

M

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL  
PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO AUDIOVISUAL

Estágio no JN Direto: O Audiovisual  
nas Plataformas Digitais  
Cristiana Raquel Correia Fernandes

Julho de 2023

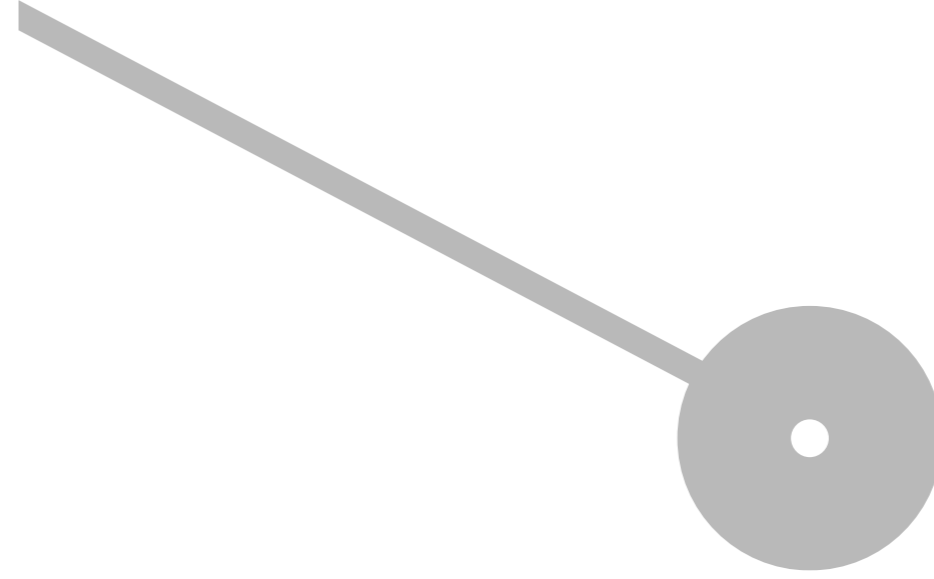
Cristiana Raquel Correia Fernandes. Estágio no JN Direto:  
O Audiovisual nas Plataformas Digitais

M

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL  
PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO AUDIOVISUAL

Estágio no JN Direto:  
O Audiovisual  
nas Plataformas Digitais  
Cristiana Raquel Correia Fernandes

JULHO 2023



Vila do Conde, julho de 2023  
Politécnico do Porto  
Escola Superior de Media Artes e Design

Cristiana Raquel Correia Fernandes

**Estágio no JN Direto: O Audiovisual nas Plataformas Digitais**

Relatório de Estágio

**Mestrado em Comunicação Audiovisual**

Orientação: Prof. José Manuel de Oliveira Quinta Ferreira

Cristiana Raquel Correia Fernandes

**Estágio no JN Direto: O Audiovisual nas Plataformas Digitais**

Relatório de Estágio

**Mestrado em Comunicação Audiovisual**

**Membros do Júri**

Presidente

Título de Especialista João Sampaio de Matos Azevedo

Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Arguente

Prof.<sup>(a)</sup> Doutor(a) Isolino Alves de Sousa

Escola Superior Artística do Porto – Cooperativa de Ensino Superior Artístico do Porto

Orientador

Título de Especialista José Manuel de Oliveira Quinta Ferreira

Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, julho de 2023

**Resumo:** A sociedade da informação, impulsionada pelo avanço tecnológico e o acesso generalizado à internet, trouxe a velocidade da informação, as plataformas digitais e o papel fundamental do audiovisual. A velocidade da informação possibilita o compartilhamento instantâneo de notícias e conteúdos, alcançando um público global em tempo real. As plataformas digitais, como redes sociais e serviços de *streaming*, desempenham um papel central na disseminação e consumo de informações, permitindo conexões entre pessoas. O audiovisual, por sua vez, desempenha um papel significativo nestas plataformas, oferecendo uma experiência imersiva e envolvente aos utilizadores. No contexto específico do Jornal de Notícias, um jornal de renome em Portugal, observamos a sua transição do formato em papel para o digital. Essa transição permitiu alcançar um público maior e interagir diretamente com os leitores e espectadores por meio do JN Direto. O conteúdo audiovisual tornou-se uma parte essencial dessa interação, oferecendo uma abordagem dinâmica e envolvente para a divulgação de notícias.

**Palavras-Chave:** Tecnologia, Comunicação, Interação, Jornalismo, Transformação

**Abstract:** The information society, driven by technological advancement and widespread access to the internet, brought the speed of information, digital platforms, and the fundamental role of audiovisual. The speed of information enables instant sharing of news and content, reaching a global audience in real time. Digital platforms, such as social networks and streaming services, play a central role in the dissemination and consumption of information, allowing connections between people. Audiovisual, in turn, plays a significant role on these platforms, offering an immersive and engaging experience to users. In the specific context of Jornal de Notícias, a renowned newspaper in Portugal, we observe its transition from paper to digital format. This transition allowed reaching a larger audience and interacting directly with readers and viewers through JN Direto. Audio-visual content has become an essential part of this interaction, presenting a dynamic and engaging approach to news delivery.

**Keywords:** Technology, Communication, Interaction, Journalism, Transformation

## Índice

Introdução.....	5
Capítulo 1 Sociedade da Informação .....	6
1.1. Velocidade da Informação.....	9
1.2. Plataformas Digitais .....	12
1.3. Audiovisual nas Plataformas Digitais.....	37
Capítulo 2 Jornal de Notícias .....	40
2.1. História do Jornal de Notícias.....	40
2.2. Do Jornal em Papel ao Digital.....	46
2.3. JN Direto .....	65
2.3.1. Interação da Plataforma .....	66
2.3.2. Redes Sociais .....	73
Capítulo 3 Estágio no JN Direto .....	82
3.1. Contextualização .....	82
3.2. Enquadramento do Funcionamento da Empresa.....	83
3.3. Principais Dificuldades e Como foram Ultrapassadas.....	99
3.4. Atividades de Estágio.....	101
3.4.1. Redação.....	102
3.4.2. Reportagem.....	106
3.4.3. Falso Direto - Estúdio.....	108
3.4.4. Direto.....	111
3.5. Conclusão.....	115
Considerações Finais.....	116
Referências Bibliográficas.....	118
Anexos .....	120

## Introdução

Neste trabalho, serão explorados dois temas interligados: o estágio no JN Direto e o papel do audiovisual nas plataformas digitais.

A sociedade contemporânea vive numa era caracterizada pela rapidez e facilidade em aceder à informação. As plataformas digitais revolucionaram a forma de comunicar e de consumir conteúdos, trazendo diversas transformações a nível de interação entre as pessoas. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo explorar a importância do audiovisual nas plataformas digitais, utilizando como caso de estudo o estágio realizado no JN Direto.

No primeiro capítulo, será abordada a sociedade da informação, destacando-se a velocidade com que esta é transmitida e disseminada nos tempos atuais. Num segundo momento, aborda-se o papel crucial desempenhado pelas plataformas digitais, neste cenário, proporcionando acesso imediato e global a diversos tipos de conteúdos.

No capítulo dois, desenvolve-se uma análise sobre o Jornal de Notícias (JN), começando pela história e uma contextualização da sua evolução do jornal impresso até ao formato digital. O JN adaptou-se às mudanças tecnológicas, deixando a sua marca presente em diversas redes sociais. O JN Direto destaca-se pela interatividade e dinamismo, onde os leitores podem aceder a notícias em tempo real. As redes sociais desempenham um papel fundamental na divulgação e interatividade dos conteúdos, fortalecendo a presença do digital e criando um relacionamento de proximidade com os leitores. Esta transição impulsionou o jornal a alcançar um público-alvo maior e diversificado.

O capítulo três abordará o estágio no JN Direto, introduzindo os motivos da escolha, e, fornecendo um enquadramento do ambiente de trabalho e do funcionamento da empresa. Expõem-se igualmente as principais dificuldades enfrentadas e como estas foram superadas, no conjunto das atividades desenvolvidas na redação, reportagem, falsos diretos em estúdio e diretos no exterior e no interior.

Através deste estudo, espera-se contribuir para uma melhor compreensão do papel do audiovisual nas plataformas digitais, refletindo sobre as implicações na sociedade da informação, com base na experiência no JN Direto.

## Capítulo 1 Sociedade da Informação

A sociedade da informação é um fenómeno que tem se desenvolvido desde o início denominada "Era da informação" e de um novo modelo de sociedade em rede. Essa transformação tem sido impulsionada pela transição das tecnologias analógicas para as digitais, que alteraram o processo de partilha de informações, mudando os fluxos comunicativos e redefinindo a posição e a identidade dos sujeitos na sua interação. (Imagem 1)



Imagem 1 – Sociedade em Rede com a Evolução das Tecnologias Analógicas para as Digitais

(Fonte: <https://www.linkedin.com/pulse/o-poder-da-informa%C3%A7%C3%A3o-tadeu-teixeira/?originalSubdomain=pt>)

A comunicação digital abrange a conversão de informações analógicas em informações digitais e a transmissão e processamento de informações digitais. A informação é entendida como mensagens recebidas e compreendidas (...) refere-se principalmente à comunicação via *e-mail*, serviços de mensagens instantâneas, canais de *media* social ou outros serviços *online* que permitem correspondência digital baseada em *tablets*, *smartphones*, *wearables* e similares. (Entschew, 2021, p.275)

A internet desempenha um papel fundamental nessa nova sociedade. Atualmente, temos acesso à *web* por meio de dispositivos como computadores e telemóveis, que encurtam as distâncias e nos permitem enviar e receber informações em questão de segundos. Esses dispositivos tornaram-se uma extensão dos nossos corpos, proporcionando uma sensação de produtividade e economia de tempo.



a construção coletiva de conhecimento - e as redes sociais, que promovem a interação social *online* (Imagem 3).

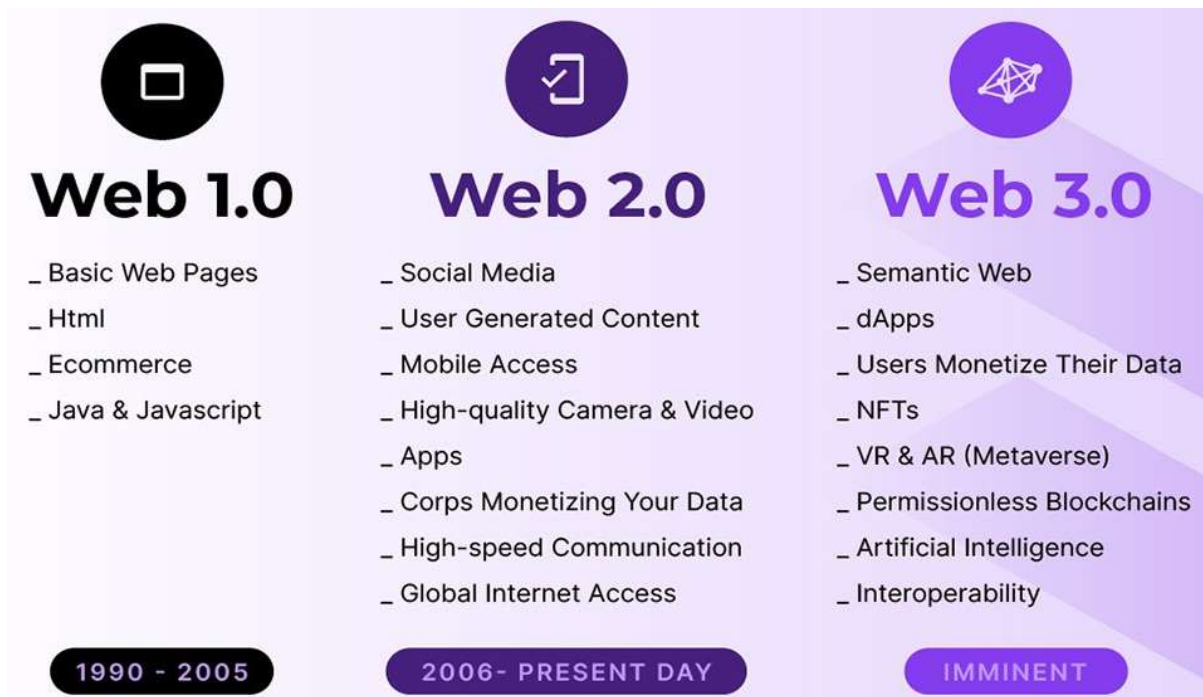


Imagem 3 – Evolução das Propriedades e Características da Web  
(Fonte: <https://blockchain-media.org/pt/what-is-web-3-0/>)

*The new media is in the second media age which has, among others, these characteristics: 1) Its interactive nature allows the audience to not just simply consume, as was the case in the first media era (Haftor & Mirijamdotter, 2011). (...) Old media communication was one-way while new media communication is reciprocal in many directions. The public is not only able to establish communication with the media alone, but also between the media users themselves. In the first era, this was less likely to occur. 3) In business and power over the media in the first media era, opportunities for information sources are controlled by anyone with a model. The production of information is not free, and information is constructed according to the wishes of power holders. In the second media era, with emerging alternative media channels, control of information sources are becoming smaller. There is freedom of the public to exercise control over information sources. (...) (Mulyana, Briandana, Rekart, 2020, pp.10-11)*

A sociedade da informação é caracterizada pelo acesso generalizado à internet e às tecnologias digitais, que possibilitam a recolha, processamento, armazenamento e disseminação de grandes quantidades de informação em tempo real. Isso tem profunda influência em diversos setores, como o da educação, economia, saúde, governo, indústria e cultura.

A velocidade com que a informação é compartilhada e a facilidade de acesso a uma vasta quantidade de dados transformaram a forma como as pessoas se comunicam, aprendem, falam, fazem negócios e interagem socialmente. A sociedade da informação também tem gerado novas oportunidades, como a economia digital, que se baseia na produção e troca de bens e serviços digitais.

Ainda assim, a sociedade da informação também enfrenta desafios duradouros, como a privacidade de dados, a segurança cibernética<sup>4</sup>, a exclusão digital, a informação e a polarização *online*. É importante garantir que a sociedade da informação seja inclusiva, ética e promova o bem-estar de todos os membros da sociedade.

Em suma, a sociedade da informação é caracterizada pela rapidez, dinamismo e conectividade global proporcionada pela tecnologia e pela facilidade de acesso à informação. Isso tem transformado a forma como as pessoas se comunicam, interagem e consomem informações em todo o mundo.

## 1.1. Velocidade da Informação

A velocidade da informação na sociedade do conhecimento é caracterizada pela rapidez com que novos dados são criados, compartilhados, disseminados e acedidos. Com o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação Móveis (TIC), como a internet, redes sociais, *smartphones* e dispositivos, a velocidade da informação tem aumentado exponencialmente, alterando a forma como as pessoas se comunicam e interagem.

Na sociedade da informação atual, os conhecimentos podem ser compartilhados quase instantaneamente em escala global. Notícias, eventos, ideias e opiniões podem se difundir rapidamente pelas redes sociais, *blogs*, *sites* de notícias e outras plataformas *online*. As redes sociais em particular têm um papel importante na velocidade da

---

<sup>4</sup> Proteção de computadores, redes, aplicações de *software*, sistemas essenciais e dados que estejam sujeitos a ameaças digitais;

informação, permitindo que notícias e conteúdos sejam compartilhados em tempo real, atingindo um grande público em questão de segundos. (Imagem 4)



*Imagem 4 – Acessibilidade Proporcionada pela Velocidade da Informação  
(Fonte: <https://www.pngwing.com/pt/free-png-nfsoj>)*

Essa velocidade da informação tem influência significativa, tanto positivamente como negativamente, em vários aspetos da sociedade, incluindo a política, economia, cultura e sociedade em geral. Por um lado, permite maior acesso à informação e conhecimento, possibilitando a disseminação de informações importantes, mobilização social e troca rápida de ideias. Por outro lado, também pode levar à disseminação de informações falsas, desinformação e rumores, o que pode ter consequências negativas.

É importante ter em mente que a velocidade da informação pode ter efeitos na sociedade, e é essencial desenvolver capacidades de alfabetização digital e mediática para avaliar criticamente os dados, verificar a sua veracidade e tomar decisões sobre os fenómenos com base em fontes fidedignas. Além disso, é fundamental garantir a proteção da privacidade dos dados e segurança cibernética para mitigar os riscos associados à da sociedade da informação.

Anteriormente, as pessoas dependiam principalmente dos meios de comunicação tradicionais, como jornais, rádio e televisão, para obter notícias e informações. No entanto, com o advento da internet e das redes sociais, a velocidade com que as informações são compartilhadas aumentou significativamente. “*Also, acceleration*

*seems to be relative with regard to the tools available to deal with it: '[O]ur tools are way superior to what they have ever been.'*" (Entschew, 2021, p.274 como citado em Martin 2013, p. 33).

Atualmente, a informação pode ser transmitida instantaneamente em todo o mundo com apenas alguns cliques. As redes sociais, como o Twitter e o Facebook, desempenham um papel importante na disseminação rápida de notícias e eventos. As pessoas podem compartilhar informações, notícias, fotos e vídeos em tempo real, alcançando um público global em questão de segundos.

Além disso, as plataformas de comunicação em tempo real, como mensagens instantâneas e videochamadas, permitem que as pessoas se conectem e se comuniquem instantaneamente, independentemente da distância física. Isso facilita a troca rápida de informações e ideias.

A velocidade da informação também está relacionada à procura por uma atualização constante. Com a facilidade de acesso à informação, as pessoas esperam estar sempre atualizadas sobre os acontecimentos mais recentes. Os meios de comunicação e as organizações de notícias também sentem a pressão de fornecer informações em tempo real para atender a essa procura.

No entanto, essa velocidade também apresenta desafios e preocupações. A disseminação rápida de informações pode levar à detecção de notícias falsas e informações imprecisas. É importante que os utilizadores da internet e os consumidores de notícias sejam críticos e verifiquem a veracidade das informações antes de as considerar como verdadeiras.

Além disso, a velocidade da informação pode levar a uma sobrecarga de informações. Com tantas fontes e plataformas disponíveis, pode ser difícil filtrar e processar todas as informações recebidas. Isso pode levar a uma falta de atenção e compreensão das informações.

Em resumo, a velocidade da informação foi transformada pelas novas tecnologias e pela internet. As redes sociais e outras plataformas de comunicação em tempo real permitiram que as informações fossem compartilhadas instantaneamente em todo o mundo. *"The acceleration cycle is transferred to digital communication, thereby examining the accelerating communication cycle."* (Entschew, 2021, p.275). No entanto,

é importante lidar com essa velocidade com cautela, verificando a veracidade das informações e evitando a sobrecarga de informações.

## 1.2. Plataformas Digitais

Em abril de 2023, o *Digital 2023 April Global Statshot Report*<sup>5</sup> anunciou uma estatística impressionante: mais de metade da população mundial utiliza plataformas de *media* social, ou seja, 480 bilhões de indivíduos, o que equivale a 59,9% da população global. Castells (2006), sustenta a visão de que as tecnologias são moldadas e influenciadas pelas necessidades e desejos daqueles que as utilizam. Com base nesse princípio, é genuína a preocupação do jornalismo atual em adaptar-se às novas plataformas e ocupar esses espaços onde o público está presente, sendo as redes sociais *online* o principal campo, atualmente.

Rost (2011), observa a utilização dos *medias* e redes sociais pelo jornalismo em três finalidades:

- Receção: como fonte de informações para a seleção de assuntos a serem cobertos;
- Disseminação: onde publicar e compartilhar conteúdo;
- Interação: como ambiente para interagir com o público.

Fica evidente nessa listagem que essa utilização abrange praticamente todas as áreas da produção de uma notícia, ou seja, evidencia onde o trabalho do jornalista dá início. Isso envolve desde a identificação de assuntos e o relacionamento com fontes, passando pelo momento em que a notícia é divulgada em formato de *post*, até as respostas dadas aos leitores por meio de interações.

Recuero (2009), apresenta de forma semelhante as possibilidades de relação entre o jornalismo e as redes sociais, enfatizando que todas são atividades complementares à função jornalística. Ela argumenta que a maior contribuição dessas plataformas para o jornalismo é o uso das redes sociais como fontes de informações. A segunda está relacionada à filtragem de informações e a terceira ao facto das redes serem espaços de circulação e discussão dessas informações, o que também as torna locais de amplificação.

---

<sup>5</sup> *Digital 2023 April Global Statshot Report* - <https://datareportal.com/>;

Com foco nas potencialidades, Mendéz (2012), lista as seguintes características das plataformas de *media* social como meio para a prática jornalística:

- A informação não está restrita à mediação;
- Os processos, desde a criação até a distribuição, são mais ágeis;
- A periodicidade dos meios tradicionais é substituída pela tendência ao imediatismo;
- O público também participa da autoria de conteúdo, o que o autor considera parte de um processo de democratização;
- Além de gerar conteúdo, qualquer pessoa tem a capacidade de interagir com ele, compartilhando ou comentando;
- Os novos meios permitem acesso ubíquo<sup>6</sup>;
- A produção de conteúdos ocorre instantaneamente, ou seja, em tempo real;
- As tecnologias possibilitam maior interação dos *users* e uma conceção de informação fluida, que pode ser expandida, corrigida ou compartilhada.

Todas essas características proporcionam ao jornalismo espaços de exploração e inovadoras possibilidades nas redes sociais. Como mencionado anteriormente, a sociedade cada vez mais consome conteúdos noticiosos por meio de plataformas como o Facebook, Twitter e Instagram. A procura do público consumidor está focada, principalmente, na mobilidade e nas atualizações mais frequentes e instantâneas, características das redes sociais digitais (Silva, 2015). No entanto, antes de abordar essa dinâmica e outras características, é importante esclarecer alguns conceitos.

É comum ter-se a ideia errada de que redes sociais e *sites* de redes sociais são a mesma coisa, mas é importante ressaltar que eles não são sinónimos. A primeira conceção está no cerne da Análise de Redes Sociais (ARS), que "é uma das perspetivas de estudo de grupos sociais que permite uma análise sistemática com base em sua estrutura" e cuja ideia central "pressupõe a perceção do grupo social como uma rede" (Recuero, 2017, p. 15).

Os *sites* de redes sociais, como o Facebook, por exemplo, em si mesmos não são redes sociais, nem apresentam essa característica. Segundo a explicação de Recuero (2017), é a forma como as pessoas se apropriam dessas plataformas e constroem as suas

---

<sup>6</sup> Universal;

estruturas sociais dentro delas, que determina a sua natureza como redes sociais. Nesse sentido, a plataforma não reflete apenas as conexões sociais que existem no mundo *offline*, mas também amplifica essas ligações. Nas redes sociais *online*, é possível ter centenas de conexões sociais ativas, através das quais, constantemente, recebemos informações.

A primeira rede social *online* surgiu em 1995 com o nome de Classmates. O seu objetivo era ajudar os membros a encontrar os seus amigos e colegas de creche, escola ou faculdade. Logo em seguida, em 1997, surgiu o Sixdegrees, que aprimorou a fórmula e chegou a um modelo de serviço mais próximo do que conhecemos atualmente. De forma mais abrangente, conforme explicado por Recuero:

*Sites* de redes sociais foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como aqueles sistemas que permitem: i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal, ii) a interação através de comentários e iii) a exposição pública da rede social de cada ator. Os *sites* de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares* sociais, que seriam *softwares* com aplicação direta para a comunicação mediada por computador. Embora esses elementos sejam mais focados na estrutura do sistema utilizados pelos autores é, entretanto, na apropriação que reside a principal diferença entre os dois tipos de site. (Recuero, 2009, p. 121)

Desde a década de 1990, até a atualidade (Imagem 5), foram diversos os trabalhos que alcançaram êxito e passaram a fazer parte do quotidiano das pessoas. Santaella e Lemos (2010), enfatizam, na sua explicação sobre as plataformas de interação social *online*, que estas possuem variadas finalidades e propósitos.

As RSIs (Redes Sociais da Internet) são plataformas-rebentos da *Web 2.0*, que inaugurou a era das redes colaborativas, tais como *wikipédias*, *blogs*, *podcasts*, o Youtube, o *Second Life*, o uso de *tags* (etiquetas) para compartilhamento e intercâmbio de arquivos como o *Delicio.use* de fotos como no *Flickr* e as RSIs, 34 entre elas o *Orkut*, *My Space*, *Goowy*, Hi5, Facebook e Twitter com sua agilidade para *microblogging*. (Santaella e Lemos, 2010, p. 7)

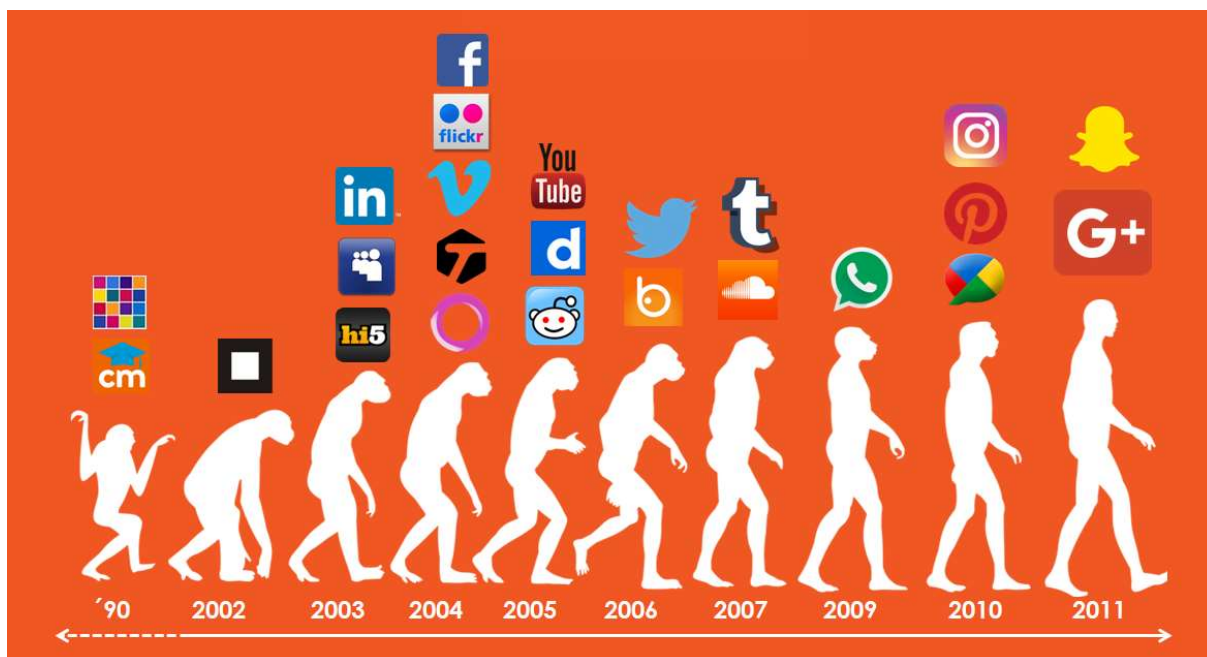


Imagem 5 – Esquema Representativo da Origem de Algumas Redes Sociais Mais Impactantes  
(Fonte: <https://www.mundomediators.com/post/breve-historia-de-las-redes-sociales>)

As redes sociais têm se tornado cada vez mais presentes e influentes na vida das pessoas. Elas desempenham diversas funções e objetivos, proporcionando uma ampla gama de possibilidades de interação, compartilhamento de informações e conexões sociais. Ao longo dos anos, essas plataformas evoluíram e se adaptaram às necessidades e demandas dos usuários, tornando-se espaços virtuais onde é possível criar, partilhar e consumir conteúdo de forma rápida e acessível.

*If more and more time is saved through technologies, a logical conclusion would be that organizational members perceive an abundance of time. Still, it seems that organizational members often do not have enough time, despite the fact that they are constantly saving time through acceleration with the use of technological innovations* (Rosa 2014, p. 11). (Entschew, 2021, p.275)

Por um lado, as redes sociais oferecem vantagens, como a democratização da informação, a facilidade de conexão com outras pessoas e a oportunidade de expressar opiniões e compartilhar interesses. Elas também desempenham um papel importante no jornalismo contemporâneo, permitindo a difusão de notícias em tempo real e a interação direta com o público.

A disseminação de notícias falsas, a falta de privacidade, o vício em *medias* sociais e o *cyberbullying*<sup>7</sup> são alguns dos problemas associados ao uso excessivo e inadequado dessas plataformas.

Portanto, é fundamental que os usuários façam uma utilização consciente e responsável das redes sociais, buscando pelo equilíbrio entre o mundo *online* e *offline*. Além disso, é importante que as empresas e os legisladores adotem medidas para promover a segurança, a transparência e a ética nas redes sociais, garantindo um ambiente saudável e benéfico para todos os usuários.

Existem diversas plataformas digitais (Imagem 6) disponíveis atualmente, cada uma com as suas características e propósitos específicos. Aqui estão algumas das principais plataformas digitais:



Imagem 6 – Diversas Plataformas Digitais  
(Fonte: <https://hugocalixto.com.br/a-importancia-das-redes-sociais-na-sociedade-atual/>)

- Redes Sociais: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat e TikTok são exemplos de redes sociais que permitem que as pessoas se conectem, compartilhem conteúdo, interajam e sigam outras pessoas ou páginas.
- Mensagens Instantâneas: WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram e Skype são aplicativos de mensagens instantâneas que permitem que os usuários troquem

<sup>7</sup> *Bullying* realizado por meio das tecnologias digitais;

mensagens de texto, chamadas de áudio e vídeo, compartilhem conteúdo e se comuniquem em tempo real.

- Plataformas de Vídeo: YouTube, Vimeo e Twitter são plataformas de compartilhamento de vídeos onde os utilizadores podem assistir, carregar e compartilhar vídeos sobre diversos assuntos.
- Plataformas de *Streaming*: Netflix, Amazon Prime Vídeo, *Disney+*, *Spotify* e *Apple Music* são serviços de *streaming* que oferecem acesso a filmes, séries, músicas e outros conteúdos de entretenimento sob demanda.
- Plataformas de *E-commerce*: Amazon, eBay, Alibaba e Mercado Livre são plataformas digitais que permitem a compra e venda de produtos e serviços *online*.
- Plataformas de Notícias: Google News, Apple News e Flipboard são exemplos de plataformas digitais que agregam notícias e conteúdo de diferentes fontes e permitem que os *users* personalizem as suas preferências de leitura.
- Plataformas de *Blogs*: WordPress, Blogger e Medium são plataformas de criação de blogs onde os usuários podem escrever, publicar e compartilhar os seus próprios artigos e conteúdos.
- Plataformas de Aprendizagem *Online*: Coursera, Udemy e Khan Academy são plataformas que oferecem cursos *online* e materiais educacionais para aprender diversas áreas.

Essas são apenas algumas das muitas plataformas digitais disponíveis, e a lista continua a crescer à medida que novas tecnologias e serviços são desenvolvidos. Cada plataforma tem seu próprio público-alvo e finalidade, proporcionando uma ampla gama de experiências e oportunidades no mundo digital.

As plataformas digitais mais conhecidas são:

→ Instagram

O Instagram é uma rede social *online* lançada em 2010, com foco principal no compartilhamento de fotos e vídeos. Desde o seu lançamento, esta plataforma destacou-se como uma forma inovadora de consumo visual, permitindo que os usuários expressem a sua criatividade e compartilhem momentos do dia a dia por meio de imagens. (Imagem 7)

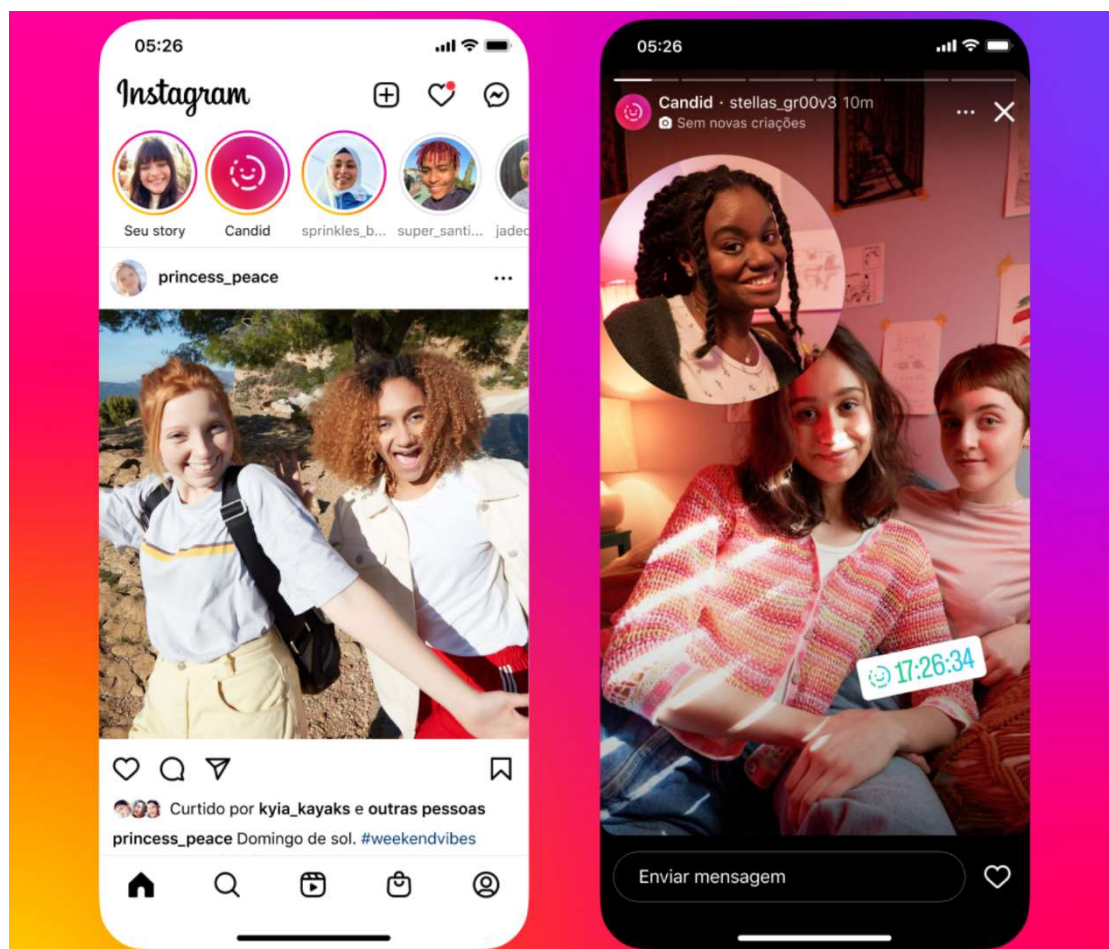


Imagem 7 – Post no Feed

(Fonte: <https://www.oficinadnet.com.br/instagram/43689-instagram-recursos-candid-notes>)

Com o passar dos anos, o Instagram passou por diversas atualizações e melhoramentos, acompanhando as procuras e preferências dos seus utilizadores. Tornou-se numa das principais redes sociais do mundo, ultrapassando a marca de 1.082 bilhão de utilizadores em todo o globo.

Uma das características marcantes do Instagram é a sua interface intuitiva e de fácil uso, especialmente desenvolvida para dispositivos móveis, como

*smartphones* e *tablets*. Essa abordagem de, *mobile-first*<sup>8</sup>, contribuiu para o sucesso e popularidade da plataforma, permitindo que os utilizadores capturem e compartilhem momentos instantaneamente, estejam onde estiverem.

Além disso, o Instagram oferece uma variedade de recursos e ferramentas para aprimorar as fotos e vídeos compartilhados. Os utilizadores podem aplicar filtros, ajustar a iluminação, adicionar textos e usar outras opções de edição para deixar as publicações ainda mais atraentes.

A plataforma também introduziu o recurso "*Stories*" (Imagem 8), que se tornou um fenómeno entre os usuários. Com as *Stories*, é possível compartilhar



Imagem 8 – Coleção de Adesivos dos “Stories” (Localização, Menções, Perguntas, GIFs, Música, Enquete,...)  
(Fonte: [https://as2.ftcdn.net/v2/jpg/04/92/06/59/1000\\_F\\_492065926\\_45RcAwKVgs4xvS9I9tiwJVDnUFENQpXL.jpg](https://as2.ftcdn.net/v2/jpg/04/92/06/59/1000_F_492065926_45RcAwKVgs4xvS9I9tiwJVDnUFENQpXL.jpg))

fotos e vídeos que desaparecem após 24 horas (Imagem 9), permitindo uma experiência mais efêmera e descontraída. Esse recurso, inspirado no Snapchat, conquistou milhões de *users* e tornou-se numa forma popular de compartilhamento de momentos do dia a dia.

<sup>8</sup> Projeto que faz a criação de projetos *web* e *sites* primeiro em dispositivos móveis, para depois fazer adaptações para *desktop* e outras plataformas;



Imagem 9 – Vídeo nos Stories

(Fonte: <https://www.genbeta.com/redes-sociais-v-comunidades/adios-a-mayor-limitacion-historias-instagram-aumenta-su-duracion-difumina-linea-reels/>)

Além disso, o Instagram possui uma integração com o Facebook, o que possibilita que os *users* conectem as contas nas duas redes sociais e compartilhem conteúdo simultaneamente. Essa integração ampliou ainda mais o alcance dos usuários e proporcionou uma experiência mais unificada entre as plataformas.

Recentemente, é possível colocar música numa fotografia publicada no *feed* (Imagem 10). Para além disto, surgiram os recados fixos, que funcionam

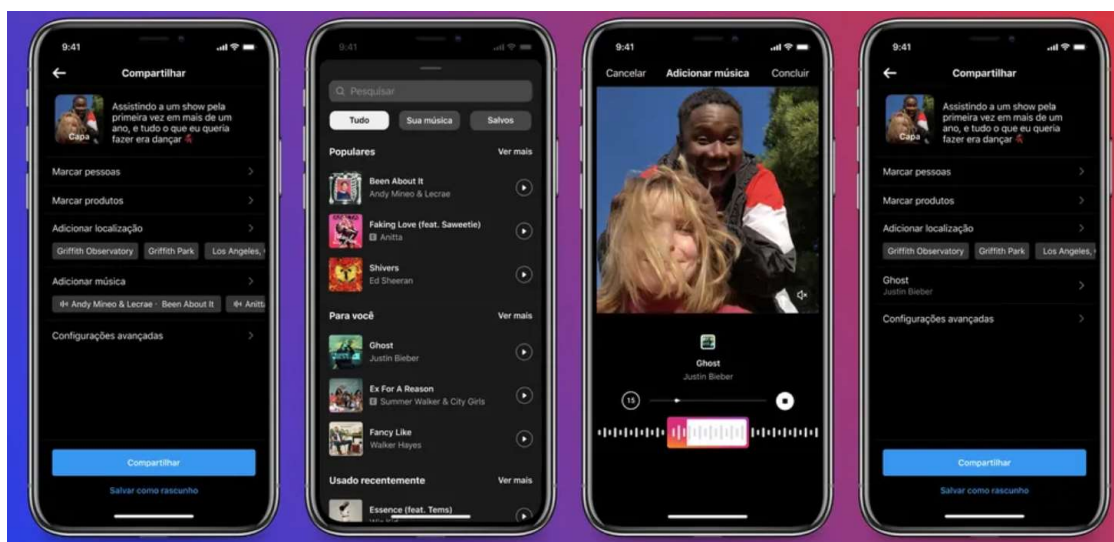


Imagem 10 – Processo para Publicar Fotografia no Feed com Música

(Fonte: <https://ae.digital/blog/noticias/4-novidades-do-instagram/>)

como *post-it* fixados no topo da aba das mensagens (Imagem 11), chamado de “Notas” o novo recurso consiste em textos com limite de 60 caracteres. Para fixar uma nota, é preciso selecionar os seguidores que se segue de volta ou pessoas da

lista dos “Amigos Chegados”. Esta aparecerá na parte superior da caixa de entrada por 24 horas. As respostas às notas chegarão como mensagens diretas.

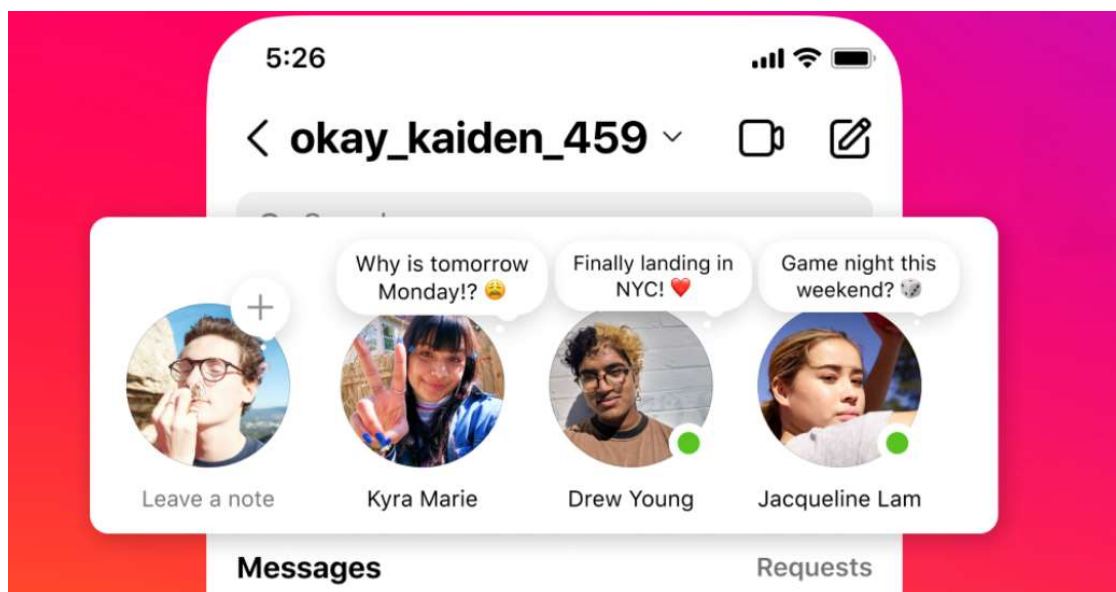


Imagem 11 – Exemplo de “Notas” Fixo no Topo da Aba das Mensagens  
(Fonte: <https://top5comprarseguidores.com/blog/notas-instagram/>)

O Instagram também tem sido uma plataforma relevante para a comunidade de influenciadores digitais, que utilizam a plataforma para construir as suas marcas pessoais e colaborar com empresas. Com um grande número de seguidores, esses influenciadores têm o poder de impactar tendências e promover produtos e serviços, o que gerou uma nova forma de *marketing* digital conhecida como *marketing* de influência.

No que diz respeito à privacidade e segurança, o Instagram oferece configurações para que os usuários controlem quem pode ver e interagir nas suas publicações. Além disso, a plataforma possui políticas de combate ao *bullying*, assédio e conteúdo inadequado, visando proporcionar um ambiente seguro e acolhedor para seus utilizadores.

Em suma, o Instagram (Imagem 12) revolucionou a maneira como compartilhamos e consumimos conteúdo visual, oferecendo uma plataforma dinâmica e cativante para os usuários se expressarem e se conectarem com o mundo ao seu redor. Com um crescimento constante e a sua influência na cultura digital, o Instagram estabeleceu-se como uma das principais redes sociais da atualidade.



Imagem 12 – Modelo da Aplicação Móvel e Ícones do Instagram

(Fonte: [https://br.freepik.com/vetores-premium/telas-de-modelo-de-aplicativo-de-maquete-e-icone-do-instagram-para-midias-sociais-modelo-de-pos-banner-publicidade\\_30849310.htm](https://br.freepik.com/vetores-premium/telas-de-modelo-de-aplicativo-de-maquete-e-icone-do-instagram-para-midias-sociais-modelo-de-pos-banner-publicidade_30849310.htm))

## → Facebook

O Facebook é uma das maiores e mais populares redes sociais do mundo, lançada em 2004 por Mark Zuckerberg e seus colegas de faculdade. Com mais de 2,8 bilhões de usuários ativos mensalmente, o Facebook tornou-se numa plataforma essencial para a conexão e interação social *online*.

A proposta inicial do Facebook era permitir que as pessoas se conectassem com amigos, familiares e colegas, compartilhassem atualizações de *status*, fotos e vídeos, além de participarem em grupos e eventos. Ao longo dos anos, a plataforma evoluiu e introduziu novos recursos e funcionalidades para atender às necessidades em constante mudança dos usuários.

Uma das principais características do Facebook é o *feed* de notícias, onde os *users* podem ver as publicações e atualizações dos seus amigos e páginas que seguem. Essa secção central do Facebook é altamente personalizável, exibindo conteúdo com base nos interesses e interações de cada usuário. A plataforma também introduziu o recurso "*Stories*", inspirado no Instagram (Imagem 13).

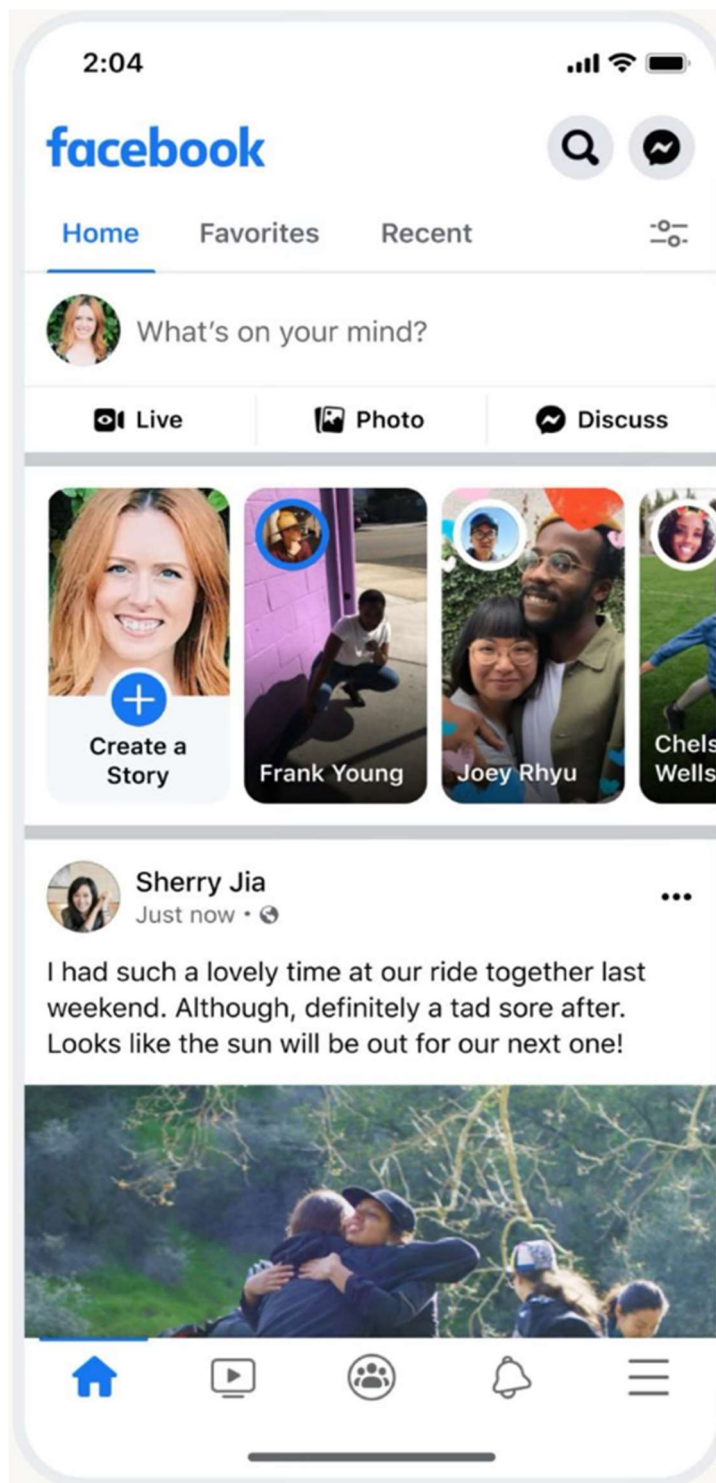


Imagem 13 – Storie Fixo no Topo do Feed de Notícias  
(Fonte: <https://facebook.pt.aptoide.com/app>)

Além do *feed* de notícias, o Facebook oferece recursos como *chat* (Messenger), eventos, páginas, grupos e *Marketplace*. O Messenger é um aplicativo de mensagens instantâneas integrado ao Facebook, permitindo que os usuários troquem mensagens, realizem chamadas de áudio, mandem vídeos e compartilhem conteúdos de *media*.

Os eventos permitem que os usuários organizem e participem em eventos locais, como festas, concertos e encontros. As páginas do Facebook são usadas por empresas, marcas, organizações e figuras públicas para se conectarem e se envolverem com o seu público-alvo, fornecendo informações, compartilhando atualizações e promovendo produtos e serviços.

Os grupos são uma parte fundamental do Facebook, permitindo que as pessoas se unam em torno de interesses comuns, discutam tópicos específicos, compartilhem informações e interajam com outros membros. Os grupos podem ser públicos, fechados ou secretos, oferecendo diferentes níveis de privacidade e controle de acesso.

Além disso, o Facebook tornou-se numa plataforma importante para anúncios e *marketing* digital. Empresas e profissionais de marketing utilizam a plataforma para segmentar seu público-alvo com base em características demográficas, interesses e comportamentos, alcançando efetivamente os usuários e promovendo os seus produtos e serviços.

No entanto, o Facebook também enfrentou desafios relacionados à privacidade e segurança dos dados dos utilizadores. Questões sobre o uso indevido de informações pessoais e a disseminação de notícias falsas levaram a mudanças nas políticas e regulamentações relacionadas à privacidade dos usuários.

Apesar dos desafios, o Facebook (Imagem 14) continua sendo uma plataforma central na vida *online* de bilhões de pessoas ao redor do mundo. Com sua ampla gama de recursos e alcance global, o Facebook desempenha um papel significativo na forma como nos conectamos, compartilhamos informações e interagimos com outras pessoas.

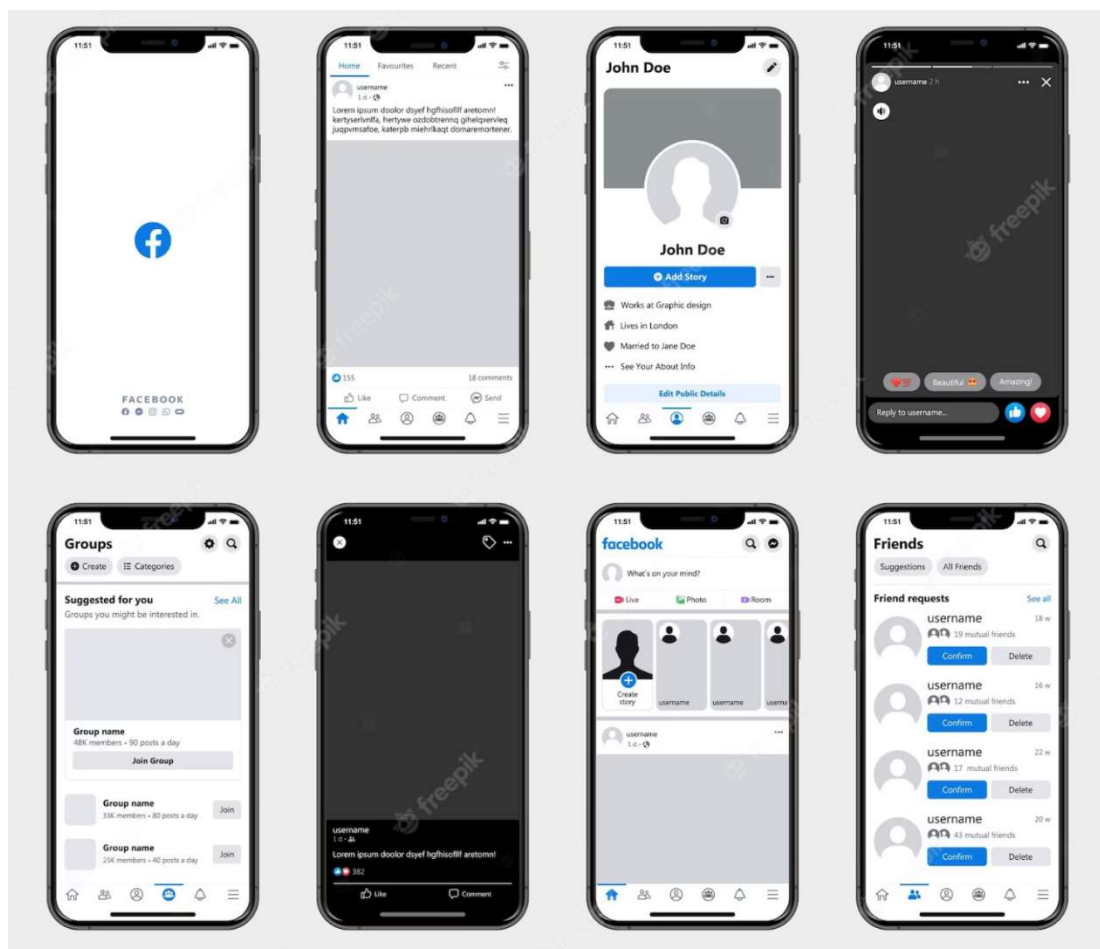


Imagem 14 – Modelo da Aplicação Móvel do Facebook

(Fonte: [https://br.freepik.com/vetores-premium/modelo-de-interface-de-rede-social-do-facebook-em-smartphones-maquete-de-midia-social-do-facebook\\_17148542.htm](https://br.freepik.com/vetores-premium/modelo-de-interface-de-rede-social-do-facebook-em-smartphones-maquete-de-midia-social-do-facebook_17148542.htm))

## → Twitter

O Twitter é uma plataforma de *media* social baseada em mensagens curtas chamadas "*tweets*". Foi lançado em 2006 e se tornou uma das redes sociais mais populares em todo o mundo. Os utilizadores podem criar uma conta gratuita e compartilhar mensagens até 280 caracteres, que podem incluir texto, fotos, vídeos, *links* e *hashtags*.

No Twitter, os *users* podem seguir outras contas para ver as atualizações na sua linha do tempo. Eles também podem interagir com os *tweets* de outras pessoas, respondendo, *likes* e *retweetando* (Imagem 15). Essa interação rápida e em tempo real torna o Twitter uma plataforma popular para acompanhar notícias, eventos ao vivo, discussões e tendências.

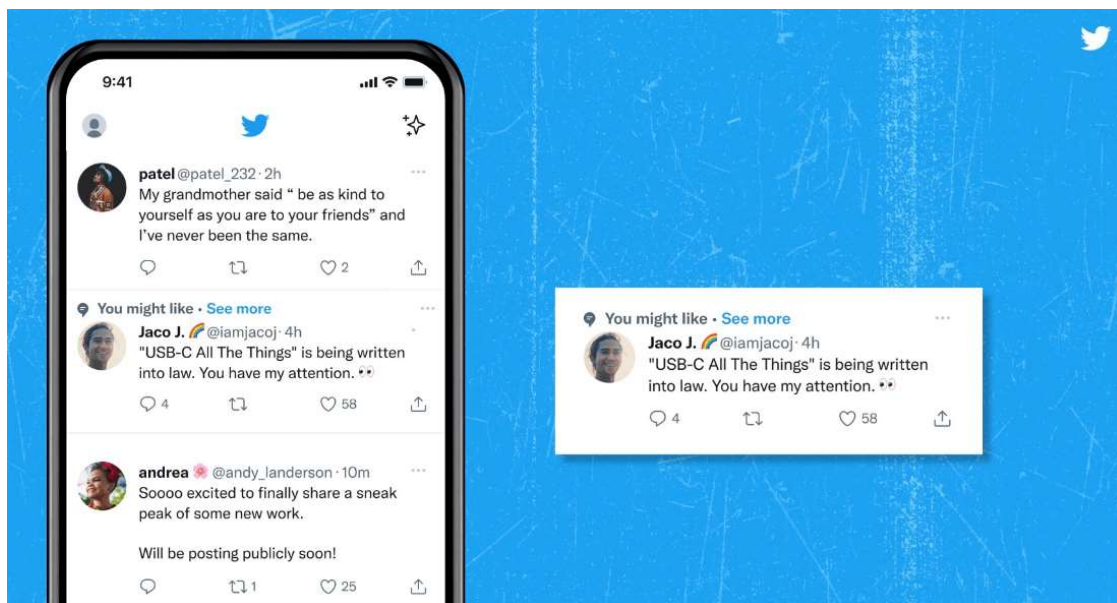


Imagem 15 – Interação de Tweets com Respostas, Likes e Retweetando

(Fonte: [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2022/how-recommendations-help-discover-more-twitter](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2022/how-recommendations-help-discover-more-twitter))

Além disso, o Twitter é frequentemente usado por indivíduos comuns, celebridades, políticos, empresas e organizações para se comunicar com o público. É uma plataforma que permite compartilhar pensamentos, opiniões, atualizações e conteúdo de forma concisa e direta.

O Twitter também é conhecido por seus *hashtags*, que são palavras-chave ou frases precedidas pelo símbolo "#". Os *hashtags* são usados para agrupar *tweets* sobre um determinado tópico e facilitar a descoberta de conteúdo relacionado (Imagem 16).



Imagem 16 – Exemplo de Hashtag (#SanDiego) Facilitando a Descoberta de Conteúdo Relacionado

(Fonte: <https://www.mlabs.com.br/blog/fleets-twitter>)

Através do Twitter (Imagem 17), os usuários podem ficar informados sobre notícias, seguir seus interesses, envolver-se em debates e conectar-se com outras pessoas em todo o mundo. É uma plataforma dinâmica e em constante evolução, que desempenha um papel significativo na disseminação de informações e no engajamento público.

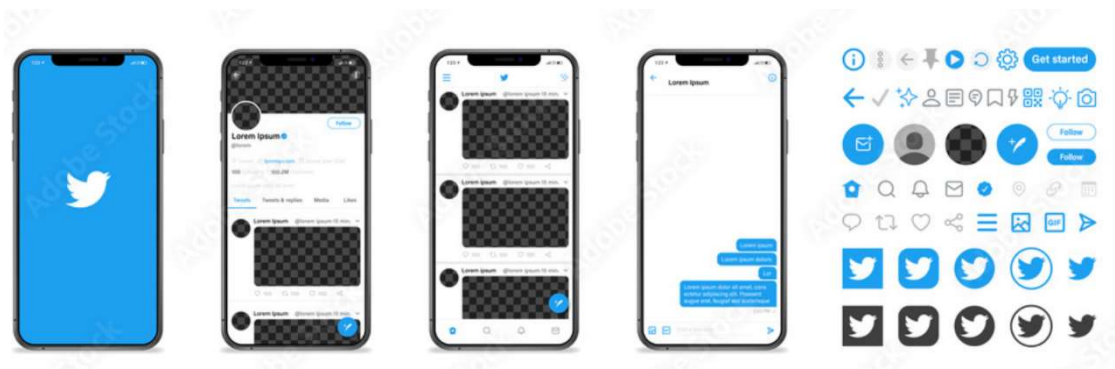


Imagem 17 – Modelo da Aplicação Móvel e Ícones do Twitter  
(Fonte: [https://stock.adobe.com/search?k=twitter+template&asset\\_id=381209556](https://stock.adobe.com/search?k=twitter+template&asset_id=381209556))

## → Youtube

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, fundada em 2005. É considerada uma das maiores e mais populares plataformas digitais do mundo. Os usuários podem criar canais gratuitos para fazer *upload*, assistir e compartilhar vídeos numa ampla variedade de categorias.

No YouTube, os usuários têm acesso a uma vasta biblioteca de vídeos, que abrange desde videoclipes musicais, vídeos engraçados, tutoriais, *blogs*, documentários, vídeos educacionais e muito mais (Imagem 18). A plataforma

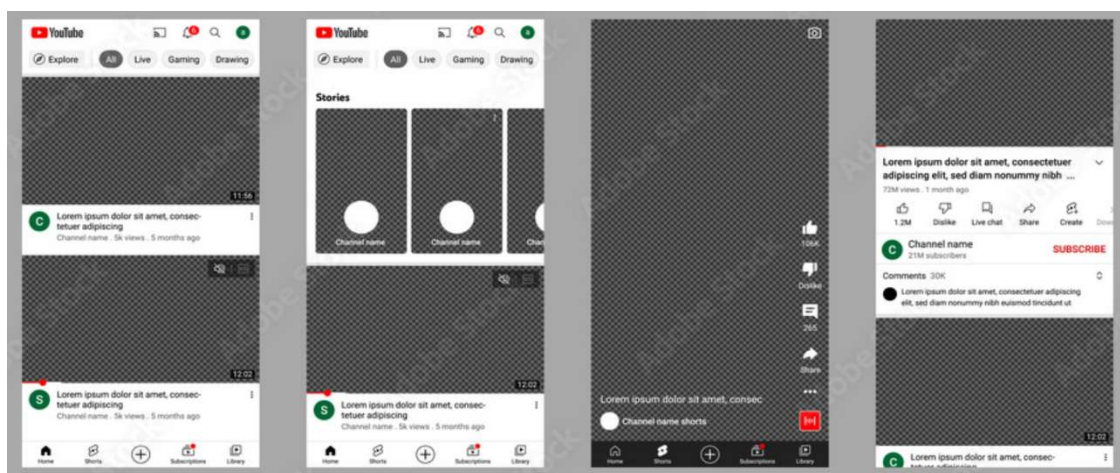


Imagem 18 – Modelo da Aplicação Móvel do Youtube  
(Fonte: [https://asl.ftcdn.net/v2/jpg/05/11/56/08/1000\\_F\\_511560833\\_wxk82nH91BW2RliCT6IH0JgliNVsaXa5.jpg](https://asl.ftcdn.net/v2/jpg/05/11/56/08/1000_F_511560833_wxk82nH91BW2RliCT6IH0JgliNVsaXa5.jpg))

permite que os criadores de conteúdo alcancem um público global e interajam

com os seus espectadores por meio de *likes*, comentários e compartilhamentos (Imagem 19).

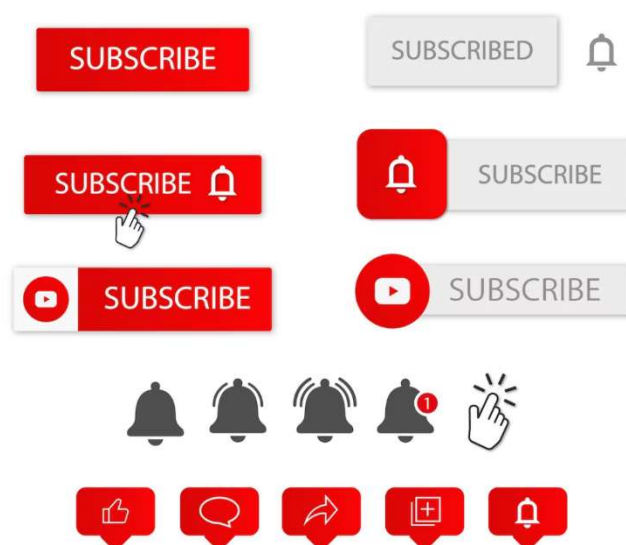


Imagem 19 – Ícones de Interação do Youtube

(Fonte: [https://br.freepik.com/vetores-gratis/botao-de-interface-de-assinatura-do-youtube-perfeito-para-motion-graphics\\_12616221.htm#query=youtube%20interface&position=29&from\\_view=search&track=ais](https://br.freepik.com/vetores-gratis/botao-de-interface-de-assinatura-do-youtube-perfeito-para-motion-graphics_12616221.htm#query=youtube%20interface&position=29&from_view=search&track=ais))

Uma das características distintivas do YouTube é a sua capacidade em fornecer monetização para os criadores de conteúdo. Através do Programa de Parcerias do YouTube, os criadores podem ganhar dinheiro com os seus vídeos através de anúncios exibidos antes, durante ou ao lado do conteúdo. Isso tem incentivado muitas pessoas a se dedicarem profissionalmente à criação de conteúdo para a plataforma.

Além disso, o YouTube oferece recursos como transmissões ao vivo, *playlists* personalizadas, legendas automáticas e recomendações de vídeos com base nas preferências do usuário. A plataforma também é conhecida por promover a descoberta de novos talentos, permitindo que pessoas comuns se tornem influenciadores digitais e alcancem uma audiência significativa.

Com bilhões de usuários e horas de vídeo sendo carregadas a cada minuto, o YouTube (Imagem 20) tornou-se num espaço importante para entretenimento, obter conhecimento, compartilhar informação e expressão criativa. É uma plataforma que permite que os usuários descubram conteúdo diversificado e que se conectem com uma comunidade global de criadores e espectadores.

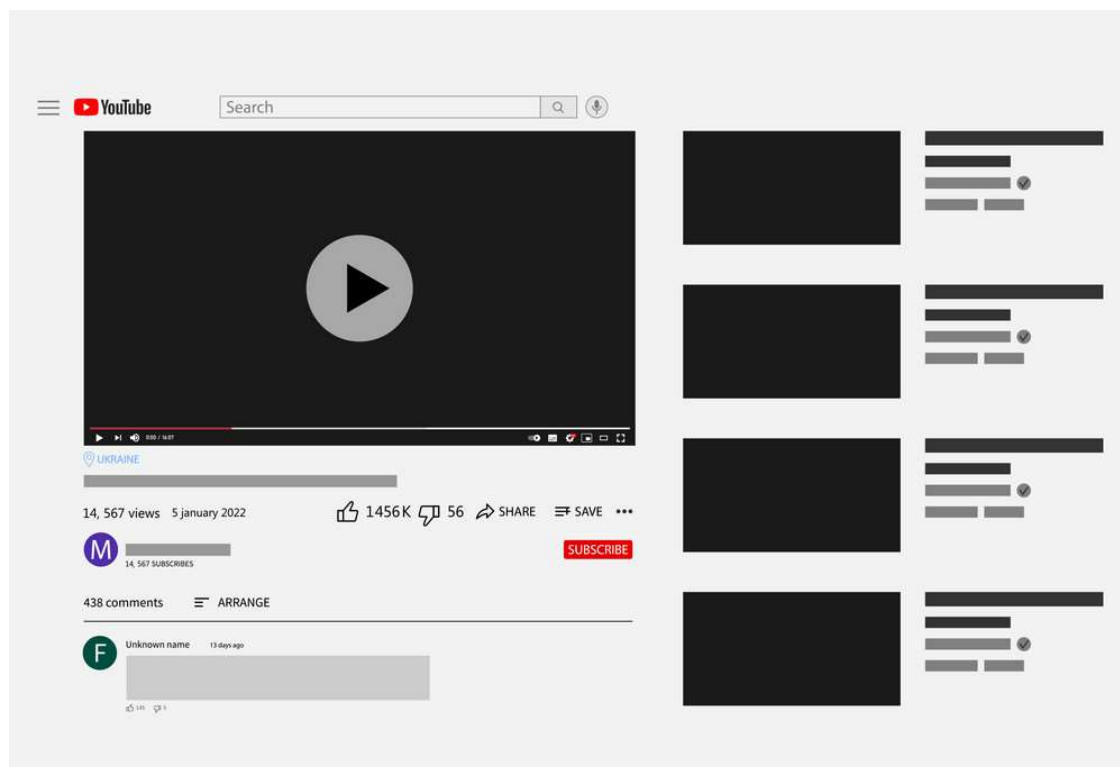


Imagem 20 – Modelo Web do Youtube

(Fonte: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/template-youtube-video-player-vector-40918312>)

## → LinkedIn

O LinkedIn é uma plataforma de rede social profissional, fundada em 2002 e lançada em 2003. É amplamente reconhecido como a maior rede social profissional do mundo, com foco no ambiente corporativo e nas conexões relacionadas ao mundo do trabalho.

O LinkedIn oferece aos usuários a oportunidade de criar um perfil profissional detalhado, onde podem incluir informações sobre a sua formação acadêmica, experiência de trabalho, habilidades, conquistas e interesses. Esses perfis podem ser utilizados para *networking*, na busca por empregos, recrutamento de talentos e estabelecimento de conexões com profissionais em diversos setores e níveis hierárquicos.

A plataforma permite que os usuários estabeleçam conexões com colegas de trabalho, ex-colegas, parceiros de negócios e outros profissionais, ampliando a sua rede de contatos e possibilitando a troca de conhecimentos, experiências e oportunidades profissionais. Os usuários também podem ingressar em grupos temáticos e participar de discussões relevantes para a sua área de atuação.

Além disso, o LinkedIn oferece recursos como a publicação de artigos e *posts*, onde os usuários podem compartilhar *insights*, informações relevantes e atualizações profissionais. Essas publicações podem ser vistas e comentadas por outros profissionais, ajudando a fortalecer a presença e a reputação *online* dos usuários.

A plataforma também possui uma seção para procurar por empregos, onde as empresas podem publicar vagas e os usuários podem pesquisar por oportunidades de acordo com a sua área de interesse, localização e outros critérios. Os usuários podem enviar as suas candidaturas diretamente pela plataforma e estabelecer conexões com recrutadores e profissionais dos recursos humanos.

O LinkedIn (Imagem 21) tem se consolidado como uma ferramenta essencial para profissionais de todas as áreas, proporcionando uma maneira eficiente de construir e manter uma rede profissional sólida, estar atualizado sobre tendências e oportunidades do mercado de trabalho, bem como aumentar as chances de sucesso na carreira.

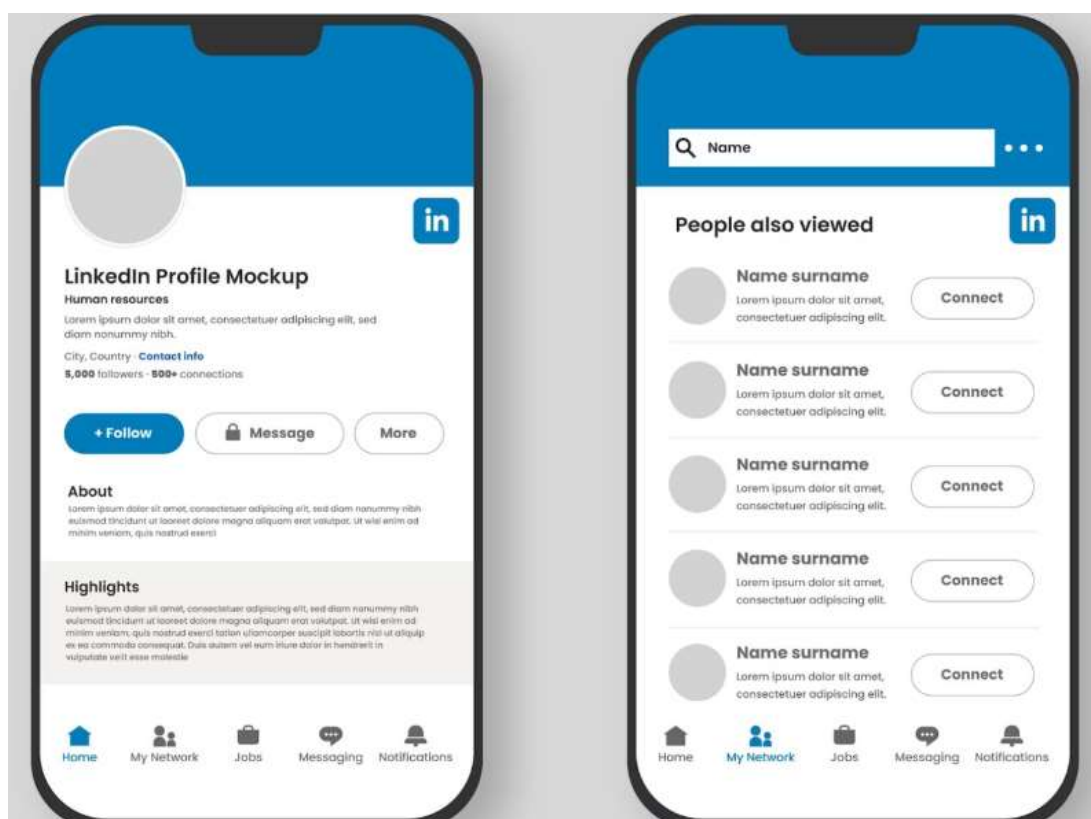


Imagem 21 – Modelo da Aplicação Móvel do LinkedIn

(Fonte: [https://br.freepik.com/vetores-gratis/maquete-de-design-plano-do-linkedin\\_21251657.htm#query=linkedin%20maquete&position=24&from\\_view=search&track=ais](https://br.freepik.com/vetores-gratis/maquete-de-design-plano-do-linkedin_21251657.htm#query=linkedin%20maquete&position=24&from_view=search&track=ais))

## → WhatsApp

O WhatsApp é uma plataforma de mensagens instantâneas, chamadas de voz e vídeo, lançada em 2009. É amplamente utilizado como um aplicativo de comunicação para troca de mensagens entre indivíduos e grupos, tanto para fins pessoais quanto profissionais.

O WhatsApp permite que os usuários enviem mensagens de texto, áudio, imagens, vídeos e documentos para contatos na sua lista telefônica (Imagem 22). A plataforma utiliza a conexão de internet do dispositivo para enviar e receber as mensagens, tornando-se uma opção popular para se comunicar gratuitamente, eliminando a necessidade de pagar por SMS ou taxas de chamadas internacionais.

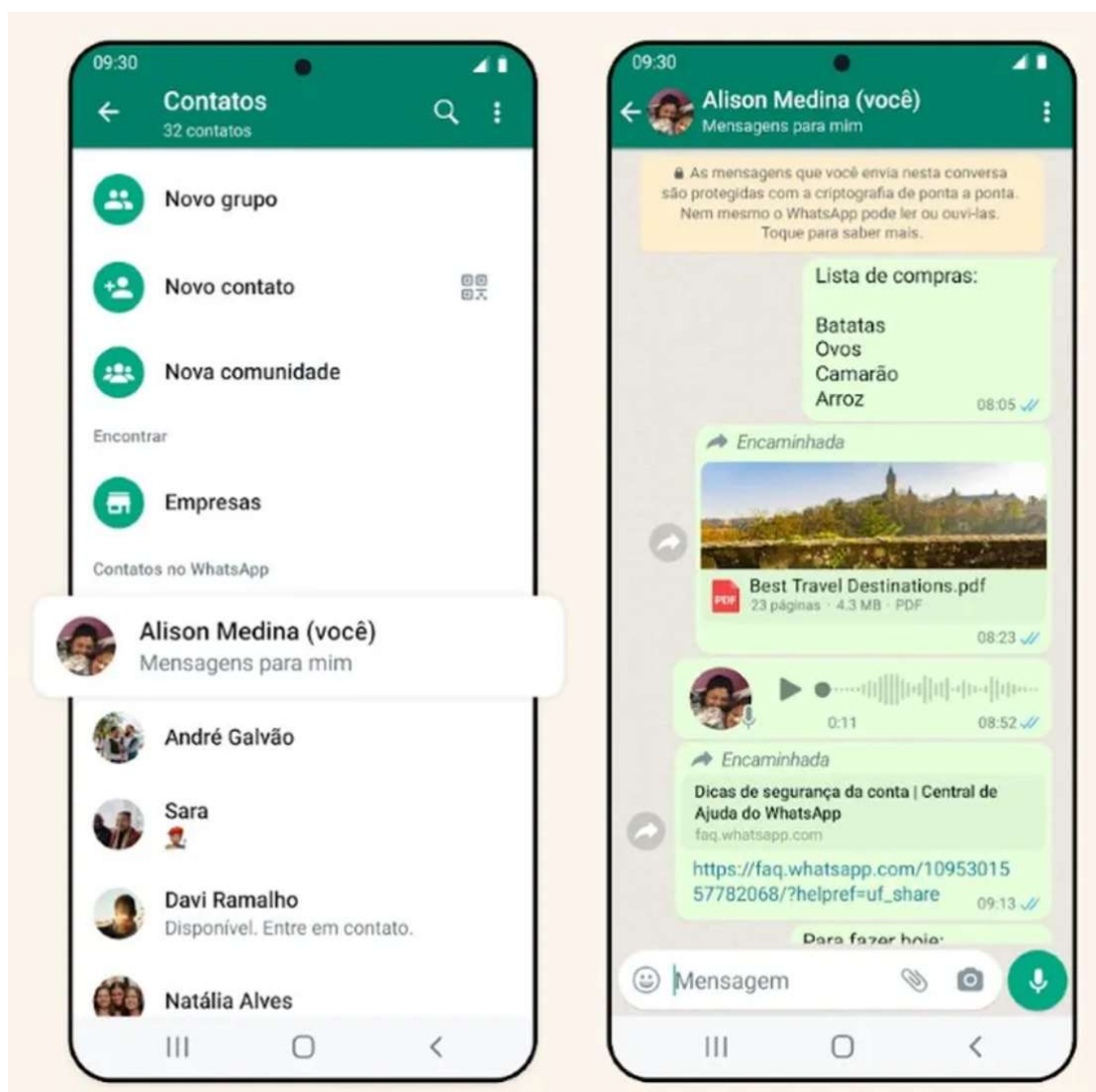


Imagem 22 – Exemplo de um Utilizador a enviar Diferentes Formatos  
(Fonte: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/11/28/whatsapp-cria-atalho-para-voce-conversar-com-si-mesmo-veja-como-usar.ghtml>)

Além das mensagens individuais, o WhatsApp também permite a criação de grupos, onde várias pessoas podem trocar mensagens e compartilhar conteúdo num único ambiente. Isso torna a plataforma útil para discussões em equipa, planeamento de eventos, compartilhamento de informações e coordenação de atividades, sendo isto possível, através de reações com *emojis* e sondagens. (Imagem 23)

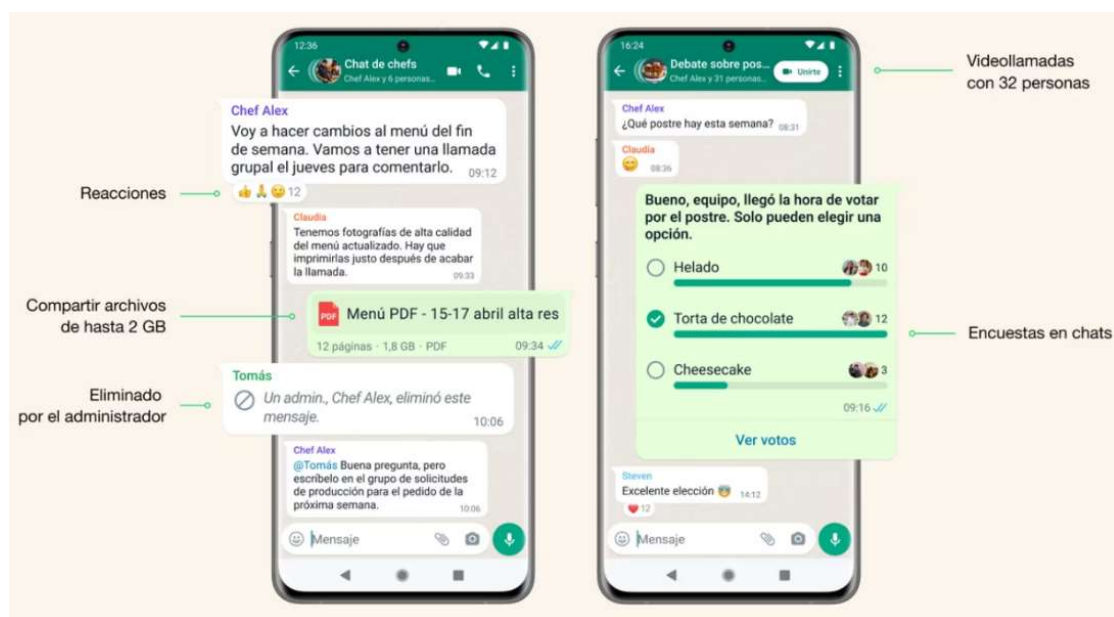


Imagem 23 – Recursos do WhatsApp

(Fonte: <https://cadenaser.com/nacional/2023/06/19/john-michel-jumper-premio-fronteras-del-conocimiento-bbva-la-inteligencia-artificial-nos-ayudara-a-predcir-mejor-el-comportamiento-de-las-proteinas-que-causa-cancer-o-alzheimer-cadena-ser/>)

Outra funcionalidade do WhatsApp é a realização de chamadas de voz e vídeo, permitindo que os usuários façam ligações gratuitas para seus contatos em qualquer lugar do mundo. Essa opção é especialmente valiosa para comunicação em tempo real e pode ser uma alternativa aos serviços tradicionais de telecomunicação.

A plataforma também introduziu o recurso "*Status*", inspirado no "*Storie*" do Instagram (Imagem 24), que é uma maneira de compartilhar atualizações com os amigos e contatos próximos. Cada *status* tem uma duração de 24 horas e pode incluir fotografias, vídeos, *GIFs*, texto e afins.

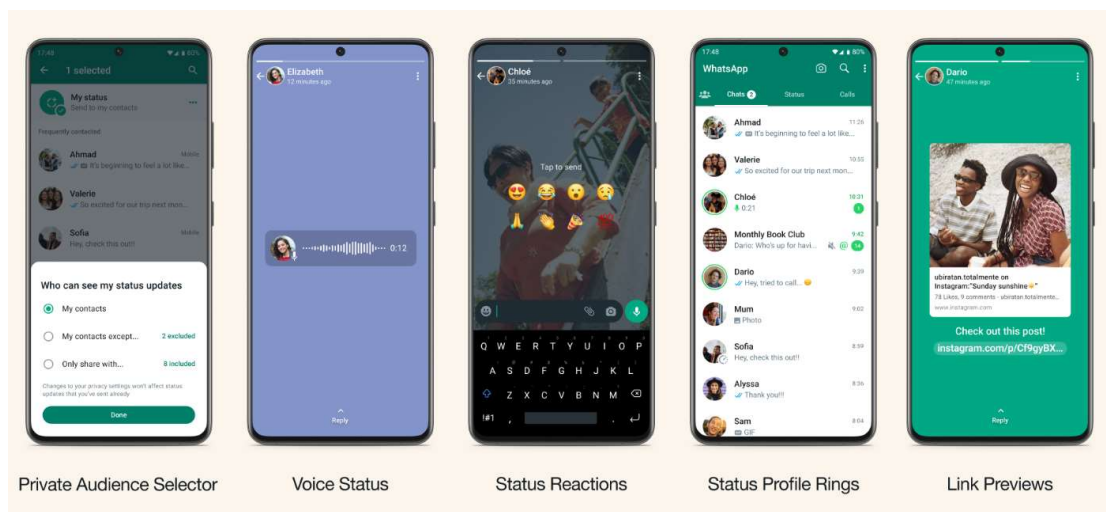


Imagem 24 – Privacidade do Status, Exemplos de Status, Como Aparece o Status, Exemplo de Status com Link  
(Fonte: <https://mobilesvrup.com/2023/02/07/several-new-features-for-status-on-whatsapp-rolling-out-now/>)

O WhatsApp também tem recursos de segurança, como a criptografia de ponta a ponta, que protege as mensagens e as mantém privadas entre os remetentes e destinatários. Isso garante a confidencialidade das conversas e ajuda a manter a privacidade dos usuários.

Com a sua ampla adoção global, o WhatsApp tornou-se numa ferramenta essencial para a comunicação diária de bilhões de pessoas em todo o mundo. É utilizado para trocar informações, manter contato com amigos e familiares, coordenar atividades de trabalho e negócios, e até mesmo para interações com marcas e empresas por meio de contas comerciais.

No entanto, é importante ressaltar que o WhatsApp também apresenta desafios, como a disseminação de desinformação e o uso indevido da plataforma. Por isso, é necessário utilizar o aplicativo de forma responsável, verificando a veracidade das informações compartilhadas e respeitando as diretrizes e políticas de uso.

### → Snapchat

O Snapchat é uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos, lançada em 2011. Diferente de outras redes sociais, o Snapchat é conhecido por permitir que os usuários enviem mensagens que desaparecem após um curto período de tempo, geralmente segundos, após serem visualizadas.

O principal recurso do Snapchat é a função "*Snaps*", que são fotos ou vídeos curtos que os usuários podem capturar e enviar para os seus contatos. Essas mensagens têm uma duração limitada e desaparecem automaticamente após serem vistas. Os usuários também podem adicionar filtros, textos, desenhos e efeitos especiais aos seus *Snaps*, tornando-os mais divertidos e personalizados.

Além dos *Snaps* individuais, o Snapchat oferece a opção de criar "Histórias" - uma coleção de *Snaps* que podem ser compartilhados com todos os amigos do utilizador e ficam disponíveis por 24 horas. As histórias permitem que os usuários compartilhem momentos do seu dia de uma forma mais ampla e interativa.

Outro recurso popular do Snapchat é o "*Discover*"<sup>9</sup>, onde os usuários podem explorar conteúdos de notícias, entretenimento, desportos e outras áreas, fornecidos por parceiros de *media* e criadores de conteúdo. O *Discover* apresenta uma variedade de vídeos, artigos e experiências interativas, oferecendo aos usuários uma forma única de se manterem informados e entretidos.

O Snapchat também possui recursos de mensagens instantâneas, permitindo que os usuários enviem mensagens de texto, fotos e vídeos para os seus contatos. Essas mensagens podem ser visualizadas uma vez antes de desaparecerem, ou, podem ser salvas pelo destinatário se assim desejarem.

Ao longo dos anos, o Snapchat expandiu as suas funcionalidades, introduzindo recursos como filtros de realidade aumentada, Lenses, Bitmojis (avatars personalizados), jogos e até mesmo uma plataforma de criação de conteúdo chamada "*Snapchat Spotlight*".

O aplicativo ganhou popularidade, especialmente entre os jovens, devido à sua natureza efêmera e ao seu foco na criatividade e na comunicação visual. No entanto, concorrentes como o Instagram *Stories* também adotaram recursos semelhantes, resultando em uma concorrência acirrada no mercado de compartilhamento de fotos e vídeos.

É importante notar que o Snapchat também tem as suas considerações de privacidade e segurança. Os usuários devem ter cuidado ao compartilhar conteúdos sensíveis e interagir apenas com pessoas conhecidas. O aplicativo

---

<sup>9</sup> O conteúdo fica disponível durante 24 horas;

também fornece configurações de privacidade para controlar quem pode ver e interagir com o conteúdo compartilhado.

Em resumo, o Snapchat oferece uma experiência única de compartilhamento de fotos e vídeos que desaparecem, permitindo que os usuários se expressem de forma criativa e interajam com amigos, além de explorar conteúdos variados através do *Discover*: (Imagem 25)



Imagem 25 – Funcionalidades do Snapchat

(Fonte: <https://www.zeebiz.com/technology/mobiles/news-snapchat-shared-stories-heres-how-to-use-this-new-feature-check-step-by-step-guide-185979>)

## → TikTok

O TikTok é uma plataforma de *media* social, lançada em 2016, que se tornou extremamente popular em todo o mundo. Ele permite que os usuários criem, compartilhem e descubram vídeos curtos e envolventes. O aplicativo se destaca pelo seu formato de vídeo vertical e recursos à edição criativa. (Imagem 26)

No TikTok, os usuários podem gravar vídeos até 60 segundos, onde podem adicionar música, efeitos especiais, filtros, adesivos e outras ferramentas de edição. Porém, é possível publicar vídeos até 5 minutos. O aplicativo oferece uma ampla variedade de opções de áudio e trilhas sonoras populares, permitindo que os usuários sincronizem os seus movimentos e traduções com a música escolhida.



Imagem 26 - Páginas do Modelo da Maquete de Vetor do Aplicativo Móvel  
(Fonte: [https://br.freepik.com/vetores-premium/paginas-de-modelo-de-maquete-de-vetor-de-aplicativo-movel-tiktok\\_33466256.htm](https://br.freepik.com/vetores-premium/paginas-de-modelo-de-maquete-de-vetor-de-aplicativo-movel-tiktok_33466256.htm))

A plataforma é conhecida pelo seu algoritmo inteligente, que personaliza o *feed* de cada usuário com base nas suas preferências e comportamentos de visualização. Isso significa que o conteúdo exibido no TikTok é altamente personalizado e adaptado aos interesses de cada usuário.

Além de criar e compartilhar vídeos, os usuários também podem interagir com o conteúdo de outras pessoas através de *likes*, comentários e compartilhamentos. O TikTok possui recursos de interação social, como duetos e reações, que permitem aos usuários colaborar ou responder a vídeos de outros usuários de forma criativa.

O TikTok é amplamente utilizado para entretenimento, com uma ampla variedade de conteúdo, desde danças e desafios virais até comédia, tutoriais, moda, culinária e muito mais. Os usuários podem seguir seus criadores favoritos, descobrir tendências populares e explorar uma infinidade de conteúdos diversificados.

O aplicativo tem sido especialmente popular entre os jovens, com uma comunidade vibrante e bem-sucedida. Ele oferece uma plataforma para a expressão criativa, permitindo que pessoas comuns se tornem criadores de conteúdo e construam um público significativo.

No entanto, assim como em outras plataformas de *media* social, é importante que os usuários tenham consciência da sua privacidade e segurança *online*. É fundamental ajustar as configurações de privacidade, e, estar ciente dos termos de uso da plataforma ao compartilhar conteúdo e interagir com outros usuários.

O TikTok teve um impacto significativo na cultura da internet e tornou-se numa plataforma de destaque para a criação e consumo de conteúdo de vídeo curto. Com a sua popularidade em constante crescimento, o TikTok continua a evoluir e a atrair novos usuários e criadores de conteúdo em todo o mundo.

### 1.3. Audiovisual nas Plataformas Digitais

O audiovisual desempenha um papel fundamental nas plataformas digitais, proporcionando uma forma altamente envolvente de comunicação. Nas plataformas digitais mais conhecidas, como YouTube, Facebook, Instagram, TikTok e Snapchat, o conteúdo audiovisual tem grande destaque.

No YouTube, as pessoas podem criar e compartilhar vídeos de diferentes tipos, abrangendo desde tutoriais e videoclipes até vídeos educativos e de entretenimento. A plataforma tornou-se num local onde os criadores de conteúdo podem expressar as suas habilidades e paixões, alcançando um público global.

O Facebook também possui uma grande presença de conteúdo audiovisual, permitindo que os usuários compartilhem vídeos nas suas páginas e grupos. Além disso, a plataforma oferece recursos como transmissões ao vivo, que permitem que os usuários se conectem com seus seguidores em tempo real.

No Instagram, os usuários têm acesso a recursos como o IGTV, onde podem compartilhar vídeos mais longos, e as histórias (*stories*) e *Reels*, que permitem a criação de vídeos curtos e criativos. O Instagram tornou-se num espaço para compartilhar momentos do dia-a-dia, bastidores e conteúdo visualmente atraente.

O TikTok, por sua vez, destacou-se como uma plataforma dedicada ao conteúdo em formato de vídeo curto e rápido. Os usuários podem criar vídeos criativos, traduções, danças e desafios virais. A plataforma fez-se extremamente popular, especialmente entre os mais jovens, e tem um impacto significativo na cultura e nas tendências atuais.

O Snapchat é conhecido pelas suas histórias efêmeras, onde os usuários podem compartilhar vídeos e fotos que desaparecem após um curto período. Além disso, a plataforma oferece recursos de realidade aumentada, que permitem aos usuários adicionar filtros e efeitos divertidos nos seus vídeos.

Em todas estas plataformas, o audiovisual desempenha um papel central na forma como as pessoas se comunicam, se expressam e consomem conteúdo. O poder do vídeo

em transmitir informações, contar histórias e cativar o público tornou-se numa parte essencial da experiência digital. As plataformas digitais oferecem um espaço para a criação, compartilhamento e interação com conteúdo audiovisual, conectando pessoas ao redor do mundo e influenciando a cultura contemporânea.

O jornalismo tem se adaptado às plataformas digitais e ao uso do audiovisual como uma maneira eficaz de transmitir informações de forma dinâmica e envolvente. As plataformas digitais oferecem ao jornalismo oportunidades únicas para alcançar um público mais amplo e diversificado, além de permitir uma interação mais direta com os leitores.

O recurso ao audiovisual no jornalismo digital tem se tornado cada vez mais relevante. As redações estão investindo em recursos audiovisuais, como vídeos, transmissões ao vivo, *podcasts* e infográficos animados, para complementar as reportagens escritas. Esses elementos visuais podem fornecer uma perspectiva mais rica e detalhada das histórias, aumentando o engajamento do público. (Imagem 27)



Imagem 27 – Ferramentas Fundamentais para um Jornalista da Era Digital  
(Fonte: <https://online.maryville.edu/blog/digital-journalism/>)

As plataformas digitais, como YouTube, Facebook, Instagram e Twitter, têm desempenhado um papel crucial na distribuição desse conteúdo audiovisual jornalístico. Os veículos de notícias criam canais e páginas nessas plataformas para compartilhar vídeos e alcançar um público mais amplo. As transmissões ao vivo, por exemplo, permitem que os jornalistas relatem eventos em tempo real, possibilitando aos espectadores acompanhar os acontecimentos conforme eles ocorrem.

Além disso, as redes sociais têm sido usadas como ferramentas para compartilhar vídeos jornalísticos de forma rápida e viral. Os vídeos curtos e cativantes são especialmente populares nessas plataformas, permitindo que as histórias jornalísticas alcancem uma ampla audiência em um curto espaço de tempo.

O uso do audiovisual no jornalismo também está a expandir-se para além das plataformas tradicionais. Novas formas de narrativa, como documentários interativos e experiências imersivas em realidade virtual, estão a ser exploradas para contar histórias de maneiras inovadoras e envolventes.

No entanto, é importante ressaltar que, mesmo com a ascensão do audiovisual e das plataformas digitais, o jornalismo tradicional escrito continua a desempenhar um papel fundamental. O audiovisual e as plataformas digitais são complementares à produção jornalística escrita, permitindo uma maior diversificação e alcance de público.

De forma sucinta, o jornalismo tem utilizado o audiovisual e as plataformas digitais como ferramentas poderosas para transmitir informações de forma mais visual e interativa. Essa combinação tem permitido aos jornalistas alcançar um público mais amplo, aumentar o engajamento e contar histórias de maneiras inovadoras, mantendo-se relevante na era digital.

As plataformas digitais têm se mostrado fundamentais para a aplicação do audiovisual no jornalismo. Através delas, é possível criar e compartilhar conteúdo audiovisual de forma dinâmica e interativa, alcançando um público amplo e diversificado. Essa combinação oferece oportunidades únicas para transmitir informações de maneira envolvente e aumentar na angariação de público. O audiovisual nas plataformas digitais permite uma interação direta com os leitores, fortalecendo a relação entre jornalistas e público. Em suma, o uso do audiovisual nas plataformas digitais é essencial para o jornalismo contemporâneo, proporcionando uma experiência informativa e cativante para os espectadores e leitores.

## Capítulo 2 Jornal de Notícias

### 2.1. História do Jornal de Notícias

O Jornal de Notícias, também conhecido como JN, foi fundado a dois de junho de 1888 com sede no Porto, na Rua D. Pedro. Após a revolução do 25 de abril de 1974, começou a ser considerado um dos jornais de maior expansão no país, com um aumento de vendas. Uma vez que, se tratava de um jornal de oposição ao regime ditatorial, no período do Estado Novo, foi alvo de censura, e conseqüentemente houve uma queda nas vendas.

Em 1887, na sequência da morte de Fontes Pereira de Melo, durante largos anos o histórico chefe do Partido Regenerador, Barjona de Freitas recusou aceitar António Serpa Pimentel como responsável máximo dos regeneradores e constituiu um agrupamento partidário, a Esquerda Dinástica, a qual representou a facção mais avançada daquele partido. (Sousa, 1988, p.39)

Ao longo do tempo, a sede passou pela Rua Elias Garcia e em 1926 passou para a Avenida dos Aliados, onde se manteve em 1970. Posteriormente, as instalações mudaram-se para a Rua Gonçalves Cristóvão, onde se mantém até ao momento, um edifício com vários andares e com o símbolo “JN” no topo, que o torna inconfundível. A redação está instalada no 2.º andar, numa sala ampla, com várias secretárias, aglomeradas nas mais diversas secções. Havendo uma ampliação da redação para a capital posicionando-se na Avenida da Liberdade. Contudo, o edifício localizado no centro do Porto foi vendido em 2018, estando o Jornal de Notícias prestes a fazer uma mudança de instalações para a Rua Monte do Burgos na Prelada.

Notável pelo rigor da informação, com ampla cobertura jornalística que produz sobretudo no Porto, tal como confirma José Mesquita, citado por Ribeiro (2006, p.80). O jornal de notícias albergava conteúdo noticioso de domínio nacional e internacional, valorizando essencialmente assuntos locais, aproximando-se da chamada imprensa popular. Na realidade, ele “pode ser caracterizado como um quotidiano omnibus, ou seja, insere-se numa categoria híbrida, a meio caminho entre a imprensa de referência e a imprensa popular” (Ribeiro, 2006, p. 80). Estes conteúdos ocupam, na maioria, títulos das primeiras páginas. Em contrapartida, a última página destinava-se a anúncios publicitários. Citando Fernando Ribeiro (2006, p. 83-84) afirma que o JN, inicialmente

defensor de certos interesses políticos, “rapidamente encontrou no noticiário popular e eminentemente informativo a sua natureza mais profunda”. Deste modo, passa assim a usar uma “linguagem jornalística próxima da oralidade”, fazendo uma “abordagem pícara de certos acontecimentos” e uma “exploração, por vezes sensacionalista, de desastres, catástrofes, crimes e dramas passionais” (ibid.).

O Jornal de Notícias tem vindo a sofrer inúmeras modificações a nível editorial e gráfico, destacando-se a preocupação de noticiar a atualidade do país, com objetivo de aproximar o leitor e promover a qualidade. Nesta linha de pensamento desenvolveram uma edição *online*, a 27 de julho de 1995, onde o processo sofreu avanços e recuos. Numa primeira fase, os objetivos deste projeto era transpor conteúdos da imprensa para a plataforma, como também, estabelecer novas formas de relação com o leitor, explorando os potenciais proporcionados pela internet. O “[www.jn.pt](http://www.jn.pt)”, foi o primeiro *site* de um meio de comunicação social português, na qual publicavam todas as notícias do dia nas mais diversas secções. Em agosto de 2016 conquistou a liderança dos *sites* nacionais de informação generalista. Em novembro do mesmo ano, voltou a bater os recordes de número de visitas (22,3 milhões) e de visualizações (mais de 106 milhões).

Em dezembro de 2016, o Jornal de Notícias voltou a inovar e apostou em novos formatos de vídeo, num projeto denominado JN Direto. Sempre que a atualidade o justifique, são feitas emissões em direto, entrevistas, reportagens e debates que permitem ver os acontecimentos de forma mais rápida e incisiva. Diariamente, são publicadas sínteses noticiosas que, em 60 segundos, marcam os principais acontecimentos do dia.

A edição *online*, inicialmente, foi coordenada pelo diretor-adjunto Fernando Martins juntamente com os jornalistas Hélder Bastos e Nuno Marques. Com o desenvolvimento do projeto, foi necessário recorrer a uma empresa capaz de gerir os aspetos técnicos do *site* e do servidor.<sup>10</sup> Desta forma, o jornal de notícias passara para o alcance do compromisso entre a inovação tecnológica e os recursos que esta proporciona, assim como a acessibilidade a um maior número de leitores. Sem contar com a transmissão dos conteúdos impressos para o *online*, este projeto visou a criação de uma seção de “Última Hora”, onde até os dias de hoje, é atualizada ao longo do dia.

---

<sup>10</sup> Centro de Computação Gráfica (CCG) – ligado à Universidade de Coimbra;

Relativamente, ao trabalho desenvolvido pelo *online*, este tem sido alvo de reconhecimento de excelência tanto a nível da publicação diária, como também pela informação dada através do *online*, nos últimos anos. Em 2008, a reportagem multimédia “A morte lenta do gelo eterno” concedeu o prémio de ciberjornalismo ao JN, atribuído pelo Observatório de Ciberjornalismo da Universidade do Porto. Um ano depois, além de vencer o Prémio Excelência Geral em Ciberjornalismo, alcançou igualmente os prémios Reportagem Multimédia, Videojornalismo *online* e Infografia Digital. Em 2010, o JN é reconhecido nos prémios de Ciberjornalismo em Portugal, na categoria de “*Última Hora*”, enquanto em 2011, o JN recebeu cinco menções honrosas durante os Prémios de Design Ibéricos. Também em 2011, a iniciativa desenvolvida pelo Jornal de Notícias e pelo Diário de Notícias, o projeto *Media Lab* conquistou o prémio *World Young Reader Prize*, na categoria “*Making the News*” da *World Association of Newspapers*. Recentemente, o JN *online* foi mais uma vez distinguido. Desta vez, foi nas II Jornadas *Obciber*, onde arrecadou um prémio na categoria “*Última Hora*”.<sup>11</sup>

O Jornal de Notícias foi comprado pela Controlinveste, em 2005, um grupo de *media* em Portugal. Em dezembro de 2014, a empresa passou a ter outro nome: *Global Media Group*. Neste grupo, encontram-se outros meios de comunicação, tal como o Diário de Notícias, O Jogo e a TSF.

“*Global Media Group* é um dos maiores grupos de *Media* em Portugal, marcando presença nos setores da Imprensa, Rádio e Internet.”

(Fonte: <http://www.globalmediagroup.pt>)

O *Global Media Group* pertence a um pequeno conjunto de grupos económicos de *media* portuguesa. O empresário Joaquim Oliveira consolidou-o nos anos 90, tendo origens na empresa Olivedesportos, fundada em 1984.

O grupo *Global Media*, marca presença na área da imprensa escrita (Imagem 28) - Diário de Notícias, Jornal de Notícias, DN Madeira, Açoriano Oriental, Jornal do Fundão e o desportivo O Jogo -, da rádio, de conteúdos digitais, assim como, no setor televisivo. Na rádio, o grupo limita-se à estação TSF e no segmento das revistas, destaca-se por títulos como a Notícias *Magazine*, Evasões, entre outras menos populares. O *Global*

---

<sup>11</sup> As II Jornadas *Obciber* realizaram-se a 5 de dezembro de 2013;

*Media Group* está ainda presente no *online* com o suplemento de informação económica Dinheiro Vivo distribuído em formato impresso, ao sábado, com o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias. Da mesma forma, o *site* Delas e o Motor 24 são exemplos da presença digital do grupo empresarial de *media*. Além dos seus órgãos de comunicação, o grupo controla vários negócios nos setores da impressão, distribuição, de telecomunicações e de turismo, participando, além do mais, na estrutura acionista da agência de notícias Lusa.

<p><b>JORNAIS</b></p> <p><b>Jornais diários</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Jornal de Notícias</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>Diário de Notícias</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>O Jogo</b> <i>desportivo</i></li><li>&gt; <b>Dinheiro Vivo</b> <i>economia</i></li><li>&gt; <b>DN Madeira</b> <i>regional</i></li><li>&gt; <b>Açoriano Oriental</b> <i>regional</i></li></ul> <hr/> <p><b>Jornal Digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Plataforma Media</b> <i>informação geral</i></li></ul>	<p><b>REVISTAS</b></p> <p><b>Digitais</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Delas</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>DN Insider</b> <i>Informação geral</i></li><li>&gt; <b>DN Life</b> <i>Informação geral</i></li><li>&gt; <b>DN Ócio</b> <i>Informação geral</i></li><li>&gt; <b>JN Direto</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>Motor 24</b> <i>motocross</i></li><li>&gt; <b>N-TV</b> <i>famosas</i></li><li>&gt; <b>V Digital</b> <i>informação geral</i></li></ul> <hr/> <p><b>Semanais</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Evasões</b> <i>viagens e lazer nacional</i></li><li>&gt; <b>Notícias Magazine</b> <i>informação geral</i></li></ul> <hr/> <p><b>Mensais</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Men's Health</b> <i>masculina</i></li><li>&gt; <b>Volta ao Mundo</b> <i>viagens internacionais</i></li></ul> <hr/> <p><b>Outras periodicidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>JN História</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>Women's Health</b> <i>informação geral</i></li></ul>	<p><b>RÁDIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>TSF</b> <i>informação geral</i></li></ul>
<p><b>OUTROS MEDIA</b></p> <p><b>Multimedia &amp; Internet</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>ESPAÇO JN</b> <i>informação geral</i></li></ul> <hr/> <p><b>Agência de Notícias</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Lusa</b> <i>informação geral</i></li></ul>	<p><b>IMPRESSÃO E DISTRIBUIÇÃO</b></p> <p><b>Impressão</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Naveprinter</b> <i>informação geral</i></li><li>&gt; <b>Gráfica Funchalense</b> <i>informação geral</i></li></ul> <hr/> <p><b>Distribuição</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Notícias Direct</b> <i>porta-a-porta</i></li><li>&gt; <b>VASP</b> <i>pontos de venda</i></li></ul>	<p><b>GESTÃO DE DIREITOS DE AUTOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>&gt; <b>Visapress</b> <i>informação geral</i></li></ul>

Imagem 28 - Áreas da Imprensa Escrita do Grupo Global Media  
(Fonte: <https://www.globalmediagroup.pt/o-grupo/areas-de-negocio/>)

No novo *site* do Jornal de Notícias, os leitores irão notar algumas mudanças significativas, uma delas é o destaque dado à fotografia, com imagens maiores (Imagem 29) e algumas na vertical (Imagem 30), proporcionando uma experiência visual mais impactante. Outra alteração está relacionada com o menu, que não estará visível na página inicial. Em vez disso, serão utilizadas *tags* (Imagem 31) ou temas em destaque para direcionar a navegação dos leitores aos assuntos de interesse. Essas alterações visam tornar a experiência mais intuitiva e interativa.



Imagem 29 – Página Inicial do Site Atualizado do Jornal de Notícias com Imagens Maiores  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)



Imagem 30 – Página Inicial do Site Atualizado Do Jornal de Notícias com as Imagens na Vertical  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)



Imagem 31 – Tags para Direcionar o Utilizador na Página Inicial do Site Atualizado  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)

A paleta cromática continuará a mesma, mantendo os tons de azul e vermelho característicos do JN. Deste modo, irá permitir o leitor identificar de imediato o *site* do Jornal de Notícias, mas com uma nova imagem e um design mais atualizado.

A secção do JN Direto receberá um destaque ainda maior na página inicial, manifestando uma posição de evidência que ocupará a largura do ecrã (Imagem 32). Isso reflete a importância do JN Direto como umas das principais particularidades do jornal, oferecendo aos leitores acesso imediato a informações em tempo real.

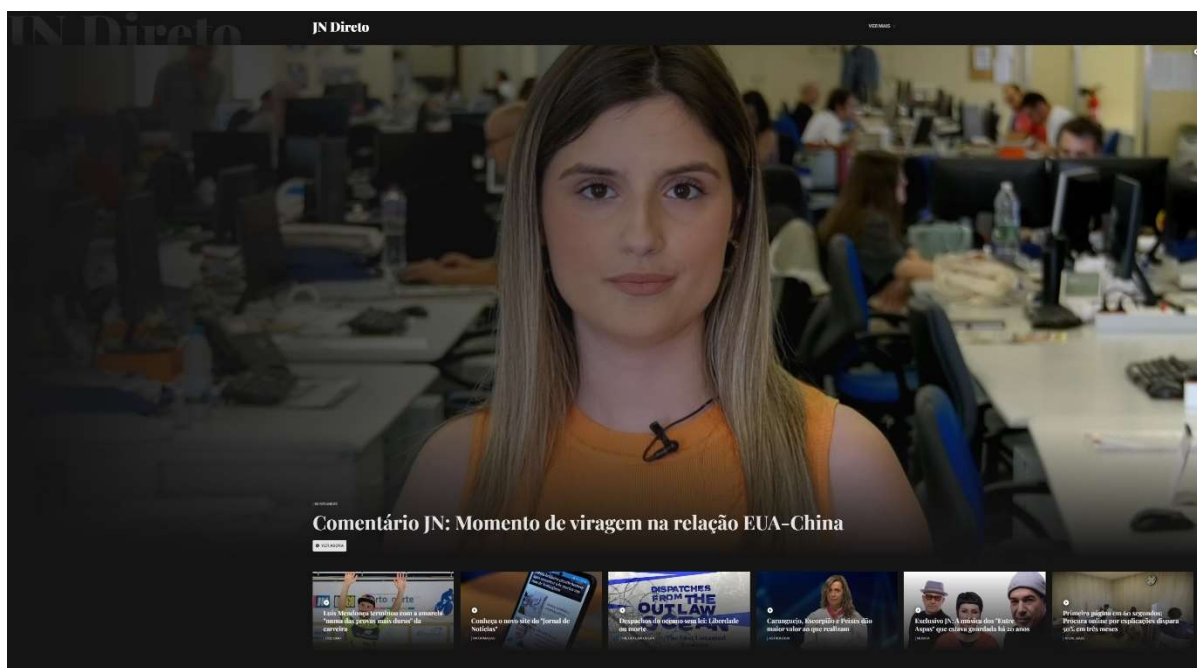


Imagem 32 – Secção do JN Direto na Página Inicial do Site  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)

Relativamente à organização das notícias haverá pequenos ajustes, porém a estrutura geral será semelhante. Ainda será possível encontrar uma organização clara e intuitiva, facilitando a navegação por distintas categorias de notícias e permitindo que os leitores encontrem os conteúdos do seu interesse com facilidade.

Estas mudanças, foram tomadas tendo em reflexão diversos aspetos, sendo um deles a navegação em dispositivos móveis. O novo *site* foi projetado para oferecer uma experiência mais fluida e intuitiva em *smartphones* e *tablets*, considerando a

verticalidade associada à navegação em equipamentos. Implementou-se menus de notícias que podem ser navegados por meio de *swipe*<sup>12</sup>.

Além disso, do ponto de vista técnico, o novo *site* foi otimizado para facilitar a indexação pelos motores de busca, permitindo a edição de meta dados<sup>13</sup> para melhorar o SEO<sup>14</sup> e tornar a descoberta de conteúdos mais eficiente. Essas mudanças foram pensadas para proporcionar uma experiência aprimorada aos leitores, tornando a plataforma mais acessível, interativa e adaptada aos hábitos de navegação contemporâneos.

Em suma, o Jornal de Notícias desempenhou uma missão importante na história da imprensa portuguesa, enfrentando desafios políticos, adaptando-se às mudanças tecnológicas e mantendo-se como uma fonte confiável de notícias e informação para os leitores. Com uma longa tradição e constante evolução, o JN continua a desempenhar um papel relevante na sociedade lusitana, sendo uma voz influente e respeitada pelo jornalismo.

## 2.2. Do Jornal em Papel ao Digital

O termo “jornal” é utilizado para caracterizar as publicações diárias ou semanais que transmitem notícias de interesse, normalmente associadas a um público de uma área geográfica específica. Uma vez que, o compartilhamento da informação tornou-se numa necessidade.

Através das cópias de manuscritos, a informação era distribuída em papel, no entanto nunca impossibilitou a distribuição de notícias, mesmo nas civilizações mais primitivas. Graças a este processo de escrita, um dos muitos benefícios que a humanidade adquiriu prende-se com a documentação, recuperação e armazenamento da informação. Mais tarde, com a criação da impressão tipográfica, sucede um acentuado progresso da economia, da partilha de conhecimentos, assim como da alfabetização das

---

<sup>12</sup> Deslizar, gesto natural para os usuários acostumados a navegar na internet em dispositivos móveis;

<sup>13</sup> Fornecem informações sobre outros dados. Por exemplo, a meta dados de uma fotografia podem incluir informações sobre a câmara utilizada para tirar essa fotografia, a data e a hora, a localização geográfica e outros detalhes relevantes;

<sup>14</sup> Significa *Search Engine Optimization* (Otimização para Mecanismos de Busca), é um conjunto de estratégias e técnicas de otimização para *sites*, *blogs* e páginas na *web* com o objetivo de melhorar o posicionamento orgânico em buscadores como o *Google* ao gerar tráfego e autoridade digital;

populações. Este, apenas foi possível devido aos atributos naturais do papel, entre diversos outros aspetos, podendo mesmo ser estabelecida por fases.

Floresce assim a Era do Jornal Moderno, propagando-se pela Europa, e à posteriori, pelo mundo. Ocorre um aumento na produção de jornais em várias empresas de impressão, manifestando-se até o panfleto como forma de comunicação mais usado. As notícias acabam por exercer um extenso negócio em crescimento, impactando sobretudo na área do sensacionalismo. Com o desenvolvimento dos meios tecnológicos, surge em 1844 o telégrafo, reduzindo o tempo necessário à transmissão das notícias. Durante esta etapa o jornal demonstra erguer notáveis potências editoriais, dominando através da receção e transmissão de informações.

Com o despontar do rádio no ano de 1922 é posta em causa a posição do jornal entre a comunidade - o que incentivou na busca por novos temas, conteúdos e formatos - nascendo assim um jornal que vai evoluindo conforme as exigências dos leitores e os progressos das formas de comunicação, não pretendendo ser totalmente substituído pela televisão. As notícias ao renascerem passam a expor conteúdos com cor, artigos mais curtos e objetivos, indicando uma cedência por parte dos novos *media*<sup>15</sup>. Mais tarde, advêm relevantes inovações na conceção de programas de edição, destacando a importância da imprensa se reformular constantemente.

Somente em finais do século XVI, em Portugal, é que se começa a utilizar as folhas volantes. Elementos que apenas eram aplicados para divulgações nacionais e internacionais de extrema relevância. Em 1626, ocorre o lançamento da primeira publicação, e mais tarde, em 1641, surge a “Gazeta da Restauração”, o primeiro jornal português. Conforme descreve Camponez em 2002, este jornal, chefiado por D. João IV e seus associados, tinha como únicos propósitos caluniar as ações dos Espanhóis<sup>16</sup> e divulgar a legitimação ao novo poder.

Através de Barreto, compreende-se que em meados do século XIX, sobre a alçada do reinado de D. Carlos, surgem alguns dos mais notórios jornais portugueses, como: o “Jornal do Comércio” em 1853; o “Comércio do Porto” em 1854; o “Diário de Notícias” em 1864; “O Primeiro de Janeiro” em 1869; o “Diário dos Açores” em 1870; o “Diário de

---

<sup>15</sup> Um reconhecimento ao sucesso que provinha dos meios visuais e gráficos;

<sup>16</sup> As suas ações mantiveram-se até 1647;

Notícias da Madeira” em 1876; “O Século” em 1881 e o “Jornal de Notícias” em 1888. Todavia, a tipografia em terras lusas encontrava-se muito atrasada comparativamente ao resto da Europa e ao número de jornais que possuía, levando a uma investigação por parte da Liga Promotora dos Melhoramentos da Imprensa (LPMI), e, sucessivamente, impulsionando o crescimento da indústria gráfica em Portugal.

Com o decorrer de inúmeros progressos institucionais, a publicidade e propaganda passa a ser uma necessidade, estando presente em jornais, na televisão, rádio e mesmo em *magazines*, demonstrando um maior cuidado na seleção do conteúdo e refinação gráfica.

Segundo as afirmações dadas por Carreira, durante este período, destaca-se o trabalho de um fotógrafo num âmbito mais editorial, procedendo-se mesmo à implementação de setores gráficos. Nasce então uma colaboração entre os responsáveis da redação, designers e profissionais do gabinete fotográfico, organizando as diversas páginas de um jornal.

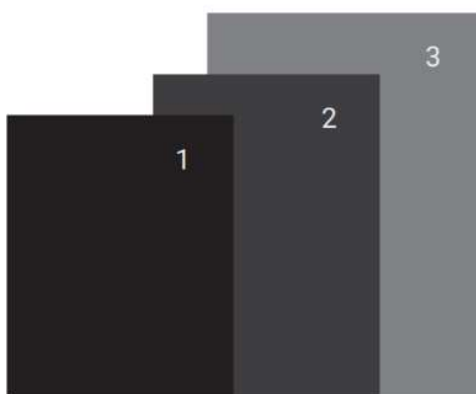
Uma das intenções do projeto gráfico de um jornal é tornar a experiência da leitura acessível e agradável, de forma a atrair e a manter o leitor junto das publicações. Porém, a comunicação atua através de linguagem, que nem sempre se processa através de palavras. A linguagem visual é um meio de comunicação não-verbal com grande influência, mas é preciso conhecer e estudar que elementos a constituem e de que modo podem contribuir para o progresso do jornal. (Bonnici, 2000)

A linguagem visual é composta por imagem, texto e um conjunto de elementos gráficos, transmitindo assim uma mensagem em particular. Frost, pensa que assim que uma publicação começa a circular, é fundamental que o seu aspeto se mantenha familiar pelos leitores. Desta forma, garante-se a identificação tangível e adequada ao público em específico. Para este efeito, existem alguns elementos fundamentais para a construção de uma publicação jornalística que devem ser considerados.

Primeiramente, o jornal deve definir o público que quer atingir. Á vista disto, torna-se possível criar um estilo de publicação. O conhecimento pelo perfil do leitor, é fundamental, as suas preferências e conhecer o que o motiva a ler/ver, as temáticas próximas da área geográfica são um forte ponto de atração. Outro ponto importante, é

perceber o que irá acontecer à publicação depois do leitor ter lido, por outras palavras, compreender o ciclo de vida do jornal. Por norma, é lido relativamente rápido o que acaba por ser descartado.

O formato do jornal é um dos fatores mais importantes na conceção do mesmo. Os jornais ao longo dos tempos passaram do formato *broadsheet* para o *tabloide* ou para o *berliner* (Imagem 33), em virtude da diminuição de custos e ao conforto de leitura. O primeiro formato mencionado foi utilizado durante muito tempo, sendo considerado um jornal conservador. Relativamente ao segundo formato – *tabloide* – é o mais simples, económico e fácil de manusear – possibilidade de criar páginas mais atrativas e com um design uniforme, favorecendo a divisão dos conteúdos –, se bem que era coligado à vulgaridade e sensacionalismo. Ainda assim, o formato *berliner* apresenta-se como intermédio, com a altura do primeiro e a largura do segundo, obtendo um melhor aproveitamento do papel e conseqüentemente torna-se mais ecológico.



*Imagem 33 – Dimensões de um Jornal*

*1 - Tabloide (400 mm x 280 mm)*

*2 - Berliner (460 mm x 310 mm)*

*3 - Broadsheet (560 mm x 400 mm)*

*(Fonte: (Dias, M. S. (2021). O jornal impresso na era digital.*

*Universidade de Lisboa, Mestrado em Design de Comunicação, Lisboa.)*

Outro elemento fundamental a ser pensado é o número final de páginas, uma vez que quantas mais tiver, mais elevado será o custo de produção, sendo importante haver um equilíbrio entre o campo editorial e o comercial. Os pormenores são primordiais para atingir o propósito de atrair e satisfazer o leitor, como também de estabelecer uma identidade própria e que o diferencia dos outros jornais. Da mesma forma, a tipografia adotada deve dar personalidade à publicação, em outras palavras, convidar à leitura, dando destaque ao significado do texto de forma tangível e coesa com os restantes

elementos gráficos. Para o autor Bringhurst há uma fórmula para obter páginas atrativas, que se baseia na combinação de uma fonte sólida e cativante que seja legível com uma variedade de pesos, em simultâneo, que permitam realçar os contrastes entre os títulos, subtítulos e texto – visto que – o que desperta atenção no leitor é o destaque dado ao título. Assim como, a definição da paleta cromática é um elemento importante a ser definido, visto que colabora na construção da identidade do jornal. As cores podem ser aplicadas para dar ênfase ou pode pressupor a associações e preceitos. Desta forma, é fundamental compreender o domínio específico de cada cor e definir de acordo com as referências do público-alvo.

Atualmente, a maioria dos jornais opta pela impressão a *fullcolor*, o que permite aproveitar a cor ao longo das páginas, facilitando a identificação e diferenciação das secções, além de ser bastante favorável para a publicidade. O uso estratégico das cores também ajuda a memorizar e associar à imagem do jornal (Frost, 2003). Na imagem 34, é possível observar que a cor predominante no jornal impresso do JN é o azul, no entanto, outros jornais, como o “Correio da Manhã” (Imagem 35), utilizam cores distintas para destacar outras secções.



Imagem 34 – Capa do Jornal Impresso do JN  
(Fonte: <https://capasjornais.pt/Capa-Jornal-de-Noticias-dia-12-Junho-2023-69489.html?fb=1>)



Imagem 35 – Capa do Jornal do Correio da Manhã  
(Fonte: <https://capasjornais.pt/Capa-Correio-da-Manha-dia-12-Junho-2023-69488.html?fb=1>)

As fotografias, as infografias<sup>17</sup> e as ilustrações são excelentes recursos de comunicação para complementar a informação usada nos textos noticiosos, tornando os fatos mais fáceis de compreender. As infografias oferecem dinamismo e apelo visual às páginas, atendendo à extensão de longas partes de texto. Estas são representações visuais de informação complexas ou dados que utilizam elementos gráficos, para transmitir de forma clara e concisa conceitos, processos ou estatísticas. Ao utilizar infografias, é possível divulgar grandes informações de forma mais rápida e eficiente, permitindo ao leitor assimilar e reter os principais pontos com mais facilidade. Além disso, uma combinação de elementos visuais atrativos com texto conciso torna as infografias uma ferramenta poderosa para contar histórias e transmitir mensagens de maneira impactante. Já as ilustrações são uma ótima alternativa à fotografia. Essas diversas formas de expressão visual enriquecem um jornal e criam uma relação de proximidade com o leitor (Carreira, 2015).

Um jornal é um veículo que transmite notícias e ideias. O *design* é uma parte integrante deste processo. Nós começamos com uma folha branca de jornal e um mosaico de ideias que queremos comunicar e essa é a função do *design* de jornais: apresentar esse mosaico de um modo organizado e compreensivo. Para fazer isso, o *designer* usa um tipo de texto, um tipo de exposição, fotografias, linha de trabalho, espaço em branco e uma sequência de páginas na mais adequada combinação. (Evans apud Zappaterra, 2007, p.7)

Após a seleção rigorosa desses elementos, é viável organizar os conteúdos do jornal e criar uma composição gráfica que determinará a identidade da página. Nessa etapa, é crucial dedicar uma atenção especial aos detalhes, desde as linhas de crédito, citações, ícones, legendas, até os fólios<sup>18</sup> e outros componentes. A configuração de cada página é regida de acordo com a subordinação dos conteúdos, buscando desenvolver um estilo visual coerente, visto que, no final, a apresentação visual harmoniza todos os minuciosos aspetos gráficos.

O jornal é uma peça singular de tecnologia tátil que ostenta uma aura distintiva na sociedade mundial. Como formato e objeto, o jornal possui influência, associações e

---

<sup>17</sup> Conteúdo explicativo que une informações verbais e visuais, transmitindo dados e conceitos de forma fácil;

<sup>18</sup> Conjunto de duas páginas (frente e verso) de uma folha de papel numerado por folhas e não por páginas;

afinidade. É exclusivamente descartável e autoritário. O conteúdo impresso no papel do jornal sugere que o leitor está pronto a deparar-se com algo imediato, informado e projetado para ser útil, podendo conter reportagens ou análises que contribuirão para informar o dia.

O primeiro exemplar do JN (Imagem 36) era um jornal de quatro páginas, com todos os quotidianos da época, de grande formato (60 cm x 41 cm), a seis colunas, com texto em corpo seis, um preço de 10 reis e uma tiragem de 7500 exemplares, dirigido por Diogo Arroios, da qual faziam parte jornalistas experientes que fizeram parte de outras publicações como Dez de Março, Folha Nova e O Norte.

Na manhã do dia 2 de junho de 1888, um sábado, apareceu à venda nas ruas do Porto o Jornal de Notícias, com a redação e administração instaladas na rua de D. pedro, 143 a 147, e os serviços de composição e impressão efetuadas nas oficinas da Empresa Literária e Tipográfica, localizada na mesma rua, durante muitos anos local de reunião obrigatório dos redatores e colaboradores deste Matutino. (Sousa, 1988, p.49)

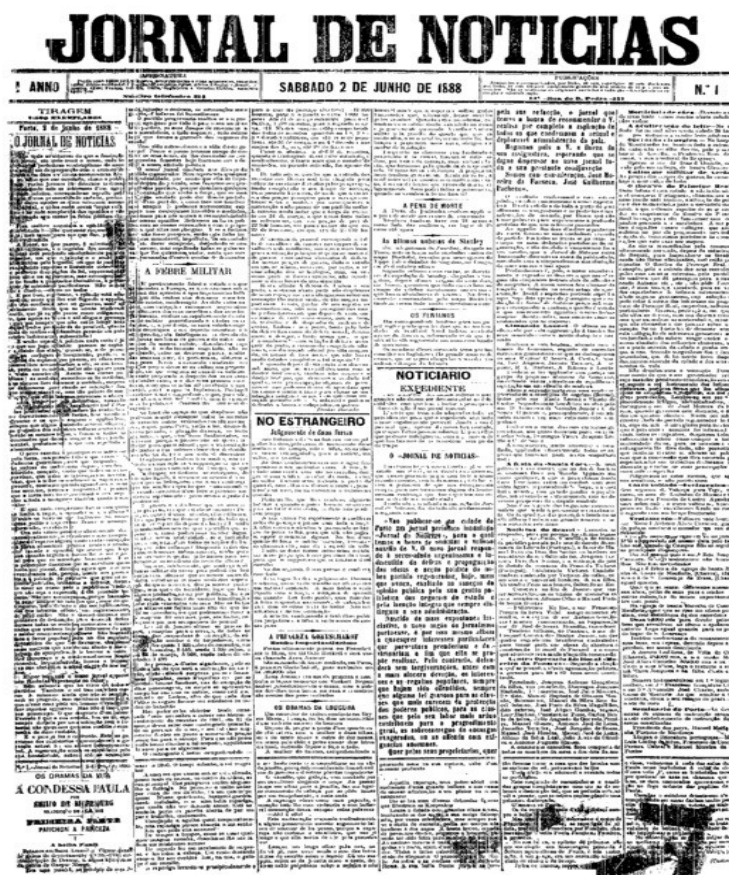


Imagem 36 - Primeira página do primeiro exemplar, 2 de junho de 1888  
(Fonte: DAM)

Relativamente ao Jornal de Notícias, a primeira página, apresentava-se o editorial de apresentação da publicação, a secção de estrangeiro (que relatava acontecimentos sensacionais), o noticiário (na qual, além da transcrição da carta distribuída pela cidade, comunicando o lançamento do novo jornal regenerador, se davam informações de carácter nacional e do Brasil) e, em rodapé, o folhetim, intitulados os dramas da vida – a condessa Paula de Emílio de Richebourg, popular autor francês de romances cor-de-rosa.

Na segunda página, a continuação do noticiário, a secção “rir”, a parte comercial com o rendimento da Alfândega do Porto, - os géneros despachados para consumo e o movimento da barra do Porto -, “o correio da noite de Lisboa”, o serviço de Telegrafia, igualmente de Lisboa, logo seguido de informação da capital fornecidas por correspondência, entre as quais as cotações da Bolsa de Lisboa, e as “cortes”, com o resumo da sessão parlamentar.

Na terceira página, os Telegramas da Agência Havas, o cartaz dos espetáculos e, finalmente, os anúncios que abrangiam mais de 75% da página. A quarta página era exclusivamente destinada à publicidade.

Além do Porto e arredores, o Jornal de Notícias encontrava-se à venda diariamente em Braga e Lisboa e, ao contrário dos outros diários da capital do Norte, publicava-se todos os dias. Só a partir de 1891 começou a seguir a prática corrente de não se publicar às segundas-feiras, reservando o domingo para descanso dos tipógrafos.

O primeiro número deste quotidiano revela-se, assim, um produto bem concebido e acabado, que nada fica a dever aos periódicos mais importantes que então se editavam na cidade, e que revela já, aos mais diversos níveis, técnica gráfica, disposição interna das rúbricas, procura de informação e publicidade, as características fundamentais que se irão manter a longo da sua primeira fase. (Sousa, 1988, p.51)

O Jornal de Notícias, atualmente, está estruturado para que as notícias sejam expostas por regiões e temas principais. São várias as secções que dividem as páginas da publicação (Imagem 37, 38):

- Primeira Página
- Página 2





Imagem 38 – Secções do Jornal Impresso do JN: Norte-Sul e Necrologia, Especial, Mundo, Opinião, Desporto, Última (Fonte: DAM)

O surgimento da internet teve um grande impacto em todas as esferas da sociedade, e o jornalismo não foi exceção, gerando repercussões. A internet constituindo um meio totalmente abrangente, capaz de interagir com a sociedade sendo mais do que uma tecnologia, esta é um meio de comunicação, de interação e de organização social. Desta forma, as empresas de *media* tradicionais investiram neste novo meio.

Nas redações, os computadores, que já tinham substituído as máquinas de escrever, estavam agora conectados à internet, o que contribuiu para auxiliar o trabalho dos jornalistas. Contudo, também se verificaram novas exigências profissionais aos jornalistas, sendo estes obrigados a “dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação” (Fidalgo, 2008, p.14).

O vocabulário comum possibilita a variação entre jornalismo digital, ciberjornalismo, *webjornalismo*, jornalismo *online* e outras expressões para fazer menção à prática jornalística com base de sustentação da internet.

Jornalismo digital, jornalismo electrónico, jornalismo multimédia, jornalismo virtual, são alguns dos muitos vocábulos utilizados por outros autores, consoante motivos próprios, para expressar esta mesma ideia: o exercício da função jornalística na edição digital de um jornal impresso, rádio ou televisão ou numa edição jornalística exclusivamente digital. (Sousa e Aroso, 2003, p.161)

O jornal tem a finalidade de informar, sendo o jornalismo uma intercomunicação em sociedade. Para além disto, os jornais auxiliam a formação dos seus leitores através da pedagogia social, da zona de prazer, de distração e entretenimento.

Ao longo dos anos, os jornais caracterizavam-se pela rápida introdução e desenvolvimento, porém estes acabaram por se entregar à internet caracterizando-se por estarem ligados por meios de comunicação social entre diversos países.

Nos dias de hoje, os jornais questionam a importância do jornal impresso na vida dos leitores, uma vez que, há uma série de plataformas gratuitas com conteúdos informativos. O jornalismo acabou por se transformar, fazendo-se sentir nas rotinas de produção de informação e nas formas e formatos de difusão de informação. O jornalismo *online* levou a uma modificação e uma rápida adaptação ao jornalismo noutros *media*.

A internet é um meio de comunicação que reúne os *media* num só suporte, garantindo que os jornais publiquem informações antecipadamente à rádio e à televisão, tendo o texto como a base principal. A adaptação ao *online* trouxe controvérsias, visto que a era do digital invadiu de forma a questionar a sobrevivência dos jornais impressos, da credibilidade e da qualidade do conteúdo noticioso e se seria possível aceder a informação gratuitamente sem haver pagamento a quem escreveu.

A evolução do jornal para o digital é um processo que ocorreu ao longo de várias décadas. Desde a invenção da internet, em meados dos anos 90, os jornais perceberam a importância da rede para divulgar as notícias de forma mais rápida e eficiente. Começaram por criar versões *online* dos impressos, com o objetivo de ampliar a audiência e oferecer uma nova forma de distribuir notícias. As primeiras versões digitais eram semelhantes às do papel, com a diferença de que podiam ser acedidos por meio de computadores e dispositivos móveis conectados à internet.

As versões digitais dos jornais tornaram-se cada vez mais sofisticadas, com a inclusão de recursos multimédia, interatividade e personalização. Ademais, novos formatos de publicação de notícias, como as redes sociais, que se transformaram em importantes vias de partilha de conteúdo jornalístico. Também, com o crescimento do

uso de dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*, os jornais tiveram de se adaptar a essa nova realidade, criando aplicativos próprios e investindo em formatos responsivos<sup>19</sup>.

O suporte digital abarca diferentes elementos característicos, tais como, interatividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, memória e personalização.

### → Interatividade

A interatividade, do ponto de vista do ciberjornalismo<sup>20</sup>, desempenha uma posição de destaque, sendo esta característica considerada por autores como a principal das tecnologias digitais. Em conformidade com Elizabete Barbosa, esta particularidade é de grande importância no jornalismo digital, por essa razão possibilita ao leitor uma aproximação do jornalista - permitindo a troca de perspectivas, informações e sugestões - através de *chat*, *e-mail*, comentários e fóruns de discussão nos *sites* noticiosos. Resumidamente, acaba por ser um processo de jornalismo bidirecional, em que os consumidores se convertem numa forma híbrida de produtor e consumidor. Os autores Bardoel e Deuze acreditam que a notícia *online* tem o poder de fazer o leitor sentir-se integrado do processo.

No ponto de vista de João Canavilhas, a interatividade é o diferencial entre o ciberjornalismo e o jornalismo tradicional. Previamente à esfera *online*, a interatividade era menosprezada pela imprensa, por causa dos seus aspetos débeis, no que diz respeito à comunicação imediata entre leitores e jornalistas. A internet veio possibilitar a interação entre os utilizadores e os jornalistas, através de comentários junto à notícia, à troca de *e-mails*, a fóruns de discussão, inquéritos e sistemas de votação de conteúdos. Sob outra perspectiva, a internet tem concedido ao leitor participar na construção noticiosa, principalmente pelo envio ou publicação de informações, correções e até notícias. Contudo, isto tem sido alvo de controvérsia, levantando algumas questões, tais como, “os conteúdos gerados pelos utilizadores melhoram a qualidade geral do trabalho jornalístico?”; “qual o papel do jornalista na era do jornalismo participativo?”.

---

<sup>19</sup> Site que é projetado para adaptar-se a qualquer tipo de resolução, sem distorções;

<sup>20</sup> Jornalismo digital ou ciberjornalismo é o jornalismo praticado no novo meio comunicacional da Internet, recorrendo a técnicas diferentes do jornalismo tradicional impresso;

## → Hipertextualidade

É possível afirmar que Vannevar Bush em 1945 definiu pela primeira vez a noção de hipertexto, todavia esta é reformulada vinte anos depois por Theodore Nelson. Desta forma, após a época da II Guerra Mundial, são solucionados os impasses provenientes do excesso de informação. No entanto Pierre Lévy, na década de 90, considera que

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou parte de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmo ser hipertexto. Os itens de informação não são ligados linearmente, como numa corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende as suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar num hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso numa rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. (Lévy, 1993, p.33).

Através de Ward e Mielnickuk compreende-se a importância do hipertexto perante o ciberjornalismo, afirmando ser o “coração da escrita *online*” (Wardapud Couto, 2010, p.21). Por intermédio de João Canavilhas obtém-se um maior entendimento sobre o valor do hipertexto, uma vez que possibilita uma leitura autônoma por parte do autor, compreendendo a essência da notícia sem a ler na totalidade.

Canavilhas, em 2001, ainda indica que este procedimento dará um fim ao método de escrita mais comumente empregue no jornalismo - a pirâmide invertida. O recurso a pequenos textos impulsionará na quebra da pirâmide invertida perante o ciberjornalismo. Por outro lado, segundo Garcia em 2003, é um método que demonstra ser superior perante as técnicas tradicionais jornalísticas, alcançando um elevado número de pessoas. Este aspeto melhora na absorção da notícia, como no modo com que passam as informações complementares, quer estejam em formato de vídeo, texto ou imagem.

De acordo com Jacob Nielson, em 2000, opina que os *links*, sejam eles externos - guiam o utilizador para fora do *site* - ou internos - guiam o utilizador para dentro do *site* -, estabelecem a essência do hipertexto. Segundo Nielson os *links* podem ser agrupados em três tipos: os *links* associativos, os *links* de

navegação estrutural e os *embedded links*<sup>21</sup>. Os *links* associativos são gerados para apoiar no processo de busca do leitor pelo que tenciona obter. Relativamente ao *link* de navegação estrutural são expressas as *homepages* e *links* associados a páginas subordinadas à página atual. Nos *embedded links* estão expostas palavras que se correlacionam ao texto exposto, encaminhando para páginas com mais dados.

Em 2002 Ward focaliza a sua investigação nos *links* internos, podendo estes ser separados em - "navegacionais", direcionando o utilizador para a página inicial; *links* que remetem o leitor para elementos adicionais da mesma história; *links* que guiam o utilizador para notícias semelhantes.

De forma sintética, é plausível definir a hipertextualidade como uma das diversas capacidades da internet, potencializando o modo como uma notícia pode ser moldada, possuindo maior fluidez e imutabilidade, conforme afirma no ano de 2000 José Furtado.

Por último, o hipertexto é representado pelo jornalista Chip Scanlan, em 2007, como um elemento vantajoso, demonstrando sistemas de busca inteligente, assim como na introdução da hipermédia e num acrescido aumento na busca por informação.

### → **Multimedialidade**

Perante a expressão “convergência dos formatos dos *media* tradicionais (imagem, texto e som) na narração do facto jornalístico” (Palácios, 2002, p.3) obtém-se inicialmente uma perceção, no que remete a multimedialidade num enquadramento ao jornalismo eletrónico.

Segundo Ward alegou, em 2002, esta junção potencializa numa divergência dos aspetos jornalísticos, bem como na capacidade em aceder a elementos audiovisuais, destacando a versatilidade, abrangência e aptidão no acesso ao arquivo.

Em contraste aos ideais defendidos por Ward, Gahrn, em 2006, depreende que a inserção da multimédia no jornalismo *online* suscitará entraves para os jornalistas. Alguns destes impasses dizem respeito à carência de bases, por

---

<sup>21</sup> *Links* que usam texto âncora para criar um *link* para outra página da *Web* usando o protocolo HTTP;

parte destes profissionais, em desenvolver uma história sem se valer por elementos visuais, assim como a supressão por meios humanos e, consecutivamente, por técnicos para utilizar idilicamente estes meios visuais.

#### → Instantaneidade

No período precedente ao da internet, a população somente tinha acesso à informação através de jornais em papel periódicos, assim como a noticiários televisivos e radiofónicos. Todavia, com a inserção da internet, expressões como "*breaking news*"<sup>22</sup> perderam o seu valor, uma vez que este recurso propicia numa obtenção das notícias em 'tempo real'. Deste modo, o jornalismo é enriquecido, deixando de existir perante a internet a conclusão na edição, uma vez que estas podem ser atualizadas. Durante a sua origem, não revelou muita aderência e acessibilidade, destacando uma irregularidade na publicação e desenvolvimento do conteúdo noticiário. Apenas com o apuramento destes métodos, e decorrido mais de uma década, é que se começou a refletir uma estável publicação da informação. Tirando total proveito da espontaneidade entranhada no ciberjornalismo.

Existe um desfasamento entre o que se compreende como 'tempo real', associada à instantaneidade ou simultaneidade, conforme denomina Salaverría (2005), em função da diferença do tempo. Acentua-se uma discrepância entre o incidente e o período da escrita, propriamente dita.

A internet pode ser equiparada a uma vasta biblioteca, na qual dispõe todos os seus arquivos *online*, viabilizando conseqüentemente a busca e verificação de dados. Todavia, na internet esta informação subordina-se ao processo de escrita para exibir os relatos sobre as informações, mantendo-se assim a rádio como um dos recursos mais instantâneos na emissão de material.

Ainda assim, se distingue a instantaneidade presente na cobertura de eventos programados, como debates de imprensa, enfatizando sobretudo em notícias de eventos não planeados, como por exemplo acidentes e delitos.

---

<sup>22</sup> Notícias de última hora transmitidas na televisão ou no rádio, interrompendo a programação normal;

### → Memória

Através da seguinte citação - “o arquivo não estava disponível em tempo real, a grande vantagem da internet é que a capacidade de indexação, aliada ao poder de computação e de armazenamento da informação, torna toda a informação virtualmente imediata” (Nogueira, 2012, p.15) - compreende-se o método de obtenção de informação por parte dos *media* tradicionais, sendo evidente o impacto causado pelo surgimento da internet. Possibilitando um acesso mais eficiente destes arquivos e numa maior qualidade da informação, elementos que nunca tinham sido alvo de muita dedicação pelos *media*.

### → Personalização

Uma das grandes capacidades da internet se prende com a personalização, associando-se à interatividade que permite aos seus utilizadores. Conforme se observa, o jornalismo digital permite ao usuário ajustar as plataformas jornalísticas, consoante os conteúdos que pretende visualizar e ter conhecimento. Aspeto que vai de encontro ao que alguns autores referem quando indicam - “alterar a configuração genérica dá um sítio *web* de acordo com os critérios especificados por um utilizador” (López, Gago e Pereira, 2003, p.224).

Segundo os dados obtidos, a personalização pode ser dividida em cinco classes: Aparência gráfica (por exemplo: alteração da cor de fundo, ou tipo de letra); Conteúdos Informativos (por exemplo: o leitor optar pelo que tenciona visualizar); Serviços (por exemplo: o utilizador estipular os critérios de exposição dos conteúdos); Envio de Informação (por exemplo: o *user* estabelecer o período no qual deseja obter informação no seu email); Visualização de Multimédia (que remete a seleção, por parte do utilizador, das temáticas em consequência da tecnologia do seu dispositivo).

Para além das categorias já mencionadas, a personalização de uma página pode variar entre ativa ou passiva. Personalização ativa remete para um *site* em que as disposições do usuário são estipuladas por ele próprio, caso possua conta de utilizador. Em contrapartida, os *sites* com personalização passiva gravam os padrões dos utilizadores.

Ideias como “design” e “interação” são imediatamente associados à tecnologia digital. Nos tempos atuais, predominam os meios de comunicação que envolvem hiperligações e interatividade, baseados em sistemas de interfaces presentes nos ecrãs.

No entanto, as novas tecnologias não significam o desaparecimento dos meios considerados tradicionais. A simples ação de virar a página é uma forma de interatividade que ocorre de maneira instintiva e inconsciente por parte do usuário. A interatividade pode ser encontrada em diversos suportes físicos de comunicação, ditos tradicionais, como o jornal impresso, seja ao virar as páginas ou ao riscar/rasgar conteúdos importantes. Evidentemente que a sensação e a satisfação do toque, da criação e da manipulação de objetos impressos têm sido perdidos devido às novas tecnologias. Apesar destes não serem interativos por natureza, existe a possibilidade de o utilizador interagir, participar e criar experiências positivas.

É importante que o público esteja envolvido no processo de utilização, de forma a lembrar-se da experiência e não somente na receção da mensagem. O designer deve levar em consideração todos os detalhes de um projeto que explora componentes interativos. A curiosidade e a atenção dedicadas a um objeto obtêm relevância na experiência e na relação de proximidade com o usuário. Desta forma, os conceitos de “interatividade” e “participação” aplicados a objetos impressos podem fortalecer uma conceção de comunicação visual e proporcionar novas formas de expressão.

A informação impressa enfrentou desafios significativos desde os primeiros tempos das civilizações. A impressão tipográfica possibilitou a produção econômica e a disseminação do conhecimento de forma rápida, resultando num notável aumento na alfabetização.

É importante ressaltar a relevância do papel, da velocidade e da eficiência da impressão. No entanto, em Portugal, a atividade tipográfica estava atrasada em relação ao restante da Europa. Era caracterizada por uma produção reduzida, de natureza artesanal, e somente mais tarde, durante o período pombalino, a Imprensa Régia tornou-se o principal estabelecimento do setor, atualmente conhecido como Imprensa Nacional.

Apesar do desequilíbrio em termos de quantidade e qualidade das publicações ao longo do tempo, devido a eventos históricos, políticos e a uma série de medidas, o surgimento de novos jornais continuou sem interrupções. A imprensa sempre demonstrou preocupações em melhorar e adaptar-se, o que ainda ocorre nos dias atuais.

O design desempenhou e continua a desempenhar um papel importante no campo do jornalismo. É evidente a crescente preocupação com a visibilidade e a expressão da linguagem visual nas páginas de um jornal. O projeto gráfico de um jornal inclui algumas diretrizes fundamentais que orientam a estrutura e os elementos presentes em cada página, tornando a experiência do leitor mais acessível.

Ao longo deste capítulo, foram explorados conteúdos relacionados ao panorama atual dos jornais. Compreendeu-se que tem sido um desafio procurar a inovação numa era em que surgem constantemente novas tecnologias, na qual a Internet estabeleceu-se como uma das principais fontes de informação. Além disso, a transformação social está intimamente ligada à transformação tecnológica, que traz novas práticas, formas de interação e ocupações.

No entanto, diante da era digital, a indústria dos meios de comunicação enfrenta uma grande crise, havendo diversos fatores que afetam as vendas e a leitura dos jornais impressos. Mesmo assim, a sobrevivência dos jornais não está garantida, pois existem muitos obstáculos a serem superados. Contudo, existe a possibilidade de os jornais se reinventarem.

A evolução do jornal em papel para o formato digital representa uma transformação significativa na indústria *media*. A transição para o digital foi impulsionada pelo avanço tecnológico e pela mudança nos hábitos de consumo de informação. A migração para o formato digital trouxe várias vantagens para os jornais, como a possibilidade de alcançar um público global, a facilidade de atualização e a interatividade com os leitores. Além disso, a disponibilidade de plataformas *online* permitiu uma maior diversificação de conteúdo, incluindo vídeos, áudios e elementos interativos, enriquecendo a experiência do leitor. A internet trouxe desafios para a indústria jornalística, como a concorrência de fontes de informação *online* e a necessidade de adaptação aos modelos de negócio para enfrentar a queda na receita publicitária. No entanto, muitos jornais conseguiram adaptar-se a encontrar novas formas de monetização, como a implementação de *paywalls*<sup>23</sup>, parcerias estratégicas e a oferta de conteúdo exclusivo.

---

<sup>23</sup> Funciona em modelo de assinatura, ou seja, o usuário paga uma mensalidade fixa para ter acesso ao conteúdo, total ou em partes;

A transição do papel para o digital também teve um impacto na forma como as notícias são consumidas. Graças à facilidade de acesso à informação em tempo real, os leitores têm a possibilidade de personalizar a experiência, selecionando os temas e fontes de interesse. Além disso, a interação nas redes sociais e a possibilidade de compartilhar conteúdo ampliaram o alcance das notícias e a participação dos leitores na disseminação da informação. No entanto, é importante destacar que o jornal em papel ainda possui valor e um público fiel. Muitas pessoas apreciam a experiência tátil, a sensação de folhear as páginas e a nostalgia associada ao jornal impresso. Assim, a coexistência entre os formatos impresso e digital é uma realidade, com cada um atendendo a diferentes preferências e necessidades dos leitores.

Em conclusão, a evolução do jornal em papel para o formato digital representou uma mudança significativa na indústria da *media*. Embora tenha trazido desafios, também abriu novas oportunidades e possibilidades de expansão. A transição para o digital permitiu uma maior acessibilidade, interatividade e diversificação de conteúdo, transformando a maneira como as notícias são produzidas, consumidas e compartilhadas. No entanto, o jornal em papel ainda possui um lugar e um público apreciador, demonstrando que a coexistência de diferentes formatos é uma realidade no mundo contemporâneo da comunicação.

### 2.3. JN Direto

O JN Direto é uma plataforma de transmissão ao vivo lançada em 2016 pelo Jornal de Notícias, dando resposta às demandas crescentes por notícias em tempo real e à evolução do jornalismo digital.

Em consequência do avanço da tecnologia e a popularização da internet, os meios de comunicação precisaram adaptar-se às novas formas de entregar as notícias e alcançar um público cada vez mais conectado. O JN, reconhecendo essa tendência, lançou o JN Direto para atender a essa necessidade e proporcionar aos leitores uma experiência imediata e interativa.

A plataforma JN Direto permite que os usuários acompanhem eventos importantes, como diretos de conferências de imprensa, debates políticos, manifestações e outros acontecimentos relevantes. Por meio de atualizações em tempo real, incluindo texto, imagens e vídeos. Os leitores podem manter-se informados sobre os acontecimentos da atualidade.

Além do mais, o JN Direto permite que os usuários interajam na transmissão, com o envio de perguntas, comentários e reações. Esta interação fortalece a relação entre os jornalistas e o público, transformando a experiência de absorver notícias mais expansiva e envolvente. A plataforma reflete a importância do engajamento do público no jornalismo digital, onde a interatividade tornou-se uma característica fundamental para estabelecer um diálogo e fortalecer a relação entre o meio de comunicação e os leitores.

### 2.3.1. Interação da Plataforma

A plataforma JN Direto oferece interatividade aos usuários, permitindo que participem ativamente das coberturas jornalísticas e interajam com a equipa. A interatividade é um recurso fundamental dessa interface, uma vez que, procura envolver os leitores de forma mais direta e criar uma experiência mais dinâmica.

Um *site* interativo, por norma, tem botões no cabeçalho que remete o utilizado para as redes sociais, onde jornal se insere (Imagem 39).

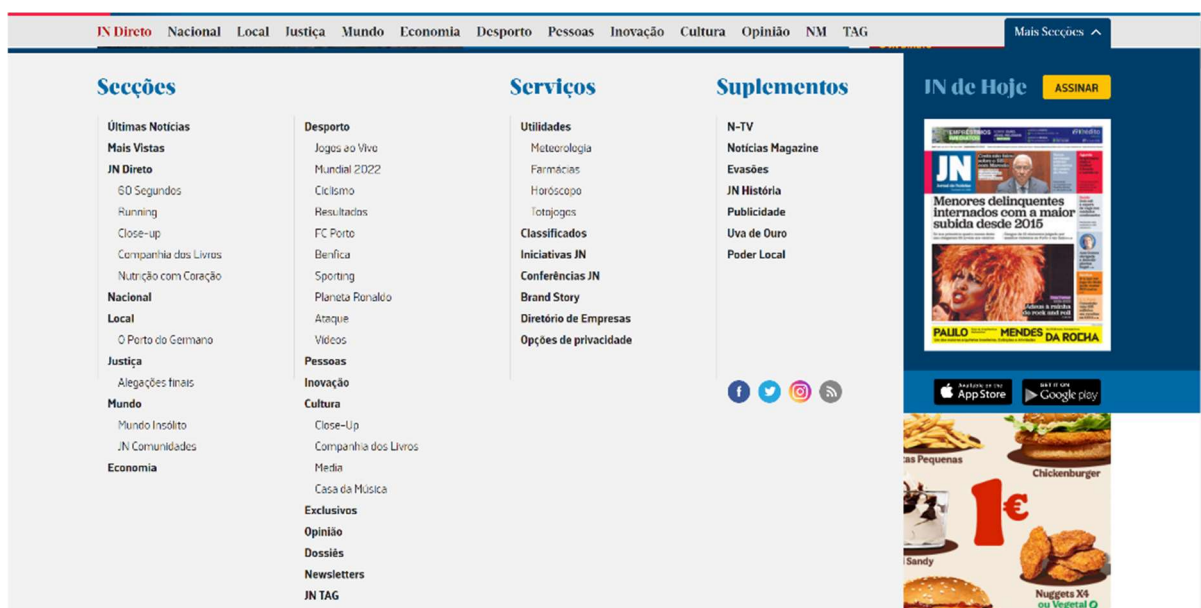


Imagem 39 – Botões das Redes Sociais presentes no Cabeçalho Antigo do Jornal de Notícias  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)

O objetivo é aproximar o jornal do leitor. As redes sociais possibilitam perceber até que ponto o utilizador se identifica com o jornal, sendo isto viável através dos *likes* ou da partilha de conteúdos que o utilizador efetua na rede. Além do mais, à uma área dedicada a comentários no fim de cada notícia no *site*, onde o leitor pode exprimir a sua opinião, assim como apresentar sugestões. No entanto, o *site* do Jornal de Notícias nem sempre teve todos os conteúdos abertos a comentários. Em 2008, o *site* foi reformulado e as notícias sujeitas a comentários eram previamente selecionadas, para além dos comentários não ficarem disponíveis imediatamente. De acordo com, o editor adjunto do jornal, Manuel Molinos, “através de uma plataforma de gestão editávamos os comentários ou pelo menos visualizamos os comentários antes de os publicarmos. Portanto, nenhum comentário era publicado sem ser “checado” antes”. Nos dias de hoje, todas as notícias podem ser comentadas no *site* sem uma supervisão prévia, embora haja

algumas exceções, sublinhou Manuel Molinos. Apesar disso, o jornal dispõe de mecanismos de denúncia, em outras palavras, é possível “comentar uma notícia e depois se o seu comentário for denunciado, eu vou receber um alerta, vou vê-lo e ou rejeito-o ou deixo-o ficar. (...) Há um algoritmo que nos permite também fazer essa gestão. Se um comentário for denunciado dez vezes, vai ter outro impacto no nosso sistema de gestão”.

Atendendo ao conhecimento de Canavilhas, a instantaneidade é imprescindível para o jornalismo digital, na medida em que “a atualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação” (Canavilhas, 2001, p.6). Esta característica permitiu ao Jornal de Notícias *online* ganhar inúmeros prémios honrosos. O *online* aposta em conteúdos de última hora, onde apostam na rapidez. No que diz respeito à estratégia deste cibermeio<sup>24</sup>, para concretizar os ideais da instantaneidade, exige uma permanência física na redação, das oito da manhã às duas, havendo ainda outras pessoas habilitadas e com instrumentos e ferramentas que lhes permite atualizar as edições digitais. Pegando num caso prático, no momento de um acidente é descrito de forma superficial e publicado e posteriormente quando o jornalista chega do local pormenoriza a história.

A hipertextualidade está relacionada com a utilização de *links*, que como referido anteriormente no ponto 2.2. pode ser de carácter interno – quando remetem o utilizador para páginas inerentes ao próprio *site* – ou de carácter externo – o utilizador é direcionado para fora do *site*. No caso prático estudado, Jornal de Notícias, verificou-se o uso de *links* internos nos conteúdos, o que vai redirecionar o utilizador/leitor para notícias semelhantes ou complementares (Imagem 40).

---


<sup>24</sup> Têm uma linguagem própria, que não é a linguagem da TV e tampouco do rádio ou do jornalismo impresso;

JN JN Direto Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião NM T

### "Velocidade Furiosa 10" foi o filme mais visto numa estreia desde 2019

COMENTAR

TÓPICOS  
Artes  
Cinema  
Velocidade Furiosa  
Daniela Melchior



"Velocidade Furiosa 10" conta com Vin Diesel e Daniela Melchior  
Foto: Direitos Reservados

"Velocidade furiosa 10" é o filme mais visto de sempre em Portugal, num fim de semana de estreia, desde 2019. Já mais de 213 mil espectadores assistiram ao filme em sala.

Semelhante ao que aconteceu pelo ICA (Instituto de Cinema e Audiovisual) à semelhança de "Velocidade furiosa 10" transformou-se num recordista

RELACIONADOS

[Antestreia. Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

[Cinema. Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

[Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

[Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

[Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

[Daniela Melchior: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"](#)

JN JN Direto Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião NM T

### Antestreia

## Daniela Melchior ao JN: "Isto é inesquecível, não podia estar mais feliz"

Sara Oliveira  
17 Maio 2023 às 21:47

COMENTAR

TÓPICOS  
Artes



Atriz de 26 anos veio a Matosinhos para a antestreia de "Velocidade furiosa 10", que chega aos cinemas esta quinta-feira, e falou ao JN.

Diretamente da Cidade do México para Matosinhos, Daniela Melchior esteve esta quarta-feira na antestreia de "Velocidade furiosa 10" em Portugal. Chegou atrasada e, por isso, apressada, sem tempo para grandes perguntas, antes de tirar algumas fotos e dar autógrafos com os poucos fãs presentes no NorteShopping.

Imagem 40 – Links com Notícias Relacionada, Semelhantes ou Complementares  
(Fontes: <https://www.jn.pt/artes/velocidade-furiosa-10-foi-o-filme-mais-visto-numa-estreia-desde-2019--16410241.html>; <https://www.jn.pt/artes/daniela-melchior-ao-jn-isto-e-inesquecivel-nao-podia-estar-mais-feliz-16373315.html>)

De acordo com o autor Zamith, a estratégia adotada pelo JN é também de muitos outros cibermeios, visto que, o facto de encaminhar o usuário para outra página do mesmo *site*, proporciona um aumento de *pageviews* ao *site* noticioso. Apesar disso, não é uma obrigação incumbida ao leitor, uma vez que tem completa autonomia na sua navegação dentro da plataforma.

Este suporte digital, aborda outras questões - para além das características já faladas dos *links* - diretamente relacionadas com a construção da própria notícia, ou seja, a utilização de blocos de texto interligados entre si podendo colocar fim ao modelo tradicional de pirâmide invertida. Contudo, o Jornal de Notícias não usa este sistema, visto ser ultrapassado, optando por uma pirâmide mista - onde alinham por graus de interesse e que estes possam ser contextualizados ou divididos com hiperligações e momentos de focos de atenção ao longo do texto.

O jornalismo digital dispõe de novos formatos e texturas, o que possibilita encontrar os documentos multimédia, por outras palavras, documentos que estabelecem uma convergência entre os formatos utilizados nos *media* tradicionais, tais como o vídeo, o áudio, a imagem e o texto. Relativamente ao JN, a partir do momento em que reestruturaram o *site* do jornal que a multimédia conquistou uma especial atenção, chegando a empresa a disponibilizar instrumentos que possibilitam a realização de conteúdos multimédia, por exemplo o estúdio de áudio e a *régie*. A multimédia levou o JN Direto a realizar transmissões ao vivo de festivais.

O conceito de memória - conforme desenvolvido no 2.2 - está diretamente associado ao espaço que os *media* dispõem, presente desde a imprensa escrita e com a internet apenas ganhou novos extremos. Resumindo, em vez de um arquivo físico, a internet veio proporcionar um arquivo digital que pode reunir diferentes formatos. Contudo, o arquivo digital possibilita a concentração de vários formatos, mas o JN pensa não haver grandes diferenças entre o arquivo digital e o físico, uma vez que arquiva, apenas muda a forma de consulta. O Jornal de Notícias proporciona ao leitor assinante a consulta de documentos e arquivos durante X meses.

O *site* do JN facilita a pesquisa do utilizador, que pode recorrer no canto superior direito - à caixa de pesquisa - onde poderá escrever uma palavra-chave ou o título de uma notícia em específico. Posteriormente, o leitor poderá consultar os resultados apurados com as palavras que pesquisou, para além disso o motor de pesquisa interno

concede ao usuário que seja feita uma pesquisa avançada, isto é, existe a possibilidade de filtrar a pesquisa, por intervalos de tempo ou secção temática.

Ora vejamos o seguinte exemplo, através da pesquisa pelo termo “Cinema” (Imagem 41).

**Resultados de Pesquisa**

cinema

Aproximadamente 32,700 resultados (0.48 segundos) Ordenar por: **Relevance**

[Licença oficial do filme - Cinema comunitário](#)  
(Anúncio) https://br.filmbankmedia.com/filmes-de/licenciamento  
Se estiver projetando filmes fora dos cinemas, envie um Formulário de Consulta de Exibição. Assistir a filmes e programas de TV fora do cinema ou de uma residência. Mais de 3.000 filmes. Estúdios de Hollywood. Tipos: Exibição Residencial, Exibição Não Cinematográfica.

<b>Licenciamento</b> Assistir a filmes e programas de TV fora do cinema ou de uma residência	<b>Estúdios</b> Representando os principais Hollywood Studios e Independentes
---	--


[Visitar Website](#)

---

**Cinema - JN**

JN > tag > cinemas

**cinema** - Liam Neeson veste a pele do famoso detetive privado em "Marlowe: O Caso da Loira Misteriosa" - Maria de Medeiros: "Percebi a luta de um casal homoafetivo ..."




---

**"Curte as Curtas" ensina as crianças a fazer cinema**

JN > curte-as-curtas-ensina-as-criancas-a-fazer-cinema-11823629

17/02/2020 ... A iniciativa "Curte as Curtas" tem como objetivo ensinar **cinema** às crianças. As sessões de **cinema** decorrem na Biblioteca Municipal de Santa ...




---

**Sabes que podes ver o filme português nomeado aos Oscars no ...**

JN tag > Fun Zone

E podes avaliar por ti: ela está a passar em vários **cinemas** do país, sabias? E neste caso, não apenas como costuma acontecer com curtas, em festivais de **cinema** ...




---

**Festa do Cinema com bilhetes a 3,5€ em todo o país**

JN tag > Anota Al

Para aproveitares as condições da Festa do **Cinema** basta comprares o bilhete para o seu filme preferido numa bilheteira física ou online dos **cinemas** aderentes.




---

**Super Mario ainda agora estreou e já fez história do cinema**

JN Tag > Fun Zone

Super Mario ainda agora estreou e já fez história do **cinema**. É verdade: o filme que trouxe finalmente para o grande ecrã a dupla de irmãos Mario e Luigi – e ...



---

**Aveiro vai continuar sem salas de cinema até ao verão**

JN > local > notícias > aveiro > aveiro > aveiro vai continuar sem s...

30/04/2022 ... "A NOS **Cinemas** prevê a abertura do seu complexo no centro comercial Glicínias durante o verão deste ano, permitindo aos aveirenses e aos ...




Imagem 41 – Resultados da Pesquisa do Termo “Cinema” no Site do JN  
(Fonte: <https://www.jn.pt/pesquisa.html?q=cinema#gsc.tab=0&gsc.q=cinema&gsc.page=1>)

Para além desta hipótese, os utilizadores conseguem pesquisar artigos pela ferramenta *tagging*, - principal ferramenta para os *media* se posicionarem na internet. O utilizador pode encontrar uma caixa denominada por “Tópicos” em cada notícia (Imagem 42), onde se encontram palavras-chave linkadas relacionadas com o tema noticioso.

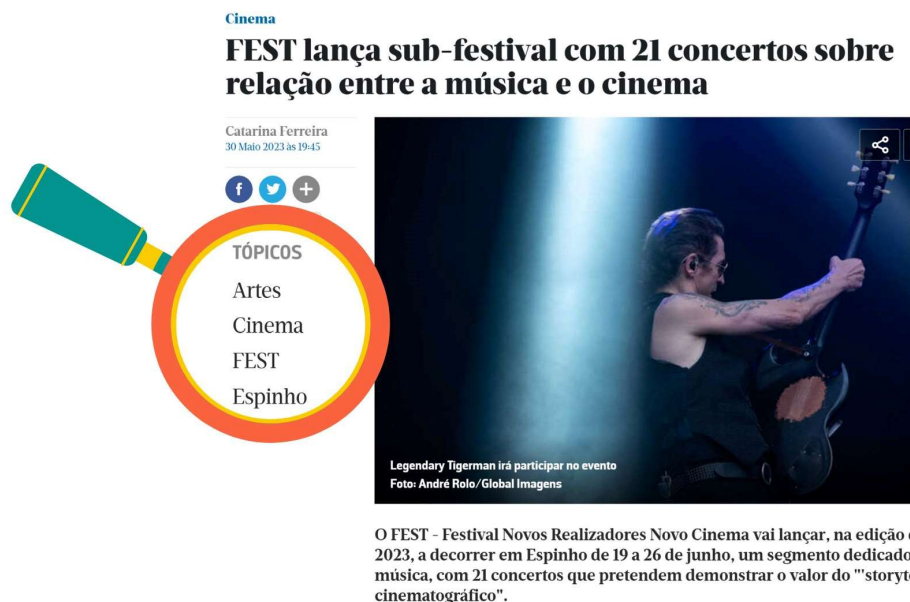


Imagem 42 – Tópicos (Tags) Palavras-Chaves Linkadas com Temas Relacionados  
(Fonte: <https://www.jn.pt/artes/fest-lanca-sub-festival-com-21-concertos-sobre-relacao-entre-a-musica-e-o-cinema-16446924.html>)

Com a personalização manifesta-se as potencialidades dos *sites* perante os seus utilizadores, dando liberdade na configuração dos parâmetros de navegação e até mesmo no das pesquisas e disposição gráfica do *site*.

Através de estudos de Zamith são demonstradas tais capacidades, mais especificamente na área da internet perante o ciberjornalismo. Possibilita os utilizadores configurarem os cibermeios conforme os seus interesses, sendo este um modo de personalização. Todavia, este aspeto não é constatado no *site* do Jornal de Notícias.

Segundo Manuel Molinos, as opções de personalização na página digital do JN são mínimas, afirmando mesmo - “neste momento, em termos de personalização, o utilizador não pode fazer praticamente nada”. Um outro aspeto remete ao registo dos utilizadores no *site*, visto que não evidência questões sobre as inclinações e temas favoritos, o que poderia ser um método de filtragem espontâneo sempre que o usuário recorresse ao *website*.

No entanto, existem outras possibilidades na pesquisa por notícias nesta plataforma digital, sendo uma delas a seleção, por parte do utilizador, da zona geográfica onde pretende receber conteúdos. Numa outra perspetiva, quando se efetua uma pesquisa pelo *site* é possível escolher filtros com a data e categoria das notícias. Não obstante, é também a viabilidade, segundo Zamith (2008) em obter *newsletter* por via eletrónica, demonstrando esta ser um modo de personalização presente no portal digital do JN.

Desde o surgimento do *site*, em 1995, tem-se constado um progresso na área gráfica e das práticas jornalísticas. Relativamente ao JN *online*, denota-se uma maior aplicação da instantaneidade e da multimédia, refletindo-se na atenção constante com que atualizam os conteúdos deste ciberjornal. Estes aspetos podem ser apurados por Manuel Molinos, editor executivo adjunto, quando este afirma em entrevista, que o JN necessita de ser rápido - “no ataque aos acontecimentos de última hora”. É visível um grande foco na área da multimédia, desde 2008, contendo com frequência fotogalerias, infotografias, áudios e vídeos, complementando assim a notícia para além de a tornar mais dinâmica e cativante.

Verifica-se pouca utilização de toda a potencialidade presente na memória e personalização pelos dois ciberjornais. Através destes factos, pressupõem-se que recorrer ao *tagging*, seria uma mais-valia para a memória destes jornais, uma vez que faria uso de palavras-chave para descrever a informação presente no *site*. O que facilitaria nas pesquisas efetuadas pelo utilizador e na seleção de conteúdos apelativos.

Apesar disso, com a existência da plataforma “Loja do Jornal” consta-se uma aplicação dos componentes noticiados, estando estes acessíveis a consulta, porém com custos associados. Quanto a personalização, o JN *online* não possibilita a configuração da página inicial por parte do utilizador, contudo, é relevado uma tentativa em apostar noutros recursos que visam na personalização. Muitos utilizadores acham fundamental existir interatividade quando se refere à internet, contudo o mesmo não sucede quando são mencionados estes *sites*, sendo poucos os meios a dispor. É evidente que possibilita ser comentado pelos leitores, todavia os contactos dos jornalistas, bem como os fóruns de discussão são inexistentes.

Com a hipertextualidade visualiza-se o mesmo sucedido, sendo considerado por muitas entidades como um enorme benefício da internet, para os utilizadores. Contribui

para uma navegação mais individualista, no entanto, o ciberjornal não usufrua na sua totalidade dessa componente. Embora possua elementos hipertextuais nas suas publicações, demonstra encaminhar os leitores apenas para tópicos do próprio *site online*.

Segundo Hélder Bastos, o jornal está assente da terceira fase do ciberjornalismo português. Apresentam tentativas em evoluir e melhorar as suas edições digitais, todavia sem sucesso e numa total situação de estagnação. O JN, do ponto de vista editorial, manifesta um jornalismo de proximidade.

### 2.3.2. Redes Sociais

O Jornal de Notícias, atualmente, o jornal mais lido no país, possui uma presença significativa nas redes sociais. Nessas redes sociais, o JN compartilha manchetes, notícias de última hora, artigos e vídeos de agências ou autorais, bem como conteúdo exclusivo para as redes sociais. Também, interage com os usuários, fazendo questões, fornecendo atualizações e promove discussões sobre notícias e assuntos relevantes.

Os perfis sociais do JN geralmente têm uma grande quantidade de seguidores e gostos, o que indica uma presença significativa nas redes sociais. Os seguidores podem receber notificações e atualizações em tempo real das notícias mais recentes, de eventos ou reportagens especiais. A demanda do público consumidor passa essencialmente pelas questões da mobilidade e de como esse aspeto exige atualizações mais constantes e instantâneas a exemplo das redes sociais digitais.

As redes sociais em que o jornal está presente incluem:

→ **Instagram**

Desde 2012 com conta ativa no Instagram, sendo acompanhada por cerca de 300 mil seguidores e com mais de 6 mil publicações (Imagem 43). Na plataforma *stories*, tem uma atividade frequente, com uma média de quatro por

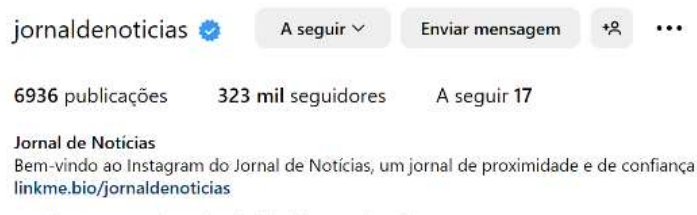


Imagem 43 – Seguidores e Publicações do JN no Instagram  
(Fonte: <https://www.instagram.com/jornaldenoticias/>)

dia. O conteúdo é personalizado, com *templates* pré-definidos no *Canva*, tanto para *stories* como para *posts* no *feed*. A conta é usada para compartilhar fotografias e vídeos noticiosos ou informativos.

O público alcançado<sup>25</sup> é de 761 400 contas e pertencem essencialmente a quatro principais cidades: Lisboa (4,7%), Porto (4,4%), Matosinhos (2,6%) e Vila Nova de Gaia (2,5%) (Imagem 44).

### Público alcançado ⓘ



Imagem 44 – Principais Cidades do Público Alcançado pelo IN no Instagram  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Portugal está em primeiro lugar com 86%, seguindo-se o Brasil com 5,2%, França com 1,3% e por último a Suíça com 1% (Imagem 45).

### Público alcançado ⓘ

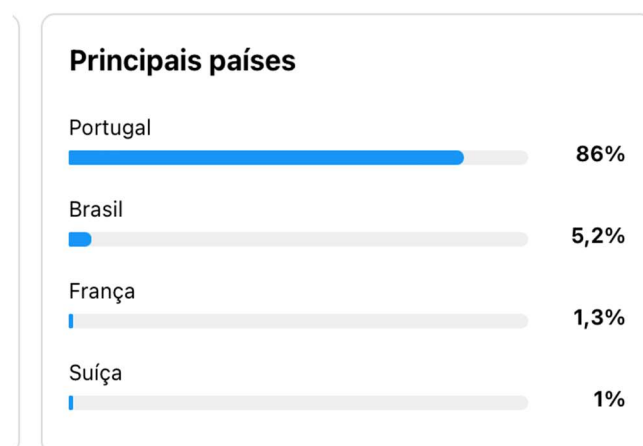


Imagem 45 – Principais Países do Público Alcançado pelo IN no Instagram  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

<sup>25</sup> Total de pessoas que visualizaram uma publicação;

Relativamente às faixas etárias do público alcançado, 34,3% têm entre 25 e 34 anos, 23,2% têm entre 35 e 44 anos, 16,2% têm entre 45 e 54 anos e 15,5% têm entre 18 e 24 anos (Imagem 46). Cerca de metade do público alcançado são do sexo feminino (52,8%) (Imagem 47).

### Público alcançado ⓘ

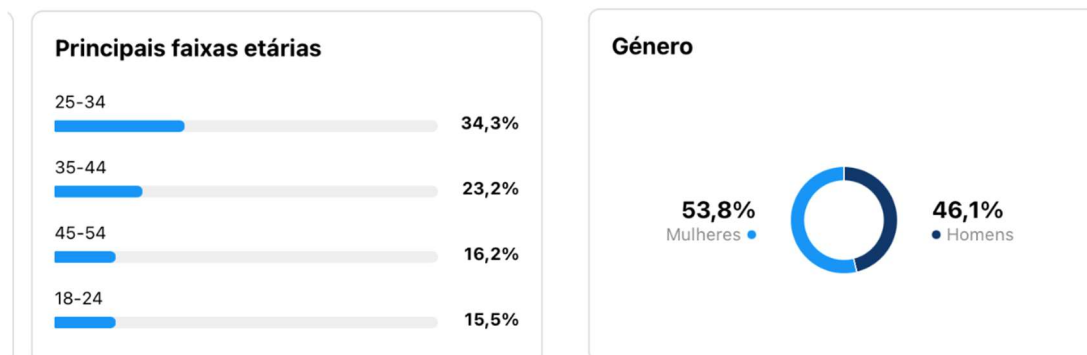


Imagem 46 – Faixas Etárias do Público Alcançado pelo JN no Instagram  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Imagem 47 – Género do Público Alcançado pelo JN no Instagram  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Com base no alcance verificou-se que cerca de 260 mil são seguidores e 500 mil são não seguidores. Os não seguidores consomem mais de metade dos *reels*, uma pequena parte de publicações e poucas histórias. (Imagem 48)



Imagem 48 – Alcance de Conteúdos dos Seguidores e Não Seguidores  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Os seguidores do Instagram do Jornal de Notícias 28,3% pertencem à faixa etária entre os 35 e 44 anos (Imagem 49). Analisando por género, dentro destas idades, 28,5% são homens (Imagem 50) e 29,5% mulheres (Imagem 51).

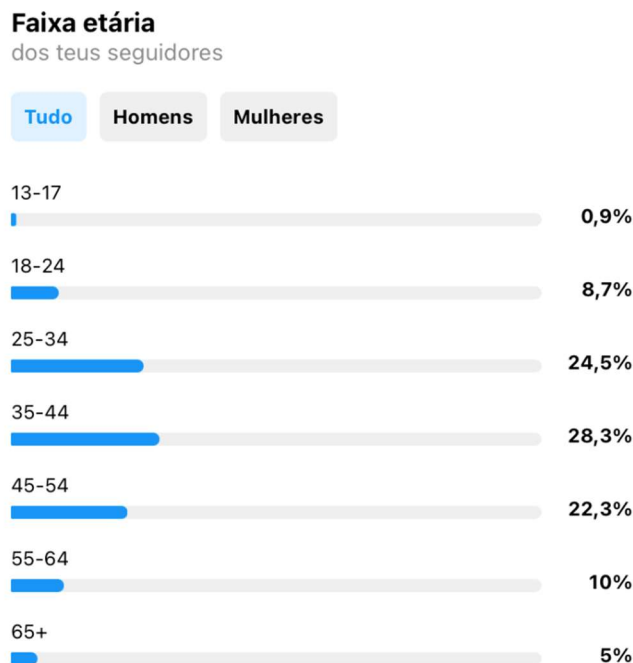


Imagem 49 – Faixa Etária dos Seguidores do JN no Instagram  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

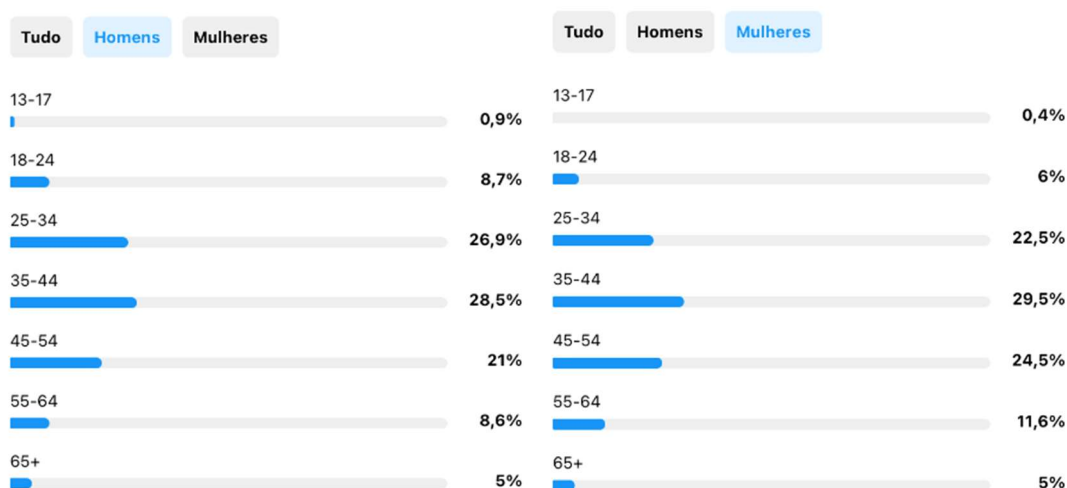


Imagem 50 – Faixa Etária dos Seguidores do Sexo Masculino  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Imagem 51 – Faixa Etária dos Seguidores do Sexo Feminino  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

Registam-se 74 919 contas com interação<sup>26</sup>, sendo 60% mulheres (Imagem 52). Baseado nestas contas cerca de 64 mil são seguidores (Imagem 53).



Imagem 52 – N<sup>o</sup> de Contas com Interação e o Género do Público que Interagiu  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

### Seguidores e não seguidores

Baseado em contas com interação



Imagem 53 – N<sup>o</sup> de Seguidores e Não Seguidores com Interação  
(Fonte: Dados da Conta do Instagram do Jornal de Notícias)

A participação feminina é notável, representando cerca de metade dos seguidores do JN no Instagram. Essa divisão equilibrada de gênero sugere que o conteúdo do jornal é atrativo e relevante para ambos os sexos.

A interatividade dos seguidores é significativa, com aproximadamente 74 919 contas interagindo com o Jornal de Notícias no Instagram. Essa interação demonstra o engajamento e o interesse dos seguidores nas publicações do jornal.

No geral, o Jornal de Notícias no Instagram desempenha um papel importante na disseminação de notícias e informações, mantendo os leitores atualizados sobre os acontecimentos mais recentes. A plataforma permite uma maior interação entre o jornal e seu público, proporcionando um espaço para discussões, *feedback* e compartilhamento de informações relevantes.

<sup>26</sup> Ação que um seguidor na publicação (gosto, comentar, compartilhar);

→ Facebook

A página do Jornal de Notícias no Facebook possui cerca dois milhões de seguidores informados sobre as notícias e acontecimentos mais recentes. Embora o conteúdo específico possa variar. O JN compartilha manchetes de notícias importantes, destacando os principais acontecimentos do dia (Imagem 54). Isso inclui informações sobre política, economia, cultura, desporto e outros tópicos relevantes.



Imagem 54 - Primeira Página do JN Publicada no Facebook  
(Fonte: <https://www.facebook.com/jornalnoticias>)

Também compartilha *links* para artigos e reportagens completas disponíveis em seu *site* (Imagem 55). Os leitores podem clicar nesses *links* para obter mais detalhes e ler a notícia completa.



Imagem 55 - Link Direcional para Artigo com Mais Informações no Site  
(Fonte: <https://www.facebook.com/jornalnoticias>)

Bem como, vídeos informativos, incluindo cobertura de eventos atuais, entrevistas, análises e reportagens especiais (Imagem 56). Esses vídeos oferecem aos seguidores do Facebook uma forma visual e interativa de consumir notícias.

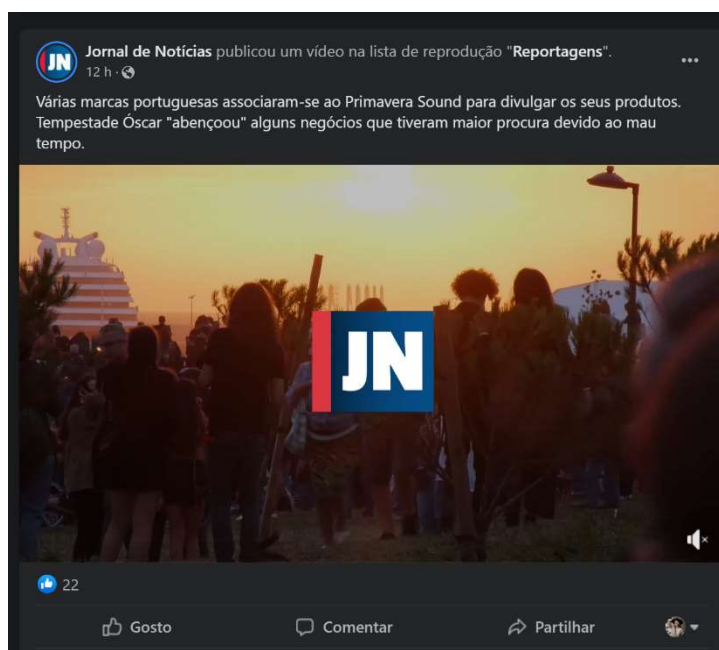


Imagem 56 - Reportagem sobre marcas associadas ao Primavera Sound  
(Fonte: <https://www.facebook.com/jornalnoticias>)

Além do mais, o JN partilha fotografias relacionadas a notícias ou eventos relevantes, oferecendo aos leitores uma visão visual dos acontecimentos. O JN pode recorrer a infográficos ou gráficos para apresentar informações de maneira visualmente atraente e fácil de entender. Isso pode incluir estatísticas, dados comparativos ou visualizações de dados relevantes para determinado assunto.

Além disso, o JN também pode realizar enquetes, interagir com os seguidores por meio de perguntas, responder a comentários e fornecer atualizações em tempo real sobre notícias em desenvolvimento. Essas interações permitem que os seguidores do JN no Facebook participem de discussões e compartilhem suas opiniões sobre as notícias.

#### → **Twitter**

O Jornal de Notícias possui uma conta de Twitter com mais de 500 mil seguidores. Nesta rede social o JN compartilha notícias, manchetes e atualizações importantes, permitindo que os seguidores se mantenham informados sobre os acontecimentos mais recentes.

#### → **Linkdln**

O Jornal de Notícias está presente no Linkdln com uma conta empresarial. Nesta rede também são compartilhadas notícias e informações relacionadas ao setor de *media*.

#### → **TikTok**

O jornal aderiu recentemente à plataforma do momento, o TikTok com menos de 100 seguidores. Nesta plataforma o conteúdo publicado é selecionado, sendo divulgado o “60 Segundos”, o “Comentário”, o “Alegações Finais”, a “Análise” e pouco mais.

Recentemente, o JN começou a apostar tudo nesta plataforma e os seguidores passaram para 3624 (no dia 24 de março de 2023). Atualmente, são postados vídeos das agências e autorais com as dimensões pré-definidas do TikTok. O vídeo é editado como é explicado no 3.2 e criam um projeto com as dimensões desta rede e ajustam. Esta iniciativa começou com a jornalista Sara

Barbosa Oliveira que saiu pelas ruas a perguntar aos portugueses qual gostariam que fosse o nome da nova ponte.

O JN utiliza o formato de vídeo de até 60 segundos para compartilhar notícias e informações relevantes de forma rápida e concisa. Isso pode incluir manchetes de notícias, atualizações sobre eventos em tempo real ou tópicos de interesse público. Publicar trechos de entrevistas ou reportagens para dar aos usuários uma amostra do conteúdo completo. Isso permite que os usuários tenham uma visão geral de uma notícia ou tópico específico em um formato curto e cativante. O JN utiliza o TikTok para compartilhar análises e comentários sobre notícias ou eventos importantes. Isso pode envolver um jornalista ou especialista discutindo um assunto específico de maneira acessível e interessante. O JN participa de desafios ou tendências populares no TikTok, adaptando-os para abordar questões ou notícias relevantes. Isso permite que o JN se envolva com a comunidade do TikTok e alcance um público mais amplo.

É importante ressaltar que o conteúdo do JN no TikTok pode evoluir ao longo do tempo, já que a plataforma é conhecida por suas tendências e formatos em constante mudança. O objetivo principal do JN no TikTok é fornecer notícias de forma criativa e atrativa, adaptando-se ao estilo de conteúdo predominante na plataforma para alcançar e envolver os usuários.

Além disto, o Jornal de Notícias também possui um *site* e um aplicativo móvel que oferecem acesso a notícias e conteúdos em tempo real. A presença do jornal nas redes sociais permite que os leitores se mantenham informados sobre as notícias e acontecimentos mais recentes em Portugal e no mundo, além de fornecer um canal de comunicação para *feedback* e interação com os leitores.

## Capítulo 3 Estágio no JN Direto

### 3.1. Contextualização

O Mestrado em Comunicação Audiovisual Especialização em Produção e Realização Audiovisual, no segundo ano possibilita ao aluno na Unidade Curricular - Dissertação/Projeto/Estágio Profissional - a escolha por uma destas vertentes. Neste caso, a opção desde o início foi o Estágio Profissional com o número máximo de horas (600h) para uma maior rentabilidade e aprendizagem. Inicialmente pensou-se em realizar o estágio na produtora Filmes da Mente, porém a área de preferência é a imagem e o estágio que ofereciam era em produção e som, foi riscada da lista, por não serem áreas de interesse da estudante. A aluna procurava investir em áreas diferentes, mas ligadas ao audiovisual e daí surgiu a ideia de mandar a proposta para o Jornal de Notícias. O JN oferece uma variedade de departamentos, tendo optado pelo JN Direto por estar ligado à operação de câmara e à edição, o que faria um complemento com o mestrado. Este foca-se na transmissão de notícias através de meios tecnológicos, desenvolvendo conteúdo para o *site* e redes sociais que detém.

Graças ao estágio foi possível obter experiência profissional numa aproximação ao mercado de trabalho, compreendendo paralelamente as áreas de intervenção em que se poderá atuar. Procurou-se ao máximo aplicar os conhecimentos que se foram obtendo durante a época em que se esteve integrado no Mestrado, enriquecendo ainda mais estas competências. Dentro deste mesmo tópico ainda se crê que foram reforçadas outras aptidões como a comunicação, trabalho em equipa, gestão de tempo e o solucionar de problemas.

No que diz respeito ao desenvolvimento deste estágio, obteve-se um amadurecimento profissional, algo que na visão da autora não seria possível de forma tão intrínseca com a execução de um projeto ou dissertação. Paralelamente ao estágio profissional, ainda integrou uma equipa de projeto final de mestrado, como assistente de imagem, tendo sido uma mais-valia a nível pessoal e profissional, pelo aumento da rede de contactos com pessoas da área, bem como, o aperfeiçoamento pelo trabalho em equipa.

Por fim, o estágio realizado no Jornal de Notícias, permitiu que a aluna aplicasse os conhecimentos adquiridos no mestrado assim como desenvolver habilidades profissionais, como a comunicação, o trabalho em equipa e a solução de problemas. Em

resumo, o estágio mostrou-se uma experiência enriquecedora e essencial para a formação e amadurecimento profissional da aluna.

### 3.2. Enquadramento do Funcionamento da Empresa

O estágio no JN Direto iniciou-se a 20 de novembro de 2022, tendo sido um dia atípico, uma vez que a equipa estava numa conferência, sendo deste modo acompanhada pela jornalista Sara Gerivaz, braço direito do tutor Nuno Marques. Num primeiro momento, assimilou-se os procedimentos de organização de acordo com a empresa, bem como, a metodologia adotada, remetendo estas ao registo audiovisual e edição. Sabendo previamente que os *softwares* de edição utilizados seriam: *Adobe Premiere* e *After Effects*.

Através deste trabalho torna-se relevante refletir e compreender as técnicas de montagem e a importância do enquadramento adotado através de trabalhos já feitos e publicados. Posteriormente, procedeu-se a uma compreensão, assim como, o seu propósito, o que permitiu identificar as características de cada vídeo e a sua duração. Quanto aos vídeos das agências *Reuters* e *AFP*, não há diferenças a nível de edição. Para ambas as agências o tempo médio do vídeo é de um minuto, com frases a contar a história. A única diferença é que os vídeos da *AFP* só vão para o *site*, e o da *Reuters* vai para o *site* e para as redes sociais – Facebook e Instagram. No que diz respeito a reportagens, estas são assinadas e o objetivo é ser o mais sintética possível, porém o jornalista corta a entrevista e quem captou o vídeo, ‘pinta’ a peça havendo respiros para caixas de texto que complementam a história.

A publicação de vídeos no *site* do JN Direto, exige a entrada no *BackOffice* (Imagem 57), selecionamos a que secção pertence (onde na imagem diz “Todos”) e o preenchemos alguns campos obrigatórios – antetítulo; título; descrição; assinatura; imagem; autor; vídeo; *tags* e *feeds* (Imagem 58) -, de acordo com as normas da empresa, posteriormente a secção do *online* verifica se está tudo direito – erros ortográficos, possíveis melhoramentos na edição, ... - e publica.

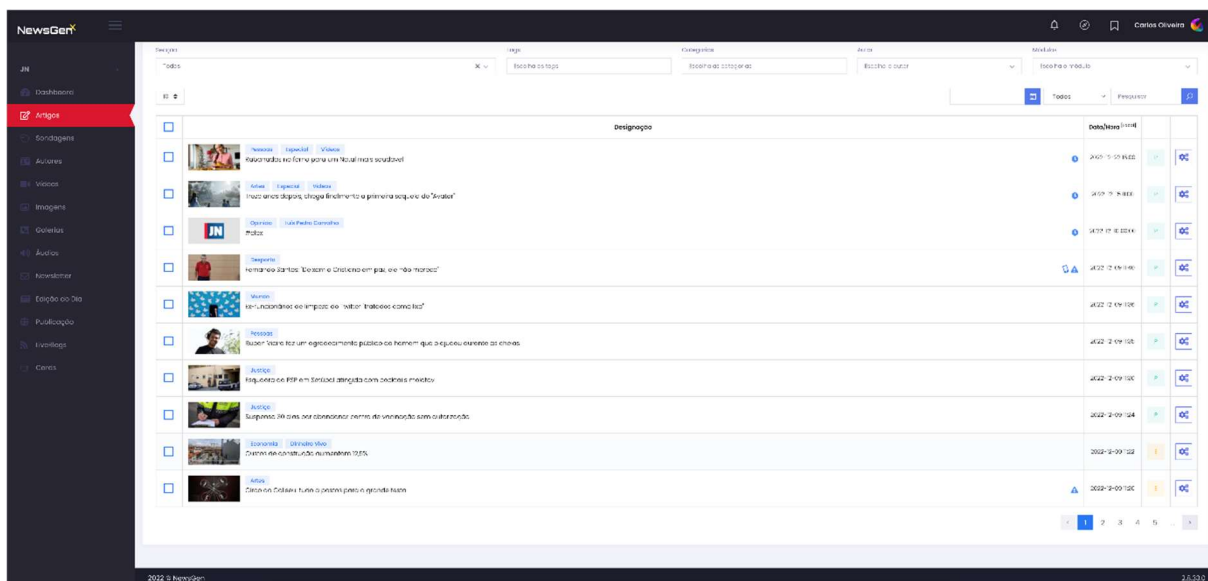


Imagem 57 – Entrada no BackOffice para publicar um vídeo/artigo no site do JN  
(Fonte: Entrada do BackOffice do Jornal de Notícias)

- **Antetítulo** por norma é só uma palavra que caracteriza a notícia, por exemplo localidade, acontecimento, nome do evento...;
- **Título** é tal como nome indica, localizando-se acima do vídeo tendo a função de cativar o leitor, sendo um resumo do vídeo;
- **Descrição** neste campo apesar do vídeo já conter caixas de texto para auxiliar a compreensão, aqui descrevemos a notícia, estando localizada ao lado direito do vídeo ou abaixo no caso da versão para telemóvel e a negrito, se porventura não for suficiente o espaço pode-se escrever no campo de baixo “Texto”;
- **Assinatura** de forma bem sucinta é de onde é o vídeo, por exemplo se foi baixado das agências colocamos o nome da agência, mas também pode ser de autor e neste caso, explico melhor abaixo;
- **Imagem** é obrigatória visto que é a ‘imagem de capa’ do vídeo;
- **Autor** é quem escreveu no *BackOffice*, podendo também ser quem assina e aí pode colocar uma risca a vermelho que automaticamente assume a assinatura, no caso dos estagiários neste campo colocam “JN/Agências”;
- **Vídeo** é a base do nosso trabalho;
- **Tags** são palavras-chaves relacionadas com a notícia;

→ *Feeds* são empregues para que o usuário possa através da internet acompanhar os novos artigos e conteúdos de um *site* sem que precise visitar o *site* em si.

The image shows a screenshot of the NewsGenX backoffice interface. The main content area is a form for creating a video article. The form is divided into several sections:

- Designação:** Casa da Música inspira-se na Alemanha para lançar programação de 2023
- Antetítulo:** "Ano Alemanha"
- Título:** Casa da Música inspira-se na Alemanha para lançar programação de 2023
- Título Alternativo:**
- Descrição:** A Casa da Música lança a temporada de 2023 com a abertura oficial do "Ano Alemanha". O arranque acontece esta sexta-feira, ao som de duas referências da música orquestral germânica dos últimos 130 anos.
- Texto:** As obras "Photopsis" e "Uma vida de herói" servem de cartão de visita para os seis concertos pensados para esta edição.

The right-hand panel contains several sections:

- Publicação:** Estado (Publicado), Data/Hora (2023-01-12 16:45), Atualizar (2023-01-12 16:45)
- Imagens:** A small image of a concert.
- Autor:** Sara Barbosa Oliveira
- Videos/Infografias:**
- Relacionados:**
- Tags:** Casa da Música, Artes, Alemanha, Orquestra, Temporada
- Feeds:** Feed, Twitter, LinkedIn
- Categorias:** Multimédia, Vídeo, Principal
- Propriedades:** Permitir comentários (checked), Permitir indexação (checked)

The left-hand sidebar shows navigation options: Dashboard, Artigos (selected), Sondagens, Autores, Vídeos, Imagens, Galerias, Áudios, Newsletter, Edição do Dia, Publicação, LiveBlogs, and Cards.

Imagem 58 - Exemplo Prático dos Campos Obrigatórios Preenchidos para a Publicação do Vídeo  
(Fonte: Entrada do BackOffice do Jornal de Notícias)

Já para as redes sociais, no caso do Facebook o *online* depois de verificar dá-nos uma hora e é agendado no estúdio de criação (Imagem 59). No Instagram pode-se publicar na hora, porém é obrigatório colocar a descrição que estará no *site* e as *hashtags* relacionadas com a notícia sendo a primeira #jornaldenoticias. O agendamento funciona de forma independente, devido aos campos de preenchimento numa e noutra rede serem diferentes.

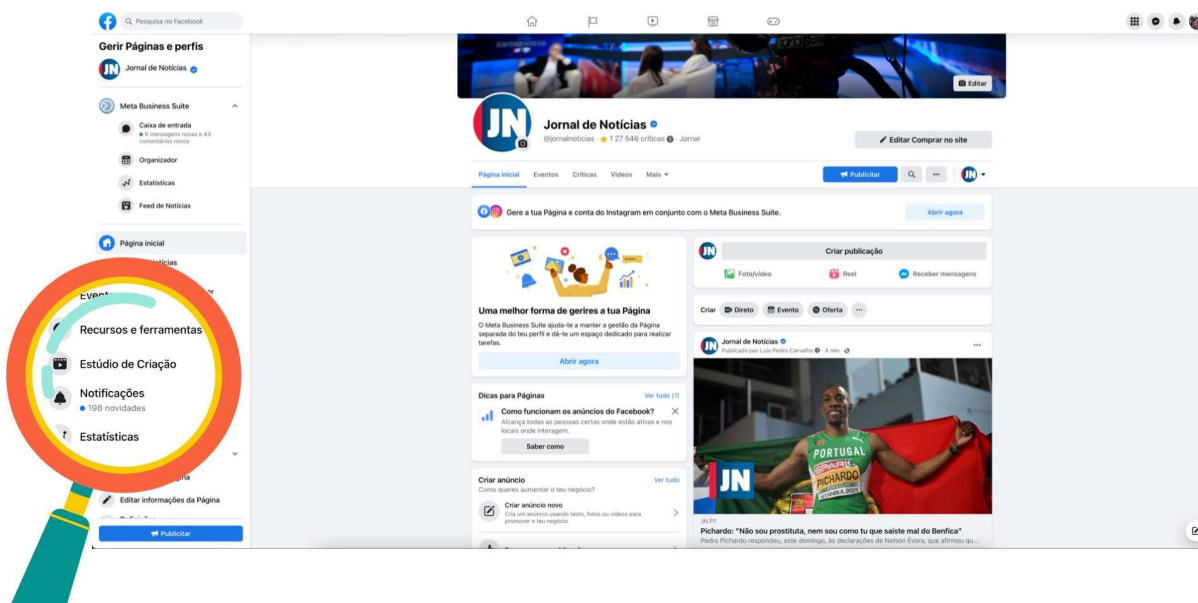


Imagem 59 – Entrar na página do Facebook do JN e na lateral clicar em Estúdio de Criação  
(Fonte: Estúdio de Criação do Jornal de Notícias)

Para agendar no Facebook (Imagem 60), após definida a hora, entramos na rede social e através desta, no estúdio de criação, criamos uma publicação e adicionamos o vídeo, enquanto este carregamos vamos ao *BackOffice* copiar o título e colamos, de seguida fazemos o mesmo com a descrição, feito isto carregamos a imagem escolhida e colocada no *BackOffice* e avançamos para o otimizar que é só desativar as legendas, de seguida, vamos para a fase final onde clicamos em agendar e selecionamos a hora<sup>27</sup> e confirmamos o dia, por fim selecionamos a que lista de reprodução (Imagem 61) pertence e agendamos.

<sup>27</sup> Tendo em conta que a hora para agendar tem de ser com 20 minutos prévios;

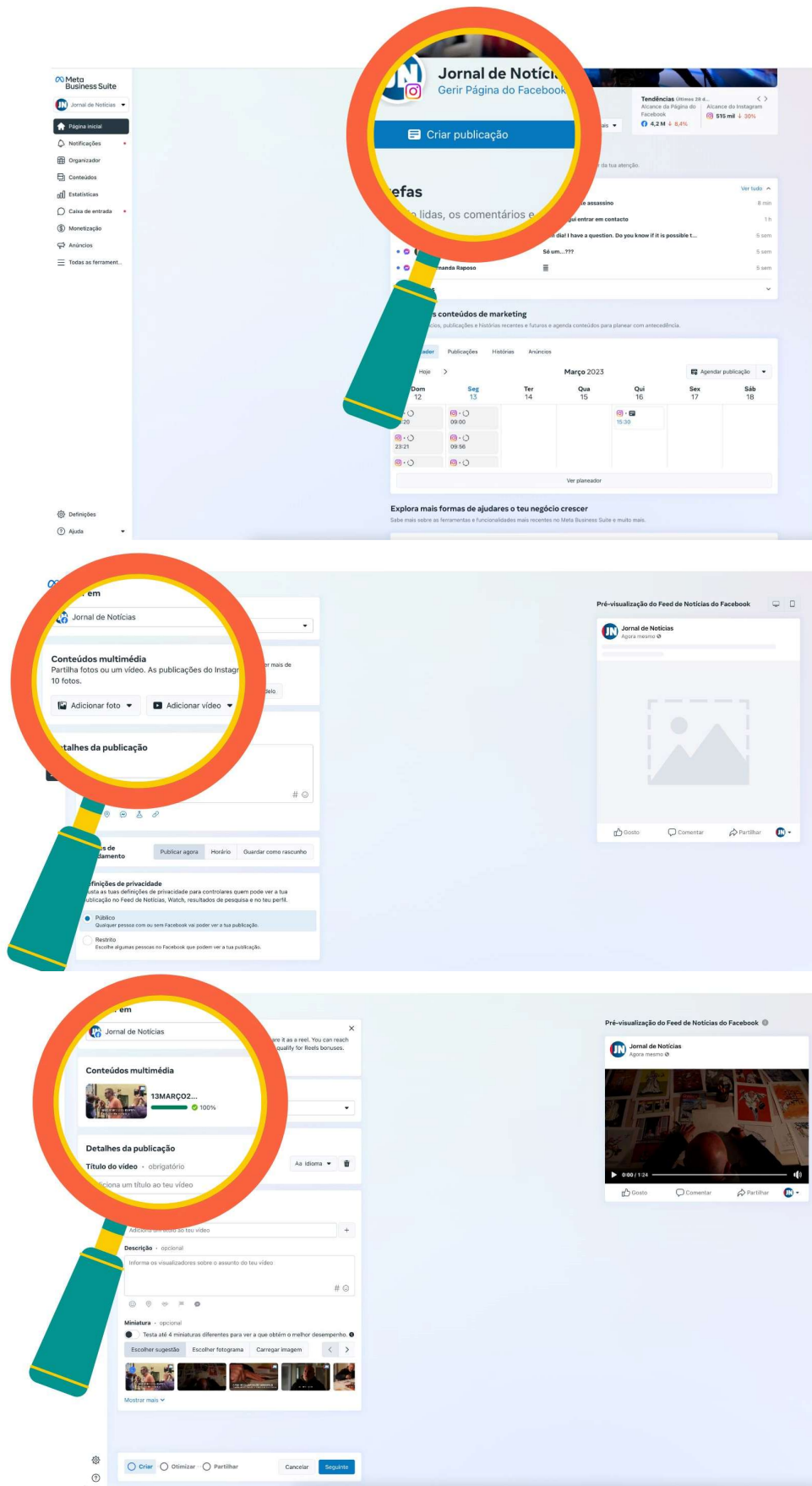


Imagem 60 – Processo de Agendamento no Facebook – Carregar Vídeo  
(Fonte: Estúdio de Criação do Jornal de Notícias)

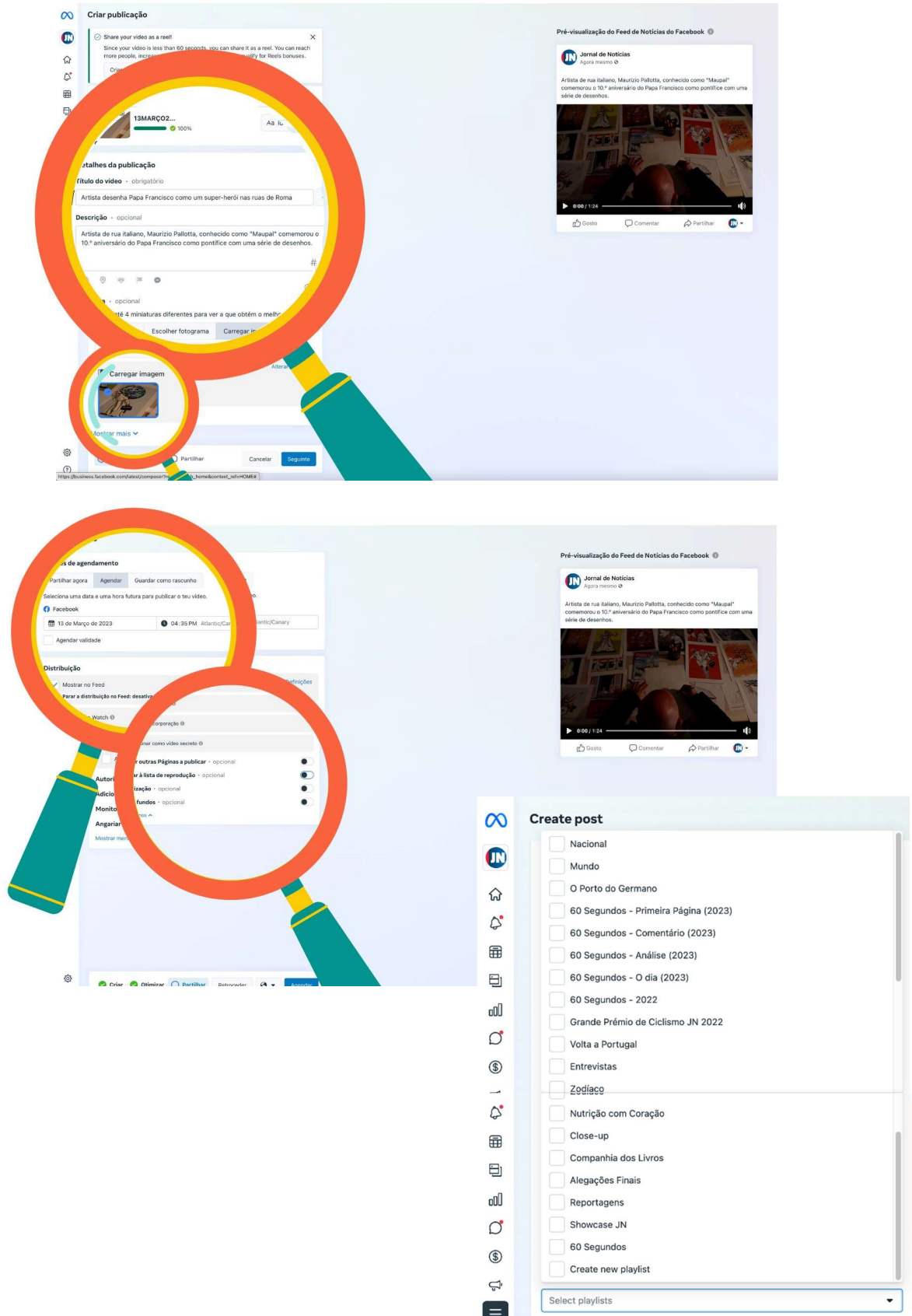


Imagem 61 – Processo de Agendamento no Facebook – Descrição e Lista de Reprodução  
(Fonte: Estúdio de Criação do Jornal de Notícias)

Para publicar no Instagram (Imagem 62), começamos por criar publicação e adicionar o vídeo, colamos a descrição já copiada anteriormente damos dois *ENTER* e colocamos as *hashtags* relacionadas com a notícia, como já mencionado colocando sempre em primeiro lugar #jornaldenoticias, carregamos a imagem que será a de capa e publicamos.

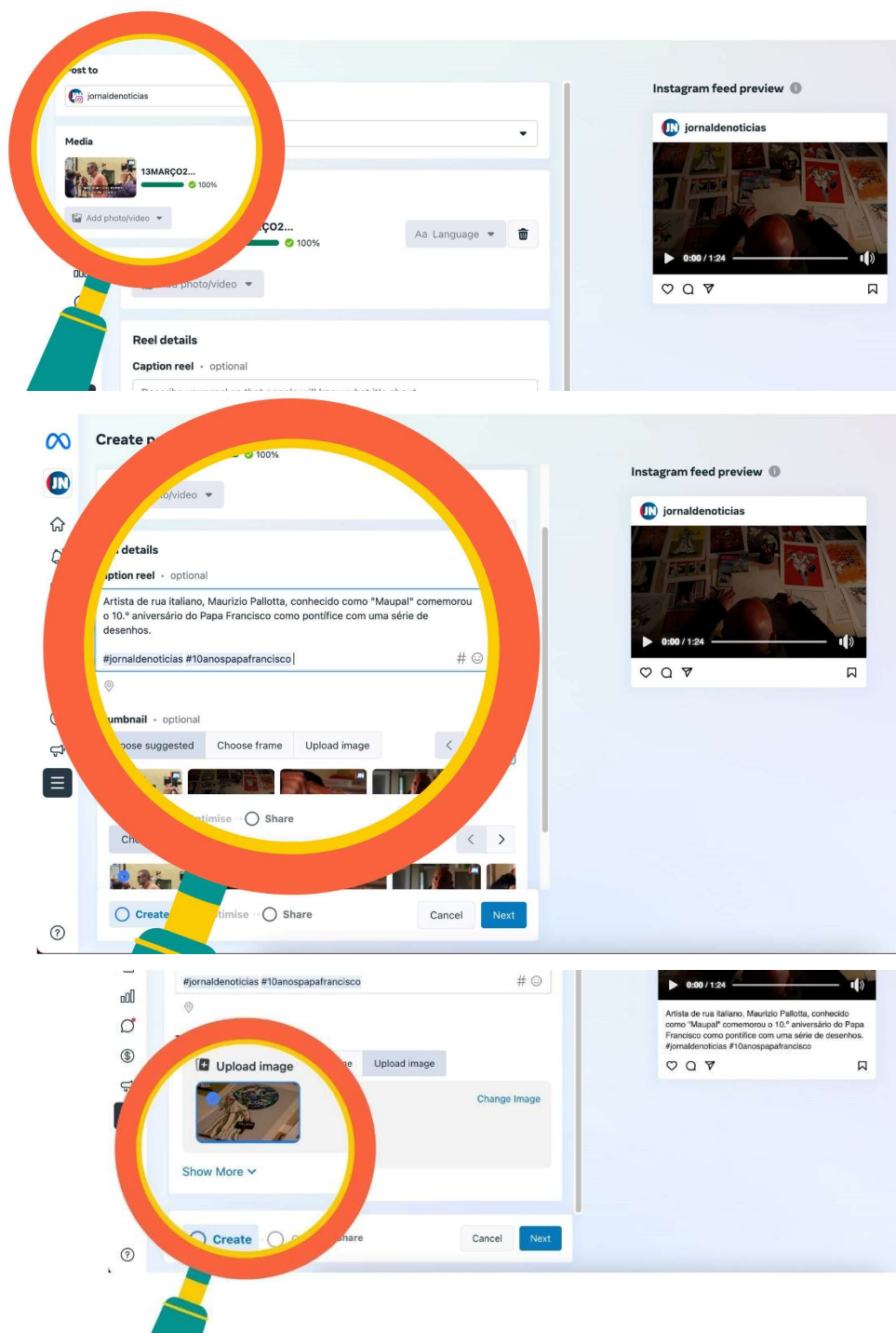


Imagem 62 – Processo de Agendamento no Instagram  
(Fonte: Estúdio de Criação do Jornal de Notícias)

Sintetizando, num primeiro momento juntamente com exemplos práticos. Houve uma série de informação a ser assimilada que acabaria por ser utilizada diariamente de forma automática com a prática. Simultaneamente, a Sara Gerivaz e a Joana Soares apresentaram a redação e a sua hierarquia, bem como os estúdios e as suas funcionalidades – como ligar as luzes da teia, quais ligar, as intensidades, o mobiliário usado em cada programa, ... - também, contextualizaram os programas (Imagem 63) e os dias em que saem. Por fim, ficou definido que o horário seria das 10h às 18h de segunda a sexta-feira, com exceção dos feriados e fins-de-semana.

<b>JN Direto</b>
60 Segundos
Running
Close-up
Companhia dos Livros
Nutrição com Coração
<b>Nacional</b>
<b>Local</b>
O Porto do Germano
<b>Justiça</b>
Alegações finais

*Imagem 63 - Programas Editados e Realizados pelo JN Direto  
(Fonte: <https://www.jn.pt/>)*

O estágio no JN Direto acabava por ter dias regulares e outros atribulados, a maioria das reportagens não estavam agendadas, uma vez que acontecia alguma coisa e saíamos para fazer a cobertura do acontecimento. Contudo, havia reportagens previamente marcadas e definiam as equipas que iriam para terreno, também eram marcados os diretos e os falsos diretos em estúdio, visto que sendo só um estúdio quando acumula gravações tem de haver uma agilização entre a equipa e o convidado.

No entanto, um dia típico na redação começa ainda em casa, onde era frequente ouvir as notícias e na viagem confirmar o que já estava publicado nas redes e o que podia ser procurado para ser feito. Assim que chegava na redação, pegava num portátil, no caso de os fixos estarem ocupados, e pesquisava nas agências *Reuters* e *AFP* por possíveis vídeos noticiosos. Estes poderiam ser de carácter informativo, como de entretenimento que estivesse nas bocas do mundo, por exemplo quando Julio Iglesias Júnior apresentou a

namorada tapada por um lençol (<https://www.jn.pt/pessoas/videos/filho-de-julio-iglesias-apresenta-namorada-coberta-por-um-lencol-15376047.html>). Neste caso, o vídeo utilizado foi baixado do Twitter e no *Premiere* adicionado o grafismo – cortina inicial (Imagem 64), mosca (Imagem 65), localização e três caixas de texto e a ficha técnica.



Imagem 64 - Cortina Inicial

(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)



Imagem 65 - Mosca (Canto Superior Direito)

(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

No JN Direto são publicados vídeos com cerca de um minuto, há exceção de algumas reportagens que podem chegar aos dois minutos, desta forma foi criado o grafismo onde são usadas caixas de texto. Estas caixas diferem conforme o vídeo ou a quantidade de texto, por exemplo pegando no vídeo anterior sendo de curto tempo as caixas usadas são de formato quadrado e azuis (Imagem 66). Já quando é uma reportagem mais extensa usamos as caixas na horizontal (colocadas no fundo) (Imagem 67), porém também tem a possibilidade de serem na vertical e reajustar o seu posicionamento de forma a não prejudicar a imagem.



Imagem 66 - Caixa de Texto Quadrada Azul Reajustável

(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/mergulhou-sob-o-gelo-a-52-metros-de-profundidade-16008973.html>)



Imagem 67 - Caixa de Texto Horizontal

(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

A ficha técnica é como o próprio nome indica, apesar disso pode variar entre “Imagem” (Imagem 68) e “Reportagem” (Imagem 69). No primeiro caso, respetivamente,



Imagem 68 – Ficha Técnica quando é só Imagem  
(Fonte: <https://www.jn.pt/pessoas/videos/filho-de-julio-iglesias-apresenta-namorada-coberta-por-um-lencol-15376047.htm>)

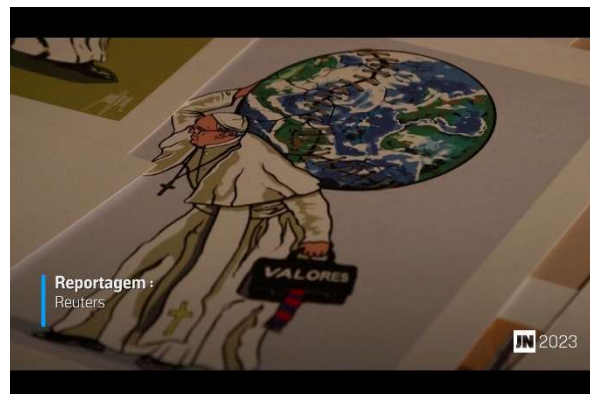


Imagem 69 – Ficha Técnica quando é uma Reportagem  
(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

é usado somente quando o vídeo se resume a imagem, sem entrevista; no segundo caso é quando há imagem e entrevista. Há ainda uma ficha técnica específica para as reportagens feitas pela equipa (Imagem 70), contendo o nome do jornalista de quem captou o vídeo e da pessoa que editou, que por norma é a mesma pessoa, mas em dias atribulados pode ser um colega e aí consta na ficha técnica. É importante referir que a empresa não recorre a voz-off para complementar as peças, sendo assim, o som usado é o original do vídeo e quando cortado a meio coloca-se um efeito de transição para suavizar (Imagem 71).

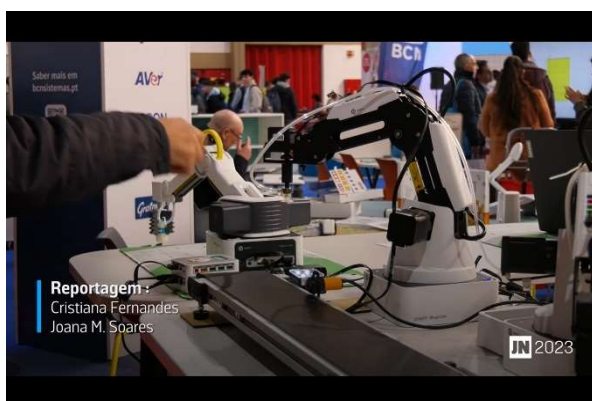


Imagem 70 – Ficha Técnica de Reportagens Autorais  
(Fonte: <https://www.jn.pt/local/videos/qualifica-regressa-a-expor-140-expositores-de-formacao-e-ensino-15931580.html>)

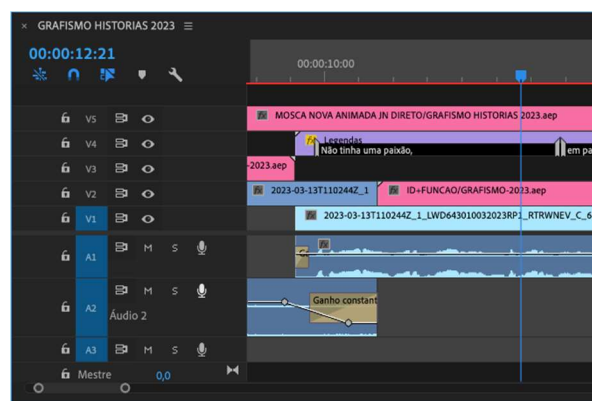


Imagem 71 – Efeito para Suavizar a Passagem entre Áudios  
(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

Estas são as bases fundamentais para manter a imagem de marca do jornal, regularidade e rigor. Outra nota importante que percebi mal cheguei na redação é que todos sabem fazer de tudo, isto é, um jornalista sabe filmar e editar e vice-versa. O que

acaba por acontecer, na falta de pessoal, é ir apenas um para o terreno e fazer a entrevista e filmar, e quando chega a redação passa logo os brutos para uma pasta que cria numa *stream*<sup>28</sup>, cria um projeto no *Premiere* e copia o projeto do *After Effects* – contém o grafismo –, edita e exporta. No caso de ser uma notícia para o momento a rapidez para publicar é fundamental, mas pode ser um vídeo que sairá só dias depois e neste caso reveste as prioridades de edição.

A criação de uma pasta na *stream* tem uma linguagem adotada para facilitar a comunicação entre colegas, sendo estendido ao projeto *Premiere*, *After Effects* e ao vídeo exportado, DiaMêsAno\_Assinatura\_TítuloResumoDoVídeo (Imagem 72) por exemplo: 13Março2023\_CrisF\_10AnosPapaFranciscoArtistaRua.

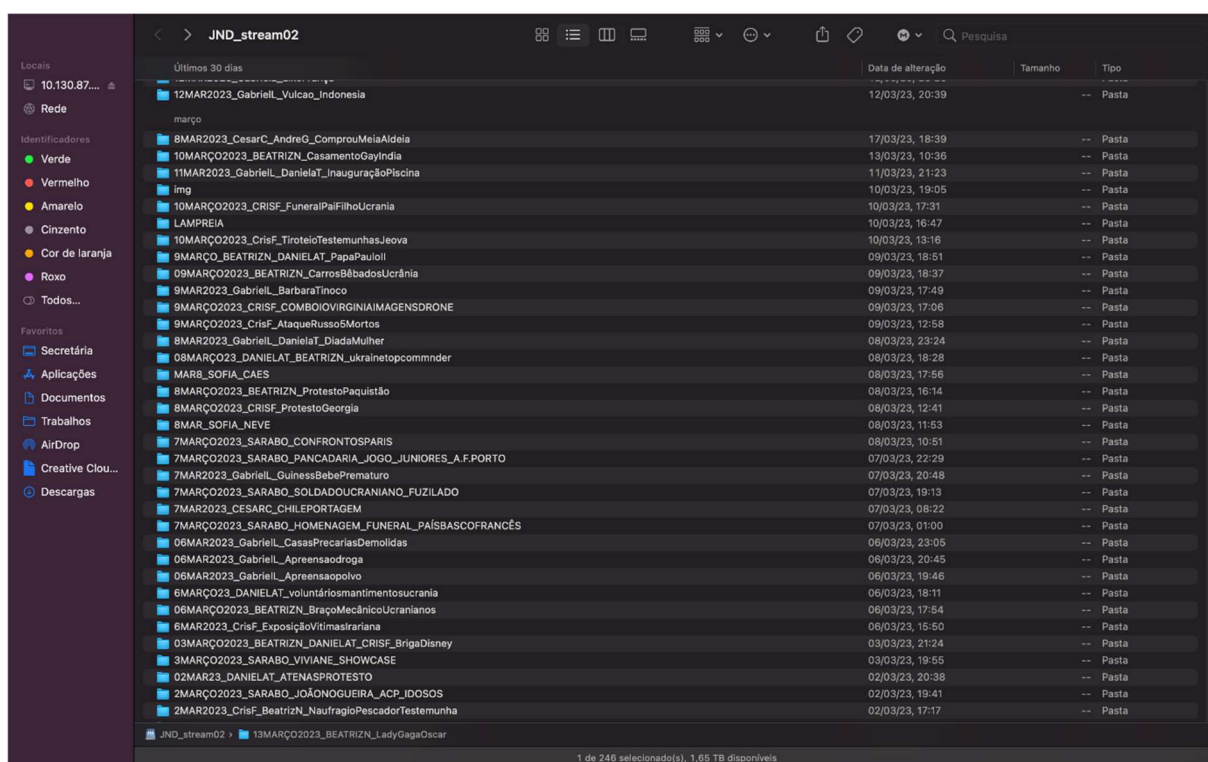


Imagem 72 - Nomes das Pastas na Stream  
(Fonte: Pasta do Computador do Jornal de Notícias na Stream 2)

Resumidamente, o processo de edição começa por ligar o computador ao servidor e escolher uma das três *streams* (Imagem 73) para criar a pasta, enquanto baixamos o vídeo, na *stream* tem uma pasta com o nome “grafismo 2018” (Imagem 74) onde guardam os projetos de *After Effects* dos diferentes grafismos e legendas, copiamos o mais indicado para aplicar no vídeo para a nossa pasta.

<sup>28</sup> Guarda em todos os computadores ligados às redes;



Feito isto, guardamos o vídeo baixado na pasta e criamos o projeto no *Premiere*, abrindo o projeto do grafismo em *After Effects*, neste selecionamos - cortina inicial, mosca, três caixas de texto e a ficha técnica (Imagem 75) – e arrastamos para o projeto em *Premiere* colocando a cortina inicial na *timeline* para assumir o tamanho do quadro (Imagem 76). De seguida, começamos a editar colocando no v1 as entrevistas (Imagem 77).

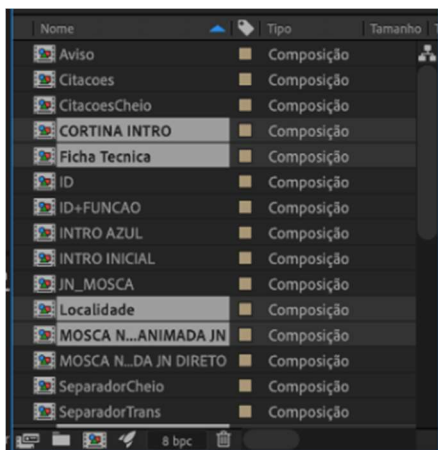


Imagem 75 - Grafismo do After Effects  
Selecionado para arrastar para o  
Premiere  
(Fonte: Projeto After Effects)

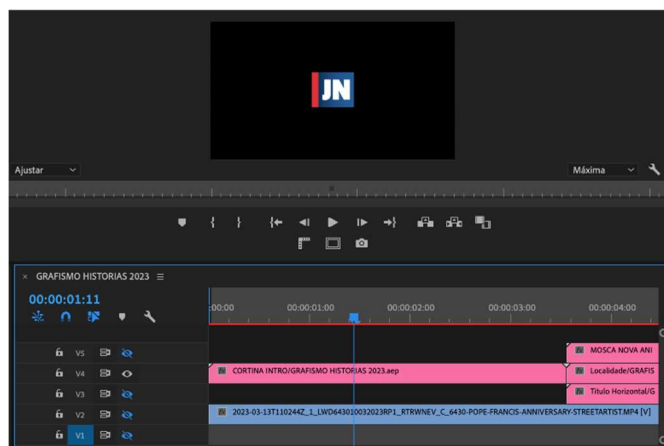


Imagem 76 - Cortina Inicial na Timeline do Premiere  
(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

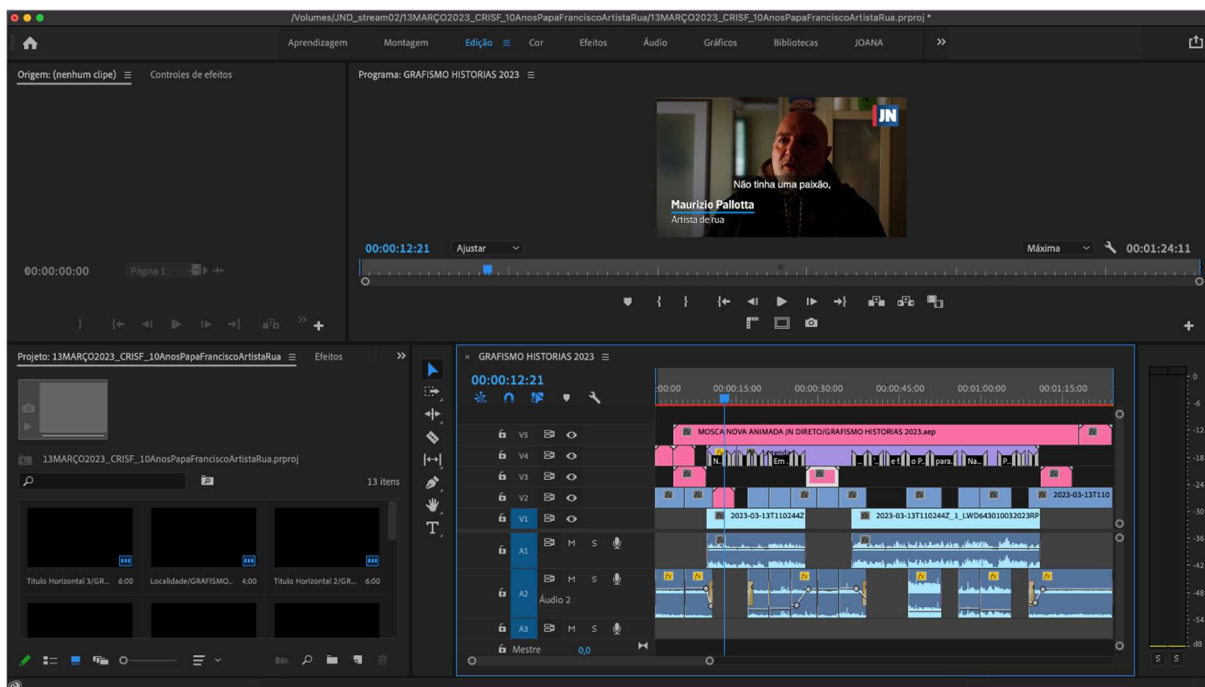


Imagem 77 - Timeline de um Projeto com Entrevista no V1  
(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

No v2 ‘pintamos’ com imagens que retratem o assunto, e a partir do v3 colocamos legendas – quando há entrevistas – e por fim, o grafismo. As legendas já têm um *template* de predefinição, também se encontra na pasta do “grafismo 2018” que arrastamos diretamente para a *timeline* e é só escrever o texto pretendido. Por norma, a entrevista tem respiros que são preenchidos com as imagens do v2, nesses intervalos aparecem as caixas de texto, por norma no V3, que ajudam a compreensão da história. A nível sonoro, como já mencionado anteriormente, usa-se efeitos de transição e baixa-se o volume. (Imagem 78)

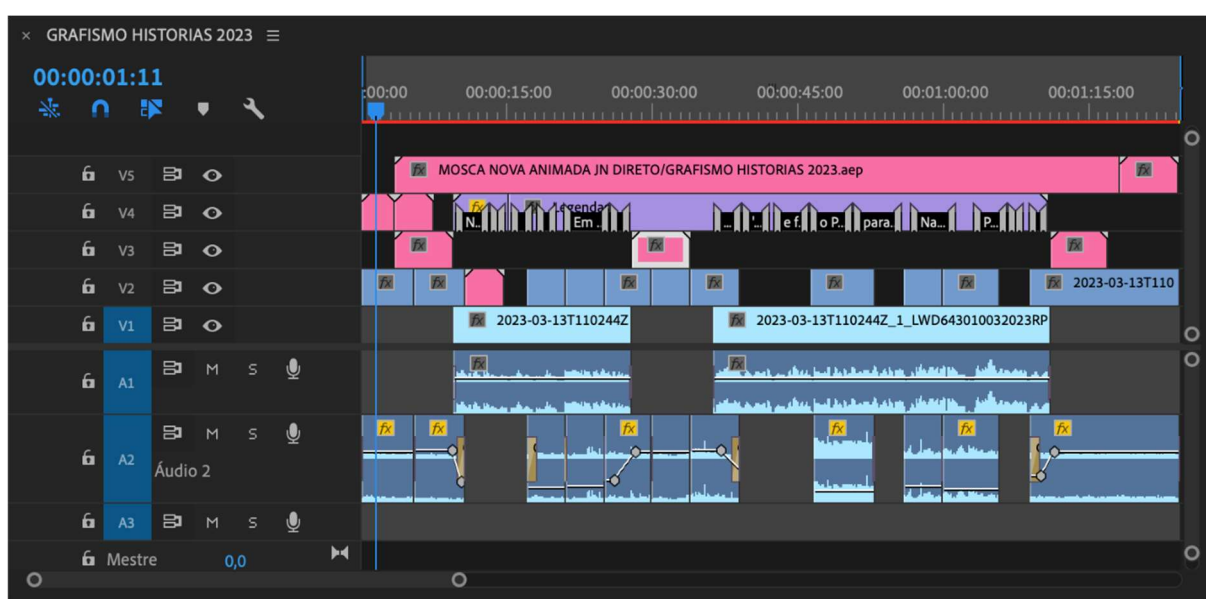


Imagem 78 - Timeline do Projeto 13Março2023\_ CrisF\_10AnosPapaFranciscoArtistaRua  
(Fonte: <https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-come-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html>)

Como referido no tópico 2.3.2 o Jornal de Notícias publica em diversas redes sociais, porém o JN Direto só atua diretamente no Facebook e Instagram, por outras palavras, os colaboradores só têm acesso a estas duas redes publicando somente nestas, e a grande questão é, quem alimenta as outras redes? As outras redes de comunicação baseiam-se no trabalho desenvolvido pelo JN Direto, porém existe um colaborador que se dedica somente às restantes, recebendo os conteúdos por *e-mails* e distribuindo para os leitores.

Contudo, a alimentação do nosso público não se limita apenas à publicação de vídeos. O Jornal de Notícias aposta em *posts* no *feed* reivindicando o leitor para a notícias no *site* onde poderá obter mais informações (Imagem 79), como também em *stories* que ficam disponíveis 24h.



Imagem 79 - Post no Feed a Direcionar para o Site  
(Fonte: <https://www.instagram.com/p/CpcpQzkIRSI/>)

Para ambos os casos, o processo de criação começa por abrir o *Canva*, a partir daqui seleciona-se o projeto conforme for o caso, visto que, os *templates* estão prontos a ser editados e reajustados (Imagem 80). Posto isto, copiamos o título usado na notícia do *site*

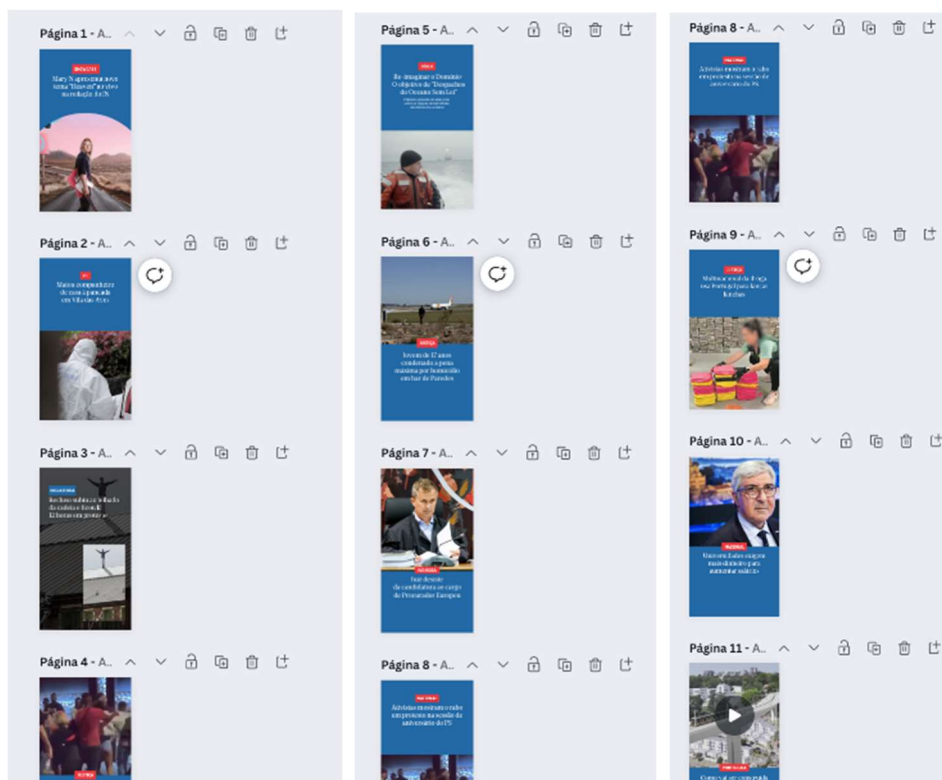


Imagem 80 - Templates para Histórias do Instagram  
(Fonte: Canva do Jornal de Notícias)

e colamos; na caixa a vermelho colocamos uma palavra relacionada com a notícia (não pode estar no título); pesquisamos no DAM (Imagem 81) guardamos e importamos para o *Canva*.

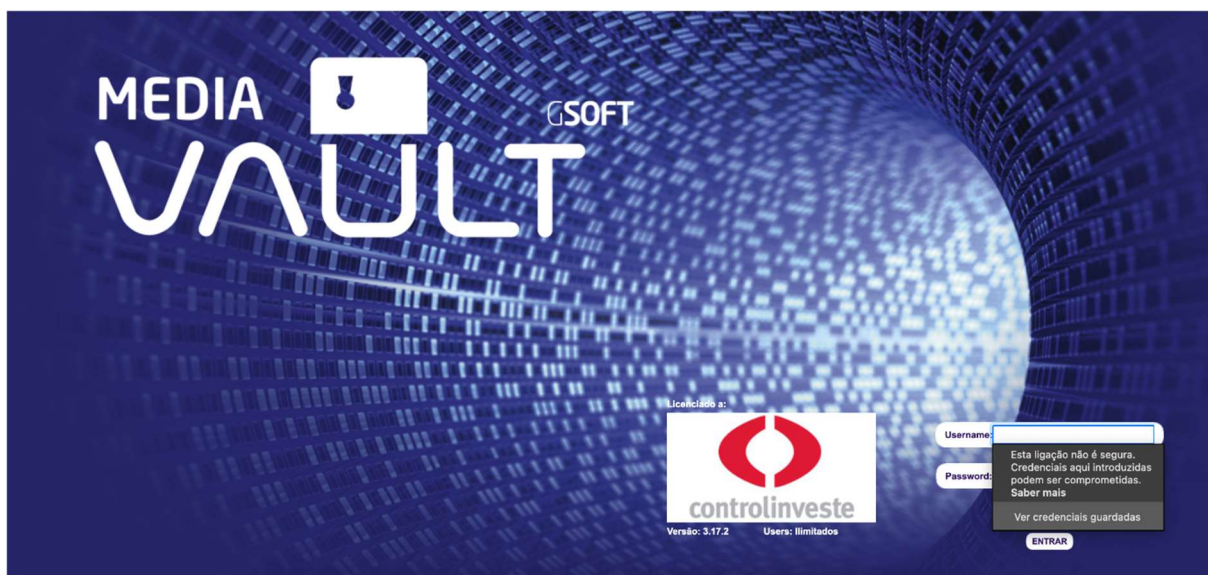


Imagem 81 – Entrada no DAM  
(Fonte: Entrada do DAM)

Por fim, verificamos se está tudo bem e se tem espaço entre o título e a imagem para colocar a ligação para quando o leitor vir no Instagram e clicar ser direcionado para a página da notícia no *site*. Para terminar, exportamos e passamos do computador para o telemóvel por *airdrop*, vamos ao *site* copiar o *link* que corresponde à notícia e no Instagram carregamos a imagem adicionando a ligação e colamos o *link* copiado, e está pronto o *storie* podendo ser publicado. (Imagem 82)



Imagem 82 - Exemplo de uma História para Instagram Finalizada  
(Fonte: <https://www.instagram.com/jornaldenoticias>)

O estágio no JN Direto permitiu assimilar os procedimentos e metodologias adotadas pela empresa, bem como compreender as técnicas de composição e a importância do enquadramento em trabalhos audiovisuais já publicados. Também, foi possível entender as características de cada vídeo e a sua duração, assim como os procedimentos para publicar no *site* e nas redes sociais. Além disso, o estágio permitiu trabalhar com edição, bem como aprimorar habilidades na área da escrita e gerenciamento de conteúdos para publicar.

Sintetizando, o estágio foi uma oportunidade para adquirir conhecimentos, competências relevantes para a área de comunicação audiovisual e jornalismo, permitindo o desenvolvimento de uma experiência prática de aproximação à realidade do mercado de trabalho.

### 3.3. Principais Dificuldades e Como foram Ultrapassadas

Uma vez que a aluna se propôs realizar um estágio com uma vertente jornalística, sentiu numa fase inicial, dificuldades na escrita – nas caixas de texto nos vídeos e no *BackOffice*. Este tipo de escrita é desafiador, especialmente para quem é novo na área do jornalismo e não se está familiarizado com as práticas e convenções específicas deste estilo.

Na fase de adaptação, a escrita era a maior preocupação acabando por não dar tanta importância à montagem, o que se tornou evidente e quando mostrava a algum superior, este tinha de a refazer e ainda demonstrar como fazer (Anexo 3, dia 22 de novembro). Para ultrapassar esta dificuldade, questionou-se alguns colegas da área que recomendaram escrever uma ideia por caixa, basicamente uma ideia uma frase. Porém, a maior dificuldade era saber quais eram as ideias mais relevantes. Outra dica fundamental, que ajudou bastante, foi imaginar que estava a contar a história a outra pessoa, quando sentia que faltava algo ou que não fazia sentido significava que faltava informação ou não tinha colocado a mais importante para a compreensão da notícia.

Para superar as dificuldades da escrita, após ver um vídeo interessante numa das agências, pesquisava e verificava as informações noutros meios de comunicação e fazia uma análise, nisto comunicava a um colega superior explicando o que tinha apurado e este dava o abalo se valeria a pena fazer o vídeo ou não. Depois passava para a criação

do projeto e edição, somente no fim é que se escrevia e colocava na *timeline* as caixas de texto, que tinham de responder às seguintes perguntas básicas, conhecidas como os “5 Ws e 1 H”:

→ **Quem?**

Identificar os envolvidos na notícia, que forneça nomes e informações relevantes sobre os protagonistas da história;

→ **O quê?**

Descrição da situação de forma clara e objetiva, incluindo detalhes sobre o assunto da questão;

→ **Quando?**

Informe a data e o horário em que o evento ocorreu ou se está agendado para acontecer. É importante haver uma precisão da informação de tempo para contextualizar a notícia;

→ **Onde?**

Mencionar o local onde aconteceu ou está programado para ocorrer, fornecendo detalhes sobre o local – nome da cidade, o endereço ou outras informações geográficas;

→ **Porquê?**

Explicar as razões e os motivos por trás do evento ou situação, fornecer contexto e análise para ajudar os leitores a entenderem o significado da notícia;

→ **Como?**

Descrever como o evento aconteceu ou como a situação se desenvolveu, fornecer detalhes sobre o processo, os procedimentos ou as medidas que foram tomadas.

Responder a estas perguntas básicas, havendo, no entanto, alguns casos que não têm resposta para algumas das questões, contudo ajuda a criar uma notícia completa e bem fundamentada, fornecendo aos leitores todas as informações necessárias para entender a história, utilizando uma escrita objetiva com uma linguagem clara e coesa. Seguem-se dois exemplos, um do início com dificuldades e outro do fim de estágio, respetivamente, <https://www.jn.pt/mundo/videos/o-rasto-de-destruicao-provocado->

[pelo-terramoto-que-matou-mais-de-200-pessoas-em-java-15377340.html?autoplay=true](https://www.jn.pt/mundo/videos/inverno-rigoroso-causa-inundacoes-e-mais-de-60-mortes-no-peru-16013934.html) (Anexo 3, dia 22 de novembro) - tendo em conta que este foi no início e sofreu alterações para ser publicado - <https://www.jn.pt/mundo/videos/inverno-rigoroso-causa-inundacoes-e-mais-de-60-mortes-no-peru-16013934.html> (Anexo 3, dia 16 de março). Ambos os exemplos escolhidos são da agência *AFP*, porém em nada interfere na edição ou escrita de texto.

Para ultrapassar a dificuldade na montagem, foi melhorando com a prática e para tal a Sara Gerivaz sugeriu que fizesse uma proposta de montagem sem ver a dela que já tinha saído na plataforma da reportagem na FAP (Federação Académica do Porto) e que consistiu na Mega Dádiva de Sangue e Medula Óssea 2<sup>a</sup> Edição. Posteriormente, em conjunto vimos a proposta feita e analisamos em conjunto possíveis melhoramentos, explicando-me que teria de haver um fio condutor, por exemplo começar com um plano fechado, seguir com um plano aberto com continuidade, e assim sucessivamente de forma que o espetador veja e entenda a história como um todo.

Em conclusão, a escrita de textos noticiosos pode ser desafiadora, especialmente para quem não teve formação em jornalismo, não estando familiarizados com as práticas e convenções deste estilo. No entanto, é possível superar estas dificuldades com algumas estratégias, como a de responder às perguntas básicas dos “5 Ws e 1 H” para criar uma notícia completa e bem fundamentada. Além disto, é importante praticar a montagem de vídeos, seguindo um fio condutor e procurando melhorar.

### 3.4. Atividades de Estágio

O estágio no Jornal de Notícias permitiu aprofundar a prática na área de edição e da captura de vídeo, colaborando ativamente e diariamente com a equipa responsável pela produção de conteúdo audiovisual, incluindo editores e jornalistas. Além disto, estive envolvida na operação de câmara em estúdio e em diretos, proporcionando uma perspetiva prática e dinâmica.

Diariamente, havia diferentes trabalhos, começando por verificar se o Instagram tinha histórias. No caso de não haver ou de não estarem atualizadas, a minha responsabilidade - após confirmar se outro colega estava a fazer - era criar histórias. Esta tarefa, por mais simples que pareça, permitiu o desenvolvimento de habilitações específicas para a criação de conteúdo atrativo e envolvente para os leitores. No entanto,

inicialmente, houve alguns erros que não iam de acordo com as normas da empresa, que rapidamente foram retificados.

É importante destacar que quando menciono edição de vídeo, automaticamente, implica todo o processo necessário para o conteúdo chegar até ao leitor, tal como foi explicado no 3.2. Desde a seleção cuidadosa de cenas até os cortes de clip para clip e os efeitos para suavizar o som, cada etapa é crucial para a criação de uma narrativa cativante e envolvente para o público.

### 3.4.1. Redação

Tornou-se um hábito, mal acordar, ligar o rádio e ouvir as notícias do dia, durante a viagem até à redação consultar as redes sociais e ver as publicações, bem como da concorrência. Desta forma, assim que chegava ao jornal, pegava no jornal impresso e sentava a ler as notícias de relevo do dia, nisto começava a pesquisa por assuntos que poderiam funcionar em vídeo. Uma vez que, entrava as 10h, por norma já tinham sido feitas histórias para o Instagram por quem entrava as 8h, mas quando não havia era a primeira coisa a se fazer. O processo da criação e publicação foi explicado no ponto 3.2. Contudo, seguem alguns exemplos, sem o *link* da notícia, visto que, são o resultado da exportação do *Canva* (Imagem 83, 84).



Imagem 83 - Exemplos com Templates Diferentes  
(Fonte: Canva do Jornal de Notícias)

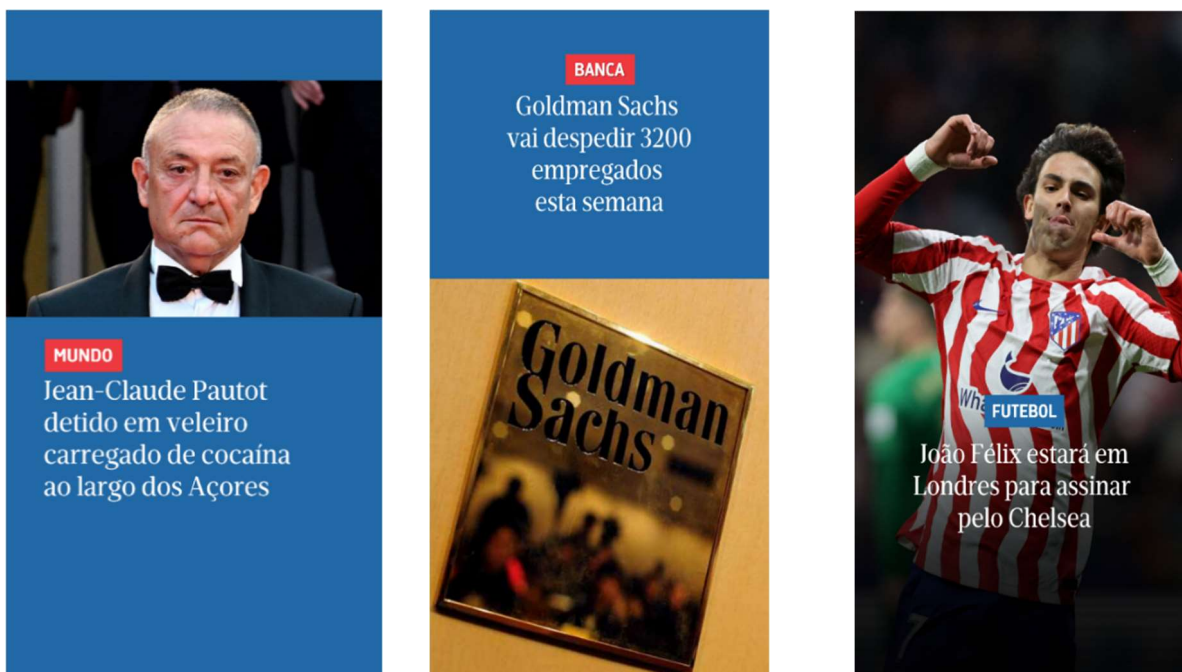


Imagem 84 - Exemplos com Templates Diferentes  
(Fonte: Canva do Jornal de Notícias)

A pesquisa começava pelas agências *Reuters* e *AFP*, porém em determinados casos procurávamos no Facebook e Twitter, ou, em casos específicos, leitores enviam vídeos que acabávamos por usar. A título de exemplo de um vídeo usado do Facebook, <https://www.jn.pt/local/videos/neve-corta-estradas-e-fecha-escolas-em-varios-concelhos-do-norte-15679262.html>, neste caso tivemos de mandar mensagem para a página a pedir autorização para usar o vídeo e publicá-lo na plataforma, colocando na ficha técnica. No Twitter, exportamos o vídeo e coloca-se na ficha técnica, tendo como exemplo <https://www.jn.pt/mundo/videos/homem-escala-predio-para-salvar-criancas-das-chamas-em-sevilha-15769654.html>.

Devido à sua imensidão (Anexo 3) serão apenas demonstrados os exemplos que se consideram mais relevantes, no que diz respeito, aos vídeos das agências.

→ *AFP*

<https://www.jn.pt/mundo/videos/aos-26-anos-flossie-foi-distinguida-pelo-guinness-como-a-gata-mais-velha-do-mundo-15387993.html> (Anexo 3, dia 25 de novembro);

<https://www.jn.pt/mundo/videos/estilista-indiano-leva-colecao-inspirada-em-monet-a-semana-da-moda-de-paris-15692539.html> (Anexo 3, dia 20 de janeiro);

<https://www.jn.pt/mundo/videos/elena-kurilo-um-dos-rostos-da-guerra-um-ano-depois-da-invasao-15837872.html> (Anexo 3, dia 14 de fevereiro).

→ *Reuters*

<https://www.jn.pt/mundo/videos/nadadores-russos-vestidos-com-equipamento-militar-enfrentam-aguas-geladas-na-siberia-15499510.html>  
(Anexo 3, dia 16 de dezembro);

<https://www.jn.pt/mundo/videos/pai-natal-sobrevooou-terra-santa-num-balao-de-ar-quente-para-espalhar-alegria-15525561.html?autoplay=true>  
(Anexo 3, dia 21 de dezembro);

<https://www.jn.pt/mundo/videos/jovens-ucranianos-treinam-para-o-circo-a-luz-das-velas-15593220.html> (Anexo 3, dia 3 de janeiro).

Estes são apenas alguns dos muitos exemplos, mas para além disto, na redação às sextas-feiras de manhã o colega que entra às 8h edita o vídeo para a Revista Magazine. No dia 6 de janeiro, devido ao acumular do trabalho, quando cheguei fiz o vídeo que consiste em posicionar a câmara acima do ombro de forma a ter o ponto de vista de quem folheia a revista, parando nas páginas principais. Posteriormente, é só colocar na *timeline* – *template* pré-definido – e acelerar o vídeo, tal como se pode observar no seguinte exemplo: <https://www.jn.pt/nacional/videos/doze-coisas-obrigatorias-para-fazer-em-2023-na-evasoes-desta-semana-15609359.html?autoplay=true>.

A quarta-feira é considerado um dia atípico, visto que a redação estaria completa – segundas e terças é a folga de quem trabalhou no fim-de-semana - mas também, pelo facto da Sofia Esteves – jornalista de desporto – integrar a equipa do JN Direto. Uma vez que, a Sofia vinha de um setor completamente diferente e só estava um dia da semana connosco, não assimilava toda a informação, o que acabava por ter de se repetir todas as semanas. Cheguei a ajudá-la a relembrar onde estavam os ficheiros para editar, como editar alguma coisa, qualquer questão que tivesse – ela sabia só se esquecia por não o fazer diariamente.

A mais de metade do estágio, 20 de fevereiro, chegou outra estagiária - Beatriz Neves – da área de jornalismo, mas com interesse em edição e operação de câmara. Nesta altura, a Sara Gerivaz estava na Ucrânia a fazer reportagens, então a Beatriz acabou por receber conhecimento de quem estava na redação, o que ia variando. Apesar de lhe ter

sido tudo explicado, ainda tinha algumas dúvidas, visto que era a primeira vez a editar um vídeo com as normas da empresa, ofereci-lhe ajuda. O vídeo em questão é o seguinte <https://www.jn.pt/mundo/videos/turcos-procuram-animais-escondidos-nos-escombros-quinze-dias-depois-do-terramoto-15874662.html>. No período de adaptação mostrei-lhe as instalações como o estúdio e a *régie* - onde estavam a preparar para gravar o programa “Alegações Finais”. Uma semana depois chegou outra estagiária a Daniela Tender e já conseguiu explicar-lhe o funcionamento da empresa.

Como referido no parágrafo anterior, a jornalista Sara Gerivaz foi para a Ucrânia a 13 de fevereiro e esteve lá cerca de quinze dias. Durante esses dias, a Sara fez várias reportagens que editava e enviava para redação para colocarmos o grafismo, as legendas e, posteriormente, publicar. No *e-mail* com o vídeo já vinham as legendas, os IDs pela ordem que apareciam e a localização. A nível de ficha técnica quem assinava era a Sara Gerivaz, seguem os exemplos onde coloquei o grafismo e legendas:

<https://www.jn.pt/mundo/videos/maior-centro-de-voluntarios-da-ucrania-ajuda-700-familias-por-dia-15885446.html>;

<https://www.jn.pt/mundo/videos/na-devastacao-de-irpin-ministra-da-defesa-reforca-apoio-portugues-a-ucrania-15897271.html>.

O dia mais atribulado na redação foi a 22 de Fevereiro, uma quarta-feira, onde tive a dar apoio à Sofia e à Beatriz a fazer histórias para o Instagram; depois ajudei a Sofia a editar o vídeo (<https://www.jn.pt/desporto/videos/adeptos-do-inter-fazem-viagem-de-12-horas-para-verem-o-jogo-com-o-f-c-porto-15883227.html>) em que apenas a relembrei onde estavam os ficheiros e o que arrastar em primeiro lugar para a *timeline*. Na parte da tarde, recebemos o primeiro vídeo - *link* acima - da Sara sobre a Guerra na Ucrânia, no qual coloquei o grafismo e as legendas. A Sofia e a Beatriz aproveitaram para ver como se fazia, uma vez que, não havia computadores suficientes para todos, mas também pela dificuldade sentida em colocar legendas. Nisto, chegou um vídeo de uma ratazana numa esquadra, que estive a tapar os rostos – inserido dias depois no artigo <https://www.jn.pt/justica/futuros-guardas-formados-em-instalacoes-com-ratos-em-portalegre--15919201.html>. Por fim, ainda houve concerto na redação que será mais desenvolvido no 3.4.4.

Atualmente, o Jornal de Notícias para além de editar vídeos para a plataforma, Facebook e Instagram, também edita para o TikTok. Numa ida à redação pós-final de

estágio, tive a oportunidade de ver como fazem esse processo de forma geral. Basicamente, depois de terem a montagem feita para a plataforma, criam um projeto com as dimensões da rede social e ajustam o vídeo, não colocando a cortina de entrada, de resto mantém o grafismo todo.

De forma sintética, um dia de trabalho na redação do JN Direto é intenso e envolve diversas atividades. A equipa trabalha de forma colaborativa, com o compartilhamento de conhecimentos e apoiando-se mutuamente. A redação também acompanha as mudanças do cenário digital, expandindo a sua atuação para o TikTok. No geral é um ambiente dinâmico e desafiador, onde a produção de conteúdo de qualidade é prioridade.

### 3.4.2. Reportagem

O JN Direto realiza diversas reportagens, de carácter interno ou colaborativo com outros setores da redação. Desta forma, as temáticas podem ser variadas, um jornalista pode escrever no impresso e achar interessante para vídeo, o editor Nuno Marques concordar. Por norma, quando saiam para reportagens oferecia-me para ir, se fossem só duas pessoas, isto porque se fosse mais não teria oportunidade de participar e atrapalharia na deslocação. Nisto, preparamos o material para a saída que se resume à câmara, cartão de memória, transmissor, microfone de mão e as pilhas, bem como a bateria, por fim, o tripé ou monopé.

A reportagem no Teatro Campo Alegre, acompanhou um ensaio da companhia Erva Daninha que regressou com três peças de circo contemporâneo. A entrevista foi realizada pela jornalista de cultura, Catarina Ferreira, e as filmagens a cargo do José Gabriel e da minha pessoa. No regresso à redação, passamos os brutos para o computador e enviamos o áudio para a jornalista. Por norma, a jornalista faz os cortes da entrevista, uma vez que neste caso é da secção da cultura, enviamos-lhe o áudio e ela diz-nos os tempos. Depois colocamos tudo na *timeline*, começamos por cortar a entrevista conforme a jornalista sugere e, por fim ‘pintamos’ a peça com imagens do ensaio. Segue o *link* do vídeo aqui descrito <https://www.jn.pt/artes/videos/mostra-estufa-regressa-ao-campo-alegre-com-tres-pecas-de-circo-contemporaneo-15493415.html> (Anexo 3, dia 15 de dezembro).

O exemplo que se segue foi um caso excepcional - <https://www.jn.pt/artes/videos/nena-vem-ao-porto-para-apresentar-ao-fundo-da-rua-na-casa-da-musica-15566337.html?autoplay=true> (Anexo 3, dia 23 de dezembro) -, onde se levou material a dobrar para haver dois pontos de vista, uma vez que, era somente a entrevista à cantora Nena. Neste projeto, fiquei na câmara que dá o lado direito da cantora e a jornalista Joana Soares com a outra, a entrevista foi feita pela estagiária da secção da cultura.

Ainda no contexto musical, na companhia do colega José Gabriel e do jornalista da secção do Porto, Miguel Amorim, fomos até à Igreja da Lapa acompanhar um ensaio do organista da Catedral de *Notre-Dame*, Olivier Latry, que inaugurou o ciclo de concertos de órgão. A captura dos vídeos para ‘pintar’ a peça foi da autoria de ambos, havendo partilha de ideias. A edição foi feita em conjunto e supervisionada pela Sara Gerivaz. Segue o *link* da reportagem: <https://www.jn.pt/local/videos/musico-da-catedral-de-notre-dame-viaja-ate-ao-porto-para-tocar-orgao-na-igreja-da-lapa-15635009.html> (Anexo 3, dia 10 de janeiro).

O JN tem uma parceria com a Casa da Música, desta forma, existem alguns exemplos dessas reportagens. O modo de preparação é igual, os exemplos seleccionados são de total autoria – captura de vídeo e edição. A entrevista e os cortes da mesma são da autoria da jornalista Sara Barbosa Oliveira, <https://www.jn.pt/artes/videos/casa-da-musica-inspira-se-na-alemanha-para-lancar-programacao-de-2023-15645875.html> (Anexo 3, dia 12 de janeiro). Neste caso, a companhia foi a Beatriz Neves e a jornalista Joana Soares – fez as questões e cortou a entrevista na edição - <https://www.jn.pt/artes/videos/elektra-de-richard-strauss-e-uma-opera-em-concerto-que-vai-estrear-na-casa-da-musica-15936998.html> (Anexo 3, dia 3 de março).

Na reta final do estágio, juntamente com a Beatriz Neves e a Joana Soares fomos até à Exponor para a feira Qualifica. Este exemplo é de destaque, visto que a captura de vídeo foi essencialmente da minha responsabilidade, à exceção dos vídeos de soldagem que foram feitos pela Joana Soares. A nível de edição a Joana começou por cortar as entrevistas e, posteriormente, pinte a peça [<https://www.jn.pt/local/videos/qualifica-regressa-a-exponor-com-140-expositores-de-formacao-e-ensino-15931580.html> (Anexo 3, dia 2 de março)]. A Beatriz acompanhou todo o processo, mas sem intervenção.

Ao longo do estágio no JN Direto, tive a oportunidade de participar de diversas reportagens, abrangendo temas variados e colaborações com outros setores da redação. A preparação envolvia a seleção e organização do equipamento necessário, como câmara, microfone e tripé. Durante as reportagens, trabalhava em conjunto com os jornalistas, realizando filmagens e capturando imagens relevantes. Após o retorno à redação, os materiais brutos eram transferidos para edição. O resultado baseia-se a vídeos informativos, publicados no *site* e nas redes sociais. Esta experiência proporcionou um aprendizado valioso no campo do jornalismo audiovisual.

### 3.4.3. Falso Direto - Estúdio

Os falsos diretos são gravados em estúdio, normalmente realizados por Nuno Marques, André Gomes ou Eduardo Fortunado. Acompanhei várias gravações na *régie*, onde tive a oportunidade de perceber, superficialmente, como funciona a *tricaster*<sup>29</sup> (Imagem 85). Ainda na *régie*, havia um equipamento para controlar o som que entrava



*Imagem 85 – Tricaster (Régie do Estúdio)*  
(Fonte: Autoral)

---

<sup>29</sup> É um equipamento de vídeo portátil que possui os principais recursos para uma transmissão de vídeo ao vivo, com cortes, trocas de câmaras, etc. É uma ilha de edição de vídeo ao vivo, ou seja, o estúdio está com o *chroma key* e este equipamento coloca o cenário virtual e o realizador consegue ainda controlar qual a câmara que está a gravar;

na *tricaster*, bem como, um para a iluminação da teia do estúdio (Imagem 86) e ainda o *CueScript*<sup>30</sup> (Imagem 87).



Imagem 86 - Ligar Iluminação da Teia  
(Fonte: Autoral)



Imagem 87 - CueScript

(Fonte: <https://products.keycodemedia.com/avcat/ctl18779/index.cfm?manufacturer=cuescript&product=csse>)

Outro detalhe importante do uso do estúdio para programas é que cada um tem uma identidade, isto é, as cadeiras diferem, o fundo e os adereços decorativos. Desta forma, dependendo do programa a ser gravado, a primeira coisa a ser feita era preparar o cenário. De seguida, liga-se as luzes e sentávamos um colega nas cadeiras do cenário para verificar se a iluminação estava bem, caso não estivesse, por norma o que realizava subia à teia para ajustar.

---

<sup>30</sup> Equipamento manual que durante a gravação vai passar as legendas ao jornalista;

O estúdio é composto por três câmaras - duas laterais e uma central -, a do lado direito é a que possui o equipamento que transmite as legendas, que era usado essencialmente no “Alegações Finais” pelos jornalistas Roberto Bessa Moreira e Alexandre Panda. A operação de câmara era necessária quando havia dois ou mais convidados, para fazer planos fechados de cada um deles. No programa “Alegações Finais” a câmara operada era a da esquerda (Imagem 88), já no “Mundialito” era a oposta (Imagem 89).



*Imagem 88 - Bastidores das gravações do Programa "Alegações Finais"*  
(Fonte: Autoral)



*Imagem 89 - Bastidores das gravações do Programa "Mundialito"*  
(Fonte: Autoral)

Explicados os afazeres em estúdio, passo a mencionar no que participei de forma resumida: preparação do cenário; ligar/desligar iluminação; pessoa de teste da iluminação; preparar transmissores e lapelas, colocar no/s jornalista e convidado/s; operar câmara quando tinha dois ou mais convidados. Os programas em que participei foi no “Alegações Finais” de temática judicial e no “Mundialito”, onde três crianças comentavam o mundial no Catar. Contudo, em nenhum dele participei na edição devido

à sua complexidade havia um colega pré-definido para os editar, no caso do primeiro era o José Gabriel e do segundo variava entre o André Gomes e a Sara Gerivaz.

→ “Alegações Finais”

[https://www.jn.pt/justica/especial/videos/associacoes-da-gnr-e-ppsp-  
apoiam-criacao-de-policia-nacional--15538086.html](https://www.jn.pt/justica/especial/videos/associacoes-da-gnr-e-ppsp-apoiam-criacao-de-policia-nacional--15538086.html)

→ “Mundialito”

[https://tag.jn.pt/mundialito-com-portugal-fora-do-baralho-quem-segue-  
ate-a-final-do-mundial-2022/](https://tag.jn.pt/mundialito-com-portugal-fora-do-baralho-quem-segue-ate-a-final-do-mundial-2022/) (Anexo 3, dia 12 de dezembro)

### 3.4.4. Direto

O JN Direto realiza diferentes diretos tanto em ambientes internos como externos, o material utilizado e necessário pode variar dependendo do tipo de transmissão. Há dias em que fazem direto às 18h para a RTP1 em que a câmara já esta posicionada, é só ligar a ligar, assim como a iluminação, a antena e preparar a lapela para a/o jornalista/o.

Numa transmissão no exterior, é necessário um conjunto de equipamentos específicos para garantir a qualidade e a estabilidade do direto. Isso geralmente inclui, câmara/s, microfone de mão, tripés, cabos de conexão e dispositivos de transmissão.

Já num direto no interior, como estúdios ou no caso abaixo os miniconcertos na redação, são necessários equipamentos adicionais. Isso pode incluir iluminação, cenários personalizados, mesa de mixagem de áudio e transmissores de vídeo.

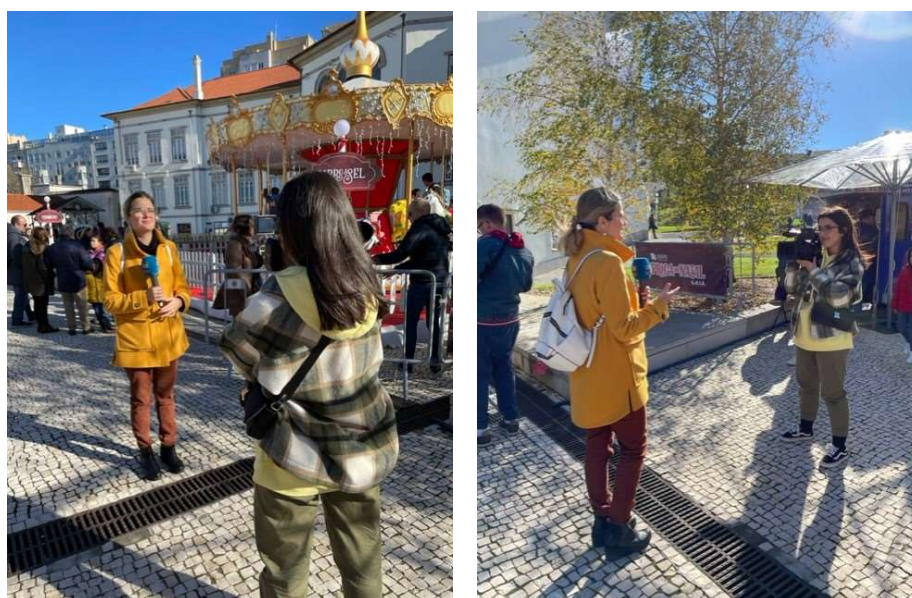
É importante ressaltar que o equipamento é adaptado de acordo com as necessidades e características específicas de cada direto, para garantir a qualidade e precisão da informação transmitida. O material selecionado era sempre pelo editor Nuno Marques com ajuda do André Gomes. A montagem do equipamento passava por toda a equipa, no meu caso montava as coisas mais simples como os tripés, as câmaras e puxava cabos.

Durante o estágio tive a possibilidade de participar em três diretos de temáticas e abordagens diferentes. Passo a explicar o que desempenhei em cada um.

→ Inauguração da Praça de Natal 2022 em Vila Nova de Gaia

A inauguração da Praça de Natal em Vila Nova de Gaia foi o primeiro direto em que colaborei juntamente com o José Gabriel (operador da câmara dos planos gerais), Nélon Luís (operador de *drone*), Joana Soares (Jornalista) e Nuno Marques (realizador).

Durante o direto estava (Imagem 90) em chamada com o Nuno para saber quando estava no ar. Neste direto havia duas câmaras, ambas ao ombro e tinha de fazer planos fechados acompanhar a marcha e, posteriormente, mostrar o mercado. Como o realizador estava no estúdio da redação, levamos umas mochilas com *Mobile Viewpoint*<sup>31</sup> (Imagem 91). O direto foi transmitido no Facebook da Praça de Natal: <https://fb.watch/kJFoCltVWP/>.



*Imagem 90 - Direto no Exterior com a Jornalista Joana Soares  
(Fonte: Autoral)*



*Imagem 91 - Mobile Viewpoint  
(Fonte: Autoral)*

<sup>31</sup> Transmissor de vídeo que se pode fazer a longas distâncias.

→ Conferência da Metro do Porto

O JN Direto transmite diversas conferências. Durante o período de estágio só participei da Metro do Porto no Campo 24 de Agosto, deixo o *site* com as informações: <https://www.jn.pt/conferencias/ciclo-de-conferencias---jn-praca-da-liberdade-mobilidade-da-coesao-social-a-descarbonizacao--15365304.html?fbclid=IwARlrmamOXXMC1tv1p4PkwzB0MnUaJG125FLh7nhM2in8fO-1DR6POr-LPiQ>. O direto foi transmitido pelo *site* do Jornal de Notícias não ficando disponível para se ver mais tarde. Desta forma, não há o *link* do direto.

Contudo, a participação nesta conferência foi na montagem e desmontagem do material, no carregamento e descarregamento, bem como operação da câmara lateral esquerda que dava os planos fechados dos oradores. (Imagem 92)



*Imagem 92 - Bastidores da Conferência da Metro do Porto  
(Fonte: Autoral)*

### → Miniconcertos na Redação

Os miniconcertos na redação remontaram somente na segunda parte do estágio e, por norma, eram às quartas-feiras por volta das 15:30h. Os artistas que atuavam cerca de meia hora para a redação, faziam uma breve apresentação do seu trabalho, assim como uma entrevista no final do concerto para a peça final. Esta peça servia como divulgação do concerto que iria acontecer na Casa da Música.

A preparação de um concerto mexia com a organização da agenda, uma vez que, na parte da manhã dois ou três colegas montavam o material e o cenário. Todos os concertos tinham quatro câmaras em diferentes posições, o que implicava cinco pessoas – quatro para as câmaras e uma na *régie*, a realizar. O posicionamento das câmaras são: uma em cada lateral, uma central e uma atrás.

Antes do concerto começar é lançado o alerta, o realizador dá números às câmaras



*Imagem 93 - Câmara Traseira nos  
Miniconcertos  
(Fonte: Autoral)*

para facilitar a comunicação, por exemplo a câmara do fundo é a quatro. Desta maneira, quando diz “quatro” é porque vai passar para essa e o operador estabiliza.

Particpei de três concertos, nos dois primeiros operei a câmara do fundo (Imagem 93), seguem os exemplos: Carlos Alberto Moniz <https://www.jn.pt/artes/videos/carlos-moniz-estreia-se-na-casa-da-musica-com-album-que-assinala-51-anos-de-carreira-15833849.html> e Viviane <https://www.jn.pt/artes/videos/reveja-o-showcase-de-viviane-na-redacao-do-jn-15939823.html>. Já no último e fim de estágio, operar

uma das câmaras principais – que dá o lado direito do palco com planos fechados –, dos Solistas da Orquestra Sinfónica da Casa da Música <https://fb.watch/kJHSPZi-8P/>.

Em diretos e em falsos diretos, temos um auscultador técnico com microfone, que possibilita a comunicação entre a equipa.

### 3.5. Conclusão

Ao longo do estágio no JN Direto, tive a oportunidade de vivenciar uma rotina de reportagens jornalísticas de forma intensa e enriquecedora. Neste período, participei de diversas atividades, tanto de caráter interno quanto em colaboração com outros setores da redação, o que possibilitou abordar diversas temáticas.

Uma das particularidades desse ambiente de trabalho foi a interação com as diferentes plataformas de comunicação do jornal. Também, foi interessante observar como um artigo escrito para o jornal impresso poderia ser adaptado para o formato de vídeo. Esta integração entre diferentes meios permitiu uma abordagem mais completa e dinâmica das notícias.

Como resultado deste estágio, pude aperfeiçoar as competências técnicas, como os movimentos de câmara, os enquadramentos e a escolha dos equipamentos adequados a cada situação. Além disso, trabalhei em diferentes projetos e colaborei com profissionais experientes nas diferentes áreas, o que me permitiu aprender diferentes técnicas e abordagens, além de receber frequentemente *feedback* que contribuiu para melhorar trabalhos futuros.

Para além das competências técnicas, uma das aprendizagens mais valiosas durante o estágio foi a arte do improviso na hora de filmar uma reportagem jornalística. A natureza dinâmica e imprevisível desse tipo de trabalho muitas vezes exigia a capacidade de adaptação rápida e criativa diante de diversas situações. Durante as reportagens encontrei diversos desafios inesperados, como mudanças de cenário, condições de iluminação desfavoráveis. Pode incluir a busca por ângulos alternativos. Em tais momentos, a capacidade de improvisar e tomar decisões rápidas tornou-se fundamental para garantir a qualidade e a fluidez das filmagens

No geral, o estágio no JN Direto na área de diretos foi enriquecedor, proporcionando uma visão abrangente do trabalho realizado nos bastidores. A experiência adquirida contribuiu para o crescimento profissional e permitiu compreender a importância do trabalho em equipa, da preparação minuciosa e do uso adequado dos recursos tecnológicos para um bom resultado.

## Considerações Finais

Ao explorar o papel do audiovisual nas plataformas digitais, fica evidente o seu impacto significativo na forma como consumimos e partilhamos informações na sociedade da informação atual. As plataformas digitais fornecem um ambiente propício para a criação, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual. Desta forma, é possível transmitir mensagens mais envolventes, estimulando os sentidos e criando uma conexão emocional com o espetador. As redes sociais possibilitam alcançar um público diversificado, sem restrições geográficas e temporais dos meios de comunicação tradicional.

Além do mais, o conteúdo audiovisual nas plataformas digitais tem impulsionado a transformação do jornalismo e dos meios de comunicação. Vídeos jornalístico, documentários e diretos estão a tornar-se cada vez mais populares, proporcionando uma abordagem mais dinâmica e imersiva para a divulgação de notícias e informações. No entanto, é importante salientar que apesar dos benefícios, também existem desafios. A rápida divulgação de informações falsas e a necessidade de garantir a veracidade e a qualidade do conteúdo são questões importantes a serem abordadas.

A velocidade da informação tornou-se uma característica importante para a sociedade atual, e no estágio, tive a oportunidade de compreender e experimentar o ritmo acelerado do jornalismo digital. A agilidade na produção, edição e publicação de conteúdos jornalísticos tornou-se essencial para atender às expectativas dos leitores, que procuram atualizações em tempo real.

Ao longo do estágio no JN Direto, pude constatar de forma concreta que vivemos na era da sociedade da informação, onde a velocidade e a rapidez na disseminação das informações desempenham um papel fundamental, para servir as necessidades do público. Desta forma, o JN adaptou-se à realidade do jornalismo digital, utilizando as plataformas digitais como ferramentas de comunicação. As redes sociais e o *site* do Jornal de Notícias, permitem partilhar notícias instantaneamente, possibilitando uma interação por parte dos leitores.

No JN Direto, pude compreender como as informações são partilhadas quase instantaneamente, de forma a atingir um público mais amplo e diversificado, através das redes sociais, as notícias podem ser irradiadas em questão de segundos, alcançando pessoas em diferentes partes do mundo. O estágio proporcionou uma visão privilegiada

dessa dinâmica da sociedade da informação e do papel do jornalismo na era digital. A rapidez na obtenção, verificação e divulgação das informações foi constante durante o período de estágio, o que exigia habilidades técnicas e adaptabilidade diante de um ambiente de trabalho acelerado.

Dessa forma, o estágio no JN Direto permitiu-me vivenciar de forma prática a interseção entre a sociedade da informação e a velocidade da informação no contexto do jornalismo digital. Compreendi a importância de acompanhar e dar resposta ao que o leitor procura, além de utilizar as plataformas digitais de uma maneira estratégica para disseminar as notícias de forma eficiente.

Em suma, o audiovisual desempenha um papel crucial nas plataformas digitais, envolvendo a maneira como se consome conteúdo e se conecta globalmente. No contexto do Jornal de Notícias e do jornalismo em geral, o audiovisual proporciona novas oportunidades de engajamento e interação com o público, propositando uma experiência informativa envolvente. É fundamental acompanhar as evoluções tecnológicas e explorar de forma ética e responsável o potencial do audiovisual para progredir uma sociedade resistente e conectada.

## Referências Bibliográficas

- Antunes, R. F. (2017). *O Audiovisual como Estratégia de Comunicação em Múltiplas Telas*.
- Ahmad Mulyana, R. B. (2020). ICT and Social Media as a Marketing Communication Platform in Facilitating Social Engagement in the Digital Era. *International Journal of Innovation*, 16.
- Azinheira, N. (11 de agosto de 2000). *Publico*. Obtido de Jornais "on-line" a crescer: <https://www.publico.pt/2000/08/11/jornal/jornais-online-a-crescer-147431>
- Bardin, L. (1979). *Análise de Conteúdo*. Presses Universitaires de France.
- Bastos, H. (2006). Comunicação e Sociedade - vol. 9-10. *Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse*, pp. 103-112.
- Bastos, H. (2012). *A diluição do jornalismo no Ciberjornalismo*.
- Canavilhas, J. (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede - volume 1*. Paz e Terra.
- Costa, É. B. (2020). *Narrativas Jornalísticas Digitais nas Redes Sociais: Periódicos Brasileiros e Portugueses em Formato de Stories*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Entschew, E. M. (21 de janeiro de 2021). Acceleration through Digital Communication: Theorizing on a Perceived Lack of Time.
- Fernando Irigaray, D. C. (2011). *Periodismo Digital: Convergencia, redes y móviles*. Laborde Libros Editor.
- Figueiredo, F. B. (2018). *A Concentração dos Media e a Homogeneidade de Conteúdos na Imprensa: Estudo de caso comparativo entre o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Gonçalves, I. M. (2018). *O jornalismo online e a reconfiguração das práticas jornalísticas: O caso do Diário de Notícias*. Universidade da Beira Interior de Artes e Letras.

- Lucia Santaella, R. L. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus Editora.
- Manuel Molinos, N. M. (2006). Comunicação e Sociedade - vol. 9-10. *Dez anos de jornalismo digital no Jornal de Notícias*, pp. 141-145.
- Mario Tascón, M. C. (2012). *Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Galaxia Gutemberg.
- Martini, R. (2017). *Sociedade da Informação para onde vamos*. São Paulo: Trevisan.
- Pereira, M. A. (2012). *Novos Media: uma nova forma de noticiar*. Instituto Universitário de Lisboa - Departamento de Sociologia.
- Públicos e Consumos de Media - O Consumo de Notícias e as Plataformas Digitais em Portugal e em mais dez Países*. (s.d.).
- Recuero, R. (2009). Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Porto Alegre.
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Meridional.
- Ribeiro, V. (2006). Fontes Sofisticadas de Informação – Análise do Produto Jornalístico Político da Imprensa Nacional. 9, 2, 17. Faculdade de Letras Universidade do Porto.
- Silva, F. F. (2015). *Jornalismo Móvel*. EDUFBA. Obtido de <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18003>
- Sousa, Fernando (1988): *Jornal de Notícias: A memória de um século (1888-1988)*. Porto.

## Anexos

### Anexo 1 Entrevista a Manuel Molinhos (Editor Executivo Adjunto)

Manuel Molinos começou por trabalhar em rádio, tendo passado também por alguns jornais impressos. Entre 1992 e 1993, os assuntos relacionados com a tecnologia e a internet despertaram a sua atenção, tanto que, nessa época, saiu do jornal Comércio do Porto e dedicou-se ao desenvolvimento de um diário digital. Posteriormente, em 2000, integrou o grupo de trabalho do Jornal de Notícias, onde hoje é editor executivo adjunto.

#### 1. Que motivos despoletaram a criação de uma edição online no Jornal de Notícias?

*O Jornal de Notícias é dos primeiros jornais generalistas, senão o primeiro jornal, a ter presença na web. Portanto, quando ele foi criado, foi no sentido de estar presente, naquela altura, na plataforma sem grande preocupação editorial em trabalhar conteúdos específicos para esta plataforma. Foi essa a razão principal, depois as coisas foram evoluindo e naturalmente foram sendo alteradas.*

*Quando eu vim para cá, já vim no sentido de tentar dinamizar mais a área do online e quando falo em online falo de tudo o que é conteúdo digitais, versões mobile e etc. A partir de 2008, salvo erro, começamos a fazer uma aposta forte na multimédia, quer ao nível de vídeos, quer ao nível de infografias interativas.*

#### 2. Segundo diversos autores, as potencialidades da internet diferenciam o ciberjornalismo dos outros géneros. Neste sentido, qual das potencialidades considera ser mais valorizada pelo JN *online* e porquê?

*Nós preocupamo-nos muito com a multimédia. Quando começamos a trabalhar com mais vigor nesta área, uma das nossas grandes preocupações foi a multimédia e quando eu falo em multimédia não estou a falar só no vídeo. Tivemos uma grande preocupação em não fazer televisão na web, tentamos apenas ter conteúdos que fossem de facto feitos para este canal específico.*

*Hoje, continua a ser uma das áreas que valorizamos bastante, temos um estúdio de áudio com algum equipamento, temos uma régie razoável e, portanto, a área da multimédia é uma área em que temos apostado bastante. Temos feito algumas emissões em direto, desde transmissões de concertos ao vivo de alguns festivais, nomeadamente o Paredes de Coura. Até ao ano passado tivemos sempre uma grande presença no*

*festival, com transmissão de concertos que obviamente tivemos permissão para transmitir. Digamos que a multimédia será “a nossa menina dos olhos”.*

*Depois somos muito fortes, e se calhar é aqui que reside a nossa grande mais-valia, na “Última Hora”, no breaking news. Somos muito rápidos, às vezes rápidos demais, no ataque aos acontecimentos de última hora e tentamo-nos diferenciar por aí.*

**3. Considera que existe alguma dessas potencialidades subvalorizada que poderia ser mais bem aproveitada na edição *online*?**

*Essa é uma pergunta difícil. Acho que todas as áreas podem ser melhoradas. Nós, neste momento, temos uma preocupação grande que não é só nossa, acho que é uma preocupação de todos os media que tenham outros suportes além do online, que é conseguir fazer uma convergência e uma integração perfeita de todos os profissionais que trabalham em diversas áreas e conseguir integrar todas as plataformas a trabalhar no mesmo sentido. Esse será o trabalho mais difícil de se concretizar, até por causa do perfil das pessoas e de vários fatores.*

*Se me perguntasse “qual é a área em que gostariam de melhorar rapidamente?”, seria nesta área da convergência porque sempre foi uma preocupação nossa tentar que não houvesse uma redação especificamente digital e portanto, que houvesse um corpo redatorial que fosse comum e que o jornalista fosse capaz de ir a uma conferência de imprensa e através do local onde está despejar algum conteúdo para as áreas digitais ou o facto de sair uma equipa de reportagem para um incêndio e ser capaz de levar uma câmara de vídeo e uma câmara fotográfica e, poder enviar no momento imagens do local para a edição online.*

*Este foi um trabalho que fomos fazendo e continuamos a fazer e acho que é um trabalho que nunca vai terminar, no sentido de criar uma convergência, que seja aquela que nós pretendemos e que achamos que é mais eficaz. Mas como lhe disse, este será o trabalho mais complexo em todas as redações, por questões várias – culturais, profissionais.*

**4. Como é feita a gestão de informação na secção “Última Hora”?**

*Nós temos sempre pessoas que são uma espécie de pivot, portanto o site é atualizado ou tem gente em permanência física na redação, das oito da manhã às duas. Depois há sempre pessoas que fora desse horário, também estão habilitadas e com instrumentos e ferramentas que lhes permitem atualizar as edições digitais. Portanto, temos sempre*

*alguém que está sempre a editar e, quando falo em editar, não é aquela edição de corrigir e melhorar, é antes uma espécie de um pivot que está atenta à atualidade e vai fazendo essa gestão. Digamos que é o “bate e foge” e depois as coisas vão sendo trabalhadas com mais forma. Até pode ser o jornalista que está a acompanhar esse assunto em determinado local, pode ser o jornalista que regressou do acontecimento e vai melhorar a peça porque esteve no local.*

*Há um conjunto de sinergias que nós tentamos pôr em prática. Por exemplo, neste momento há o caso de um acidente – eu apanho o acidente, sei que há, o sítio onde há, as horas e aquelas coisas comuns – publico e depois a notícia há de ser trabalhada com mais pormenor, com mais cuidado, por mim ou pela pessoa que, entretanto, for ao local ou pela pessoa que regresse do local e tem a história mais completa.*

**5. Relativamente à interatividade com os leitores, todas as notícias do site apresentam uma área para comentários. Como é feita a gestão dos comentários?**

*Quando reformulámos o site em 2008, nós escolhemos as notícias que queríamos abertas a comentários e, portanto, a partir daí, escolhemos as notícias que achamos que deviam ser comentadas e recebíamos os comentários em off. Através de uma plataforma de gestão editávamos os comentários ou pelo menos visualizamos os comentários antes de os publicarmos. Portanto, nenhum comentário era publicado sem ser “checado” antes.*

*Há uns anos atrás, foi política da empresa alterar este sistema e hoje, as notícias estão abertas a comentários e a gestão é feita à posteriori, isto quer dizer que se quiser pode comentar uma notícia e depois se o seu comentário for denunciado, eu vou receber um alerta, vou vê-lo e ou rejeito-o ou deixo-o ficar. A gestão de comentários é feita à posteriori, neste momento, não quer dizer que isto não se venha a alterar.*

*Há um algoritmo que nos permite também fazer essa gestão. Se um comentário for denunciado dez vezes, vai ter outro impacto no nosso sistema de gestão, mas basicamente é isto. Todas as notícias são abertas, há apenas algumas exceções que nós vamos fazendo por bom senso quase, mas por norma todas as notícias são abertas e as pessoas são livres de comentar, mas se os seus comentários forem denunciados são revistos.*

6. Sabendo que a internet possibilita novos contornos à construção de notícias, o JN *online* opta sobretudo pelo modelo de pirâmide invertida ou recorre à estrutura por blocos, com palavras-chave para hiperligações?

*Se eu fosse politicamente correto, diria que não usamos um sistema de pirâmide invertida, isso está completamente ultrapassado, é dos anos noventa. Optamos mais pelas pirâmides mistas, onde conseguimos fazer uma espécie de alinhamentos por graus de interesse e que esses interesses possam ser contextualizados ou sempre divididos com hiperligações e momentos de focos de atenção ao longo do texto. Acontece que num jornal diário e que publica centenas e centenas de notícias por dia, por vezes isto não é fácil.*

*Mas em termos ideais, sim, usamos mais o hipertexto para tentar relacionar o máximo de conteúdos que possam dar contexto a determinada matéria. Digamos que é aquilo que nós pedimos, ensinamos e que gostamos que seja feito. Mas como lhe disse, num jornal diário, ao longo do dia, há notícias que são pirâmide invertida.*

7. Como é feita a ligação entre a edição online e a edição impressa?

*Os conteúdos de papel não estão online a não ser na edição e-paper que temos. Temos uma edição e-paper – que é o jornal em formato digital – portanto, esses conteúdos estão lá e são conteúdos fechados, são pagos através de assinatura. Não há aquele conteúdo do papel que foi escrito hoje e amanhã eu vou metê-lo no site – isso não existe aqui.*

*O que existe é se o jornalista está a redigir, neste momento, o que vai escrever para o papel, vai de certeza passar informações para o online para poder libertar informação e depois tentamos gerir aquilo que queremos guardar só para o papel e o que queremos libertar mais no online, embora esta seja a grande guerra.*

8. Ao longo do tempo, o JN *online* tem sofrido alterações ao nível da organização do *site* e grafismo. Pode falar um pouco sobre essas alterações e o que as motivou?

*O site foi todo redesenhado e eu acompanhei esse desenho todo com um webdesigner. Tivemos uma grande preocupação com a boa navegação e para que o site fosse relativamente simples, portanto, que o uso fosse facilitado. Tivemos grandes preocupações nessa área – tentar fazer uma coisa, na altura, dentro dos moldes que estavam a ser praticados e pronto as coisas vão evoluindo.*

*Hoje, as coisas já não são como eram e, portanto, o site já precisaria de uma grande mudança, de uma reformulação gráfica também. Vamos fazendo aqui um ou outro ajuste e nem sempre da forma que eu achava que poderia ser feita porque há várias limitações neste sentido. Mas tivemos sempre uma preocupação de ter um site que fosse fácil de consultar, que fosse leve. Fomos muito elogiados por isso, na altura, por ser um site muito limpo e muito fácil de consumir e tentamos manter essa linha, embora graficamente já pensamos que não era bem isto e que queremos outras coisas.*

#### 9. Quais as mais-valias do arquivo do JN? Qualquer pessoa o pode consultar?

*Nós temos um departamento, o centro de documentação e arquivo, que vende arquivo. Eu tenho impressão de que quem tem assinatura do jornal e-paper, que tem acesso ao arquivo, durante x meses e depois temos conteúdos à venda.*

*Um arquivo é a história dos jornais. Temos 151 anos e, portanto, o arquivo é uma riqueza tremenda. Todo esse arquivo nós usamos, mas também é conteúdo que digamos, é uma área de negócio. Não vejo muita diferença entre um arquivo digital e um arquivo físico, pois é um arquivo, apesar da forma de consultar ser diferente. Acho que a importância é a mesma*

Anexo 2 Entrevista a Luís Carvalho (Editor do *Online*) sobre as atualizações no *site* do JN

1. Quais as principais diferenças que os leitores irão sentir ao abrir o *site*? (o menu vai mudar? se sim que mudanças irá sofrer; será mais interativo?)

*Há duas grandes mudanças que os leitores vão sentir ao abrir o novo site do Jornal de Notícias. A primeira está relacionada com o destaque dado à fotografia. Imagens maiores e algumas na vertical. A segunda será sentida no menu, em que as secções não estarão visíveis na homepage, sendo substituídas por tags ou temas que estejam a marcar a atualidade.*

2. A paleta cromática continuará a mesma?

*O azul e vermelho JN continuarão a dominar a paleta do novo site, para que o leitor continue a perceber que se trata do JN de sempre, mas com uma nova imagem.*

3. A secção do JN Direto irá ter maior destaque na página inicial do *site*?

*O JN Direto continuará a ter uma posição nobre na homepage do jornal, mas com destaque ainda maior, já que a secção "rasgará" o ecrã de um lado ao outro.*

4. A organização das notícias vai ser diferente?

*Pequenos ajustes, mas, no essencial, será semelhante.*

5. O que foi tido em conta para proceder às mudanças? A navegação em mobile influenciou as mudanças? quais?

*Aqui, junto a resposta à pergunta seguinte. O novo site do JN foi pensado de forma a ser mais facilmente navegável em mobile, sendo que a verticalidade associada a este tipo de navegação foi o conceito base desta mudança. Temos imagens verticais e, para evitar o scroll infinito, há menus de notícias em que a navegação se faz por swipe, um gesto natural de quem está habitado a navegar na Internet a partir de um telemóvel.*

*Do ponto de vista técnico, o novo site está otimizado para ser facilmente indexado nos motores de busca, com possibilidade de edição de meta dados para melhorar o SEO.*

Anexo 3 Relatório Diário do Estágio

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

Dia	Mês	Descrição
21	Novembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contextualização dos programas em que o JN Direto está envolvido</li> <li>Entender o funcionamento da empresa</li> <li>Compreender os métodos de edição</li> </ul>
22		<ul style="list-style-type: none"> <li>Assimilação das notícias do dia</li> <li>Observar o funcionamento da equipa, percebendo os problemas/erros cometidos em terreno</li> <li>Acompanhamento de edição de vídeo (notícias para site e redes sociais) e publicação <a href="https://www.in.pt/pessoas/videos/filho-de-julio-iglesias-apresenta-namorada-coberta-por-um-lencol-15376047.html">https://www.in.pt/pessoas/videos/filho-de-julio-iglesias-apresenta-namorada-coberta-por-um-lencol-15376047.html</a> <a href="https://www.in.pt/desporto/videos/adeptos-da-arabia-saudita-em-extase-apos-vitoria-contra-a-argentina-15376582.html?autoplay=true">https://www.in.pt/desporto/videos/adeptos-da-arabia-saudita-em-extase-apos-vitoria-contra-a-argentina-15376582.html?autoplay=true</a></li> <li>Edição de vídeo de forma autónoma <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/o-rasto-de-destruicao-provocado-pelo-terramoto-que-matou-mais-de-200-pessoas-em-java-15377340.html?autoplay=true">https://www.in.pt/mundo/videos/o-rasto-de-destruicao-provocado-pelo-terramoto-que-matou-mais-de-200-pessoas-em-java-15377340.html?autoplay=true</a></li> </ul>
23		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição de vídeo com colega Gabriel <a href="https://www.in.pt/desporto/videos/policia-do-catar-pisa-bandeira-de-pernambuco-por-confundi-la-com-arco-iris-lgbt-15379316.html?autoplay=true">https://www.in.pt/desporto/videos/policia-do-catar-pisa-bandeira-de-pernambuco-por-confundi-la-com-arco-iris-lgbt-15379316.html?autoplay=true</a></li> <li>Edição de vídeo de forma autónoma <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/violencia-em-fabrica-afeta-producao-de-iphones-na-china-15380402.html?autoplay=true">https://www.in.pt/mundo/videos/violencia-em-fabrica-afeta-producao-de-iphones-na-china-15380402.html?autoplay=true</a></li> </ul>
24		<ul style="list-style-type: none"> <li>Saída para reportagem na FAP que organizou a Mega Dádiva de Sangue e Medula Óssea 2ª edição (visualização da captura de imagens; assistente de câmara e suporte de microfone nas entrevistas); edição de proposta para treinar a escrita de texto (Jornalista Sara Gerivaz editou o vídeo para o site)</li> </ul>
25		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição do vídeo <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/aos-26-anos-flossie-foi-distinguida-pelo-guinness-como-a-gata-mais-velha-do-mundo-15387993.html">https://www.in.pt/mundo/videos/aos-26-anos-flossie-foi-distinguida-pelo-guinness-como-a-gata-mais-velha-do-mundo-15387993.html</a></li> <li>Gravação do “Mundialito” com a Jornalista Joana Soares, em estúdio</li> <li>Revisão do vídeo sobre a dádiva de sangue FAP sobre a orientação da Sara Gerivaz</li> </ul>
26		
27		
28		<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmagem e edição da Greve dos trabalhadores das cantinas <a href="https://www.in.pt/local/videos/trabalhadores-das-cantinas-em-greve-por-melhores-salarios-15394695.html">https://www.in.pt/local/videos/trabalhadores-das-cantinas-em-greve-por-melhores-salarios-15394695.html</a></li> <li>Levar computadores para limpeza interior</li> <li>Acompanhamento da edição da revista Volta ao Mundo</li> </ul>
29		<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmagem e edição do Cosplay, a Jornalista Sara Barbosa Oliveira fez os cortes à entrevista, acompanhei o processo, depois escolhi a música e pinteí</li> </ul>
30		<ul style="list-style-type: none"> <li>Finalizada a edição do vídeo <i>Cosplay</i></li> <li>Preparação do material para o direto da praça de Natal em Vila Nova de Gaia</li> </ul>
1	Dezembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Praça de Natal em Gaia – Direto</li> <li>Participação no direto com a segunda câmara (ANEXADO) e acompanhamento da edição da peça para divulgação</li> </ul>
2		
3		
4		
5		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Preparação de estúdio para gravações</li> <li>Gravação do <i>Alegações Finais</i> com a convidada Marta Pereira, sobre o tráfico de seres humanos</li> <li>Edição do vídeo sobre as inundações no Algarve</li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

		<p><a href="https://www.jn.pt/local/videos/videos-mostram-inundacoes-em-faro-e-quarteira-15432073.html">https://www.jn.pt/local/videos/videos-mostram-inundacoes-em-faro-e-quarteira-15432073.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agendamento para quarta do vídeo da <i>Companhia dos Livros</i></li> <li>• Auxílio ao escrever o texto em vídeo sobre a inspeção às trotinetas</li> </ul>
6		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Alterações na edição do vídeo do cosplay</li> <li>• Pesquisa para relatório teórico</li> </ul>
7		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparação da conferência do metro no campo 24 de Agosto</li> <li>• Operação da camera lateral durante a conferência</li> <li>• Arrumar equipamento</li> </ul>
8		
9		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Acompanhamento e participação na edição do zodiaco para a próxima semana</li> <li>• Acompanhar jornalista e repórter à inauguração do cinema batalha</li> </ul>
10		
11		
12		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição e publicação na plataforma e redes sociais</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/milhares-de-pais-natais-celebram-quadra-em-varias-partes-do-mundo-15472650.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/milhares-de-pais-natais-celebram-quadra-em-varias-partes-do-mundo-15472650.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Operação de câmara – plano fechado da criança que estava a falar - no programa “mundialito”</li> </ul> <p><a href="https://tag.jn.pt/mundialito-com-portugal-fora-do-baralho-quem-segue-ate-a-final-do-mundial-2022/">https://tag.jn.pt/mundialito-com-portugal-fora-do-baralho-quem-segue-ate-a-final-do-mundial-2022/</a></p>
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição e publicação</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/bolsonaristas-tentam-invadir-sede-da-policia-federal-e-incendeiam-carros-em-brasilia-15479153.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/bolsonaristas-tentam-invadir-sede-da-policia-federal-e-incendeiam-carros-em-brasilia-15479153.html</a></p> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/protestos-no-peru-ja-fizeram-sete-mortos-15478384.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/protestos-no-peru-ja-fizeram-sete-mortos-15478384.html</a></p>
14		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição e publicação</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/inundacoes-no-congo-causam-137-mortos-15484205.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/inundacoes-no-congo-causam-137-mortos-15484205.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stories</li> </ul>
15		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filmagens no Teatro Campo Alegre sobre o circo contemporâneo</li> <li>• Edição da peça</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/artes/videos/mostra-estufa-regressa-ao-campo-alegre-com-tres-pecas-de-circo-contemporaneo-15493415.html">https://www.jn.pt/artes/videos/mostra-estufa-regressa-ao-campo-alegre-com-tres-pecas-de-circo-contemporaneo-15493415.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição do comentário de Ana Moura e publicação na plataforma e Facebook</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/comentario-jn-catargate-impulsiona-mudancas-em-bruxelas-15492692.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/comentario-jn-catargate-impulsiona-mudancas-em-bruxelas-15492692.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparação de set para direto</li> </ul>
16		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão das frases na peça do teatro</li> <li>• Publicação da peça</li> <li>• Edição e publicação do calendário solidário dos bombeiros de Lisboa contra fome</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/local/videos/sapadores-de-lisboa-despem-se-para-calendario-solidario-15497818.html">https://www.jn.pt/local/videos/sapadores-de-lisboa-despem-se-para-calendario-solidario-15497818.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição do vídeo sobre nadadores de gelo na Rússia</li> </ul> <p><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/nadadores-russos-vestidos-com-equipamento-militar-enfrentam-aguas-geladas-na-siberia-15499510.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/nadadores-russos-vestidos-com-equipamento-militar-enfrentam-aguas-geladas-na-siberia-15499510.html</a></p>
17		
18		

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

19		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/romenos-vestem-se-de-urso-e-desfilam-em-bucareste-para-se-despedirem-de-2022-15514629.html">https://www.in.pt/mundo/videos/romenos-vestem-se-de-urso-e-desfilam-em-bucareste-para-se-despedirem-de-2022-15514629.html</a></li> <li>Gravação do "Mundialito" (ANEXADO)</li> </ul>
20		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Edição e publicação <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/refugiados-ucranianos-preparam-natal-em-praga-enquanto-a-guerra-continua-15521545.html?autoplay=true">https://www.in.pt/mundo/videos/refugiados-ucranianos-preparam-natal-em-praga-enquanto-a-guerra-continua-15521545.html?autoplay=true</a></li> </ul>
21		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/pai-natal-sobrevoo-terra-santa-num-balao-de-ar-quente-para-espalhar-alegria-15525561.html?autoplay=true">https://www.in.pt/mundo/videos/pai-natal-sobrevoo-terra-santa-num-balao-de-ar-quente-para-espalhar-alegria-15525561.html?autoplay=true</a></li> <li>Entrevista e filmagens aos bastidores do circo no Coliseu do porto (errei shutter – 1/12 em vez de 1/50 (mínimo) - não se aproveitou nada)</li> </ul>
22		<ul style="list-style-type: none"> <li>Reportagem a lojas locais em Gondomar</li> <li>Edição da reportagem <a href="https://www.in.pt/local/especial-patrocinado/videos/campanha-de-natal-oferece-mais-de-70-premios-semanais-em-apoio-ao-comercio-local-15533117.html">https://www.in.pt/local/especial-patrocinado/videos/campanha-de-natal-oferece-mais-de-70-premios-semanais-em-apoio-ao-comercio-local-15533117.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Acompanhamento do 60s</li> </ul>
23		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação de vídeo <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/video-mostra-comboio-a-descarrilar-apos-colidir-com-camiao-nos-eua-15538249.html">https://www.in.pt/mundo/videos/video-mostra-comboio-a-descarrilar-apos-colidir-com-camiao-nos-eua-15538249.html</a></li> <li>Entrevista a cantora Nena</li> </ul>
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
1	Janeiro	
2		
3		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Publicação de um vídeo editado pela colega</li> <li>Edição e publicação <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/jovens-ucranianos-treinam-para-o-circo-a-luz-das-velas-15593220.html">https://www.in.pt/mundo/videos/jovens-ucranianos-treinam-para-o-circo-a-luz-das-velas-15593220.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição com o jornalista Cesar Castro do 60s <a href="https://www.in.pt/nacional/videos/marcelo-vai-ao-funeral-de-bento-xvi-representar-estado-portugues-e-outras-em-60-segundos-15594032.html?autoplay=true">https://www.in.pt/nacional/videos/marcelo-vai-ao-funeral-de-bento-xvi-representar-estado-portugues-e-outras-em-60-segundos-15594032.html?autoplay=true</a></li> </ul>
4		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Pesquisa para o trabalho teórico e desenvolvimento do tópico (do jornal ao digital)</li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/cemiterio-que-acolhe-personalidades-historicas-de-jerusalem-vandalizado-15599597.html">https://www.in.pt/mundo/videos/cemiterio-que-acolhe-personalidades-historicas-de-jerusalem-vandalizado-15599597.html</a></li> </ul>
5		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/voluntarios-oferecem-presentes-de-natal-a-criancas-ucranianas-em-bakhmut-15603787.html">https://www.in.pt/mundo/videos/voluntarios-oferecem-presentes-de-natal-a-criancas-ucranianas-em-bakhmut-15603787.html</a> <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/medicos-franceses-em-greve-exigem-aumentos-nas-taxas-de-consulta-15604969.html">https://www.in.pt/mundo/videos/medicos-franceses-em-greve-exigem-aumentos-nas-taxas-de-consulta-15604969.html</a></li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

6		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Gravação, edição e publicação da revista “evasões” <a href="https://www.jn.pt/nacional/videos/doze-coisas-obrigatorias-para-fazer-em-2023-na-evasoes-desta-semana-15609359.html?autoplay=true">https://www.jn.pt/nacional/videos/doze-coisas-obrigatorias-para-fazer-em-2023-na-evasoes-desta-semana-15609359.html?autoplay=true</a></li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/detencao-do-filho-de-el-chapo-provoca-o-caos-no-mexico-15609984.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/detencao-do-filho-de-el-chapo-provoca-o-caos-no-mexico-15609984.html</a></li> <li>Saída para reportagem, captura de vídeo, Bairro da Pasteleira Acampamento de Droga</li> </ul>
7		
8		
9		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/mais-de-1200-detidos-apos-invasao-de-bolsonaristas-15625437.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/mais-de-1200-detidos-apos-invasao-de-bolsonaristas-15625437.html</a> <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/video-mostra-retirada-de-bolsonaristas-de-acampamento-em-brasilia-15626247.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/video-mostra-retirada-de-bolsonaristas-de-acampamento-em-brasilia-15626247.html</a></li> <li>Pesquisa para o trabalho teórico e desenvolvimento do tópico (introdução do Jornal de Notícias)</li> </ul>
10		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Desenvolvimento do trabalho teórico</li> <li>Saída para reportagem, captura de vídeo, Músico da Catedral de Notre-Dame viaja até ao Porto para tocar órgão na Igreja da Lapa <a href="https://www.jn.pt/local/videos/musico-da-catedral-de-notre-dame-viaja-ate-ao-porto-para-tocar-orgao-na-igreja-da-lapa-15635009.html">https://www.jn.pt/local/videos/musico-da-catedral-de-notre-dame-viaja-ate-ao-porto-para-tocar-orgao-na-igreja-da-lapa-15635009.html</a></li> </ul>
11		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/tempestade-abre-cratera-em-estrada-de-los-angeles-e-engole-dois-veiculos-15638516.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/tempestade-abre-cratera-em-estrada-de-los-angeles-e-engole-dois-veiculos-15638516.html</a></li> <li>Desenvolvimento do trabalho teórico (interatividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, memória e personalização)</li> </ul>
12		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Saída para reportagem, captura de vídeo e edição <a href="https://www.jn.pt/artes/videos/casa-da-musica-inspira-se-na-alemanha-para-lancar-programacao-de-2023-15645875.html">https://www.jn.pt/artes/videos/casa-da-musica-inspira-se-na-alemanha-para-lancar-programacao-de-2023-15645875.html</a></li> </ul>
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/justica/videos/video-mostra-agressoes-a-policias-em-marvila-quando-detiam-suspeito-de-traffic-15652471.html?autoplay=true">https://www.jn.pt/justica/videos/video-mostra-agressoes-a-policias-em-marvila-quando-detiam-suspeito-de-traffic-15652471.html?autoplay=true</a></li> </ul>
14		
15		
16		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/chefe-da-mafia-matteo-messina-detido-apos-30-anos-em-fuga-15666729.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/chefe-da-mafia-matteo-messina-detido-apos-30-anos-em-fuga-15666729.html</a></li> <li>Saída para reportagem, captura de vídeo, casal que vive no aeroporto <a href="https://www.jn.pt/local/videos/sem-trabalho-e-sem-apoios-bruno-e-irina-vivem-ha-mais-de-um-mes-no-aeroporto-15669433.html">https://www.jn.pt/local/videos/sem-trabalho-e-sem-apoios-bruno-e-irina-vivem-ha-mais-de-um-mes-no-aeroporto-15669433.html</a></li> </ul>
17		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos sobre a explosão petrolífera na Tailândia</li> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/torre-eiffel-ilumina-se-com-frases-de-apoio-as-mulheres-iranianas-15672253.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/torre-eiffel-ilumina-se-com-frases-de-apoio-as-mulheres-iranianas-15672253.html</a></li> </ul>
18		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>Edição e publicação do vídeo</li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.in.pt/local/videos/neve-corta-estradas-e-fecha-escolas-em-varios-concelhos-do-norte-15679262.html">https://www.in.pt/local/videos/neve-corta-estradas-e-fecha-escolas-em-varios-concelhos-do-norte-15679262.html</a></li> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Post para feed do Instagram</li> </ul>
19		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/milhares-de-franceses-nas-ruas-contr-a-aumento-da-idade-da-reforma-15685541.html">https://www.in.pt/mundo/videos/milhares-de-franceses-nas-ruas-contr-a-aumento-da-idade-da-reforma-15685541.html</a></li> </ul>
20		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/estilista-indiano-leva-colecao-inspirada-em-monet-a-semana-da-moda-de-paris-15692539.html">https://www.in.pt/mundo/videos/estilista-indiano-leva-colecao-inspirada-em-monet-a-semana-da-moda-de-paris-15692539.html</a></li> <li>• Saída para reportagem nos aliados com a Jornalista Sara Gerivaz, novo ano chinês</li> </ul>
21		
22		
23		<p>Entrevista à Nena <a href="https://www.in.pt/artes/videos/nena-vem-ao-porto-para-apresentar-ao-fundo-da-rua-na-casa-da-musica-15566337.html?autoplay=true">https://www.in.pt/artes/videos/nena-vem-ao-porto-para-apresentar-ao-fundo-da-rua-na-casa-da-musica-15566337.html?autoplay=true</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/bens-valiosos-destruidos-por-bolsonaristas-estao-a-ser-reparados-15707380.html">https://www.in.pt/mundo/videos/bens-valiosos-destruidos-por-bolsonaristas-estao-a-ser-reparados-15707380.html</a></li> <li>• Saída para reportagem na praia de Matosinhos, mãe e filho vivem numa barraca na praia</li> </ul>
24		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saída para reportagem do incendio em Matosinhos (captura de vídeo)</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/local/videos/incendio-destroi-armazem-abandonado-com-materiais-inflamaveis-em-matosinhos-15716232.html">https://www.in.pt/local/videos/incendio-destroi-armazem-abandonado-com-materiais-inflamaveis-em-matosinhos-15716232.html</a></li> </ul>
25		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saída para filmar a nova redação</li> <li>• Saída para a Pasteleira - droga</li> <li>• Reunião geral no Jornal de Notícias sobre as novas instalações</li> </ul>
26		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Saída para entrevista da Miss Universo Telma Madeira</li> </ul>
27		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/motorista-perde-controlo-de-autocarro-e-cai-em-lago-na-turquia-15733912.html">https://www.in.pt/mundo/videos/motorista-perde-controlo-de-autocarro-e-cai-em-lago-na-turquia-15733912.html</a></li> <li>• Cortar a entrevista da Miss Universo Telma Madeira</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/pessoas/videos/telma-madeira-ser-miss-universo-portugal-foi-um-sonho-tornado-realidade-15745660.html">https://www.in.pt/pessoas/videos/telma-madeira-ser-miss-universo-portugal-foi-um-sonho-tornado-realidade-15745660.html</a></li> </ul>
28		
29		
30		
31		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> <li>• <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/franceses-voltam-as-ruas-em-protesto-contr-a-aumento-da-idade-da-reforma-15756324.html">https://www.in.pt/mundo/videos/franceses-voltam-as-ruas-em-protesto-contr-a-aumento-da-idade-da-reforma-15756324.html</a></li> <li>• Histórias para o Instagram</li> </ul>
1	Fevereiro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocar grafismo no vídeo</li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

		<p><a href="https://www.in.pt/local/noticias/porto/paredes/incendio-destroi-fabrica-de-moveis-em-sabrosa-15761355.html">https://www.in.pt/local/noticias/porto/paredes/incendio-destroi-fabrica-de-moveis-em-sabrosa-15761355.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul>
2		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reportagem sobre as obras do complexo desportivo, com a Jornalista Sara Barbosa Oliveira, captura de vídeo</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/policia-oferece-quase-10-mil-euros-para-encontrar-homem-que-roubou-gorila-15768989.html">https://www.in.pt/mundo/videos/policia-oferece-quase-10-mil-euros-para-encontrar-homem-que-roubou-gorila-15768989.html</a>  <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/homem-escala-predio-para-salvar-criancas-das-chamas-em-sevilha-15769654.html">https://www.in.pt/mundo/videos/homem-escala-predio-para-salvar-criancas-das-chamas-em-sevilha-15769654.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> </ul>
3		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-seis-anos-resgatada-de-predio-em-bakhmut-volta-para-os-bracos-da-mae-15774458.html">https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-seis-anos-resgatada-de-predio-em-bakhmut-volta-para-os-bracos-da-mae-15774458.html</a>  <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/com-102-filhos-e-578-netos-musa-diz-que-esta-na-hora-de-parar-15776340.html">https://www.in.pt/mundo/videos/com-102-filhos-e-578-netos-musa-diz-que-esta-na-hora-de-parar-15776340.html</a></p>
4		
5		
6		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/equipas-de-resgate-lutam-contr-a-tempo-e-frio-para-encontrar-sobreviventes-15790391.html">https://www.in.pt/mundo/videos/equipas-de-resgate-lutam-contr-a-tempo-e-frio-para-encontrar-sobreviventes-15790391.html</a>  <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/menina-siria-de-18-meses-escapa-ilesa-apos-teto-de-casa-ter-desabado-sobre-a-familia-15791452.html">https://www.in.pt/mundo/videos/menina-siria-de-18-meses-escapa-ilesa-apos-teto-de-casa-ter-desabado-sobre-a-familia-15791452.html</a></p>
7		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Saída para ir recolher um plano para o programa "Porto da Germano"</li> </ul>
8		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saída para entrevistar a presidente dos doutores palhaços, com a Jornalista Sara Barbosa Oliveira</li> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/zelensky-visita-o-reino-unido-para-angariar-fundos-15803396.html">https://www.in.pt/mundo/videos/zelensky-visita-o-reino-unido-para-angariar-fundos-15803396.html</a></p>
9		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Pesquisa de vídeos para editar</li> <li>• Desenvolvimento do relatório</li> </ul>
10		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/pai-reencontra-filho-que-julgava-morto-quatro-dias-apos-o-sismo-15815696.html">https://www.in.pt/mundo/videos/pai-reencontra-filho-que-julgava-morto-quatro-dias-apos-o-sismo-15815696.html</a>  <a href="https://www.in.pt/mundo/videos/explosao-em-zaporijia-projeta-carro-para-telhado-de-casa-15816480.html">https://www.in.pt/mundo/videos/explosao-em-zaporijia-projeta-carro-para-telhado-de-casa-15816480.html</a></p>
11		
12		
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/sete-resgates-milagrosos-nos-sete-dias-desde-o-sismo--15830971.html">https://www.in.pt/mundo/videos/sete-resgates-milagrosos-nos-sete-dias-desde-o-sismo--15830971.html</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concerto Carlos Alberto Moniz</li> </ul>
14		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórias para o Instagram</li> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul> <p><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/elena-kurilo-um-dos-rostos-da-guerra-um-ano-depois-da-invasao-15837872.html">https://www.in.pt/mundo/videos/elena-kurilo-um-dos-rostos-da-guerra-um-ano-depois-da-invasao-15837872.html</a></p>
15		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edição e publicação do vídeo</li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/sapadores-de-lisboa-brincam-com-crianca-durante-regastes-na-turquia-15843242.html">https://www.in.pt/mundo/videos/sapadores-de-lisboa-brincam-com-crianca-durante-regastes-na-turquia-15843242.html</a></li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/homem-soterrado-durante-187-horas-salvou-se-gracas-a-propria-urina-15846409.html">https://www.in.pt/mundo/videos/homem-soterrado-durante-187-horas-salvou-se-gracas-a-propria-urina-15846409.html</a></li> </ul>
16	<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Preparação do Alegações Finais e filmagens</li> </ul>
17	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição do vídeo para as redes das notícias magazine</li> <li>Edição e publicação do vídeo</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/acidente-de-autocarro-provocou-39-mortos-15851168.html">https://www.in.pt/mundo/videos/acidente-de-autocarro-provocou-39-mortos-15851168.html</a></li> </ul>
18	
19	
20	<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição e publicação do vídeo</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-11-anos-alimenta-gatos-das-ruas-em-cidade-ucraniana-atacada-15858120.html">https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-11-anos-alimenta-gatos-das-ruas-em-cidade-ucraniana-atacada-15858120.html</a></li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-11-anos-alimenta-gatos-das-ruas-em-cidade-ucraniana-atacada-15858120.html">https://www.in.pt/mundo/videos/menina-de-11-anos-alimenta-gatos-das-ruas-em-cidade-ucraniana-atacada-15858120.html</a></li> </ul>
21	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/sambodromo-volta-a-encher-se-para-a-festa-e-a-competicao-do-carnaval-15872661.html">https://www.in.pt/mundo/videos/sambodromo-volta-a-encher-se-para-a-festa-e-a-competicao-do-carnaval-15872661.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Edição de vídeo com a nova estagiária Beatriz Ceia</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/turcos-procuram-animais-escondidos-nos-escombros-quinze-dias-depois-do-terramoto-15874662.html">https://www.in.pt/mundo/videos/turcos-procuram-animais-escondidos-nos-escombros-quinze-dias-depois-do-terramoto-15874662.html</a></li> </ul>
22	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajudei a Sofia Esteves e a Beatriz a fazer Histórias para o Instagram</li> <li>Editei um vídeo e publiquei com a Sofia</li> <li><a href="https://www.in.pt/desporto/videos/adeptos-do-inter-fazem-viagem-de-12-horas-para-verem-o-jogo-com-o-f-c-porto-15883227.html">https://www.in.pt/desporto/videos/adeptos-do-inter-fazem-viagem-de-12-horas-para-verem-o-jogo-com-o-f-c-porto-15883227.html</a></li> <li>Colocar grafismo, frases e legendas no vídeo da Sara que enviou da Ucrânia</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/maior-centro-de-voluntarios-da-ucrania-ajuda-700-familias-por-dia-15885446.html">https://www.in.pt/mundo/videos/maior-centro-de-voluntarios-da-ucrania-ajuda-700-familias-por-dia-15885446.html</a></li> <li>Tapar caras de um vídeo e colocar pronto para entrar dentro do artigo</li> <li>Operação da câmara geral no concerto em direto</li> </ul>
23	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação (acompanhar a Beatriz)</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/imagens-de-drone-mostram-o-antes-e-o-depois-da-guerra-em-mariupol-15890926.html">https://www.in.pt/mundo/videos/imagens-de-drone-mostram-o-antes-e-o-depois-da-guerra-em-mariupol-15890926.html</a></li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/manifestantes-pintam-bandeira-ucraniana-em-frente-a-embaixada-russa-15889100.html">https://www.in.pt/mundo/videos/manifestantes-pintam-bandeira-ucraniana-em-frente-a-embaixada-russa-15889100.html</a></li> <li>Mostrar o estúdio a Beatriz e acompanhar a gravação das alegações finais</li> <li>Histórias para o Instagram</li> </ul>
24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/ucranianas-refugiadas-em-inglaterra-sonham-com-vitoria-no-pais-natal-15896991.html">https://www.in.pt/mundo/videos/ucranianas-refugiadas-em-inglaterra-sonham-com-vitoria-no-pais-natal-15896991.html</a></li> <li>Colocar grafismo, frases e legendas no vídeo da Sara que enviou da Ucrânia</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/na-devastacao-de-irpin-ministra-da-defesa-reforca-apoio-portugues-a-ucrania-15897271.html">https://www.in.pt/mundo/videos/na-devastacao-de-irpin-ministra-da-defesa-reforca-apoio-portugues-a-ucrania-15897271.html</a></li> <li>Ajudar a Beatriz a finalizar o vídeo</li> </ul>
25	
26	
27	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação</li> <li><a href="https://www.in.pt/mundo/videos/soldados-ucranianos-recordam-um-ano-de-guerra-15911858.html">https://www.in.pt/mundo/videos/soldados-ucranianos-recordam-um-ano-de-guerra-15911858.html</a></li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

28		<ul style="list-style-type: none"> <li>Escrita do relatório</li> <li>Edição e publicação <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/familia-com-criancas-records-terror-vivido-em-ataque-de-colonos-israelitas-15918304.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/familia-com-criancas-records-terror-vivido-em-ataque-de-colonos-israelitas-15918304.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> <li>Colocar legendas e grafismo</li> <li><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/sos-army-ajuda-ucranianos-a-vencer-a-guerra-atraves-da-tecnologia-15919401.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/sos-army-ajuda-ucranianos-a-vencer-a-guerra-atraves-da-tecnologia-15919401.html</a></li> </ul>
1	Março	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/jovem-sonha-tirar-a-carta-de-conducao-para-ir-buscar-a-mae-a-ucrania-15926555.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/jovem-sonha-tirar-a-carta-de-conducao-para-ir-buscar-a-mae-a-ucrania-15926555.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> </ul>
2		<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/pescador-que-tentou-salvar-crianca-sente-se-culpado-apos-naufragio-de-migrantes-15932078.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/pescador-que-tentou-salvar-crianca-sente-se-culpado-apos-naufragio-de-migrantes-15932078.html</a> <a href="https://www.jn.pt/local/videos/qualifica-regressa-a-exponer-com-140-expositores-de-formacao-e-ensino-15931580.html">https://www.jn.pt/local/videos/qualifica-regressa-a-exponer-com-140-expositores-de-formacao-e-ensino-15931580.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> </ul>
3		<ul style="list-style-type: none"> <li>Captura de vídeo e edição e publicação <a href="https://www.jn.pt/artes/videos/elektra-de-richard-strauss-e-uma-opera-em-concerto-que-vai-estrear-na-casa-da-musica-15936998.html">https://www.jn.pt/artes/videos/elektra-de-richard-strauss-e-uma-opera-em-concerto-que-vai-estrear-na-casa-da-musica-15936998.html</a></li> <li>Preparativos para concerto <a href="https://www.jn.pt/artes/videos/reveja-o-showcase-de-viviane-na-redacao-do-jn-15939823.html">https://www.jn.pt/artes/videos/reveja-o-showcase-de-viviane-na-redacao-do-jn-15939823.html</a></li> </ul>
4		
5		
6		<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.jn.pt/artes/videos/artista-monta-exposicao-em-homenagem-as-vitimas-do-irao-15953643.html">https://www.jn.pt/artes/videos/artista-monta-exposicao-em-homenagem-as-vitimas-do-irao-15953643.html</a></li> <li>Pesquisa de imagens para relatório e organização das mesmas com legendas em pastas</li> </ul>
7		
8		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/manifestacao-contra-lei-controversa-acaba-com-mais-de-60-detidos-na-georgia-15965392.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/manifestacao-contra-lei-controversa-acaba-com-mais-de-60-detidos-na-georgia-15965392.html</a></li> <li>Leitura para relatório e seleção da informação</li> <li>Preparação do estúdio para entrevista ao embaixador de Israel</li> <li>Preparação do estúdio para gravar o Alegações Finais</li> </ul>
9		<ul style="list-style-type: none"> <li>Histórias para o Instagram <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/ataques-russos-provocaram-pelo-menos-cinco-mortos-em-lviv-15971932.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/ataques-russos-provocaram-pelo-menos-cinco-mortos-em-lviv-15971932.html</a></li> <li>Seleção de informação para relatório <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/imagens-aereas-mostram-descarrilamento-de-comboio-que-caiu-ao-rio-15973208.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/imagens-aereas-mostram-descarrilamento-de-comboio-que-caiu-ao-rio-15973208.html</a></li> <li>Escrita do relatório</li> </ul>
10		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/tiroteio-num-centro-de-testemunhas-de-jeova-faz-sete-mortos-15978602.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/tiroteio-num-centro-de-testemunhas-de-jeova-faz-sete-mortos-15978602.html</a> <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/pai-tentou-protoger-filho-com-o-proprio-corpo-na-linha-da-frente-15979967.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/pai-tentou-protoger-filho-com-o-proprio-corpo-na-linha-da-frente-15979967.html</a></li> <li>Histórias para o Instagram</li> </ul>
11		
12		
13		<ul style="list-style-type: none"> <li>Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/artista-desenha-papa-francisco-como-um-super-heroi-nas-ruas-de-roma-15995661.html</a></li> </ul>

Fim de Semanas  
Feriados  
Natal e Ano Novo

Cristiana Fernandes

Estágio no JN Direto

14		<a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/imagens-aereas-mostram-inundacoes-num-bairro-da-california-16000821.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/imagens-aereas-mostram-inundacoes-num-bairro-da-california-16000821.html</a>
15		<ul style="list-style-type: none"><li>• Reportagem à Barbearia Tinoco</li><li>• Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/mergulhou-sob-o-gelo-a-52-metros-de-profundidade-16008973.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/mergulhou-sob-o-gelo-a-52-metros-de-profundidade-16008973.html</a></li></ul>
16		<ul style="list-style-type: none"><li>• Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/inverno-rigorouso-causa-inundacoes-e-mais-de-60-mortes-no-peru-16013934.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/inverno-rigorouso-causa-inundacoes-e-mais-de-60-mortes-no-peru-16013934.html</a></li><li>• Preparação para o concerto dos Solistas da Casa da Música</li></ul>
17		<ul style="list-style-type: none"><li>• Edição e publicação do vídeo <a href="https://www.jn.pt/mundo/videos/crianca-resgatada-de-deslizamento-de-terras-no-peru-16021920.html">https://www.jn.pt/mundo/videos/crianca-resgatada-de-deslizamento-de-terras-no-peru-16021920.html</a></li></ul>