. DOI: 10.1080/17512780701275507
- Silva Filho, F. (2014). *O perfil social dos jornalistas: uma análise do uso do Facebook nos jornalistas portugueses*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/30477>
- Silva, E. C. (2018). A imprensa em Portugal – os cenários da crise e os desafios. *Communitas Think Tank – Ideias*. Retirado de <http://www.communitas.pt/ideia/a-imprensa-em-portugal-os-cenarios-da-crise-e-os-desafios/>
- Somaiya, R. (2014, 26 de outubro). How Facebook Is Changing the Way Its Users Consume Journalism. *The New York Times*. Acedido em <https://www.nytimes.com/2014/10/27/business/media/how-facebook-is-changing-the-way-its-users-consume-journalism.html>
- Sonaecom (2018). *Relatório & Contas 2018*. Retirado de <https://web3.cmvm.pt/sdi/emitentes/docs/PC71571.pdf>
- Specht, P. (2016). O esvaziamento das seções de comentários de leitores nos portais de notícias: o Facebook como novo espaço de expressão. *Sessões do Imaginário*, 35, 80-87. DOI: 10.15448/1980-3710.2016.1.23361
- Veloso, A. S. (2015). O uso das redes sociais por jornalistas em Portugal. *Sobre jornalismo*, 4(1), 120-139. Retirado de <https://surlejournalismo.com/rev/index.php/slj/article/download/204/260/>

PSP apreende uma tonelada de cannabis

Droga
Maria João Mesquita

A investigação visava um conjunto de indivíduos que se dedicavam ao cultivo, colheita e comercialização ilícita de cannabis

Dois homens e uma mulher, estrangeiros, com idades compreendidas entre os 35 e os 50 anos, foram detidos em flagrante delito, ontem, pela Polícia de Segurança Pública por tráfico de estupefacientes.

De acordo com um comunicado enviado à imprensa pelo Comando Metropolitano do Porto da PSP, no decorrer de “uma busca domiciliária e uma não domiciliária nas cidades de Matosinhos e Maia” foi apreendida uma tonelada de plantas e folhas de cannabis em diferentes estados de maturação, utilizando-se, para tal, uma estufa com cerca de mil metros quadrados de plantação num armazém com seis compartimentos.

Para além disso, foram apreendidos materiais de cultivo, colheita e acondicionamento de estupefacientes; materiais relacionados com sistemas de rega, aquecimento e ventilação, destacando-se 600 lâmpadas térmicas, 500 balastos eléctricos e cerca de dez mil ventiladores; e aproximadamente três mil euros e uma viatura automóvel.

A PSP estima que este cultivo decorra há já um ano. A energia usada na estufa provinha de uma ligação eléctrica ilegal e directa a um posto de transformação situado no mesmo armazém, o que se traduz num prejuízo de três milhões de euros para o fornecedor de electricidade, revelou o intendente Rui Mendes. “Esta estufa caracterizava-se pelo elevado grau de elaboração”, uma vez que “para além da quantidade em termos de produção, tinha uma grande complexidade nos sistemas associados ao cultivo”, acrescentou.

Segundo a mesma fonte, “esta é a maior operação alguma vez feita nesta área de plantação de cannabis”, tendo estado envolvidos cerca de 50 agentes. Os três detidos que não têm antecedentes criminais, vão ter de se apresentar hoje no Tribunal da Maia. **Texto editado por Ana Fernandes**

maria.costa@publico.pt



O concelho da Maia é um campeão da reciclagem no país

Maia recicla mais de cem toneladas de têxteis em meio ano

Ambiente
Maria João Mesquita

Foram instalados no concelho “Roupões” e contentores identificados para a deposição selectiva destes resíduos.

No primeiro semestre deste ano, a população da Maia contribuiu para a recolha de mais de cem toneladas de resíduos têxteis, nomeadamente roupa e calçado. Registrou-se um aumento de 12,5% em relação ao mesmo período do ano passado, o que, segundo a empresa pública municipal Maiambiente, “demonstra o envolvimento cada vez mais activo da população na construção de um concelho mais sustentável”.

A Maiambiente, juntamente com a Wipypix, instalou no concelho da Maia 48 “Roupões” e contentores azuis-claros identificados para a deposição selectiva destes resíduos. “Com uma nova imagem, esta identificação pretende ser socialmente mais integradora, possibilitando um reconhecimento mais imediato dos resíduos a depositar”, explica a empresa Maiambiente.

Após a utilização máxima destes materiais, estes devem ser depositados, de forma selectiva, em contentores, para serem conduzidos para a reciclagem. Se a roupa ou o calçado estiverem em bom estado, poderão ser tratados e encaminhados para os que mais necessitam. Caso a qualidade não permita a sua reuti-

lização, os materiais serão transformados em matéria-prima para a produção de produtos de limpeza de origem têxtil ou para a reaqusição de fibras e de novos produtos têxteis.

Os resíduos têxteis são uma fracção importante do “lixo” indiferenciado produzido em Portugal que todos os países da União Europeia vão ser obrigados a recolher selectivamente a partir de 1 de Janeiro de 2025. Só em 2017, os portugueses desperdiçaram 200 mil toneladas de roupa que poderiam ter sido recicladas.

No sistema Lopor, a que a Maia e outros municípios do Grande Porto pertencem, os resíduos indiferenciados não são enviados para aterro, acabando, em parte, incinerados para produção de energia. Num estudo recente de caracterização do “lixo” não enviado para reciclagem, a Lopor apercebeu-se de um aumento de materiais têxteis em algumas zonas onde actua, materiais esses que não eram desperdiçados por consumidores, mas por pequenas empresas do sector têxtil.

Actualmente, o concelho da Maia é um campeão da reciclagem no país, com resultados que, se fossem replicados nos restantes municípios, levariam Portugal a ultrapassar as metas previstas no plano estratégico para o sector. Portugal pediu, no ano passado, à União Europeia, mais dois anos para cumprir os objectivos que se propusera alcançar em 2020. Na Maia, já se ultrapassaram em 2015 as metas para 2020. **Texto editado por Abel Coentrão**

Um Mescla de artistas e artes toma conta da cidade de Viseu até domingo

Cultura
Sandra Rodrigues

Aos artistas e colectivos radicados na cidade, juntam-se nomes nacionais e internacionais em diferentes áreas da cultura

Esculturas de luz e sonoras desafiam o público a uma experiência artística e à descoberta do centro histórico de Viseu. Nos palcos espalhados pela parte antiga da cidade dão-se a conhecer diferentes territórios culturais. O Festival Mescla propõe até domingo mais de 200 espectáculos que vão desde o teatro ao cinema, passando pela música, literatura e circo.

Promovido pela câmara, o festival assume uma programação que quer “dialogar com a cidade”.

“É uma verdadeira mescla de disciplinas e de artistas de Viseu, do país e do mundo e também de manifestações, de experimentações. É uma viagem, um roteiro, pelo centro histórico”, realça Jorge Sobrado, vereador da Cultura.

As propostas acontecem em 13 espaços do casco velho da cidade, mas estendem-se também à Quinta da Cruz, local dedicado à arte contemporânea. As esculturas sonoras e de luz habitam no interior e no exterior dos edifícios. São, segundo Jorge Sobrado, uma “proposta” para voltar “ao coração antigo da cidade”. “São também uma experiência interactiva e intergeracional. Todas

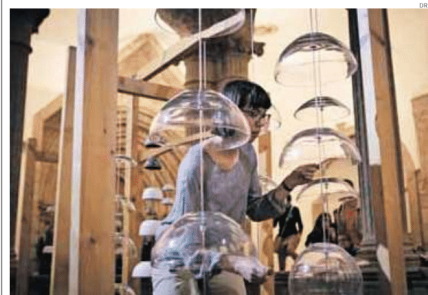
elas contam uma história, dialogam com a cidade e com o seu património”, refere. Já as visitas guiadas aos museus ajudam a descobrir os “elementos identitários” de Viseu. Nos palcos, a música faz-se de várias sonoridades e línguas. A Cave Story, Noiserv, Solar Corona ou Moullinex juntam-se outros nomes como Surma, Lince ou Sopa de Pedra.

“É uma programação de mão-cheia, para todos os públicos, e que faz uma viagem por Portugal, pelas nossas aldeias, mas também pelo mundo”, destaca ainda o vereador.

Segundo Jorge Sobrado, o Mescla, que vê a acontecer esta semana a sua primeira edição, é um festival que existia antes de existir. “Já estava no desígnio do município criar um espaço que fosse de experimentação, de demonstração e de afirmação dos talentos e das dinâmicas culturais de Viseu”, sustentou.

Para o autarca, “Viseu está a viver um momento especialmente vibrante do seu ecossistema artístico, muito relacionado, mas não exclusivamente, pelas dinâmicas abertas pelo programa Viseu Cultura e também pela orientação dada à incubadora do centro histórico para as indústrias culturais”. E o Mescla arranca precisamente com uma mesa-redonda sobre “Cultura e Património” e que juntou programadores, criadores e investigadores culturais de Lisboa, Porto e Braga.

A programação preenche os dias que ficaram vazios com a interrupção do festival Jardins Efêmeros que se realizava há dez anos no centro histórico de Viseu.



Esculturas sonoras e de luz estão no interior e exterior dos edifícios

LOCAL

Todos se uniram por um rio e o Sousa vai ser uma área protegida

A Câmara de Lousada pretende preservar a biodiversidade, despoluir o rio e conservar o património cultural. No futuro, o executivo considera que pode haver articulação com outros municípios

Conservação da Natureza
Maria João Mesquita

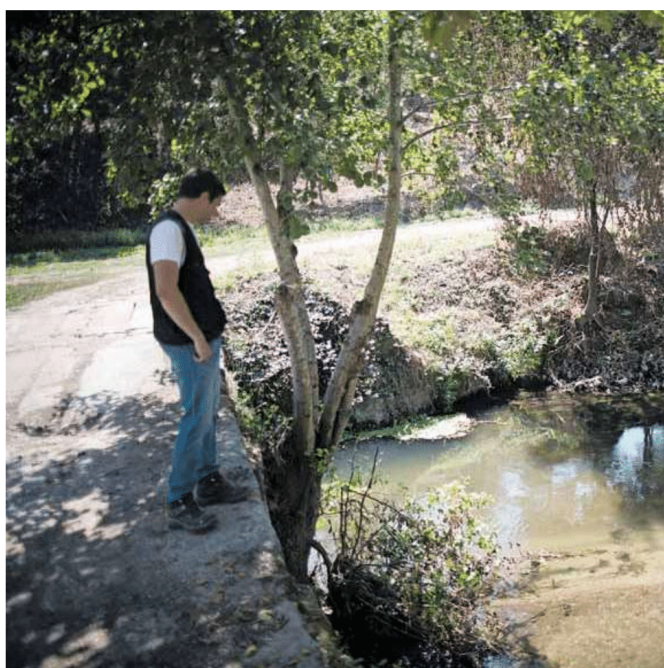
No concelho de Lousada, a preservação da biodiversidade do rio Sousa não é apenas um plano. É um objectivo já traçado e delineado, patente no projecto de criação de uma Paisagem Protegida para o Sousa Superior, que tem em vista a protecção e a despoluição do rio Sousa, que nasce em Friande (Felgueiras) e desagua na foz do Sousa (Gondomar), passando pelos concelhos de Felgueiras, Lousada, Penafiel, Paredes e Gondomar. Uma pretensão que surgiu, sobretudo, devido às descargas ilegais e poluentes no rio.

Numa área tão densamente habitada como Lousada, onde existem cerca de 500 habitantes por quilómetro quadrado, houve a necessidade de fazer algo que marcasse a diferença a nível ambiental e que envolvesse, para além da fauna e da flora, a arqueologia, a paisagem, os valores culturais, as tradições e o património imaterial. Neste processo, toda a ajuda é bem-vinda e a comunidade é a primeira a poder contribuir para a saúde do território.

Tudo começou em 2015, quando a câmara municipal sentiu uma necessidade de "fazer o levantamento dos valores naturais e patrimoniais existentes no concelho" e de "articular territorial e socialmente os vários projectos ambientais em curso, garantindo alguma protecção futura a espécies e habitats", explicou ao PÚBLICO Milene Matos, bióloga e coordenadora de sector de conservação da Natureza Ambiental da Câmara de Lousada e responsável técnica pelo projecto de Paisagem Protegida do Sousa Superior. Após estar tudo devidamente estudado e cartografado, contou, decidiu-se intervir numa área de, aproximadamente, 1300 hectares, o correspondente a 13% do território concelhio. Desta forma, entende, é mais fácil "aceder a linhas de financiamento até agora vedadas".

Para além das 132 espécies de vertebrados existentes em toda a região de Lousada – nas quais se incluem 24 espécies protegidas a nível europeu, seis espécies ameaçadas a nível nacional e quatro a nível internacional e ainda 11 endemismos ibéricos (isto é, espécies que só existem na Península Ibérica) –, existem 272 espécies botânicas e nove espécies RELAPE (Raras, Endémicas, Localizadas, Ameaçadas ou em Perigo de Extinção). Só deste ponto de vista, da fauna e da flora, "há todo um elenco de espécies que urge proteger", declarou a responsável que, juntamente com uma equipa multidisciplinar, crê que o trabalho esteja concluído e a área aprovada até finais deste ano.

Contudo, o projecto para o Sousa Superior vai muito além da despoluição do rio. Embora já estejam a ser tomadas medidas de protecção, com uma equipa de biólogos constantemente atenta e activa e que está regularmente nos terrenos que vão fazer parte da área protegida, o que se pretende é, segundo Manuel Nunes, vereador do Ambiente da Câmara de Lousada, potenciar o desenvolvimento sustentável do território. Existem, em concreto, alguns locais que demonstram estes mesmos objectivos. É o caso da Mata do Vilar, que, com 11 hectares, possui a maior mancha de carvalhal em Lousada. Neste espaço, vão ser criados trilhos, zonas de lazer e de actividades, bem como uma linha de água, a principal intervenção. Também os Moinhos de Pias, uma zona com cerca de sete hectares por onde passa o rio Sousa, fará parte desta área. Para já, está à vista para este local a reconstrução dos moinhos. Mas do projecto também fazem parte as casas senhoriais, importantes centros turísticos. A Casa de Juste, por exemplo, vai integrar esta área protegida e ajudar na preservação da biodiversidade. Com 15 hectares e pelo menos 500 anos de existência, este solar funciona actualmente como casa de turismo de habitação. Além disso, apresenta



O projecto Lousada Guarda Rios conta já com mais de 50 participantes lousadenses e 300 alunos. Estes são convidados a adoptar alguns troços de rio, a fazer vigilância e a reportá-la

características arquitectónicas que vão do medieval ao barroco, mas também uma janela do estilo manuelino e, na capela, um altar de talha dourada do século XVI.

Envolver a comunidade

Visando envolver a comunidade no projecto de criação da área protegida no Sousa Superior, realizaram-se diversas sessões participativas, em várias freguesias do concelho com a população mais jovem de Portugal, de modo a que a população pudesse contribuir com estratégias e propostas de acção e gestão. No total, foram apresentadas 61 propostas por mais de 300 lousadenses. Este propósito de chamar a atenção da comunidade para a salvaguarda dos valores natu-

rais dos rios fez surgir o projecto Lousada Guarda Rios, que conta já com mais de 50 participantes lousadenses e com 300 alunos. Os interessados são convidados a adoptar alguns troços de rio, a fazer vigilância e a reportá-la, pelo menos quatro vezes por ano, num acto de participação cívica. Caso vejam alguma situação incorrecta, devem mencioná-la quer aos biólogos em campo, quer às autoridades, para que o problema possa ser resolvido o mais rapidamente possível.

No que diz respeito à interligação entre vários concelhos e municípios, embora exista uma descontinuidade de, aproximadamente, 30 quilómetros entre a Paisagem Protegida para o Sousa Superior (que está a ser con-

“A nossa intenção é devolver o rio às pessoas”

Fausto Oliveira
Presidente da Junta da União das Freguesias de Silvares, Pias, Nogueira e Alvarenga



Decidiu-se intervir numa área de cerca de 1300 hectares, o que corresponde a 13% do território lousadense

cebidada) e a Paisagem Protegida Regional Parque das Serras do Porto – que, com 5700 hectares, é hoje um espaço rico em história e património cultural e natural –, o vereador do Ambiente admitiu que um dos objetivos deste processo passa por “alargar esta área e criar um corredor de conectividade desde a nascente até à foz” do rio. Apesar desta vontade, a verdade é que “as realidades das freguesias da Área Metropolitana do Porto e do Sousa Superior são muito distintas, quer a nível da geografia, quer a nível dos propósitos de conservação e da realidade faunística e florística”, explicou. No entanto, o autarca crê que este “é um trabalho que tem de ser feito (e já está a ser feito) em articulação

com outros municípios”, dando como exemplos Penafiel, Paredes e Felgueiras.

Um movimento interfreguesias do concelho de Lousada, constituído por oito presidentes de junta – que estiveram presentes nas sessões participativas do projecto de criação da área protegida no Sousa Superior – criou, no passado dia 16 de Agosto, um manifesto em prol do rio Sousa, defendendo “um maior envolvimento de todos para a realização de acções concretas que acelerem o fim das descargas poluentes no rio”.

No documento, os presidentes das Juntas de Aveleda, Caíde de Rei, Cernadelo, Macieira, Meinedo, Torno, Vilar de Torno, Alentém e da União das Freguesias de Silvares, Pias,

Nogueira e Alvarenga consideram que, “de entre os atentados à vida do rio Sousa, aquele que mais afecta a vida das pessoas, a fauna e a flora do rio é a poluição resultante de descargas ilegais e poluentes que quase diariamente toldam o rio”.

Este é um manifesto de preservação da “biodiversidade” que vem ao encontro do projecto apresentado em Março deste ano pelo município de Lousada. Tal como se pode ler no portal da autarquia, o executivo entendeu que se deveria iniciar um processo de classificação desta mesma área, dado o valor ambiental do território e a relevância para a conservação da natureza e do património cultural.

O presidente da Junta da União das

Freguesias de Silvares, Pias, Nogueira e Alvarenga revelou ao PÚBLICO que é importante que exista “uma consciencialização cada vez maior da importância dos rios e da sua preservação”, até porque “há uma série de actividades económicas que vão surgindo e que estão a provocar uma degradação do ambiente e, sobretudo, dos rios”. Tendo em conta que se têm vindo a criar outros movimentos informais contra a poluição, quer no rio Sousa, quer no rio Ferreira – que desagua no rio Sousa e que “está numa situação caótica devido às descargas da ETAR da Arreigada” –, é intenção dos autarcas, segundo Fausto Oliveira, “estabelecer uma parceria com esses movimentos” e “criar uma força ainda maior”.

Fausto Oliveira contou ainda que “a câmara e as juntas têm realizado algumas acções de preservação do rio”. Exemplo disso foi a Festa do Rio, em Lousada, que, sob a organização desta união de freguesias, reuniu, no passado dia 17 de Agosto, uma equipa de voluntários constituída por membros do executivo e trabalhadores da junta para realizar uma acção de limpeza das margens do rio Sousa. “A nossa intenção é devolver o rio às pessoas”, frisou.

Neste sentido, e conforme está no manifesto, os subscritores comprometem-se a “vigiar, denunciar e impedir as descargas poluentes no rio Sousa ou em qualquer um dos seus afluentes ou canais de ligação”.

PAN critica poluição do rio

Na sequência das descargas ilegais que têm ocorrido no rio Sousa, também o partido Pessoas-Animais-Natureza (PAN) de Penafiel lançou uma carta aberta, no passado dia 13 de Agosto, para entregar à câmara municipal. O objectivo é pressionar o executivo para “a resolução de um problema que já existe há imenso tempo, investigando e responsabilizando as empresas que cometem, recorrentemente, estes crimes ambientais”, como disse ao PÚBLICO Lílina Silva, do PAN Penafiel.

O manuscrito, que reúne até ao momento desta publicação cerca de 200 assinaturas, dá conta dos problemas ambientais a que o rio Sousa está afecto, desde logo “as descargas ilegais”, “os maus cheiros”, “a poluição e morte de vários peixes do rio” e “as descargas da ETAR de Lousada” e de “Paço de Sousa”.

Pode ler-se ainda nesta carta aberta que situações deste género afectam “não só os penafielenses, mas também a população dos concelhos por onde passa o rio Sousa e o ecossistema do mesmo”.

A carta, que pode ser assinada por todos os interessados na página oficial do Facebook do PAN Penafiel, foi criada também devido aos apelos que o partido tem recebido nesta rede social por parte de “vários contactos que testemunharam os efeitos das diversas descargas no rio”, inclusivamente por parte de “municípios preocupados com a saúde do rio”. **Texto editado por Ana Fernandes**

maria.costa@publico.pt

LOCAL

A luta pelo direito à habitação também se faz com azulejos

No Bairro dos Anjos, em Lisboa, há azulejos que contam histórias de acções de despejo e contratos não renovados. Iniciativa é do festival HabitAcção, que termina domingo com uma manifestação

Festival
 Maria João Mesquita

Numa tentativa de “mostrar a gravidade da situação habitacional em Lisboa”, o *workshop Perdi a Casa* – inserido nas actividades do festival HabitAcção – foi uma tentativa de criar uma memória colectiva, urbana e digital sobre as acções de despejo e não-renovação de contratos na cidade, através da escrita em azulejos nos Anjos. O *Perdi a Casa* é uma “iniciativa pessoal cidadã”, mas começou com uma acção colectiva no festival inaugurado a 7 de Setembro, que se prolonga até domingo.

O projecto de Claraluz Keiser, geógrafa urbanista natural do Brasil, conseguiu reunir cerca de 55 relatos de pessoas vítimas “da crise habitacional em Lisboa”. As suas histórias foram redigidas em azulejos – “um símbolo cultural português” –, passaram pelo processo de cozedura e “foram posteriormente espalhadas pelo Bairro dos Anjos”.

Perante “o sucesso da acção”, e como revelou Claraluz Keiser ao PÚBLICO, o projecto continua aberto a receber novos relatos, quer pelo Instagram, quer por *email*. Mas as acções contra esta realidade não se ficam por aqui – até porque o festival HabitAcção, organizado por cerca de 30 associações, programou mais de 40 actividades dedicadas ao tema *Ação pela Habitação*. Exposições, concertos, lançamento de filmes, acções de rua, *performances* artísticas e debates pretendem “chamar a atenção, questionar, mobilizar e convidar a tomar a palavra” sobre a temática.

Para além do *workshop* com azulejos e da greve geral climática, que decorre hoje, está agendada uma oficina de Costura pela Habitação para amanhã, a partir das 15h00. Segue-se, às 17h00, um concerto de cravos e leituras – uma actividade intitulada *A Rua é Nossa*. Às 18h00, é tempo da *performance* de Vanda Rodrigues, *Sobreposição: Um espectáculo de Amor sobre a Gentrificação*.

Ao longo deste mês já se realiza-



O projecto de Claraluz Keiser, geógrafa brasileira, conseguiu reunir cerca de 55 relatos de pessoas vítimas “da crise habitacional em Lisboa”

O festival atinge o clímax no domingo, com uma manifestação pelo direito à habitação e à cidade na Avenida da Liberdade, em Lisboa, a partir das 15h

ram passeios guiados por bairros “gentrificados” de Lisboa, como Alfama, Mouraria e Graça, assim como um *workshop* para crianças.

Nicolas Sousa, presidente da Associação de Valorização do Património e da População da Graça (AVPPG), uma das associações organizadoras do festival, exige “o fim dos despejos e das demolições sem alternativa”, “a regulação das rendas”, “mais habitação pública de qualidade”, o usufruto “do espaço público e dos espaços sociais” e “uma mudança radical no modelo de ‘governança’ e de desenvolvimento das cidades”. Neste sentido, e para cada uma destas preocupações, a organização propõe uma série de medidas: “A indexação do

valor das rendas ao ordenado mínimo nacional”, “políticas de habitação que diminuam as desigualdades sociais e impeçam a segregação étnico-racial” e “a diminuição efectiva do número de apartamentos turísticos e a expropriação dos monstros imobiliários”.

No fundo, contou o responsável, o festival HabitAcção é “um apelo às pessoas” para que se juntem a esta manifestação e para que se possa “começar uma luta unida” – não só em Lisboa, mas noutros locais. Perante estes fenómenos da “gentrificação”, da “turistificação”, da demolição e da expulsão”, o festival atinge o clímax no domingo com uma manifestação pelo direito à habitação e à cidade na Avenida da

Liberdade, em Lisboa, com concentração marcada para as 15h.

A ideia é que o festival seja “uma acção continuada”, na sequência da manifestação pela habitação que teve lugar em Lisboa a 22 de Setembro. Como adiantou Nicolas Sousa, serão tomadas algumas iniciativas mais concretas para “lutar contra os despejos e as baixas rendas” e incentivar o “aumento salarial”. Assim, “acções na Câmara de Lisboa e petições” são algumas das acções que estas associações poderão levar a cabo depois da concentração do fim-de-semana. **Texto editado por Ana Maria Henriques**

maria.costa@publico.pt

PortoBay Flores



O novo cinco estrelas do Porto tem alma quinhentista

A um palacete do século XVI junta-se um edifício construído de raiz. A ponte entre o clássico e o contemporâneo é feita através do pátio ajardinado, que põe em contraste as duas épocas distintas. Em plena Rua das Flores, o novo luxo do Porto passa por “um reforço ainda mais profundo da componente histórica”. *Maria João Mesquita (texto) e Manuel Roberto (fotos)*

● O palacete do século XVI, localizado na Rua das Flores, no centro histórico do Porto, recuperado mas com características arquitectónicas preservadas, não esconde os seus encantos: na fachada predominam as grandes portas de madeira, os janelões com frontões triangulares, as varandas de ferro forjado e as cantarias de pedra onde figura o brasão quinhentista; no interior, as antigas cavaliças do palacete deram lugar à entrada do hotel, onde permanece renovada a emblemática escadaria e onde se mantêm intactas as lajes de granito originais. É desta forma que começa a estadia na mais recente unidade do grupo madeirense PortoBay: de pescoço erguido, olhar voltado para cima e um sentimento de admiração. A rua que o acolhe é também a rua que dá o nome a este palacete, a cerca de 500 metros de outro edifício emblemático - a Estação de São Bento.

Com um charme especial que nos



Conforto
 Todos os locais do hotel parecem ser feitos para um maior descanso e relaxamento. Para além da comodidade dos quartos, os visitantes podem contar com spa, piscina interior e cantos de leitura. O que permite que a pessoa possa, de facto, repousar.



Falta de estacionamento
 Por se tratar de um edifício localizado na Baixa do Porto, o hotel não garante estacionamento. Assim, quem lá quiser ficar alojado, terá de pagar parque.



transporta ao passado, o novo hotel de cinco estrelas apresenta outros traços representativos da época, como os azulejos, as janelas, a decoração em pedra original e um antigo forno de cozinha que liga o edifício do palacete à nova ala do hotel. Aqui, no piso térreo, é-nos entregue um cartão que abre automaticamente um dos quartos do hotel, sentindo-se, de imediato, o contraste entre o clássico e o moderno.

Esta casa apalaçada, conhecida na cidade como a Casa dos Maias - nome da última família que a habitou - ou Palácio dos Ferrazes, combina-se agora com um edifício construído de raiz. O desafio do arquitecto Samuel Torres de Carvalho passou, portanto, por preservar os elementos originais do palacete com cerca de 500 anos de história, situado numa rua pedonal, a cerca de 120 metros do Largo São Domingos.

Percorrendo o 14.º hotel da marca na cidade, vemos um amplo pátio

pavimentado em lajes de granito, fruto das transformações oitocentistas, onde terá existido uma fonte barroca. Mas os segredos não ficam por aqui. A pequena capela barroca, que data à época das obras de renovação do imóvel, certamente meados do século XVIII, tornou-se um lugar de referência para aqueles que visitam o edifício. Além disso, podemos descontrair numa sala de leitura acolhedora ou num espaço especialmente criado para ouvir música sem a azáfama do quotidiano - o jazz corner (o canto do jazz). Mas há mais. Foi também construída uma "clara-bóia aberta", que vem permitir que a água da chuva caia no corredor e nos desperte os sentidos.

No total, o hotel oferece 55 quartos no edifício novo e 11 no antigo palacete. Com sete tipologias de quarto disponíveis para diferentes experiências, o espaço apresenta camas espaçosas, colchões altos, lençóis de 300 fios egípcios e 100%

algodão, smart TV de 55 polegadas, room service 24 horas, conforto e vistas fantásticas sobre o centro histórico do Porto, nomeadamente sobre a Sé. Nos pisos superiores revelam-se as amplas janelas e varandas e, na ala nova do hotel, há um pormenor que vem interligar o século XVI à actualidade: em todos os quartos podemos ver uma fotografia do hotel em situações passadas.

"Há neste projecto um reforço ainda mais profundo da componente histórica, que já tem surgido em alguns dos últimos hotéis abertos pelo grupo PortoBay", diz-nos António Trindade, o presidente executivo do grupo hoteleiro.

Restauração e spa

Em funcionamento desde o dia 15 de Agosto, o novo hotel conta ainda com serviço de babysitting, quartos comunicantes e para pessoas com mobilidade reduzida e um menu de



PortoBay Flores
 Rua das Flores, 27
 4050-416 Porto
 Tel.: (+351) 220 047 000
 Preços: podem variar entre 60 e 140 e os 400 euros/noite.

almofadas, para que se possa desfrutar de todo o conforto.

No que diz respeito à restauração, o restaurante Bistrô Flores, situado nos salões nobres do palacete, alla os produtos de qualidade a um serviço personalizado. Apostando na "alta gastronomia", sob a batuta do chef Nuno Miguel, é-nos apresentada uma carta servida ao almoço e ao jantar, onde se destacam pratos como queijo de Azeitão assado no forno com broa de Avintes (10€), salada de atum e vinagrete de maracujá (10€), gnocchi com tomate assado e cogumelos e lascas de queijo da Ilha (16€), bacalhau em creme de cebola tostada (18,50€), polvo assado com limão e tomilho (22€), barriga de leitão confitada (18,50€), magret de pato, quinoa e legumes (21€), massada de peixes e mariscos (19,50€) ou moullaux de chá verde e chocolate branco (8,50€).

Já na entrada do hotel, o Bar dos Maias, com esplanada e acesso directo para a Rua das Flores, oferece opções diversificadas de bebidas e refeições ligeiras ao longo do dia.

Mas as atracções não se ficam por aqui. Para além de restaurante, bar com esplanada para a rua, um pátio ajardinado, um espaço para reuniões e "cantinhos" de serenidade, o Mandalay Spa do hotel oferece três salas de tratamento, sauna, banho turco e ginásio, sendo que a área de relaxamento está ligada à piscina interior, que é aquecida com luz natural. As terapias são orundas do Sudeste Asiático e baseiam-se na medicina indiana e tailandesa. **Texto editado por Sandra Silva Costa**

A Fugas esteve alojada a convite do Hotel PortoBay Flores

LOCAL

Baixam os passes,

Cinco meses depois de o preço dos passes ter baixado, os utentes sobem o tom das queixas, sobretudo agora que as aulas já começaram e o fluxo atingiu o seu pico. A oferta não dá resposta à procura

Transportes públicos
Maria João Mesquita,
Rita Robalo Rosa

Em hora de ponta são muitas as pessoas que esperam pelos transportes que as levam de regresso a casa, seja nas paragens de autocarro, no metro ou nas estações de comboio. As caras não são de satisfação. Ou porque a espera é longa, ou porque o transporte já vai cheio e têm de esperar pelo seguinte. Há casos de pessoas que esperam mais ainda, pois alternam entre meios de transporte, como é o caso de Ricardo Filipe, de 24 anos, que vive no Porto e tem de esperar "15 minutos para apanhar o próximo autocarro", após ter chegado, de metro, à estação de Campanhã.

O Programa de Apoio à Redução Tarifária (PART) entrou em vigor em Abril deste ano, mas é agora, após o início do novo ano lectivo, que se sente o seu real impacto. E o desagrado impera. Apesar de a redução de preços e a integração bilhética terem democratizado o acesso aos transportes públicos, os cidadãos queixam-se do aumento do número de pessoas nos transportes – que estão lotados –, da falta de oferta por parte das empresas de transporte e da qualidade do serviço prestado.

No âmbito da Semana Europeia da Mobilidade e do Dia Europeu sem Carros, que se comemora hoje, o PÚBLICO fez um balanço do impacto que o PART teve na população que usa frequentemente os transportes públicos – quer na Área Metropolitana do Porto (AMP), quer na Área Metropolitana de Lisboa (AML) – e nem tudo está a correr sobre rodas. Sandra Faria, estudante de Ciências Farmacéuticas no Porto, anda todos os dias de metro e de autocarro e, apesar de elogiar a redução dos custos dos passes, crê que "não existem condições para a quantidade de procura que há neste momento". David Soares, estudante de Criminologia na Faculdade de Direito da Universidade

do Porto, é da mesma opinião: "A oferta é aceitável, mas não é a ideal." Catarina Carvalho, também estudante de Farmácia no Porto, chegou, inclusive, a ter de "faltar a aulas por estar à espera que o autocarro viesse". "Já tive de esperar uma hora", desabafou.

Em Lisboa, a situação não é diferente. Elsa Rosas trabalha no centro e utiliza diariamente o comboio na linha de Sintra. Confessa ao PÚBLICO que, nas horas de maior afluência, "é horrível", "não há condições" e por vezes viaja "sem ar condicionado". Porém, Elsa revela que "já era assim antes", sempre andou de comboio como uma "sardinha em lata". O PÚBLICO entrou no comboio com Elsa, entre a multidão. Nesta viagem, a partir da Amadora não cabe mais ninguém, as pessoas entram com esforço – mas há quem não o consiga fazer, como vários vídeos mostram nas redes sociais.

Para quem vem da margem sul do Tejo para o centro de Lisboa, a vida também não está fácil. No Pragal, a última estação antes da Ponte 25 de Abril, Aurélio Maia espera o comboio da Fertagus para ir trabalhar. "A esta hora [9h], normalmente haveria lugares sentados, mas agora [com os novos passes] já não", diz, acrescentando que "por volta das 19h" é pior.

Para dar resposta ao aumento da procura, a Fertagus retirou lugares sentados junto às portas, argumentando que ganhava assim 48 lugares. Contudo, Aurélio não sentiu diferença e contou que os comboios não estavam preparados "para as pessoas irem de pé".

Só à terceira é de vez

Na outra ponta da AML, os problemas são ainda maiores. A fila para apanhar um autocarro da Mafrense (pertencentes ao Grupo Barraqueiro) de volta para o concelho de Mafra tem estado enorme na estação de Campo Grande. Nestes autocarros só se pode ir sentado, pois a maioria segue por auto-estrada. André Santos utiliza



Os portugueses estão a usar mais transportes públicos devido aos preços dos passes, mas queixam-se das carências da oferta

33%

Há mais 275 mil assinaturas nos transportes públicos do Porto, o que representa um crescimento de 33%. Na AML, a procura de passes duplicou

este serviço diariamente para ir trabalhar. Costuma esperar por "dois ou três autocarros" por nunca conseguir apanhar o primeiro. "Nesta semana, por causa dos alunos terem começado as aulas, eu tenho ido apanhar à Malveira porque ele já chega aqui [Venda do Pinheiro] cheio", revela. São várias as queixas e muitos os vídeos partilhados nas redes sociais, incluindo por André.

Recorda, inclusive, que já chamaram a polícia, porque as pessoas estavam a "impedir que o autocarro saísse da paragem" – ainda havia "30 pessoas" por entrar. Admite que tudo piorou com o novo passe, principalmente nesta altura do ano: "Agora [com o novo ano lectivo] é o caos;

chegou ao ponto de virem dois autocarros e ainda ficarem 50 pessoas para encher outro." Quem vem do concelho de Mafra teve uma das maiores reduções de passe. No caso de André, passou de cerca de 120 para 40 euros.

Fonte oficial do Ministério do Ambiente revelou que "a adesão aos novos passes para os transportes públicos tem sido boa" e que "há um aumento significativo", sejam passes "metropolitanos, sejam municipais, nas principais áreas do país – Porto e Lisboa". Apesar das queixas, a mesma fonte vê a grande procura como um "sucesso". Aliás, referiu, "quando se avançou com o PART, também se avançou com um reforço das opera-

sobem queixas



Há atrasos nos pedidos de emissão dos passes Sub13 e Porto.13-15

A norte, o lançamento do Sub13 não está a ser simples. Estava previsto que os passes gratuitos para crianças até aos 12 anos arrancassem em Setembro, com o início de mais um ano lectivo, mas há atrasos na sua emissão e, numa primeira fase, estão apenas disponíveis através das escolas.

Neste sentido, em nota à imprensa, a CDU do distrito do Porto reclama “medidas extraordinárias”, tendo em conta que “em várias escolas já está a ser transmitida a informação de que estes passes vão demorar ainda mais um ou dois meses a serem atribuídos”.

Além deste, também o Porto.13-15, passe lançado pela Câmara do Porto, se encontra atrasado. Rui Neves, com dois filhos de 13 e 15 anos, pediu este passe em Junho e ainda não obteve respostas — quer da autarquia, quer da Escola Secundária com 3.º Ciclo do Ensino Básico Garcia de Orta e da Escola Básica Francisco Torrinha, instituições frequentadas pelos seus educandos. “A escola começou e o passe Porto.13-15 é uma miragem”, disse Rui Neves, sublinhando o facto de “alguns

dos amigos dos [seus] filhos” já terem passe. “O que sei é que estão a vir dois ou três passes por dia e nós continuamos nesta incerteza: se compramos ou não o passe”, rematou.

Apesar dos atrasos, o Metro do Porto adiantou, na sua página oficial, que a partir do dia 1 de Janeiro de 2020, “todos os utilizadores do título de transporte Sub13, disponibilizado gratuitamente no Sistema Intermodal de Biliética Andante, no âmbito do PART, podem viajar livremente em toda a Área Metropolitana do Porto”.

De momento, é apenas válido em três zonas. Com o alargamento da área geográfica, o Andante Sub13 continuará a ser gratuito e permitirá “uma mobilidade reforçada”.

Em declarações à agência Lusa, Tiago Braga, presidente do TIP — Transportes Intermodais do Porto, afirmou que, devido à grande afluência desta altura de início de ano escolar, foi decidido, em relação ao Sub13, “usar a articulação existente entre as câmaras e as escolas” para serem as autarquias a disponibilizar e recolher os formulários dos aderentes ao título.

Porto, agrupamento de empresas constituído pelo Metro do Porto, pela STCP e pela CP (Comboios de Portugal), apontam também para “um crescimento das vendas nos primeiros seis meses de comercialização dos novos títulos”.

O Metro do Porto registou, desde o início do ano até agora, um crescimento de “cerca de 12%”. Por esta altura, segundo fonte oficial, recorrem a este meio de transporte cerca de “260 mil clientes por dia”. “Procuramos ter sempre condições para disponibilizar a melhor e a maior oferta possível”, afirmou a mesma fonte.

Já em Lisboa, segundo noticiu a TSF a 18 de Setembro, a procura de passes duplicou na AML. A rádio adiantou que, desde Abril, o número de utilizadores que pediram o cartão Lisboa Viva não tem parado de subir.

Mesmo em Agosto, com as férias e com uma ligeira queda na procura, o número de pedidos cresceu 98% em termos homólogos.

Em relação ao uso dos serviços STCP, de acordo com fonte oficial, “verificou-se um aumento de passageiros detentores de assinaturas mensais” desde o início do sistema PART “até ao final de Agosto”. Comparativamente ao mesmo período de 2018, registou-se “um aumento de passageiros com assinatura mensal na ordem dos 10%”, isto é, cerca de “2,2 milhões de passageiros”. O que também se verifica é “a transferência de clientes de títulos ocasionais para títulos de assinatura mensais”. Conforme a mesma nota, os passes Andante trouxeram “uma simplificação de zonamento para os clientes, o que levou a uma redução de fraude nestes títulos”, daí não ser necessária mais fiscalização.

Sobre a maior procura que se tem sentido a STCP adiantou que “tem veículos de grande lotação, autocarros articulados e autocarros de dois pisos que poderão vir a ser registados em termos de afectação à linha, caso necessário”.

O PÚBLICO tentou ainda contactar a CP, Mafrense, Metro de Lisboa, Transtejo Soflusa, Autoridade da Mobilidade e dos Transportes e respectivas autarquias, mas até ao fecho desta edição não obteve resposta. **Texto editado por Ana Fernandes**

maria.joao.costa@publico.pt
rita.rosa@publico.pt

ções de transportes: houve um ajuste dos horários e uma optimização das carreiras de todos os operadores em todo o país”.

Apesar de o ministério assegurar que houve um ajuste nos horários, em Lisboa as pessoas não o confirmam. Elsa Rosas, André Santos e Aurélio Maia afirmam que, nos respectivos meios, os horários são iguais ao período anterior aos novos passes. André referiu que a Mafrense põe em circulação “autocarros extras”, mas “quando lhes apetece”. “Nós vemos os autocarros na paragem da Venda do Pinheiro parados, o autocarro que passa não tem espaço para todos e aqueles continuam ali vazios por usar”, explica. Para além disso, os

atrasos continuam. Na linha de Sintra, Elsa fica “muito feliz se [o comboio] não estiver atrasado”, mas de volta a casa já nem espera outra coisa.

Centenas à espera

O ministério diz-se “empenhado em reforçar o investimento em transportes colectivos”. Assim, enumerou uma série de investimentos que já estão em curso, como “a ampliação da rede de metropolitano de Lisboa e do Porto, a aquisição de dez novos barcos para fazer a travessia do Tejo — através da Transtejo Soflusa — e a aquisição de cerca de 700 autocarros de elevada *performance* ambiental, que estão a ser adquiridos pelos operadores de transportes com o apoio

dos fundos comunitários”.

Quanto à travessia do Tejo, os problemas mais apontados pelos utentes aos barcos que fazem o percurso de Cacilhas a Cais do Sodré referem-se às infra-estruturas dos barcos e à coordenação dos horários com os outros transportes públicos. Ludovina Sousa utiliza todos os dias três transportes para ir trabalhar: metro ou autocarro em Almada, barco para fazer a travessia do Tejo e metro quando chega ao Cais-do-Sodré. Contou ao PÚBLICO que “às vezes” sai do barco e “a camioneta partiu há um segundo”. Segundo a página da Transtejo Soflusa, o cacilheiro tem capacidade para 996 pessoas e, no fim do dia, Ludovina já nem conta

com um lugar sentada. No metro considera que os transportes estão muito cheios e não é a única. Cristina Pinho, utente regular do metro, diz ao PÚBLICO que “as carruagens já vêm praticamente cheias” do Cais do Sodré, onde se vêem centenas de pessoas à espera.

O facto é que a procura aumentou muito. Na página oficial do Metro do Porto, pode ler-se que “há mais 275 mil assinaturas nos transportes públicos do Porto desde a entrada em vigor do PART”, o que representa um crescimento de “33%”. O Programa de Apoio à Redução Tarifária trouxe ainda “42 mil novos clientes ao sistema Andante”. Os dados recolhidos pelo TIP — Transportes Intermodais do

LOCAL

A cidade escondida nos logradouros está em risco

Estão a perder-se espaços capazes de “aumentar a concentração de oxigénio, emitir vapor de água e absorver poluentes”. Os logradouros urbanos tendem a diminuir ou até a desaparecer, apontam estudos

Porto
Maria João Mesquita

Não são acessíveis a todos, mas desempenham funções de relevo do ponto de vista ambiental e urbano. Os logradouros são “espaços verdes importantes”, nomeadamente “para a produção de oxigénio, para a criação de alguns nichos de biodiversidade e para a permeabilidade do solo”. Quem o diz é o arquitecto paisagista e professor associado de Arquitectura Paisagista na Faculdade de Ciências da Universidade do Porto Paulo Farinha Marques. Contudo, estes espaços estão a ser desvalorizados por parte da população, que procura aproveitar todos os metros quadrados para a construção.

Segundo o estudo *Novos Usos Sustentáveis dos Logradouros*, da Universidade Nova de Lisboa (UNL) – publicado em 2018 –, “os logradouros [isto é, pátios ou jardins, quintais, terreiros, terrenos de horta, com árvores e mais terrenos, que parecem decorativos mas não são, contíguos a um edifício, mas que estão na dependência e ao serviço de um prédio urbano] podem e devem ser considerados como parte integrante de soluções de planeamento urbano”.

No entanto, o arquitecto Farinha Marques vai mais além e acredita que, “para tentar compensar a perda destes espaços, deve-se tentar criar espaços de uso público ou semipúblico”. Até porque, explica, esta falta de dimensão colectiva acaba por “não permitir que estes espaços desempenhem funções de recreio ou de contacto entre os habitantes da cidade e a natureza”.

Com a diminuição destes espaços verdes, alerta o arquitecto paisagista e docente na Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto Luís Guedes de Carvalho, “a qualidade de vida da cidade vai-se perdendo”, desde logo através da degradação do ar. E há que ter em atenção que os logradouros, além de serem “espaços permeáveis”, “permitem o crescimento de vegetação” e a criação de “zonas frescas na cidade”. Para Farinha Marques, estamos perante “um empobrecimento biológico”.



Houve protestos pelo abate de uma árvore no logradouro do quarteirão das ruas de Cedofeita/Breiner

Os logradouros são uma “muralha sonora”, que criam “uma realidade diferente” face à rua

Por isso é necessário que se cumpram “as regras estipuladas para a salvaguarda destes espaços”, frisa Farinha Marques, embora haja “falta de fiscalização que garanta a manutenção destas áreas notáveis e da permeabilidade do solo”. Mais do que isso, defende Luís Guedes de Carvalho, “a população deve alertar para estas situações”.

Foi o caso de Pedro Guedes e Leonor Macedo, arquitectos de 40 anos que depararam com uma árvore “aparentemente cinquentenária, com cerca de 20 metros”, a ser abatida no logradouro do edifício vizinho, que se pode ver da varanda de sua casa, no interior do quarteirão ruas de Cedofeita/Breiner/Miguel Bombarda.

Ainda antes do abate, foi feita uma poda numa magnólia centenária no mesmo logradouro que, na opinião de Leonor Macedo, “era um monumento”.

Também para o seu marido, Pedro Guedes, “esta suposta poda foi um acto de vandalismo puro”, num espaço que agora tem “um terço das árvores que costumavam ali existir”. “Como cidadãos, não podemos permitir isto. A peculiaridade desta cidade é a existência destes quarteirões verdes, cheios de árvores, que são responsáveis pelo facto de o Porto ter ar respirável. Mas se cobrirmos todos os logradouros de reba ou de cimento (o caso deste logradouro), não vamos a lado nenhum”, alega.

Ao PÚBLICO, a Câmara do Porto garantiu que “foi abatido apenas um exemplar, para o qual foi solicitado parecer, o qual foi favorável”. “A árvore em questão encontrava-se situada ao mesmo nível das garagens, estando as suas raízes a danificar a estrutura das mesmas”, explicou a autarquia, acrescentando que “as heras que envolviam o exemplar

encontravam-se já a fragilizá-lo”.

Também em Maio deste ano foi demolido o jardim centenário do antigo Cinema Trindade, no Porto, para dar lugar a um hotel. Na altura, o arquitecto José Pedro Tenreiro considerou que este caso se traduzia num “arentado contra os espaços naturais” que ainda existem na cidade. Em resposta à Lusa, o município confirmou que, para aquele local, “foi licenciada a construção de um edifício destinado a serviços” e explicou que, “tratando-se de um prédio localizado em zona de protecção a conjunto classificado, foi consultada a DRCN – Direcção Regional de Cultura do Norte, que se pronunciou favoravelmente”.

Na opinião de Luís Guedes de Carvalho, a maior procura por habitação e alojamento no centro das cidades conduz a estas situações. “Os próprios jardins ou, neste caso, logradouros, estão a ser transformados em habitações”, lamenta.

Perante “estes efeitos perversos”, Ana Monteiro, coordenadora científica do PDM e docente na Universidade de Letras do Porto, considera “ine-

quívoco que o movimento não pode ser o de eliminar espaços verdes”. “Não pode haver mais impermeabilização. Nós temos de transformar os logradouros ou os espaços que estão neste momento impermeáveis em espaços permeáveis. E isso é possível e exequível”, sublinha.

Qualidade de vida

De acordo com Paulo Farinha Marques, a diminuição dos logradouros “é uma tendência que tem sido verificada ao longo das duas últimas décadas”. Em muitos destes espaços foram sendo realizadas construções ou impermeabilizações, para rentabilizar ao máximo os imóveis ou para adaptar à passagem de automóveis, por exemplo. Mas Luís Guedes de Carvalho insiste em recordar os benefícios assegurados pelos logradouros, observando que estas áreas são uma espécie de “muralha sonora”, que criam “uma realidade completamente diferente” face à rua.

Tendo em conta o possível desaparecimento destas zonas verdes, Farinha Marques salienta que retirar vegetação das cidades agrava “a descida da humidade relativa, o aumento das ondas de calor e as alterações climáticas, que começam a ser cada vez mais recorrentes”.

Além disso, lê-se no estudo da UNL, “os logradouros constituem um contributo relevante para o conforto da vivência à escala global”. Mas, para que isso aconteça, é preciso, diz Ana Monteiro, “garantir que a massa verde – que se encontra quer em largos, quer em jardins, quer em fachadas de edifícios – mantêm as suas funções polivalentes”, que passam por “aumentar a concentração de oxigénio, emitir vapor de água e, em alguns casos, absorver poluentes”.

A questão dos espaços verdes tem estado em cima da mesa da autarquia, com projectos e iniciativas que visam melhorar a qualidade ambiental da cidade. Até 2021, a Câmara do Porto vai plantar dez mil novas árvores no espaço público da cidade – os chamados *bispots*, uma iniciativa que contou com a colaboração da Área Metropolitana do Porto e da Infra-Estruturas de Portugal. **Texto editado por Ana Fernandes**

LOCAL

Em Abreiro, todos os caminhos vão dar ao figo

Por estes dias, as figueiras de Abreiro, freguesia de Mirandela, são alvo da atenção dos produtores. O frenesim é intenso, porque o figo é fonte de rendimento nesta região e motivo de uma feira transmontana

Mirandela
Maria João Mesquita

No mês de Setembro, em Abreiro, freguesia do concelho de Mirandela, as atenções da população estão concentradas nos figos, um produto muito querido da região. Há uma nova feira para realizar e a apanha do figo para se fazer, embora as colheitas já tenham começado em meados de Junho. Além de ter uma das maiores manchas de figueiras de Trás-os-Montes, esta freguesia destaca-se pela tradição associada a esta cultura e pela Feira do Figo e do Património, que se realiza pela sexta vez nesta região e que está agendada para este fim-de-semana.

A apanha do figo faz de Setembro um mês árduo para a população de Abreiro. Contudo, para algumas famílias, é quando conseguem arrecadar um rendimento extra. O presidente da junta local, José Fernandes, cre que, de Abreiro, saiam anualmente, em média, cerca de “30 toneladas de figo” – isto, num ano bom –, estando a venda garantida a comerciantes que se deslocam à aldeia para negociarem directamente com os produtores. Os comerciantes pagam dois euros por quilo, em média. “Não dá grande lucro”, queixa-se Maria Idalina Lima, que recebe a mesma quantia “há 11 anos”. “As jeiras [o salário diário] subiram”, mas o trabalho é o mesmo, explica a produtora, acrescentando que, caso tenha de contratar pessoas para a ajudar, o lucro ainda é menor.

Idalina é das maiores produtoras da aldeia. De acordo com José Fernandes, “o dinheiro das vendas não é nenhuma riqueza, mas ajuda”. Existem cerca de duas dezenas de outros produtores que, “embora não tendo uma grande quantidade de figueiras”, colhem cerca de uma tonelada de figos. Há ainda quem tenha as figueiras apenas para colheita própria, mas essas não são contabilizadas.

Este ano não é, contudo, exemplo. Como contou Idalina, “os figos foram criados sem água e não estão tão bons como nos outros anos”. “Se tivesse chovido, seriam melhores, maiores e teriam melhor qualidade”,



Maria Idalina Lima é das maiores produtoras da aldeia

“**É um trabalho muito moroso. A gente apanha o figo na figueira, põe na estufa a secar e tem que lá ir todos os dias virar os figos, senão eles apodrecem**”

Idalina Lima
Produtora

diz a produtora, frisando que a ciência está em saber escolhê-los, o que, por si só, já dá “muito trabalho”. Apesar de existir “uma máquina de calibrar, que separa os figos mais pequenos dos maiores, o processo é essencialmente manual”.

No entanto, e para combater a seca, alguns dos maiores produtores de figos têm sistemas de rega gota a gota, que possibilitam uma maior e melhor qualidade dos figos colhidos, contrariamente ao sistema de rega tradicional, que conta apenas com a água das chuvas para irrigação das figueiras.

O figo é uma cultura complementar a outras com mais peso nesta região, como o azeite, a azeitona, a amêndoa, a uva e o mel. Porém, a importância que tem na economia desta aldeia, com pouco mais de 150 habitantes, reside na tradição e no facto de este ser um suplemento extra nesta altura do ano. Mas, na verdade, o que o distingue e caracteriza é a excelência do solo e o clima quente do vale de Abreiro, revela José Fernandes.

A família de Idalina e outras da

aldeia são agora produtoras e ocupam os dias do mês de Setembro com a apanha e a secagem do figo. Quando o tempo está de feição, é possível fazer várias apanhas na mesma figueira. Este ano, “os figos amadureceram precocemente” e, como tal, há um visível sentimento de tristeza. “Sentimos que a nossa agricultura está pior a cada ano que passa”, desabafa Idalina, que vai, apesar de tudo, continuar na azeitona da secagem do figo.

A tradição, nesta aldeia, não é consumir ou vender o fruto no seu estado natural, mas seco. Assim, após ser colhido da figueira, inicia-se o processo de conservação, que passa pela secagem. “É um trabalho muito moroso. A gente apanha o figo na figueira, põe na estufa a secar e tem que lá ir todos os dias virar os figos, senão eles apodrecem”, conta Idalina Lima. Depois, os figos são escaldados em água a ferver “para se conservarem sem bicho”. De seguida, são abafados durante alguns dias com panos. “Depois ficam ao ar e são colocados numa caixa de papelão para começa-

rem a criar o açúcar.” Isto porque, revela a produtora, “a cobertura branca característica do figo seco não é farinha, como julgam muitos, mas o açúcar do próprio figo”.

Posteriormente, na venda ao público, o custo dos figos, geralmente, tem um valor mínimo de 3,50 euros, sendo que, em Mirandela, como explica o presidente da junta, “já estão a seis e a sete euros o quilo”.

Variedade de figos também não falta em Abreiro. Há de tudo, para todos os gostos: tradicional (ou nacional), pingo-de-mel (grande e pequeno), preto, bacorinho e “três-ao-prato” (este nome advém do facto de serem grandes, bastando três para encher um prato). Tendo em conta a oferta existente, são vários os usos feitos pela população e os produtos que derivam deste fruto. “O figo, antigamente, não era tão aproveitado como é agora. Hoje em dia faz-se também o doce de figo (em compota, feito com figo e açúcar), aguardente de figo, bolo de figo (que se assemelha ao bolo de ananás), licor de figo (eu faço um que toda a gente adora e não fazia antes porque não se sabia o que poderia advir do figo), pão de figo, crocantes de figo (uma espécie de brigadeiro com amêndoa, figo, chocolate e açúcar) e licor de folha da figueira”, enumera Idalina.

Na sua opinião, o licor de figo – feito como os restantes licores, “fervido em aguardente pura, açúcar e água” – “tem um sabor divino”. “Dos licores que conheço, acho que é o mais saboroso”, realça, já o autarca, por sua vez, enaltece o licor de folha de figueira, que passa exactamente pelo mesmo processo.

A junta de freguesia preparou a feira para permitir aos produtores que vendam o figo a preços mais rentáveis do que os pagos pelos intermediários, bem como para darem a conhecer outros produtos da terra.

Este ano, tal como nos anteriores, a festa promete animação na aldeia. No domingo há um passeio pedestre, uma arruada e a actuação musical do Grupo de Gaiteiros de Vale de Salgueiro. Amanhã, além da venda, haverá música com os Sons do Arato.

maria.costa@publico.pt

Seis milhões para reescrever uma tempestade: a gráfica da Porto Editora reabriu

Empresas
Maria João Mesquita

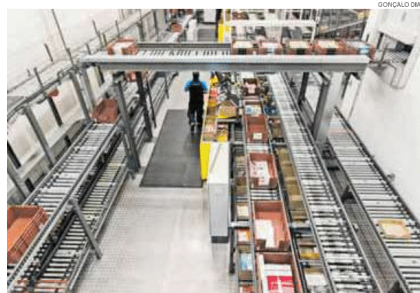
Grupo Porto Editora investiu seis milhões de euros para recuperar espaço destruído há 18 meses pela depressão Gisele

O grupo Porto Editora inaugurou oficialmente as renovadas instalações das empresas Bloco Gráfico e Zuslog na Maia, num investimento superior a seis milhões de euros. A cerimónia, que decorreu ontem, assinalou o arranque do ano escolar e a *rentrée* literária, bem como o 75.º aniversário da editora portuguesa, fundada em 1944.

Depois do acidente de Março do ano passado causado pela passagem da depressão *Gisele*, que levou à evacuação de todo o complexo e que foi considerado como difícil de catalogar pelo Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA), foram reerguidas as duas unidades do complexo da Porto Editora na Maia – gráfica e logística.

Os responsáveis da editora chegaram a avançar, na altura, que a impressão e distribuição de manuais escolares poderia ameaçar o arranque do ano lectivo. O prejuízo, que terá rondado os sete milhões de euros, aproxima-se do valor que a Porto Editora investiu agora na recuperação da sua capacidade logística e na reconstrução da unidade gráfica.

Durante cerca de um ano e meio, período de reconstrução das instalações da Bloco Gráfico e da Zuslog, a editora garantiu, em declarações à agência Lusa, ter assegurado a manutenção dos postos de trabalho e dos



Grupo assegura ter mantido os 180 postos de trabalho da unidade

respectivos direitos laborais dos 180 trabalhadores destas unidades, que continuaram a receber os seus vencimentos ao dia certo.

Para Vasco Teixeira, da administração do grupo Porto Editora, “o que os trabalhadores fizeram é quase inqualificável”. “Foi com a ajuda deles que começámos os primeiros trabalhos de limpeza. Foi um trabalho imenso e durante semanas, os trabalhadores ajudaram e foram inexcusáveis”, acrescentou, a propósito, o responsável.

Em simultâneo, a editora revelou ter sido capaz de encontrar meios alternativos para assegurar a produção do seu trabalho editorial, o abastecimento do mercado livreiro em Portugal, Angola, Moçambique e Timor-Leste – países onde o grupo tem editoras locais –, e ainda continuar a exportar para 90 países.

Segundo Vasco Teixeira, “foram tempos difíceis, mas desafiantes”. No entanto, “hoje temos uma unidade gráfica moderna, com soluções

modernas e sustentáveis e a funcionar em pleno”, frisou o responsável, após se ter conseguido evitar situações mais graves no funcionamento do mercado, graças “ao espírito de equipa forte e dinâmico”.

Um ano, 16 milhões de livros
Segundo dados enviados à imprensa, o bloco gráfico tem agora uma área de 12.887 metros quadrados e uma capacidade de produção anual de 16 milhões de livros, desde manuais escolares ao género literário. Já a área intitulada Zuslog tem 14 mil metros quadrados e uma capacidade de armazenamento de 21 mil euro-paletes, 70 mil contentores e 12 milhões de livros. Quanto à capacidade de distribuição, esta traduz-se em 12 mil encomendas e 15 mil volumes expedidos por dia.

Questionado sobre o possível aumento destas novas instalações, Vasco Teixeira assegurou que “a unidade está dimensionada para as necessidades” da editora, o que quer

dizer que apesar de se terem feito “alguns ajustes e afinações”, não houve nenhum crescimento substancial.

A Porto Editora disse ainda ter recebido “apoio e solidariedade de muitas instituições e empresas”, nomeadamente da autarquia e dos Bombeiros da Maia, relembrando que, em 2018, conseguiu exportar “mais de quatro milhões de livros”.

A cerimónia de inauguração das instalações, que contou com a presença do secretário de Estado adjunto e da Mobilidade, José Gomes Mendes, e do presidente da Câmara da Maia, António Silva Tiago, abrangeu também um *open day*, que permitiu a realização de visitas guiadas para apresentar as diferentes etapas da edição de um livro.

O momento foi assinalado também com a comparência de, aproximadamente, 120 convidados – entre os quais estiveram representantes da Associação Portuguesa de Editores e Livreiros, da Associação Empresarial de Portugal, da Confederação Nacional das Associações de Pais, da Associação Nacional de Dirigentes Escolares e da Associação Portuguesa das Indústrias Gráficas e Transformadores de Papel.

O secretário de Estado adjunto e da Mobilidade, José Gomes Mendes, fez questão de congratular o grupo, destacando a coragem de todos, “que não são de desistir, mas de reconstruir”.

Já para o presidente do executivo da Maia, António Silva Tiago, “esta é uma nova e moderna unidade”, que se traduz “num claro entendimento de partilha colaborativa”. **Texto editado por Isabel Aveiro**

maria.costa@publico.pt

Portugal é 12.º no ranking do turismo

Fórum Económico Mundial

Portugal lidera listagem mundial no indicador de oferta turística da última edição do Relatório de Competitividade do Fórum

Portugal alcançou pela primeira vez o 12.º lugar do ranking geral de competitividade turística do Fórum Económico Mundial (World Economic Forum, WEF) e o primeiro lugar a nível mundial em termos de qualidade das infra-estruturas turísticas, de acordo com o Relatório de Competitividade no Turismo de 2019, agora divulgado.

O relatório do Fórum analisa o sector em mais de 130 economias mundiais. São avaliados um total de 14 componentes em que as notas dão origem ao ranking geral de competitividade turística. O 12.º lugar obtido nesta edição é a posição mais elevada de sempre ocupada pelo país, que tem vindo a subir desde 2013 (20.º lugar), chegando ao 15.º lugar em 2015 e à 14.ª posição em 2017.

Nas categorias avaliadas, Portugal sobe de 4.º (em 2017) para 1.º na componente de Infra-Estruturas Turísticas (que avalia a qualidade da oferta turística) e ultrapassa assim países como Espanha, Áustria ou Estados Unidos.

Para além disso, o desempenho português fez o país subir também nos indicadores de Recursos Naturais e Culturais (de 20.º para 15.º lugar), Transporte Aéreo (de 31.º para 21.º lugar), na prontidão do uso das TIC (de 41.º para 38.º) e na Priorização do Turismo (de 14.º para 12.º). **PÚBLICO**

PUBLICIDADE

Venha com a Galp celebrar os 15 anos do Rock in Rio Lisboa

JARDINS DA TORRE DE BELÉM - ENTRADA GRATUITA

6 setembro
MAESTRO RUI MASSENA
DIRECÇÃO SYMPHONIC_15

7 setembro
JAMES

8 setembro
IVETE SANGALO

PATROCINADOR PRINCIPAL

Câmara do Porto acusada de travar evento que tinha licenciado

Comércio
Mariana Correia Pinto

Porto Station Market, na Estação de São Bento, foi fechado pela Polícia Municipal horas depois de abrir, no sábado

Entre a versão da Câmara do Porto e a da organização do Porto Station Market, evento de restauração instalado junto à Estação de São Bento, vai uma enorme distância. O desentendimento estará para durar e o promotor Francisco Freixinho, da empresa Vertentitinerante, diz já estar a tomar providências para "repor a legalidade", depois de a autarquia ter dado ordens à Polícia Municipal para encerrar o evento, alegando que este não tem as licenças necessárias para funcionar. O executivo de Rui Moreira acusa a Infra-estruturas de Portugal (IP), proprietária daquele terreno, de "uso ilegal" do espaço, e diz que vai protestar junto da tutela pelo comportamento da empresa pública. Mas, a 12 de Julho, a própria câmara emitiu uma licença, com a validade de 150 dias, dando à Vertentitinerante autorização para "prestação de serviços de restauração ou bebidas".

Francisco Freixinho diz ter começado a pensar no evento há "cerca de quatro ou cinco meses". Depois do acordo da IP, conta, teve reuniões presenciais na Câmara Municipal do Porto, com representantes da Porto Lazer, agora denominada Ágora. Na conversa, terá até sido recordado o projecto Locomotiva, que em 2014 ocupou os antigos armazéns da Refer, virados para a Rua da Madeira, artéria para a qual há muito os comerciantes e moradores da zona pediam mais atenção. A licença da câmara foi emitida, o pagamento foi feito a 17 de Julho e nada fazia prever mais percalços, explicou. Mas aconteceu.

Dias depois, a 24 de Julho, a Vertentitinerante recebia uma carta da autarquia: "Tínhamos de abandonar o espaço em cinco dias ou tomavam posse administrativa", relata Francisco Freixinho. A empresa apresentou uma providência cautelar e o Tribunal Administrativo e Fiscal do Porto deu-lhes razão, dizendo que a autarquia não podia



Restauração junto à Estação de São Bento está no centro de uma polémica entre o promotor e a câmara

Recebemos uma carta da câmara: tínhamos de abandonar o espaço em cinco dias ou tomavam posse administrativa

Francisco Freixinho
Vertentitinerante

"prosseguir a execução do acto", lê-se noutro documento a que o PÚBLICO teve acesso.

Francisco Freixinho é peremptório: "A câmara desobedeceu a uma ordem do tribunal". E acrescenta que o que está em causa é um "crime de abuso de poder".

No sábado, ao final do dia, vários agentes da Polícia Municipal entram no recinto que tinha aberto à

uma e meia da tarde, tal como estava previsto, e forçaram o seu encerramento. "Estamos indignados. Não queria chamar a isto terrorismo, mas é o que parece..."

Câmara protesta à tutela
Contactada pelo PÚBLICO, a Câmara Municipal do Porto preferiu não acrescentar nada àquilo que, num comunicado e numa nota no seu portal, havia dito ainda no sábado. Ao ministro das Infra-estruturas, Pedro Nuno Santos, irá ser enviado um "protesto formal" por aquilo que consideram ter sido um "comportamento abusivo" da IP, "permitindo e promovendo actividade ilegal, não licenciada e gravemente lesiva do património cultural e da tranquilidade dos portuenses".

No seu site, ao contrário do que mostram os documentos, a câmara afirma não ter sido consultada nem ter feito licenciamento do evento. E alega que, além da autarquia, teria também de ter sido consultada a Direcção Regional de Cultura do Norte, uma vez que o espaço concessionado faz parte da Estação de São Bento, classificado como imóvel de interesse público. Mas o promotor do Porto Station Market declara

não precisar de parecer da DGPC, por estar a fazer um "evento temporário" a "mais de 50 metros de distância do que é considerado património".

Um evento como o Porto Station Market, argumenta ainda a câmara, teria de "acautelar, a cargo do promotor, aspectos como policiamento e segurança, protecção civil, limpeza e impactos de ruído, o que não ocorreu, apesar de ter sido devidamente notificado pelo município". Francisco Freixinho também refuta estas acusações. Segundo o promotor, não só contratou segurança e tinha previsto desligar a música a partir das 22h, mas também assegurou a limpeza. As imagens alegadamente recolhidas por moradores, que a câmara partilhou no seu site, não são ligeira da responsabilidade deste mercado, diz, adiantando que já pediu imagens gravadas na zona pela PSP para que isso mesmo fique provado. O mercado, que deveria funcionar pelo menos até Dezembro, com a licença passada pela câmara em Julho, está, por agora, fechado. Esperam-se os próximos capítulos.

mariana.pinto@publico.pt

Viagem Medieval teve 700 mil visitantes

Animação

Organização está a aumentar a área do recinto para acomodar visitantes. Em 2020 será recriada a Batalha de Aljubarrota

A Viagem Medieval que durante 12 dias ocupou 34 hectares do centro de Santa Maria da Feira terminou já na madrugada de segunda-feira com registo de 700.000 visitantes, revelou esta segunda-feira a organização, anunciando para 2020 a recriação da Batalha de Aljubarrota.

Apontada como a maior recriação histórica da Europa, a iniciativa, promovida pela autarquia, através da empresa municipal Feira Viva e pela Federação das Colectividades Locais de Cultura e Recreio, envolveu o trabalho diário de mais de duas mil pessoas e 400 voluntários, assegurando 1700 performances de animação com um orçamento global e auto-sustentável de 1,5 milhões de euros.

Paulo Sérgio Pais, director-geral do evento, contou à Lusa: "Tínhamos a expectativa de este ano superar os 700.000 visitantes da edição de 2018, mas houve dois dias de chuva persistente em que chegámos a cancelar espectáculos por falta de condições e isso prejudicou a afluência de quarta e quinta-feira". Mesmo assim, a procura registada nos restantes dias do evento permitiu atingir os mesmos totais da edição de 2018 e proporcionou até novos recordes.

Se a circulação no evento "nunca atingiu níveis incómodos" foi porque este ano "o recinto foi alargado e passou a contar com a zona do novo pátio do Carrascal, que funcionou muito bem", explicou ainda. Quanto à temática da próxima edição da Viagem Medieval, que irá decorrer de 29 de Julho a 9 de Agosto de 2020, Paulo Sérgio Pais anunciou que irá abordar as lutas pelo trono entre Dona Leonor e o mestre de Avis, que caracterizaram o período histórico do "Interregno de 1383 a 1385". Entre os episódios da história nacional a recriar neste período inclui-se a Batalha de Aljubarrota, em que as tropas portuguesas comandadas por D. Nuno Álvares Pereira venceram o exército castelhano. **Lusa**

Anexo X

Lista de *links* das notícias publicadas online durante o estágio

LOCAL

Maia recicla mais de cem toneladas de têxteis em meio ano

<https://www.publico.pt/2019/07/02/local/noticia/maia-recicla-cem-toneladas-texteis-meio-ano-1878497>

PSP apreende uma tonelada de plantas e folhas de *cannabis*

<https://www.publico.pt/2019/07/02/local/noticia/psp-apreende-tonelada-plantas-folhas-cannabis-1878482>

Vila Nova de Gaia recebe 150 trotinetes eléctricas

<https://www.publico.pt/2019/07/09/local/noticia/vila-nova-gaia-recebe-150-trotinetes-electricas-1879250>

Divisão da PSP transita de Águas Santas para a Maia

<https://www.publico.pt/2019/07/09/local/noticia/divisao-psp-transita-aguas-santas-maia-1879292>

MAI investe mais de quatro milhões de euros em obras para esquadras da PSP no Norte

<https://www.publico.pt/2019/07/10/local/noticia/mai-investe-quatro-milhoes-euros-obras-esquadras-psp-1879449>

Fapas contra intervenção urbanística nos antigos estaleiros de São Jacinto

<https://www.publico.pt/2019/07/11/local/noticia/fapas-intervencao-urbanistica-antigos-estaleiros-sao-jacinto-1879557>

Porto: CDS questiona Governo sobre reforço policial que impeça tráfico de droga

<https://www.publico.pt/2019/07/12/local/noticia/porto-cds-questiona-governo-reforco-policial-impeca-trafico-droga-1879717>

Universidade do Porto quer alunos a ter uma alimentação e hábitos mais saudáveis

<https://www.publico.pt/2019/07/15/local/noticia/u-porto-promove-habitos-saudaveis-plano-accao-estudantes-1879926>

Porto apela à entrega dos manuais escolares usados

<https://www.publico.pt/2019/07/16/local/noticia/porto-smarle-apela-reutilizacao-manuais-escolares-1880087>

Espaços verdes do Porto são distinguidos com prémio “Green Flag”

<https://www.publico.pt/2019/07/16/local/noticia/espacos-verdes-porto-sao-distinguidos-premio-green-flag-1880108>

Organizações insistem em tourada na Praça de Touros da Póvoa. Câmara diz não

<https://www.publico.pt/2019/07/16/local/noticia/organizacoes-querem-realizar-tourada-praca-touros-camara-nao-passa-licencas-1880126>

Incêndio no Porto destruiu um negócio com 60 anos. No prédio está para nascer um hostel
<https://www.publico.pt/2019/07/17/local/noticia/incendio-destroi-negocio-60-anos-predio-nascer-hostel-1880309>

Incêndio em edifício no Porto reacende-se e atinge prédio contíguo
<https://www.publico.pt/2019/07/18/local/noticia/incendio-edificio-porto-reacende-destroi-predio-contiguo-1880389>

Ambientalistas continuam a contestar localização do Marés Vivas
<https://www.publico.pt/2019/07/19/local/noticia/campo-aberto-contesta-localizacao-mares-vivas-1880574>

Pescadores criticam descarga poluente no Estuário do Douro
<https://www.publico.pt/2019/07/25/local/noticia/pescadores-criticam-descarga-poluente-estuario-douro-1881185>

Porto: trotinetas e triciclos partilhados vão ser obrigados a recolher às 22h
<https://www.publico.pt/2019/07/25/local/noticia/camara-porto-estabelece-recolha-obrigatoria-veiculos-partilhados-ate-22-horas-1881265>

Transformar o Monte Pedral num arquipélago em plena cidade venceu concurso de ideias
<https://www.publico.pt/2019/07/26/local/noticia/arquitectos-gabinete-masslab-vencem-concurso-ideias-monte-pedral-1881429>

Incêndio consome prédio devoluto no Porto onde está previsto nascer um hotel
<https://www.publico.pt/2019/07/29/local/noticia/incendio-consome-predio-devoluto-porto-onde-previsto-nascer-hotel-1881663>

PJ deteve suspeito de crime de incêndio em prédio devoluto no Porto
<https://www.publico.pt/2019/07/30/local/noticia/pj-deteve-suspeito-crime-incendio-predio-devoluto-porto-1881727>

Trotinetas eléctricas da Circ evitam emissão de dez toneladas de dióxido de carbono em Matosinhos
<https://www.publico.pt/2019/07/30/local/noticia/trotinetes-electricas-circ-evitam-emissao-dez-toneladas-dioxido-carbono-1881747>

Fórum Internacional de Gaia: uma aposta portuguesa na sustentabilidade
<https://www.publico.pt/2019/08/01/local/noticia/forum-internacional-gaia-aposta-portuguesa-sustentabilidade-1881946>

Na Avenida da República, as empenas cegas são agora mostras de arte
<https://www.publico.pt/2019/08/09/local/noticia/avenida-republica-empenas-cegas-sao-propostas-arte-1882859>

Circ estreia em Portugal aluguer de trotinetas à hora ou por um dia
<https://www.publico.pt/2019/08/12/local/noticia/circ-testa-portugal-novo-modelo-aluguer-trotineta-packs-horas-1883194>

O vento moldou, e ainda molda, Vila do Conde. Que o leva ao palco

<https://www.publico.pt/2019/08/15/local/noticia/porto-mundo-espectaculo-convivio-geracoes-licao-historia-1883296>

STCP passa paragens da Rua Formosa para Fernandes Tomás

<https://www.publico.pt/2019/08/19/local/noticia/stcp-passa-paragens-rua-formosa-fernandes-tomas-1883780>

Câmara de Gaia vai investir oito milhões de euros num pavilhão multiusos

<https://www.publico.pt/2019/08/21/local/noticia/camara-gaia-vai-investir-oito-milhoes-euros-construcao-pavilhao-multiusos-1884045>

Valnor e Resinorte incentivam famílias a reciclar em troca de bilhetes de cinema

<https://www.publico.pt/2019/08/21/local/noticia/valnor-resinorte-incentivam-familias-reciclar-premios-bilhetes-cinema-1884035>

Câmara de Gaia aproveita obras em 33 escolas para remover amianto das coberturas

<https://www.publico.pt/2019/08/23/local/noticia/camara-aproveita-obras-33-escolas-remover-amianto-coberturas-1884146>

Câmara de Gaia avança com obras de requalificação na Biblioteca Municipal

<https://www.publico.pt/2019/08/23/local/noticia/camara-avanca-obras-requalificacao-biblioteca-municipal-1884235>

De Miranda ao Peru, a World Music está de regresso a Gaia

<https://www.publico.pt/2019/08/30/local/noticia/gaia-world-music-2019-regressa-festival-musicas-mundo-1884569>

Rádio Nova: uma escola de jornalismo do Porto celebrou 30 anos

<https://www.publico.pt/2019/09/06/local/noticia/radio-nova-escola-jornalismo-porto-faz-30-anos-1885814>

Fórum Internacional de Gaia arranca esta quarta-feira

<https://www.publico.pt/2019/09/10/local/noticia/forum-internacional-gaia-arranca-ja-quartafeira-1886096>

Todos se uniram por um rio e o Sousa vai ser uma área protegida

<https://www.publico.pt/2019/09/16/local/reportagem/camara-juntas-freguesia-lousada-unemse-preservar-biodiversidade-rio-sousa-1884133>

Em Alfama, há publicidade nos estendais para ajudar a pagar a renda. E há quem não goste

<https://www.publico.pt/2019/09/20/p3/noticia/alfama-publicidade-estendais-moradores-divide-opinioes-1887372>

Transportes públicos: baixam os passes, sobem as queixas

<https://www.publico.pt/2019/09/22/local/reportagem/transportes-publicos-1887287>

Ornatos Violeta “devolvem” Super Bock Arena ao Porto com concerto de inauguração

<https://www.publico.pt/2019/10/01/local/noticia/ornatos-violeta-devolvem-super-bock-arena-porto-concerto-inauguracao-1888474>

Sábio Sabor: uma horta que promove a saúde mental

<https://www.publico.pt/2019/10/10/local/noticia/horta-sabio-sabor-terapeutica-solidaria-promove-saude-mental-1886816>

Porto: a cidade que não se vê está em risco

<https://www.publico.pt/2019/10/13/local/reportagem/cidade-nao-ve-risco-1888111>

P3

Parlamento Europeu tem 12 vagas para engenheiros civis e arquitectos

<https://www.publico.pt/2019/07/04/p3/noticia/parlamento-europeu-12-vagas-posicao-engenheiros-1878595>

Lisboa: há um campo de basquetebol pintado por Aka Corleone

<https://www.publico.pt/2019/07/05/p3/noticia/lisboa-ha-um-campo-de-basquetebol-pintado-por-aka-corleone-1878893>

Um fotógrafo também pode construir edifícios. Mr. Lee mostra-o em *Landing*

<https://www.publico.pt/2019/07/07/p3/video/um-fotografo-tambem-pode-construir-edificios-mr-lee-mostra-o-em-landing-20190701-122700>

Fractal: um festival de arte urbana para mostrar outro lado do Funchal

<https://www.publico.pt/2019/07/09/p3/noticia/fractal-um-festival-de-arte-urbana-para-mostrar-outro-lado-do-funchal-1879122>

Alcácer do Sal: uma “casa do Monopólio” em ponto grande

<https://www.publico.pt/2019/07/10/p3/fotogaleria/alcacer-do-sal-uma-casa-do-monopolio-em-ponto-grande-395916>

Japão: veados de Nara estão a morrer por ingestão de plástico

<https://www.publico.pt/2019/07/10/p3/noticia/japao-veados-de-nara-estao-morrer-ingestao-plastico-1879415>

Um protesto silencioso contra as “mortes evitáveis” de ciclistas em Nova Iorque

<https://www.publico.pt/2019/07/11/p3/noticia/um-protesto-silencioso-contras-mortes-evitaveis-de-ciclistas-em-nova-iorque-1879568>

De Dublin ao Porto, sem usar o avião: Ana vai pedalar pela Greenpeace

<https://www.publico.pt/2019/07/16/p3/noticia/de-dublin-ao-porto-sem-usar-o-aviao-ana-vai-pedalar-pela-greenpeace-1879954>

Grátis e ao ar livre: dez filmes para ver no Porto durante o mês de Agosto

<https://www.publico.pt/2019/07/18/p3/noticia/gratis-e-ao-ar-livre-dez-filmes-para-ver-no-porto-1880404>

Pátio do Meco: uma “recriação do passado” pelo futuro da aldeia

<https://www.publico.pt/2019/07/19/p3/fotogaleria/patio-do-meco-uma-recriacao-do-passado-pelo-futuro-da-aldeia-395923>

Startup Lisboa tem 30 mil euros para empreendedores da restauração

<https://www.publico.pt/2019/07/23/p3/noticia/startup-lisboa-tem-30-mil-euros-para-empreendedores-da-restauracao-1880789>

Quem quer limpar o Gerês – e prevenir incêndios?

<https://www.publico.pt/2019/07/25/p3/noticia/quem-quer-limpar-o-geres-e-prevenir-incendios-1880823>

O que queremos no Verão? Ar livre e cinema grátis, pela mão de cineclubes

<https://www.publico.pt/2019/07/25/p3/noticia/o-que-queremos-no-verao-ar-livre-e-cinema-gratis-pela-mao-de-cineclubes-1881007>

Diz Bandex a Donald Trump: “You can leave”

<https://www.publico.pt/2019/07/26/p3/video/diz-bandex-a-donald-trump-you-can-leave-20190724-151024>

Arquitectos querem recongelar o Ártico e impedir subida das temperaturas

<https://www.publico.pt/2019/07/27/p3/noticia/arquitectos-querem-recongelar-o-artico-e-impedir-subida-das-temperaturas-1881099>

Lenny não só corre, como desenha (seja a Frida Kahlo ou o Pac-Man)

<https://www.publico.pt/2019/07/29/p3/noticia/lenny-nao-so-corre-como-desenha-seja-a-frida-kahlo-ou-o-pacman-1881619>

Um recorde sustentável: Etiópia planta mais de 350 milhões de árvores num dia

<https://www.publico.pt/2019/07/30/p3/noticia/recorde-sustentavel-etioopia-planta-350-milhoes-arvores-dia-1881719>

O camaleão algarvio está em perigo e o Orçamento Participativo pode ajudar

<https://www.publico.pt/2019/07/31/p3/noticia/o-camaleao-algarvio-esta-em-perigo-e-o-orcamento-participativo-iovem-pode-ajudar-1881763>

Lusodescendente vence prémio da Google com método para retirar microplásticos dos oceanos

<https://www.publico.pt/2019/08/02/p3/noticia/fionn-ferreira-venceu-premio-da-google-com-metodo-para-retirar-microplasticos-dos-oceanos-1882142>

Comissão Europeia tem quase 900 vagas para estágios remunerados

<https://www.publico.pt/2019/08/07/p3/noticia/comissao-europeia-cerca-900-vagas-estagio-remunerado-cinco-meses-1882546>

Quando os estudantes de hoje se deixam levar pela dança da Bauhaus

<https://www.publico.pt/2019/08/07/p3/fotogaleria/quando-os-estudantes-de-hoje-se-deixam-levar-pela-danca-da-bauhaus-396396>

Ideias com tecnologia do espaço? Esta escola de Verão pode ser para ti

<https://www.publico.pt/2019/08/08/p3/noticia/ideias-com-tecnologia-do-espaco-esta-escola-de-verao-pode-ser-para-ti-1882458>

Uma Floresta Branca para conhecer em Monsanto

<https://www.publico.pt/2019/08/09/p3/fotogaleria/uma-floresta-branca-para-conhecer-em-monsanto-396544>

Português vence prata nas Olimpíadas Internacionais de Informática

<https://www.publico.pt/2019/08/13/p3/noticia/portugues-vence-medalha-de-prata-nas-olimpiadas-internacionais-de-matematica-1883257>

Eles estão mais perto de salvar o camaleão algarvio

<https://www.publico.pt/2019/08/14/p3/noticia/eles-estao-mais-perto-de-salvar-o-camaleao-algarvio-1883409>

A volta ao mundo à procura de cenários do cinema

<https://www.publico.pt/2019/08/18/p3/fotogaleria/a-volta-ao-mundo-a-procura-de-cenarios-cinematograficos-396543>

Bicicletas feitas com cápsulas de café? Já estão à venda e prontas para andar

<https://www.publico.pt/2019/08/20/p3/noticia/bicicletas-capsulas-cafe-ja-estao-venda-prontas-andar-1883870>

Como é ser um *millennial* na União Europeia?

<https://www.publico.pt/2019/08/22/p3/video/como-e-ser-um-millennial-na-uniao-europeia-20190820-125754>

O Loading Fest só chega em 2020, mas em Setembro vamos conhecê-lo melhor

<https://www.publico.pt/2019/08/23/p3/noticia/loading-fest-chega-2020-setembro-conhecer-melhor-1883556>

Quem disse que não se pode explorar a Patagónia numa cadeira de rodas?

<https://www.publico.pt/2019/08/25/p3/video/quem-disse-que-nao-se-pode-explorar-a-patagonia-numa-cadeira-de-rodas-20190821-113939>

Quatro dias, 40 jovens, 70 oradores: a Europa está em debate em Monsaraz

<https://www.publico.pt/2019/08/26/p3/noticia/europa-debate-junta-40-jovens-73-oradores-durante-quatro-dias-monsaraz-1884433>

Uma casa iluminada em Ovar, com um espigheiro vermelho como *abat-jour*

<https://www.publico.pt/2019/08/28/p3/fotogaleria/uma-casa-iluminada-em-ovar-com-um-espigheiro-vermelho-como-abat-jour-396685>

Taina Fest diz adeus ao Verão com um convívio bem português – e com karaoke

<https://www.publico.pt/2019/08/28/p3/noticia/taina-fest-diz-adeus-ao-verao-com-um-convivio-bem-portugues-e-com-karaoke-1884502>

Porto: um piquenique dançante na relva, ao som de música portuguesa

<https://www.publico.pt/2019/09/04/p3/noticia/porto-um-piquenique-dancante-na-relva-ao-som-de-musica-portuguesa-1884212>

Duas irmãs, duas casas e uma história familiar

<https://www.publico.pt/2019/09/04/p3/fotogaleria/duas-irmas-duas-casas-e-uma-historia-familiar-396771>

Ana vai à Cimeira da Juventude para o Clima falar sobre educação ambiental

<https://www.publico.pt/2019/09/09/p3/perfil/ana-vai-a-cimeira-da-juventude-para-o-clima-falar-sobre-educacao-ambiental-1885658>

Queres fazer um estágio lá fora? O INOV Contacto tem 200 vagas

<https://www.publico.pt/2019/09/10/p3/noticia/quieres-fazer-um-estagio-la-fora-o-inov-contacto-tem-200-vagas-1883157>

Um estádio de futebol, 300 árvores: uma instalação para atrair vida selvagem

<https://www.publico.pt/2019/09/11/p3/noticia/um-estadio-de-futebol-300-arvores-uma-instalacao-para-atrair-vida-selvagem-1886143>

Resgataram-se 147 tigres de um templo na Tailândia. Mais de metade morreu

<https://www.publico.pt/2019/09/17/p3/noticia/tailandia-resgataramse-147-tigres-templo-budista-metade-morreu-1886891>

Greta Thunberg para o Senado dos EUA: “Desculpem, mas não estão a esforçar-se o suficiente”

<https://www.publico.pt/2019/09/18/p3/noticia/greta-thunberg-dirigese-politicos-eua-desculpem-nao-estao-esforcarse-suficiente-1887014>

Marco de Canaveses despede-se do Verão com “Concertos que nunca existiram”

<https://www.publico.pt/2019/09/18/p3/noticia/concertos-existiram-iniciativa-vem-agitar-comunidade-marco-canaveses-1886013>

Entrar em pânico pelo clima com uma exposição de ilustração

<https://www.publico.pt/2019/09/19/p3/fotogaleria/entrar-em-panico-pelo-clima-com-uma-exposicao-de-ilustracao-397141>

O outro lado do regresso às aulas nos EUA: como se sobrevive a um tiroteio?

<https://www.publico.pt/2019/09/20/p3/video/o-outro-lado-do-regresso-as-aulas-nos-eua-como-se-sobrevive-a-um-tiroteio-20190919-162221>

Festival HabitACÇÃO: a luta pelo direito à habitação também se faz com azulejos

<https://www.publico.pt/2019/09/27/p3/noticia/festival-habitacao-a-luta-pelo-direito-a-habitacao-tambem-se-faz-com-azulejos-1887861>

The Reasons Offsite: uma exposição virtual itinerante que leva a Bauhaus a percorrer mundo

<https://www.publico.pt/2019/09/27/p3/noticia/the-reasons-offsite-exposicao-virtual-itinerante-leva-bauhaus-percorrer-mundo-1886521>

Jacek sonha em viajar pela Europa. O que a família pensa é outra história...

<https://www.publico.pt/2019/09/29/p3/video/jacek-sonha-em-viajar-pela-europa-o-que-a-familia-pensa-e-outra-historia-20190920-160954>

Uma agenda e um calendário contra o abandono de animais

<https://www.publico.pt/2019/09/30/p3/noticia/uma-agenda-e-um-calendario-contra-o-abandono-de-animais-1887912>

Uma homenagem a Sophia de Mello Breyner numa escola de Lagos

<https://www.publico.pt/2019/10/01/p3/fotogaleria/uma-homenagem-a-sophia-de-mello-breyner-numa-escola-de-lagos-397410>

Bioblitz: vamos descobrir as espécies do Geoparque de Arouca?

<https://www.publico.pt/2019/10/01/p3/noticia/bioblitz-vamos-descoberta-especies-arouca-geopark-1888483>

Uma casa em Belmonte recuperada entre memórias

<https://www.publico.pt/2019/10/08/p3/fotogaleria/uma-casa-em-belmonte-recuperada-entre-memorias-397274>

FUGAS

Grupo restrito de exploradores vai pisar uma ilha inabitável

<https://www.publico.pt/2019/07/08/fugas/noticia/turistas-estao-gastar-duas-mil-libras-visitar-ilha-escocesa-inabitavel-1879100>

O Sea Life tem agora um Porto dos Pinguins

<https://www.publico.pt/2019/07/11/fugas/noticia/pinguins-america-sul-chegaram-hoje-sea-life-porto-1879599>

Voem menos, viajem mais de comboio. O conselho é da companhia aérea KLM

<https://www.publico.pt/2019/07/15/fugas/noticia/klm-companhia-area-holandesa-encoraja-pessoas-voar-menos-1879735>

A Itália celebra-se em Gaia. E há campeonato português de pizza

<https://www.publico.pt/2019/07/22/fugas/noticia/conhecer-italia-sair-porto-1880535>

Esta ilha das Bahamas era um terreno industrial. Agora vai ser um paraíso

<https://www.publico.pt/2019/07/24/fugas/noticia/ocean-cay-ilha-paradisiaca-compromete-ambiente-1881030>

O próximo luxo sueco: um hotel flutuante com spa

<https://www.publico.pt/2019/07/26/fugas/noticia/alem-flutuar-arctic-bath-hotel-and-spa-mirador-auroras-boreais-1881327>

Quinta da Boeira abre hotel de luxo no coração de Gaia

<https://www.publico.pt/2019/07/31/fugas/noticia/hotel-luxo-intimista-oasis-natural-1881861>

Este gelado do Porto tem sabor a *Stranger Things*

<https://www.publico.pt/2019/08/01/fugas/noticia/gelado-sabor-stranger-things-venda-porto-1882054>

Todos à Tomatada, uma batalha com 30 toneladas de tomates em Almeirim

<https://www.publico.pt/2019/08/02/fugas/noticia/tomatada-almeirim-guerra-tomates-1882212>

A festa do Tomate Coração de Boi volta ao Douro

<https://www.publico.pt/2019/08/05/fugas/noticia/tomates-ha-concurso-tomate-coracao-boi-douro-1882167>

Roma não quer turistas sentados na mais célebre escadaria da cidade

<https://www.publico.pt/2019/08/07/fugas/noticia/roma-sentarse-escadarias-praca-espanha-proibido-1882711>

E que tal alugar uma piscina privada? Os *Airbnb* das piscinas já nadam em Portugal

<https://www.publico.pt/2019/08/09/fugas/noticia/airbnbs-piscinas-ja-nadam-portugal-1882929>

Os cachorrinhos da Gazela entre as cinco melhores “especialidades da casa” do mundo

<https://www.publico.pt/2019/08/16/fugas/noticia/premio-especialidade-mundial-vai-cachorrinhos-gazela-1883588>

A primeira árvore-biblioteca do país é uma tília centenária de Braga

<https://www.publico.pt/2019/08/16/fugas/noticia/primeira-arvorebiblioteca-pais-vai-nascer-braga-tilia-oca-vicosa-1883611>

No novo terraço do Douro Vinhateiro há pizzas em forno de lenha e churrasco

<https://www.publico.pt/2019/08/19/fugas/noticia/terraço-tim-espaco-saborear-pizzas-churrasco-vista-douro-1883767>

aMAR Matosinhos: o Festival do Peixe e Marisco está de volta

<https://www.publico.pt/2019/08/20/fugas/noticia/festival-peixe-marisco-amar-matosinhos-festa-sabor-mar-1883799>

No Castelo da Maia celebram-se as cebolas com uma feira centenária

<https://www.publico.pt/2019/08/21/fugas/noticia/feira-cebolas-tradicao-cem-anos-1883982>

As novas estrelas do Zoo de Lisboa são sete bebés suricata

<https://www.publico.pt/2019/08/22/fugas/noticia/suricatas-1884097>

A francesinha que se come à mão tem casa nova no Porto

<https://www.publico.pt/2019/08/23/fugas/noticia/sandinha-francesinha-comer-mao-chegou-centro-cidade-1883389>

Já podemos passear por Beja num mapa interactivo a 360 graus

<https://www.publico.pt/2019/08/28/fugas/noticia/mapa-interactivo-beja-permite-visitar-interior-espacos-cidade-1884731>

E que tal um piquenique no meio das vinhas do Douro?

<https://www.publico.pt/2019/08/29/fugas/noticia/piquenique-tradicional-alto-douro-vinhateiro-boleia-quinta-portal-1884703>

No coração do Douro, a Quinta de S. Luiz abre-se a visitas. E “com uma vista fabulosa”

<https://www.publico.pt/2019/08/30/fugas/noticia/sogevinus-quinta-luiz-enoturismo-douro-1884998>

7 Maravilhas Doces de Portugal, os finalistas: uma fotogaleria deliciosa

<https://www.publico.pt/2019/09/02/fugas/noticia/ja-conhecem-14-maravilhas-doces-portugal-1885289>

Vai plantar uma árvore? Acaba de ganhar cinco bolas-de-berlim

<https://www.publico.pt/2019/09/04/fugas/noticia/vai-plantar-arvore-acaba-ganhar-cinco-bolasdeberlim-1885517>

Em Matosinhos, a pista de dança é no parque de estacionamento

<https://www.publico.pt/2019/09/06/fugas/noticia/matosinhos-rooftop-parque-estacionamento-discoteca-1885613>

O Porto prova a euforia dos loucos anos 20 nos *cocktails* do Golden Oldie

<https://www.publico.pt/2019/09/07/fugas/noticia/golden-oldie-cocktails-sabem-euforia-loucos-anos-20-1884687>

Um festival de cinema para viajar pelo mundo no mercado de Matosinhos

<https://www.publico.pt/2019/09/09/fugas/noticia/nomad-transforma-mercado-matosinhos-sala-cinema-1885718>

Momondo já abriu as inscrições para concurso de *bloggers* portugueses

<https://www.publico.pt/2019/09/09/fugas/noticia/momondo-ja-abriu-inscricoes-concurso-bloggers-portugueses-1886044>

Avillez vai ser *Mestre do Sabor* na Globo

<https://www.publico.pt/2019/09/10/fugas/noticia/jose-avillez-juri-recente-competicao-culinaria-globo-estreia-hoje-1886173>

De Portugal a Macau, a longa viagem de Jorge é entre comboios

<https://www.publico.pt/2019/09/16/fugas/noticia/lisboa-macau-viagem-comboio-sabor-improviso-1886747>

Em Abreiro, todos os caminhos vão dar ao figo

<https://www.publico.pt/2019/09/19/fugas/noticia/abreiro-caminhos-vaio-dar-figo-1886453>

A Cocktail Week volta a Lisboa e estreia-se no Porto com “explosão de criatividade”

<https://www.publico.pt/2019/09/25/fugas/noticia/lisboa-porto-cocktail-week-2019-1887635>

Festa do Outono em Serralves: um fim-de-semana de diversão para toda a família

<https://www.publico.pt/2019/09/26/fugas/noticia/festa-outono-serralves-dois-dias-repletos-actividades-familia-1887791>

PortoBay Flores: o novo cinco estrelas do Porto tem alma quinhentista

<https://www.publico.pt/2019/09/28/fugas/noticia/portobay-flores-novo-hotel-cinco-estrelas-porto-alma-quinhentista-1886103>

A nova domo do Natura Glamping é um “luxo sustentável”. Com jacuzzi para dois

<https://www.publico.pt/2019/10/01/fugas/noticia/novo-domo-suite-lux-1888493>

O Nicolau já ladra no Porto <https://www.publico.pt/2019/10/05/fugas/reportagem/bar-restaurante-nicolau-porto-1888340>

CIÊNCIA

Aves do Sudeste da Amazônia são as mais afectadas pelo clima

<https://www.publico.pt/2019/07/04/ciencia/noticia/aves-sudeste-amazonia-sao-afectadas-clima-1878770>

SOCIEDADE

Reportagem do PÚBLICO ganha prémio de jornalismo da Rede Europeia Antipobreza

<https://www.publico.pt/2019/08/06/sociedade/noticia/reportagem-publico-inclusao-criancas-ciganas-escolaridade-obrigatoria-distinguido-eapn-1882590>

MUNDO

Polícias a cavalo levam homem detido preso por uma corda. Polícia pede desculpa

<https://www.publico.pt/2019/08/07/mundo/noticia/policias-cavalo-levam-homem-detido-preso-corda-situacao-gera-polemica-chefe-policia-pede-desculpa-1882678>

ECONOMIA

Seis milhões para reescrever uma tempestade: a gráfica da Porto Editora reabriu

<https://www.publico.pt/2019/09/03/economia/noticia/porto-editora-abre-novo-capitulo-historia-inauguradas-instalacoes-renovadas-maia-1885363>

CULTO

O “primeiro spa 100% orgânico e vegan de Portugal” abriu no Algarve

<https://www.publico.pt/2019/09/06/culto/noticia/hotel-abre-spa-organico-vegan-1885624>

ÍPSILON

Marés Vivas tem passes gerais e bilhetes para dia 20 esgotados

<https://www.publico.pt/2019/07/18/culturaipsilon/noticia/mares-vivas-passes-gerais-bilhetes-dia-20-esgotados-1880425>

Marés Vivas 2019 com números recorde: “A melhor edição de sempre”

<https://www.publico.pt/2019/07/22/culturaipsilon/noticia/mares-vivas-2019-numeros-recorde-melhor-edicao-1880744>

Supremo Tribunal Federal do Brasil proíbe censura de BD com beijo gay

<https://www.publico.pt/2019/09/09/culturaipsilon/noticia/supremo-tribunal-federal-brasil-proibe-censura-bd-beijo-gay-1885986>


DESPORTO

Sobrevivente de cancro é a primeira pessoa a cruzar a nado o Canal da Mancha quatro vezes –

sem parar <https://www.publico.pt/2019/09/17/desporto/noticia/sobrevivente-cancro-primeira-pessoa-nadar-canal-mancha-quatro-vezes-parar-1886929>

Apêndices

Apêndice I – Questionário aplicado aos jornalistas do Público



O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

Este breve questionário enquadra-se no relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação – Informação e Jornalismo da Universidade do Minho. O principal objetivo deste inquérito passa por perceber se os comentários feitos às notícias da página do Facebook do Público têm algum impacto nos jornalistas.

Os dados recolhidos servirão para perceber a tua disponibilidade para uma possível entrevista acerca deste tema, daí que pergunte, desde logo, o teu nome e a secção onde trabalhas. Serás, posteriormente, contactado, caso tenhas disponibilidade e te sintas familiarizado com este tema. Além disso, estes dados asseguram os princípios do anonimato e da confidencialidade e serão usados exclusivamente para fins académicos.

Agradeço, desde já, a colaboração.

Maria João Mesquita
Contacto: maria_joao_2@hotmail.com | 929 440 454

***Obrigatório**

Nome e Apelido *

A sua resposta _____

Idade

A sua resposta _____

Secção em que te inseres (selecciona, no máximo, três opções) *

- Local
- Política
- Sociedade
- Economia
- Mundo
- Cultura/Ípsilon
- Culto
- P3
- P2
- Fugas
- Desporto
- Ciência/Tecnologia
- Opinião
- Online
- Outra: _____

SEGUINTE Página 1 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

Público

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

*Obrigatório

Tens conta no Facebook? *

Sim

Não

ANTERIOR SEGUINTE

Página 2 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

Público

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

Costumas ver as notícias publicadas pelo Público nesta rede social?

Sim

Não

Às vezes

ANTERIOR SEGUINTE

Página 3 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

Público

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

Costumas ler alguns dos comentários feitos a essas notícias?

Sim

Não

Às vezes

[ANTERIOR](#) [SEGUINTE](#) Página 4 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

Público

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

E comentários às notícias que escreveste?

Sim

Não

Às vezes

Genericamente, qual é a tua perceção sobre os comentários?
São mais positivos ou negativos?

Positivos

Negativos

[ANTERIOR](#) [SEGUINTE](#) Página 5 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

Sentes que esses comentários (principalmente os negativos) te afetam de alguma forma?

- Sim
- Não
- Não sei

ANTERIOR

SEGUINTE



Página 6 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

O impacto que os comentários feitos às notícias publicadas no Facebook têm nos jornalistas: o caso do Público

Se respondeste "sim" ou "não sei", podes explicar melhor o que pensas quando lês esses comentários?

A sua resposta

Com que frequência os comentários te levam a retificar as notícias?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Muitas vezes

Qual o comportamento mais frequente que resulta dos comentários?

- Não se faz nada
- Resposta cordial
- Resposta de contestação
- Resposta e correção do texto

Os comentários:

- Melhoram a qualidade do texto jornalístico
- Causam equívocos nos assuntos noticiados
- Não têm qualquer efeito sobre o trabalho realizado

ANTERIOR

SUBMITER

Página 7 de 7

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários