



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

O ESPAÇO E PERTINÊNCIA DA OPINIÃO NO MUNDO DO JORNALISMO: O VALOR E PAPEL DESTA FORMA DE COMUNICAÇÃO JUNTO DA SOCIEDADE.

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Ciências da Comunicação

Rafael André Amaral da Silva

Orientador:

Doutor Renato Essenfelder Abrahão Filho

Junho 2024

O ESPAÇO E PERTINÊNCIA DA OPINIÃO NO MUNDO DO JORNALISMO: ESTUDO DE CASO DO JORNAL PÚBLICO

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Ciências da Comunicação

Rafael André Amaral da Silva

Orientador:

Doutor Renato Essenfelder Abrahão Filho

Dedicatória/Agradecimentos

A Deus por sempre ter acompanhado o meu caminho e por me manter saudável física e mentalmente para ser capaz de lutar por cumprir este sonho.

Aos meus pais por me terem criado com todo o amor e carinho do mundo, certificando-se de que nunca me faltou nada e que sempre tive as melhores condições possíveis para chegar até aqui. Sei que estou a cumprir um desejo e um destino que é "meu", mas que também é muito "nosso".

Aos meus avós, que sempre ambicionaram ver o "netinho" a conseguir alcançar tudo aquilo que queria e fizeram possíveis e impossíveis para me permitirem ter as capacidades e possibilidades de cumprir esta meta. Ajudaram a criar-me e a ser muito daquilo que sou hoje e jamais serei capaz de lhes agradecer ou retribuir 1% de tudo aquilo que desde sempre fizeram por mim, de forma incondicional.

À minha namorada, Carina, a pessoa mais compreensiva e especial deste mundo, a minha companhia de choro, nervos, raiva, tristeza, mas também de todas as conquistas e alegrias que consegui acumular, até hoje. Mais do que o meu apoio, foi o meu alicerce e o meu porto de abrigo quando mais precisei e sempre que precisei.

Ao meu orientador, o Doutor Renato Essenfelder, uma das pessoas mais inteligentes, preocupadas e humanas que alguma vez irei conhecer em toda a minha vida.

A todos os professores que tive na vida, sobretudo na universidade, que em diversos, muitos deles foram parte vital no meu desenvolvimento e crescimento enquanto aluno mas sobretudo enquanto indivíduo.

Aos meus amigos mais próximos, Tiago, Rúben, Guilherme, João, Pedro e Miguel por todo o apoio e moral que me foram dando ao longo da realização deste trabalho mas não só.

E por fim, mas não menos importante ou especial, à minha antiga professora do segundo ciclo, a Dra. Laura Barros, que esteja onde estiver, estará certamente feliz e orgulhosa daquele "miúdo especial que pode ser aquilo que ele quiser ser". Foi a primeira pessoa e a que talvez mais acreditou que tudo isto fosse sequer possível um dia.

Resumo

A prática do jornalismo tem sofrido diversas alterações nos últimos tempos. As novas tecnologias e a era digital ajudaram a que o ritmo dessas mudanças tenha sido elevado nas últimas décadas. Diversas componentes do espaço jornalístico foram abordadas ao longo deste trabalho, desde questões relacionadas com temas como: os Índices de atenção, o conceito de opinião e a sua correlação com a informação, a presença dos meios digitais no jornalismo, a objetividade, a formação e fundamentação dos mais variados tipos de texto de cariz opinativo, e outros temas adjacentes como a esfera pública, o agenda-setting ou a disposição do alinhamento dos jornais. Foi elaborado um estudo que analisa o conteúdo de cariz opinativo do jornal "Público" numa semana selecionada de forma aleatória do mês de Novembro de 1993 e, posteriormente, o mesmo exercício foi efetuado para a mesma semana do ano de 2023. Através do estudo efetuado ao longo da elaboração deste trabalho, foi possível concluir que o espaço do jornalismo de opinião no jornal "Público" aumentou, consideravelmente, ao longo dos últimos anos. O aumento do número de peças de cariz opinativo presentes no jornal entre 1993 e 2023 foi de cerca de 33,3%, valores que revelam o crescimento da pertinência deste tipo de texto junto do público-alvo deste meio de comunicação, em específico. A análise efetuada aos dados obtidos procura auxiliar a compreender as alterações e os pormenores da prática jornalística, de teor opinativo, ao longo das últimas dezenas de anos. Características como o tipo de texto de opinião utilizado, o tamanho da peça, a zona da página onde se situa, o género de quem escreve, os temas abordados ou o posicionamento dos autores nos seus artigos, foram analisados de modo a poder possibilitar uma análise pormenorizada sobre os artigos de opinião em questão. Numa última fase do trabalho foram agrupados alguns raciocínios e interpelações finais possíveis com base nas análises e estudo efetuados.

Palavras-chave: Opinião, Jornalismo, Público, Informação, Comunicação

Abstract

The practice of journalism has undergone significant changes in recent times. New technologies and the digital age have accelerated the pace of these changes in recent decades. Various components of the journalistic space have been addressed throughout this work, including issues related to topics such as: attention indices, the concept of opinion and its correlation with information, the presence of digital media in journalism, objectivity, the formation and foundation of various types of opinion texts, and other adjacent topics such as the public sphere, agenda-setting, and the arrangement of newspaper alignments. A study was conducted analyzing the opinion content of the newspaper "Público" during a randomly selected week in November 1993, and subsequently, the same exercise was carried out for the same week in 2023. The analysis of the obtained data aims to help understand the changes and nuances in the practice of opinion journalism over the past decades. Characteristics such as the type of opinion text used, the length of the piece, the area of the page where it is located, the gender of the writer, the topics covered, or the authors' positions in their articles were analyzed to enable a detailed analysis of the opinion articles in question. In the final phase of the work, some possible conclusions and final considerations were grouped based on the analyses and studies conducted.

Keywords: Opinion, Journalism, Público, Information, Communication

Índice

1. Introdução.....	1
1.1 Justificativa.....	2
2. Desenvolvimento.....	3
2.1 Enquadramento Teórico	3
2.1.1 Índices de atenção: Capacidade de atenção (ou falta dela)	4
2.1.2 A parceria entre o jornalismo e os meios digitais	7
2.2 Informação vs. Opinião.....	8
2.2.1 Objetividade no jornalismo	12
2.3 Opinião no jornalismo	13
2.3.1 Formação e fundamentação de opiniões	17
2.3.2 Os diferentes tipos de texto de opinião	18
2.3.2.1 Editorial.....	19
2.3.2.2 Comentário	19
2.3.2.3 Crónica.....	20
2.3.2.4 Crítica.....	21
2.4 Opinião e esfera pública	22
2.4.1. Agenda-setting	22
3. Metodologia	31
4. Discussão / Resultados	32
4.1 Mais sobre o jornal "Público"	32
4.2 Enquadramento Gráfico: Diferenças na Estrutura e disposição gráfica dos Jornais (1993-2023).....	34
4.3 Análise caracterizadora das peças opinativas presentes nas edições do jornal "Público" na semana de 16 a 22 de novembro de 1993.....	40
4.3.1 Tipo de texto de Opinião.....	40
4.3.2 Tamanho da Peça.....	40
4.3.3 Zona da Página.....	42
4.3.4 Género	42
4.3.5 Tema	43
4.3.6 Posicionamento do Autor.....	43
4.3.7 Temas abordados (divisão por género).....	45
4.4 Análise caracterizadora das peças opinativas presentes nas edições do jornal "Público" na semana de 16 a 22 de novembro de 2023.....	46
4.4.1 Tipo de Texto de Opinião.....	46
4.4.2 Tamanho da Peça.....	47
4.4.3 Zona da Página.....	48

4.4.4 Gênero	48
4.4.5 Tema	49
4.4.6 Posicionamento do Autor	49
4.4.7 Temas abordados (divisão por gênero)	51
4.5 Análise comparativa entre as amostras de 1993 e 2023	53
4.5.1 Número de artigos/ peças de cariz opinativo	55
4.5.2 Tipo de texto.....	56
4.5.3 Tamanho da peça	58
4.5.4 Zona da página	59
4.5.5 Gênero	60
4.5.6 Temas ou temáticas abordadas.....	61
4.5.7 Posicionamento do Autor	62
4.5.8 Temas abordados (divisão por gênero)	63
4.5.8.1 Sexo masculino.....	63
4.5.8.2 Sexo Feminino.....	63
5. Conclusão	65
Referências Bibliográficas	67

Índice de Imagens

Figura 1 - Capa da 1ª edição do Jornal "Público".	33
Figura 2 - Alinhamento Gráfico Mais Comum nas Edições do Jornal "Público" de 1993.....	34
Figura 3 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 1993.....	35
Figura 4 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 1993.....	35
Figura 5 - Alinhamento Gráfico Mais Comum nas Edições do Jornal "Público" de 2023.....	36
Figura 6 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 2023.....	37
Figura 7 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 2023.....	41
Figura 8 - Exemplo do Posicionamento Equilibrado, Negativo e Positivo, de 1993, respectivamente.....	44
Figura 9 - Exemplo de um texto de curta, média e longa extensão, de 2023, respectivamente....	47
Figura 10 - Exemplo do Posicionamento Equilibrado, Negativo e Positivo, de 1993, respectivamente.....	50

Índices de Tabelas

Tabela 1 - Dados Referentes ao Número de Vezes que um Tipo de Texto de Opinião está Presente na Amostra de Novembro de 1993.	40
Tabela 2- Dados Referentes ao Tamanho das Peças Presentes na Amostra de Novembro de 1993.	41
Tabela 3 - Dados Referentes às Zonas da Página Ocupadas pelos Textos Presentes na Amostra de Novembro de 1993.	42
Tabela 4 - Dados Referentes ao Género de Quem Escreveu Textos que estejam Presentes na Amostra de Novembro de 1993.	42
Tabela 5 - Dados Referentes aos Temas Presentes na Amostra de Novembro de 1993.	43
Tabela 6 - Dados Referentes ao Posicionamento dos Autores das Obras Presentes na Amostra de Novembro de 1993.	44
Tabela 7 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autores Masculinos na Amostra de Novembro de 1993.	45
Tabela 8 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autoras Femininas na Amostra de Novembro de 1993.	45
Tabela 11 - Dados Referentes ao Número de Vezes que um Tipo de Texto de Opinião está Presente na Amostra de Novembro de 2023.	46
Tabela 12 - Dados Referentes ao Tamanho das Peças Presentes na Amostra de Novembro de 2023.	47
Tabela 13 - Dados Referentes às Zonas da Página Ocupadas pelos Textos Presentes na Amostra de Novembro de 2023.	48
Tabela 14 - Dados Referentes ao Género de Quem Escreveu Textos que estejam Presentes na Amostra de Novembro de 2023.	48
Tabela 15 - Dados Referentes aos Temas Presentes na Amostra de Novembro de 2023.	49
Tabela 16 - Dados Referentes ao Posicionamento dos Autores das Obras Presentes na Amostra de Novembro de 2023.	49
Tabela 17 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autores Masculinos na Amostra de Novembro de 2023.	51
Tabela 18 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autoras Femininas na Amostra de Novembro de 2023.	51

1. Introdução

Vivem-se, nos dias de hoje, tempos muito próprios e característicos na sociedade bem, como no mundo do jornalismo, em específico. Num universo cada vez mais indissociável da sua versão digital, surgem diversas oportunidades de potencializar e aprimorar a já elevada cotação do bom nome do ramo jornalístico.

Para além disso, é notório que existem cada vez mais formas de produzir jornalismo e conteúdos informativos, o que, invariavelmente, abre novas portas quanto à maneira como informações são produzidas e tratadas.

O ser humano sente cada vez mais necessidade de estar envolvido no que o rodeia, o que eleva a relevância e pertinência da produção de conteúdo opinativo, precisamente, por ser um tipo de informação mais propícia a que quem a consome tenha a possibilidade de estabelecer laços e conexões com a mesma, bem como com quem lhe presta a informação que pretende/necessita de obter.

Assim sendo, este trabalho terá como objetivo explorar, analisar e identificar algumas das principais valências e qualidades do jornalismo e mais concretamente do jornalismo de opinião, bem como a sua capacidade de adaptação às necessidades da sociedade ao longo dos tempos, identificando possíveis mudanças comportamentais e alterações ao longo dos tempos, que tenham sido necessárias para que este se mantivesse tão útil e oportuno quanto aquilo que lhe fora possível.

Será relevante compreender quais das evoluções que foram ocorrendo ao longo dos tempos foram mais marcantes e de que modo o público que sente que necessita de obter mais informações, sobre os mais variados tipos de conteúdo, tem visto essa vontade ser correspondida.

O principal objetivo do jornalismo será sempre o de fornecer ao público informações tão imparciais e completas quanto possível. Uma responsabilidade elevadíssima, pois o jornalismo pode, por inúmeras ocasiões servir como um meio de enquadramento de um cidadão na sociedade.

O jornalismo de opinião tem a particularidade de permitir análises e interpretações pessoais dos seus autores quanto a determinados e específicos temas que possam ser abordados.

O foco principal do trabalho passará por decompor e interpretar dados e informações referentes à forma como este tipo de jornalismo é produzido em Portugal, sobretudo, tendo em conta as suas características muito próprias, pela liberdade de pensamento que os autores encontram neste tipo de texto, sem nunca descorar o facto de que por mais pessoais que estas se possam tornar, esse cunho pessoal, imposto pelo autor deve ser responsável e equilibrado de modo a poder manter a sua viabilidade e credibilidade.

Um exercício de reflexão e interpelação sobre o quão vital e valorizado deve ser o ato da produção de conteúdo jornalístico, neste caso em concreto, de jornalismo que consista e priorize peças e artigos de cariz opinativo.

1.1 Justificativa

A opção e escolha na origem da elaboração deste trabalho, estão relacionadas com o desejo e motivação em adquirir mais e diversos conhecimentos relacionados com as componentes existentes no mundo do jornalismo.

A opinião e a forma como esta pode ser dada de maneira tão simples em boa parte do globo, e sobretudo em Portugal, é algo que possibilita ao jornalismo e a uma comunidade a oportunidade de se ajudarem mutuamente a crescer e evoluir. Um amante de jornalismo e sobretudo de bom jornalismo, deve sempre questionar-se e pretender saber mais do que o próximo. É através dessa vontade e ambição em entender os contornos do raciocínio e da persuasão que pretendi elaborar um trabalho que permita entender mais sobre o formato mais correto de comunicar e fazer passar os meus pontos de vista e raciocínios, sem o fazer de forma errática ou despropositada.

Ao longo deste trabalho vai ser abordada a forma como se produz jornalismo de opinião em Portugal, procurando entender as estratégias e abordagens privilegiadas na sua execução.

Por desde sempre ter tido interesse na área do jornalismo, procurei com este trabalho aprofundar conhecimentos sobre a forma como a opinião é inserida e usada para produzir conteúdo informativo, demonstrando as valências e qualidades presentes nesse tipo de texto, explorando diferentes abordagens, dados e autores, de modo a procurar compreender mais sobre as inúmeras possibilidades existentes de produção de jornalismo de opinião, que tal como o jornalismo no seu cômputo geral, é uma genuína forma de arte que merece ser cuidada e preservada como tal.

2. Desenvolvimento

2.1 Enquadramento Teórico

A sociedade consome inúmeros tipos de informação, desde assuntos relacionados com o dia a dia, com economia, política, desporto, etc., a atenção que cada indivíduo despense está fragmentada por conteúdos. Posteriormente, de acordo com os interesses e necessidades de cada um, as pessoas como indivíduos escolhem e procuram obter mais e diversas opiniões sobre os assuntos que lhes cativam mais a atenção.

Uma tendência que se tem vindo a verificar é a do *overload* de informação, processo que continua a desenvolver-se e que encontrou na era digital o combustível necessário para se expandir e alastrar a velocidades quase incalculáveis, nos dias de hoje produz-se muito mais informação do que aquela que é possível observar ou sequer entender. A liberdade e facilidade que a Internet e as suas ferramentas possibilitaram a todos aqueles que a ela têm acesso, fez com que todos pudessem espalhar, divulgar e criar informação. De acordo com dados recolhidos por (Nordenson, 2008, para. 2), em 2006, ou seja, há mais de uma década e meia atrás, foram produzidos:

161 exabytes de 'digital data', o equivalente a três milhões de vezes, a informação presente em todos os livros alguma vez escritos. Em 2010, era estimado que esse número [o de exabytes] tivesse aumentado para 988. Escolham a vossa metáfora: estamos a afogar-nos, enterrados, debaixo de neve.

A ferocidade no ritmo ao qual as comunidades procuram informação só ajudou a aumentar a forma como a via digital se tornou indissociável do jornalismo. Quem pode ter acesso a mais, pode vir a pretender obter ainda mais e melhor informação, algo que pode ser visto de duas maneiras: 1- por um lado, quem gosta e deseja mais informação, irá procurar obtê-la de forma rápida e a forma mais rápida de o fazer no presente será recorrer aos meios de comunicação presentes no meio digital; 2- deparando-se com esta situação emergente e incontrolável, os meios de comunicação, por mais tradicionais ou não que fossem, começaram a dar mais atenção à vertente financeira que o formato digital acarreta e em quão lucrativas poderiam se tornar se fossem mais rápidas e constantes que as restantes.

Um raciocínio e ideia que tem de estar sempre presentes é de que: mais informação é diferente de melhor informação. Não é pelo facto de as pessoas procurarem mais informação e terem acesso a mais informação do que nunca, que se encontram mais

informadas do que as pessoas nas últimas décadas. Carpini (2006) afirma que o padrão básico que vem desde os anos 40 até aos dias de hoje é o de que a quantidade de informação que as pessoas têm e o seu conhecimento sobre política não é nem melhor, nem pior quando comparado entre os dias de hoje e há 60 anos atrás.

Ainda de acordo com um estudo referido por Bree Nordenson, a Pew Research Center for the People & the Press descobriu que, em 2007, 69% dos norte-americanos sabia o nome do vice-presidente do país, menos do que os 74% de 1989.

Uma das explicações para este fenómeno é precisamente a fragmentação de informação, a forma como os conteúdos que cada pessoa consome são cada vez mais moldáveis e personalizados graças às ferramentas e possibilidades intermináveis de obtenção de conteúdo disponibilizadas pela Internet. Enquanto quando a informação era consumida e obtida maioritariamente por via dos meios tradicionais, as pessoas acabavam por ser "obrigadas" a encarar notícias um pouco sobre cada temática e problema ou assunto importante para a comunidade, a via digital permite que se assim o desejarem, as pessoas podem ignorar todo e qualquer tipo de tema com o qual não sintam interesse e/ou necessidade de conhecer mais do que aquilo que possam já saber.

2.1.1 Índices de atenção: Capacidade de atenção (ou falta dela)

Um grande problema bem presente nos dias de hoje, um pouco por toda a sociedade, mas sobretudo nos mais jovens, é o défice de atenção que grande parte das pessoas sente. As redes sociais têm inflacionado e incutido junto de todos os seus usuários, o consumo de conteúdo em formato curto, os também apelidados de "shorts". Este é um fenómeno inegável, o 'boom' de aplicações como o Tik Tok, ou mesmo o Instagram através dos 'reels' explícita bem como, atualmente, muitos indivíduos têm tendência para procurar conteúdos curtos em prol de conteúdos mais longos.

Em entrevista à Telum Media, Claire Murphy, apresentadora do "The Quicky", um programa jornalístico que privilegia o "short-form", afirma que:

Notícias curtas estão a tornar-se cada vez mais comuns em todos os meios de comunicação. A razão da sua popularidade reside na sua capacidade de atender às necessidades de audiências de notícias ocupadas e condensar,

muitas vezes notícias complexas em um formato de fácil digestão. (Telum Talks, s.d., para 2.)

Apesar de ser defensora da aposta no conteúdo "short-form", Claire Murphy vê o jornalismo de curta extensão como algo complementar ao jornalismo de longa extensão: "A melhor coisa para quem está no jogo do jornalismo curto é ter a alternativa de um formato longo para as pessoas que quiserem expandir os seus conhecimentos sobre um assunto." (Telum Talks, s.d., para 11)

A facilidade e rapidez com que é possível obter informação faz com que as pessoas se possam sentir atraídas por um tipo de conteúdo simples e fácil de consumir, o problema já não é de agora, na ótica de Norderson (2008, para. 9) "a maior esperança para um meio de comunicação em específico se manter relevante e pertinente depende da sua capacidade para filtrar e interpretar informação, bem como sua respetiva disseminação." O jornalismo e os meios de comunicação em geral encontram-se um pouco entre a espada e a parede, pela forma como têm de ser capazes de mostrar alguma adaptabilidade, mas sempre sem abdicar da sua essência e fundamentos principais. Ainda de acordo com o mesmo autor: "Se eles [meios de comunicação] priorizarem trechos e informações curtas e chamativas, vão falhar. A atenção - recurso mais precioso de quem produz informação - está cada vez mais rara e escassa".

Em muitos casos, a informação que chega a um indivíduo é obtida de forma algo adjacente e não consciente, muitos "vão ouvindo notícias" ao invés de prestar atenção às notícias. O multitasking não permite a ninguém fazer algo a 100% da sua capacidade, por mais focado e empenhado que alguém possa estar em fazer algo, se estiver a tentar fazer múltiplas coisas ao mesmo tempo, nunca irá executar nenhuma delas na perfeição.

Esta ideia é abordada por Norderson (2008) quando o autor afirma que: "Apesar dos nossos melhores esforços, quando tentamos fazer mais do que uma coisa ao mesmo tempo, somos menos eficientes e mais propícios ao erro. Isto acontece porque o 'multitasking' é o processo de dividir atenção." Ora, quando dividimos a atenção e a nossa capacidade por mais do que uma atividade em simultâneo, é natural que não consigamos colocar cem por cento em nenhuma delas.

Na vida de cada indivíduo, existem algumas obrigações e/ou tarefas que são tão usuais, simples e banais que nem obrigam a uma grande atenção e podem ser feitas quase como que em "piloto automático", obter novas informações sobre determinado tema está

longe de se enquadrar nessas tarefas simples. Existem dois conceitos importantes de referenciar e acima de tudo, diferenciar: Ouvir e compreender. Por vezes, até podemos estar a ouvir uma conversa ou uma informação, mas sem prestar a atenção ao tema, torna-se impossível compreender algo que desconhecemos, ou algo sobre o qual não sabemos tudo.

Para Klingberg (2008), se não despendermos a nossa atenção total a algo, não nos iremos lembrar do que foi dito. A atenção, que tão facilmente de esvanece hoje em dia, é uma componente vital e irrefutável da aprendizagem e obtenção de conhecimento. Mesmo que um indivíduo consiga abstrair todas as distrações e foque a sua atenção em algo que esteja a ler/ouvir, existe ainda outra componente crucial na forma como uma pessoa obtém conhecimento: a seletividade na escolha da informação, sobretudo nos meios de comunicação digitais. Esta é talvez a tarefa mais difícil do ser humano em todo o processo de enriquecimento intelectual. Nordenson (2008) diz mesmo que o processo de saber direcionar o foco é uma tarefa formidável: Ter de decidir para onde direcionar a atenção e mantê-la faz de ler e reter notícias via online uma tarefa formidável.

Como será possível às comunidades executar este processo de "filtração de informação"? "Num mundo com muito mais informação do que aquela que conseguimos processar, os jornalistas são os melhores processadores que temos." (Shenk, 1997).

Esta será sempre a solução mais fiável para uma boa filtração do que é relevante ou não, confiar nos profissionais da área, sobretudo quando comparando com informações obtidas de locais de onde é difícil identificar o seu real valor.

Não é como se a "informação amadora" criada e escrita por não-profissionais não possa ser oportuna, fidedigna e de qualidade, mas em caso de dúvida, o tira-teimas ou o processo de "double-checking" deve ser sempre feito juntos de profissionais. O bom jornalismo pode, eventualmente, acabar por gerar junto do recetor um papel quase lúdico e de aprendizagem, quando bem feito e explicitado, o jornalismo ajuda a população a transformar a informação em conhecimento, enriquecendo assim a capacidade cognitiva de cada indivíduo e de forma adjacente daqueles que o rodeiam.

Para Delle Carpini (2006) o primeiro e mais importante papel que um jornalista desempenha é o de prestar informação junto do recetor de uma forma que não seria possível de obter como amador. Esse devia ser o foco do jornalismo.

Apesar de ter sido o principal combustível do overload informativo, o meio informático e a comunicação via digital é um grande trunfo quando bem gerida e potencializada, a possibilidade de obter informação de qualidade e fidedigna ao milésimo de segundo, é uma realidade cada vez mais vincada. Quando bem utilizados e com o acumular de prática e conhecimento sobre como, quando e onde encontrar boa informação, os meios de comunicação digitais tornam-se excelentes no auxílio a guiar os navegadores a encontrar notícias que não sejam insignificantes ou incorretas.

2.1.2 A parceria entre o jornalismo e os meios digitais

Com a constante desmultiplicação das correntes de informação via digital, os jornalistas acabam sempre por exercer o papel de mediadores e distribuidores de informação, aprovando e quase como que validando informações como viáveis, pertinentes ou não. De acordo com Jonathan Spira (2012), expert em overload informativo, a maioria das pessoas tem falta de capacidade, tempo, atenção e motivação para filtrar e decompor informação.

É aqui que os jornalistas e as organizações prestadoras de informação entram. O facto de haver mais informação do que aquela que as pessoas têm tempo para consumir - o clássico problema da economia de atenção - representa uma oportunidade para as organizações jornalísticas.

O futuro do jornalismo, e a sua readaptação ao longo dos tempos vai estar sempre dependente da capacidade de adaptação e acompanhamento das evoluções existentes na era digital, algo que de um modo geral, o jornalismo tem conseguido fazer, ou não continuaria a ser componente vital e indispensável da vida das populações por todo o mundo. Essa é mais uma das grandes virtudes do mundo do jornalismo, a sua necessidade.

Vai ser sempre importante, e em princípio cada vez mais, estar bem informado e preparado para todos os tipos de temática e problemática. A informação, o conhecimento e a aprendizagem serão sempre e para sempre componente base da formação e crescimento da sociedade, e para todas elas, o jornalismo será sempre um forte e inevitável alicerce.

2.2 Informação vs. Opinião

Tanto informação como opinião têm o seu espaço e preponderância assegurados no mundo do jornalismo, ambas são importantes para o enriquecimento do conhecimento obtido por um determinado grupo de pessoas. Os dois tipos de escrita são acessados diariamente por bilhões de pessoas para se manterem a par do que se passa e enquadradas em sociedade.

Informação e opinião são estilos de escrita diferentes que simultaneamente necessitam um do outro para se potencializarem ao seu expoente máximo. Apesar de tudo, é oportuno saber fazer bem a diferenciação entre o que é uma opinião e o seu poder e valor e fazer o mesmo respetivo exercício para a informação mais tradicional e comum.

Van Dijk (1998) afirma que a opinião é uma crença valorativa que pode aparecer direta ou indiretamente. As crenças valorativas diferenciam-se das factuais. Estes factos irão estar sempre dependentes do escrutínio e julgamento posterior do seu conteúdo.

Numa outra linha de raciocínio Neto (2016, p. 95) diz que o lugar de destaque que o jornalismo informativo e factual ocupa na hierarquia dos textos e espaço jornalístico: "Desde a hegemonia do jornalismo informativo, os editoriais e os espaços opinativos em geral acabam por suplementar as notícias. Mantêm uma posição hierárquica importante, mas o centro da engrenagem jornalística é ocupado por notícias e reportagens."

Na prática de boa informação é natural que seja a vertente mais factual e verificável a ser a privilegiada e mais explorada, a opinião remete mais para uma vertente interpretativa e variável um pouco consoante às crenças e ideologias de cada um. As opiniões têm o positivo de incitarem discussões e desenvolvimentos que podem, posteriormente, ser úteis na construção de novos pensamentos e ideologias a usar e adotar no futuro.

Os dois conceitos podem colaborar e ser simbióticos, mas é importante que jamais sejam confundidos na análise e/ou interpelação de um determinado tema. É vital ter sempre presente o conceito de que o acesso à informação é um meio de um indivíduo se localizar e enquadrar na sociedade, num mundo onde a informação e os seus fluxos são produzidos a uma velocidade tão espontânea e incontrolável é importante que cada pessoa consiga conhecer a realidade do que a rodeia, posteriormente, e aqui é onde se enquadra mais a vertente opinativa, será importante que cada indivíduo seja capaz de criar e fomentar as suas próprias linhas de raciocínio e conclusões.

As demonstrações de que informação e opinião não se separam, mas se misturam e interagem, podem ser observadas, diariamente, em qualquer espaço da função jornalística. [...] Não existem, pois, no jornalismo, espaços exclusivos para a opinião e a informação. Até porque isso seria uma impossibilidade, tanto na dimensão do conhecimento quanto no plano dos mecanismos da linguagem. (Chaparro, 2003, p.1)

Informação e opinião podem ser conceitos sólidos na sua essência, porém, nunca se encontram 100% independentes um do outro. A opinião contém sempre algum tipo de informação, se a mesma é fiável e fidedigna já é algo que pode e deve ser devidamente identificado. Esse é um processo que deve estar sempre presente junto do leitor.

Por sua vez, a informação também contém sempre algum tipo de opinião. Santos (2022, p.4), afirma que:

Na proposta teórica de Chaparro, a opinião e a informação se complementam. Assim, para a elaboração da notícia, há um processo de valoração que ocorre desde o momento da pauta (em que se escolhe o assunto, a abordagem, as fontes), passando pelo léxico e estilo no momento da redação, até o destaque que o conteúdo deve ter, seja nas páginas do site ou das redes sociais. Nessa trajetória da produção da notícia, a todo o momento há escolhas, e escolher, segundo o autor, é opinar.

Para Chaparro, o paradigma e discussão em torno da "Opinião x Informação" nada mais é do que "um falso paradigma, que fraude teórica, porque o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões" (Chaparro, 2003, p.5).

A opinião é uma componente do conhecimento, faz parte do processo de enriquecimento da informação e do saber. De acordo com Chaparro: "No plano do conhecimento, é a opinião que conserva ou destrói, que preserva ou transforma. A inserção da opinião no conhecimento, como parte contraditória, discute-se na Filosofia desde Sócrates, para quem as opiniões divorciadas do conhecimento eram coisas feias." (Chaparro, 2003, p.6)

O mesmo autor afirma mesmo que "a opinião, parte menos, mas indispensável do conhecimento, constrói memória e esquecimento, o lado privilegiado e o lado marginal dos processos de continuidade". (Chaparro, 2003, p. 7)

Nunca existirá um formato jornalístico que seja o único adequado ou viável para obter informações sobre um determinado tema, o exercício que cada indivíduo deve ser capaz de fazer é o de conseguir equilibrar a quantidade de informação e de conteúdo opinativo que busca e obtém consoante o tipo de tema sobre o qual se está a tentar informar.

Para (Khudaikulov, 2022, p.2):

Podemos observar que a opinião pública é um estado natural de consciência deixado desde os tempos onde as pessoas começaram a juntar-se, a viver em grupos e mais tarde em comunidades. Mais tarde, as classes altas usaram esse espaço para moldar a opinião pública consoante os seus interesses. A imprensa tem a capacidade de moldar a opinião pública e conduzi-la aos interesses maiores de alguns. Este processo de moldamento da opinião pública "envolve todos os tipos de jornalismo. A opinião pública está constantemente a ser expressa em jornais, magazines, rádios e programas televisivos, bem como na Internet.

Ora, (Khudaikulov, 2022) faz algumas referências bastante pertinentes: destaca a opinião pública como o estado natural ou a forma mais natural de comunicação numa comunidade ou civilização, aborda como as capacidades e o alcance da prática jornalística podem ser explorados pelas elites económicas e afirma ainda que a imprensa tem a capacidade de "moldar a opinião pública".

O mesmo autor afirma que: "o jornalismo tem um papel-chave na formação e reflexão da opinião do público na imprensa. [...] Sem opinião pública, sem levantar os problemas da maioria, o material da imprensa não irá agradar a ninguém e ninguém o irá ler."

O risco da influência das elites económicas, na opinião emitida e exposta junto do público, e a hipotética adulteração que esta poderá provocar em algumas situações é abordada por (Olicshevis, 2006, p.5):

Opinião pública nada mais é do que a opinião de um determinado grupo. Em razão das influências dos grupos que formam a opinião dominante, o seu carácter público significa, na verdade, a expressão desta dominância e não a

discussão descompromissada de temas com vistas a extrair a melhor posição. Por tudo isso, a opinião pública funciona como uma expressão estratégica e fundamentalmente voltada muito mais a encobrir - interesses e particularistas e privados - do que a relevar.

O jornalismo deve servir e alimentar a opinião pública. A integração das massas e da sua opinião, na sua forma mais natural, deve ser incluída de alguma forma na imprensa. Para que isso seja feito (Khudaikulov, 2022, p.4) afirma que:

Existem algumas formas organizadas de determinação da opinião pública na imprensa. Estas incluem debates, discussões, mesas rondas organizadas nas páginas de jornais e revistas, programas de rádio e televisão, redes de Internet, questionar a opinião das pessoas sobre certos tópicos, discussão pública de leis e documentos importantes, distribuição de questionários, pesquisas, pesquisas sociológicas. As publicações da mídia devem estar em constante contacto com centros de pesquisa locais.

Esta proximidade entre público e imprensa ajuda a que os mídia abordem os temas que mais interessam ao público e ajudam a que o público de algum modo se sinta representado de forma pura na imprensa. Este constante moldamento e interação entre ambas as partes será benéfica para o futuro do jornalismo: "Obviamente, que isto serve para melhorar a interação entre mídia e opinião pública, e futuro desenvolvimento do espaço dos mídia." (Khudaikulov, 2022, p.4)

Porém, a era das novas tecnologias e o aumento dos fluxos de informação fez com que o jornalismo acabasse por acompanhar a evolução da sociedade ao seu redor. Toda a modernidade que se acercou, de algum modo, do jornalismo não acrescentou só características positivas ao mundo do jornalismo. Para (Araújo e Vasconcelos, 2021, p.3):

diante do contexto dessa modernidade, - dita líquida -, e da situação social vigente, encontra-se ainda a pós-verdade, que faz menção a situações em que apelos emocionais e crenças pessoais, ao invés de factos objetivos, são utilizados para moldar a opinião pública.

2.2.1 Objetividade no jornalismo

A objetividade no mundo jornalístico está relacionada com a representação fiel de um objeto. Com a qualidade, imparcialidade e forma com que algo é abordado. Com a forma rápida e direta que uma determinada temática é explicitada. A objetividade é algo que tem um fim principal, um desejo de algo a alcançar, ora no meio jornalístico, a objetividade pode ser vista como o objetivo final que a informação, seja ela de que tipo for, pretende alcançar.

Para (Sponholz, 2003, p.110-120) "objetividade em jornalismo deve ser entendida como a relação/conexão entre realidade social e realidade mediática, como a busca e aproximação da realidade através do jornalismo.", o mesmo autor deixa ainda o pensamento de que "objetividade jornalística, por sua vez, deve ser entendida como o conjunto de normas e regras para a observação da realidade. [...] Objetividade é, portanto, uma discussão sobre a possibilidade de conhecer a realidade, ou seja, uma questão para a teoria do conhecimento."

Nunca será possível ao Homem ter todo o conhecimento do mundo, a sabedoria absoluta é algo que nunca iria existir. Por não haver forma de alcançar o conhecimento total é que o indivíduo que gosta de estar bem informado passa a vida a tentar obter mais e melhor informação ao longo dos seus dias, para conseguir se aproximar tanto quanto lhe for possível do conhecimento completo da realidade. Esta ideia é abordada por Popper (1984) "todo o conhecimento passa a ter um caráter hipotético, que sempre pode ser substituído por novas possibilidades que aproximem melhor da realidade. Não existe conhecimento absolutamente seguro."

No aperfeiçoamento e busca interminável por um estado de objetividade, existem conceitos indissociáveis desse processo, terminologias como a clareza, a precisão e a exatidão fazem parte da objetividade textual (Sponholz, 2003).

O mesmo autor aprofunda ainda mais essa questão ao afirmar que: "no caso da exatidão e precisão, pode-se falar também em objetividade jornalística, no sentido de que o jornalista deve levantar informação de maneira mais exata e precisa quanto possível."

Este aprofundamento e busca pela aproximação da perfeição da informação não pode esquecer e deixar para segundo plano o facto de que a informação se deve manter tão simples passível de ser compreendida e consumida quanto possível, sem nunca ocultar

ou deixar de passar toda a parte vital da informação a ser prestada por mais complexa que esta possa ou não ser.

Para (Sponholz, 2003) esta relação entre prestar a melhor informação possível conjugado com uma que seja precisa, exata e clara são o centro de toda a problemática em redor da objetividade jornalística e no meio informativo no seu cômputo geral.

Ainda de acordo com o mesmo autor, é possível tentar delimitar o rumo que um jornalista deve tentar seguir se pretender ser alguém que procura estar o mais próximo possível da realidade e daquilo que possa ser considerado e visto como verdade. Um jornalista deve procurar compreender e observar a realidade, a objetividade jornalística surgirá através de "pesquisa, investigação, levantamento de informações e procura de derrubar teses tidas até ao momento como certas através de novos enfoques, de fontes que ainda não foram ouvidas e perspectivas que ainda não foram consideradas." (Sponholz, 2003, p.110-120)

2.3 Opinião no jornalismo

A obtenção de conhecimento é um processo que surge, por vezes, de forma algo inadvertida e não intencional, aprender e compreender para sobreviver, a única componente que vai mudando são as formas e as vertentes como se obtêm essas capacidades. Ora, num mundo onde a informação viável e mais longa tem esbarrado um pouco em barreiras como o défice de atenção de bilhões de pessoas por todo o mundo, uma vertente informativa que tem conquistado o seu espaço é a opinião.

Na ótica de alguns estudiosos e especialistas, a opinião e a informação misturam-se. A opinião pode ser uma forma de produzir informação. Essa ideia é exposta por (Silva, 2020, p.18):

informação e opinião coexistem e interagem corriqueiramente no jornalismo, tanto de maneira geral, e de forma ainda mais acentuada no jornalismo desportivo, e que esse é um traço característico da profissão. No entanto, é preciso que o jornalista tenha o discernimento de não permitir que as suas emoções interfiram de maneira indesejada.

A forma mais habitual de prestar informações a um determinado público, será através dos formatos mais tradicionais e apoiados em factos ou dados comprovados e

absolutos, porém, as opiniões podem servir de método de obtenção de informação por parte de quem a lê/ouve, caberá ao recetor de uma determinada opinião fazer um exercício de análise e interpelação para compreender o quanto poderá (ou não) confiar numa determinada opinião dependendo da sua fonte, de quem a diz ou da forma como a diz.

Esta ideia da autora acima referida deixa a possibilidade de um produtor/autor de um texto conjugar os factos e dados que tem em sua posse com opiniões próprias e que, na sua ótica, complementem ou acrescentem o valor dos dados e argumentos que são conhecidos.

Quando um especialista exprime a sua opinião ou visão sobre uma determinada temática, normalmente, optará por explicitar e tentar simplificar os contornos mais complexos da sua especialidade, essa opinião em formato de explicação é uma das mais-valias da prática do jornalista:

o jornalismo deve esclarecer o cidadão e consegue fazer isso ao apresentar a pluralidade e a complexidade de opiniões e fatos que envolvem, a realidade, dando ao leitor acesso a uma informação mais completa. Essa função é reiterada quando os jornalistas apontam que o jornalismo ajuda a formar a opinião pública, tornando as pessoas mais bem informadas. Esse sentido também abarca a noção de que o jornalismo deve ajudar o leitor a compreender o mundo em que vive. (Reginato, 2016, p.133)

Precisamente pelo facto de a obtenção de informação ser um processo que obriga a uma capacidade de atenção e quase força de vontade superior à que as pessoas estão dispostas a ter hoje em dia, que a opinião dos especialistas pode vir a ganhar mais preponderância.

O grande 'se' em toda esta vertente jornalística é em tudo semelhante às principais problemáticas das restantes: saber como, onde e de que forma se podem obter e encontrar opiniões fundamentadas, bem estruturadas, com tão poucos vieses quanto possíveis.

Apesar de ser algo que devia ser senso comum, uma boa opinião e uma opinião com a qual concordamos são terminologias e situações completamente diferentes. Esse exercício e a sua execução, são o maior obstáculo aos índices de qualidade e de obtenção de bons formatos deste tipo de comunicação.

Uma boa opinião pode ser alicerçada com base em argumentos com fundamento ou estudos, sobre os quais se aplicam pensamentos e raciocínios, posteriormente, cada um poderá fazer o escrutínio de tentar perceber se concorda ou não com determinada ideologia ou ideia defendida por alguém.

Sobretudo junto dos mais jovens, habituados aos conteúdos “short-form” que consomem em redes sociais como o “X”, “Tik Tok”, “Instagram” ou “Facebook”, a informação em “short-form” será a que lhes é mais próxima. Ao invés de ler ou ouvir uma notícia e todas as suas componentes factuais a população opta, por diversas ocasiões, por recorrer à decomposição e explicitação que os comentadores/analistas fazem sobre um determinado assunto.

Para formar uma boa opinião, esse tipo de especialista tem de dominar o assunto sobre o qual está a opinar por completo, estar confortável para responder a todo o tipo de dúvidas de forma precisa e sem rodeios. Um líder de opinião tem de ser especialista na arte de comunicar para conseguir defender e otimizar as suas melhores qualidades da sua ideologia, e posteriormente, debater e defender-se de hipotéticos pontos menos positivos.

De acordo com (Jacobs e Townsley, 2011) apesar da importância reconhecida a este tipo de área, pouca atenção era prestada aos media de opinião e ao papel da media de comentário na sociedade contemporânea. Salvo algumas exceções, a literatura escolar tinha tendência a ser cirúrgica da opinião e do crescimento do comentário organizado durante o século XX.

Se outrora, nos séculos XVII e XVIII, por exemplo, a vertente opinativa e de comentário era usada majoritariamente para debater assuntos relacionados com política e economia, nos dias de hoje, como é possível observar pelo alinhamento dos canais de televisão mais assistidos em Portugal, o espaço dedicado à opinião é muitas vezes entregue a comentários sobre desporto e mais concretamente futebol, embora existam vários meios de comunicação que têm tido no seu alinhamento programas ou espaços televisivos, como o “O Outro Lado”, “O último apaga a luz”, “Eixo do Mal”, “Expresso da Meia Noite”, “Governo Sombra”, “Circulatura do Quadrado”, entre outros, onde se privilegia o comentário relacionado com os mais diversos temas da ordem do dia e que, à partida, serão do interesse do cidadão comum.

Um dos grandes obstáculos, senão mesmo o maior que a opinião encontra é a crítica pela sua hipotética falta de objetividade, na ótica de Chalaby (1998, pp. 136-137) "quando

os jornalistas começaram a definir os 'standards' da profissão no início do século XIX, criação a definição de que a objetividade devia ser uma clara e vincada separação entre factos e opiniões."

Esse tipo de conceitos começaram a ser reajustados e revistos com o passar dos anos, atualmente, ninguém consegue dissociar a vertente opinativa de qualquer assunto da ordem do dia, acaba por ser um pouco a natureza do próprio ser-humano, todos os dias opinamos, muitas vezes sem nos apercebermos sequer de que o estamos a fazer sobre dezenas de assuntos.

A opinião funciona quase como uma "continuidade dos factos obtidos", (Jacobs e Townsley, 2011) defendem quem para uma compreensão completa e deliberação, é necessário considerar um largo número de comunicações média, o que ultrapassa para lá do jornalismo objetivo que pode ser encontrado numa secção de jornal de qualidade.

A opinião especializada e publicada por especialistas e profissionais entendidos sobre uma determinada matéria pode auxiliar ao pensamento e encadeamento de ideias por parte do cidadão comum, os profissionais possibilitam às comunidades as ferramentas e bases para fomentarem opiniões e ideologias. Para Alexander (2006) os média disponibiliza não só os factos, mas também os formatos, as normas e as retóricas que os cidadãos podem aplicar para desenvolverem as suas próprias opiniões e entrarem em discussões abrangentes e de interesse público.

Para Jacobs e Townsley (2011), o crescimento da vertente opinativa e do espaço para comentário na televisão aconteceu nos anos 1970 e 80, ao mesmo tempo que essa expansão do espaço para este tipo de informação crescia nos jornais. Todo este processo foi acelerado pelo crescimento explosivo da Internet, durante a primeira década do século XXI.

Ao contrário do que possa ser dito pelos mais cétricos, a opinião, quando bem fundamentada e alicerçada tem raízes fortes na "informação objetiva", aqueles que estudam, leem e procuram enriquecer os seus conhecimentos antes de formarem as suas opiniões e narrativas, estão a compilar e acumular informação fidedigna para depois poderem argumentar sobre os temas da ordem do dia.

De acordo com os autores acima citados, podemos olhar para o espaço da opinião como um "espaço da atenção democrática onde a sociedade como um todo, reflete, analisa

e tenta acompanhar os eventos do dia-a-dia. Uma central onde a opinião pública é formada e um elemento crítico da comunicação no seu cômputo geral."

2.3.1 Formação e fundamentação de opiniões

O conceito básico da formação de uma opinião ou enriquecimento das arestas de uma ideologia não é tão simples como possa, eventualmente, parecer ao olhar mais desatento: um indivíduo ou grupo de indivíduos procura obter informação que lhe permita racionalizar e deliberar com os outros sobre os assuntos de interesse comum e sobre aqueles que forem do seu fórum pessoal. Os média têm a função de disponibilizar ao indivíduo formas de autoinstrução. Os indivíduos têm a possibilidade de ler jornais, ver televisão, pesquisar na Internet e formar as suas próprias correntes de opinião e pensamento para tentarem ser um cidadão tão informado, útil e completo quando possível. Obter informações de qualidade e que permitam delimitar e diferenciar diferentes visões e opiniões sobre o tema A, B ou C.

Jacobs e Townsley (2011) comparam este processo ao que é feito, ou pelo menos ao que deveria ser feito, por um cidadão quando se prepara para votar. Nas proximidades de um ato de voto, o cidadão procura recolher o máximo de informação possível sobre os candidatos, escolher aquele ou aqueles com que se identificam mais e corresponder assim as suas preferências ou ideias. No fim, os votos são contabilizados e as pessoas ficam a saber em que lugar no espectro as suas preferências ficam quando comparadas às preferências dos outros.

Um dos "se's" da opinião e do comentário é quando o mesmo é feito em pequenos grupos, que muitas vezes acabam por pensar da mesma forma. O ser humano tem por natureza a tendência em tentar se agrupar em pequenos grupos, grupos nos quais se sente confortável e se rodeiam normalmente por pessoas que pensam de formas minimamente similares. Se por um lado, a argumentação e pormenores de uma determinada forma de pensar podem ser aprimorados nesse tipo de agrupamentos, esses podem gerar um "afunilar" de ideias e uma falta de abertura para ouvir, entender e compreender visões distintas das originais de cada indivíduo para com um tema em específico.

Para Jacobs e Townsley (2011), é aqui que o modelo da comunicação exercida nos média se distingue, nomeadamente porque embora exista uma maior distância entre líderes de opinião e espectadores e por isso mesmo uma reduzida sensação de inclusão na

deliberação, as opiniões que circulam nos media têm muito mais influência e abrangência do que aquela obtida em pequenas discussões de grupo.

A fundamentação e formação de linhas de raciocínio pode contemplar a análise e abertura de perceber e compreender várias linhas de pensamento diferentes, para então sim, efetuar uma escolha da forma de pensar e da opinião com a qual cada indivíduo se identifica mais ou/e se sente mais representado e confortável.

A opinião pública e a criação de pensamentos é explicitada de forma eficaz por Park (1940, p.671)

A primeira reação típica de um indivíduo a uma notícia é provavelmente o desejo de a repetir a alguém. Isto gera conversação, que gera comentários e possivelmente o início de uma discussão. O choque de opiniões e sentimentos que uma discussão obrigatoriamente provoca normalmente termina num consenso ou opinião que seja abrangente ou coletiva - o que chamamos de opinião pública.

2.3.2 Os diferentes tipos de texto de opinião

Os textos de opinião são uma forma de expressar pensamentos e pontos de vista sobre os mais variados temas. Este tipo de texto permite a execução de análises e iniciação de debates ou trocas de ideias que possam, posteriormente, levar a um bom encadeamento de raciocínios.

De acordo com Marques de Melo (2016, p.51) estas são os seguintes formatos de textos opinativos existentes: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Caricatura, Carta e Crónica.

A sub-categorização dos tipos de texto poderá ser importante para ajudar o leitor a conseguir identificar o tipo de conteúdo que se preparar para ler. Na ótica de Marques de Melo (2016, p.46):

os estereótipos são indispensáveis para antecipar as experiências de realidade social vivenciadas pelos receptores. A esteriotipização não se restringe aos conteúdos ideológicos das mensagens, mas se amplia para incluir também

suas formas, seus delineamentos, suas características, enfim, tudo aquilo que se responsabiliza por conferir identidade aos produtor midiáticos.

Quanto mais simples for para um hipotético leitor perceber o formato do que se prepara para ler, mais prática e eficiente se poderá tornar a sua leitura. Ao saber se que tipo de texto se trata, um leitor, em princípio, terá mais facilidade em conseguir compreender os contornos da ideia que lhe está a ser passada através de um determinado texto. Este tipo de caracterização e organização dos conteúdos opinativos prestam auxílio à atividade de obtenção de conhecimento por parte do leitor, ainda de acordo com o mesmo autor:

os géneros e as suas subdivisões - formatos e tipos - são formas relativamente rígidas, fixas, que definem o modelo de atitude do espectador, antes de este se interrogar acerca de qualquer conteúdo específico, determinando assim, em larga medida, o modo como esse teor é percebido.

Apesar dos inúmeros tipos de texto de opinião existentes, ao longo deste trabalho iremos nos focar apenas naqueles que fazem parte das amostras que foram extraídas das edições do jornal "Público" entre 16 e 22 de Novembro de 1993 e 2023, respetivamente.

2.3.2.1 Editorial

Tipo de texto opinativo particularmente diferentes dos restantes pelo seu aspeto institucional. Os editoriais não possuem um cunho pessoal ou uma assinatura individual, uma vez que se tratam de um posicionamento por parte de uma empresa ou instituição.

Este tipo de texto é a forma que um meio de comunicação tem para comunicar com os seus leitores. Por ser um texto institucional e de algum modo coletivo, esta forma de comunicação não expressa necessariamente as opiniões do indivíduo A, B ou C, mas sim os posicionamentos da entidade e grupo coletivo em questão.

Por ser um tipo de texto opinativo, à semelhança dos restantes, este terá de ser bem fundamentado, escrito com linguagem precisa e bem tratada de modo a passar com clarividência, o posicionamento que a entidade em questão pretenda.

2.3.2.2 Comentário

Os artigos de opinião podem ter diversos intuitos: convencer, atacar, repreender, analisar, defender, descredibilizar, ou até mesmo, simplesmente, expressar uma opinião/ideologia sobre um determinado acontecimento ou temática relevante para a sociedade.

O comentário será, à partida, a forma de texto opinativo menos restrita existente, o conceito é simples, mas difícil de ser executado, por vezes. A opinião do autor, seja ela qual for, tem de alguma forma estar presente na elaboração de um texto deste género. A subtilidade, ou não, com que aparece está dependente das intenções do autor/ autores da peça.

Segundo Boff, Köche & Marinello (2009, p.3) "o artigo de opinião é um género textual que se vale da argumentação para analisar, avaliar e responder a uma questão controversa. (...) Geralmente, discute um tema atual de ordem social, económica, política, ou cultural, relevante para os leitores." O comentário será a forma mais usual de o fazer pois permite alguma liberdade incomum a quem o produz.

Como é apanágio em outro tipo de textos, um bom comentário deve assentar-se na capacidade do autor em contextualizar o assunto a ser abordado, fornecendo todo o tipo de informações necessárias ao leitor, argumentar o seu ponto de vista de forma tão explícita e qualificada quanto lhe for possível.

Por ser um texto que deve incluir o cunho pessoal do quem o redigir, será importante que na elaboração de um comentário, o autor tenha a capacidade de basear a sua forma de pensar e respectivas ideologias, em argumentos relevantes e válidos que permitam uma boa base para o seu texto.

Este tipo de texto de opinião, é por diversas vezes pautado e caracterizado pela sua interatividade, uma forma de conseguir cativar e atrair a atenção dos possíveis leitores.

2.3.2.3 Crónica

À semelhança do comentário, a crónica é um texto de cariz opinativo onde a principal premissa será a de o autor expor livremente a sua visão e interpretação de um determinado acontecimento, assunto ou tema. A crónica deve consistir no comentário livre e bastante descritivo de uma problemática. Na ótica de Trigo (1987, p.11) "a crónica e o folhetim, e mais tarde a grande reportagem, aparecem-nos como espécies discursivas mistas pertencendo, a um tempo, ao jornalismo, pela sua quotidianidade, e à literatura, pelo imaginário que as acompanha." A narrativa deve, geralmente, ser informal e pessoal de modo a que o autor possa colocar tanto do seu cunho pessoal, quanto bem entender na execução de texto.

A presença do cunho pessoal pode ser de extrema importância para o sucesso e alcance de uma crónica. Muitas das vezes, e é algo que se verifica por exemplo nas amostras que fazem parte deste trabalho, um cronista ou colunista, tem o seu espaço "fixo" no alinhamento do jornal, será mais fácil para um indivíduo ler algo escrito por alguém com quem pode criar uma conexão/ ligação através das ideologias ou forma de comunicar de um determinado autor.

O autor de uma crónica tem de ser exímio na forma como expressa a sua opinião e forma de olhar para um determinado acontecimento, normalmente, as crónicas são publicadas num espaço algo diminuto, onde caracter conta para fazer uma ideia ser absorvida.

De acordo com Moisés (1967, p.75) "Ambiguidade, brevidade, subjetividade, diálogo, estilo entre oral e literário, temas de quotidiano, ausência de transcendente - eis os requisitos essenciais da crónica (...)", reforçando a ideia de que o valor da crónica, pela forma como se expressa e tanto diz em tão pouca extensão, faz com que este tipo de texto seja muito valioso e útil.

2.3.2.4 Crítica

A crítica caracteriza-se por ser um texto de cariz opinativo, onde a opinião é dada de forma mais analítica e especializada quanto a um determinado tema, denominadamente, de ordem cultural. Neste tipo de texto, a fundamentação e a avaliação qualitativa ganha contornos superiores a outro tipo qualquer de texto. Uma crítica tem como objetivo principal qualificar e descrever os pontos positivos/negativos de uma obra.

Após uma análise meticulosa, uma forte e precisa contextualização e um bom sentido crítico, tão construtivo quanto possível, o autor deve proceder à argumentação detalhada e estruturada do seu ponto de vista e apreciação, ou não, do tema/ obra em análise.

Mais ainda do que na crónica e no comentário, é na crítica que um autor encontra o melhor e mais vasto palco para de forma profissional, argumentativa e pessoal expor a sua avaliação e opinião sobre a obra em análise no seu texto, o que torna este tipo de texto, uma forma de expressar opiniões que por diversas vezes aparece associado à análise das mais diversas formas de arte.

A forma que talvez seja a mais desejável de adotar no momento de expressar e explicitar as características de uma opinião será a que opta por privilegiar o raciocínio, a lógica, procurar fundamentar um raciocínio e uma ideologia com base em factos ou em estatísticas que defendam e suportem um determinado ponto de vista.

Outra abordagem muito usual será a do ponto de vista mais emocional, usar a emoção e o sentimento para expressar uma opinião pode levar a que os recetores dessa opinião se sintam identificados e representados pela forma que um determinado autor de uma opinião se esteja a expressar, ou com algum problema que o mesmo exponha e que se relacione com a vida pessoal de alguns dos recetores daquela mensagem.

Uma outra forma de comunicar e expor opiniões que será bastante oportuna será a de optar por uma vertente mais comparativa, enaltecer e elevar uma determinada visão ou ponto de vista, tendo por base uma outra que na ótica do líder de opinião/ autor de opinião não seja tão correta ou exata quanto a sua. Com o avançar dos anos e tendo em conta o quão fragmentada consegue ser uma determinada comunidade, talvez o mais comum num autor de opiniões, seja compilar num só, todos os tipos de abordagem e apelos referidos anteriormente.

Todas estas "alíneas" e pormenores presentes na arte da comunicação opinativa e no criar de linhas de raciocínio, fazem deste tipo de texto/ mensagem, um campo que tem tanto complexo, como de útil e versátil para o melhor desenvolver de uma sociedade.

2.4 Opinião e esfera pública

2.4.1. Agenda-setting

O fenómeno da "agenda-setting" está relacionado com a forma como os média podem exercer algum controlo e filtração na forma que alguns conteúdos são abordados e que conteúdos são sequer abordados numa determinada sociedade.

A teoria do agenda-setting, ou teoria do agendamento, tem como seu intuito realçar a capacidade que os meios de comunicação têm de influenciar que temáticas são oportunas e relevantes de serem alvo do debate público e atenção mediática. Para Sousa (2017, p.38) "o agenda-setting engloba a seleção e disponibilização de notícias sobre os assuntos de que o público falará e discutirá."

Na ótica de Mendonça e Temer (2015, p.7):

Cada indivíduo tem a liberdade de tentar se instruir da forma que achar mais correta e oportuna e nos dias de hoje, todos os que têm acesso à Internet, têm variáveis quase infinitas de obter informações, caberá a cada um fazer uma análise seletiva para entender em que tipo de informações e fontes poderá ou não confiar.

O papel que a mídia procura exercer junto dos leitores é o de facilitar o acesso a determinados temas que os meios de comunicação achem relevantes de estar presentes no conhecimento do cidadão comum:

A mídia elenca temas e assuntos que integram a agenda pública, sendo atuante na definição das representações sociais dos indivíduos, ao nomear e atribuir significados sobre os fatos e acontecimentos que reporta em suas publicações. Logo, em relação ao agendamento midiático, os meios de comunicação podem estar em um papel de objetivar e ancorar determinados conteúdos nos sistemas cognitivos dos indivíduos. (Mendonça e Temer, 2015, p.15)

2.4.2 Discurso jornalístico: opinião

Como todos os tipos de jornalismo produzidos, o jornalismo opinativo e todas as correntes de opinião publicadas ou produzidas por toda a imprensa tem o objetivo de ser lido/ouvido, receber atenção e gerar uma reação, para isso acontecer, o seu discurso deve ser tão claro e eloquente quanto persuasivo. A forma como algo é contado ou escrito define o tipo de atenção e em que quantidade é que determinada opinião vai receber.

Segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca, no seu livro chamado "Tratado da Argumentação: a nova retórica" (2000), a mídia planifica e organiza o seu discurso através de estratégias pré-definidas que aperfeiçoam a arte de falar de modo a persuadir e convencer.

A organização estratificada das ideias e das palavras concede-lhes poder, no fundo, a retórica funciona como um impulsionador e motor de discussões que possam, posteriormente, gerar conclusões e/ou raciocínios lógicos. Os meios de comunicação funcionam como mediadores da fomentação e criação de correntes de opinião.

Na visão de (Giordani, 2005, p.238) o jornalismo funciona como um revisor e aprovador de ideologias: "a partir da ideia de que retórica trabalha argumentativamente

com a teoria do verossímil e do mais provável, o jornalismo revela-se como instrumento de poder que legitima ideologias e, por sua vez, olhares sobre a verdade.”

O texto jornalístico de cariz opinativo tem algumas diferenças para com as restantes variantes do jornalismo, desde logo, pela forma como que ao contrário das restantes formas de escrita, as opiniões podem e devem ter adjetivos que elevem (ou não) determinado ideia e forma de pensar e que não sejam tão objetivas, as opiniões devem conter juízos de valor e averiguações quanto a determinadas visões, algo que os textos informativos não podem fazer. Produzir opiniões está na essência do ser-humano, porém, fazê-lo de forma capacitada e fomentada é bem mais complexo.

Nos dias de hoje, como vai ser possível de verificar pelo estudo feito para este trabalho, que vai surgir mais à frente, alguns dos meios de comunicação de maior renome, podem ponderar conceder cada vez mais espaço aos conteúdos opinativos, muito pela possibilidade que este tipo de texto pode permitir às pessoas e aos consumidores/espectadores uma maior facilidade e até vontade em tentar compreender e identificar em que "zona do espectro" se enquadram quanto a uma determinada temática.

Uma das mais-valias, mas simultaneamente, um dos maiores perigos para a informação e para o bom nome do jornalismo no seu geral é o facto de todas as opiniões, ideias, debates ou prestação de informações factuais estarem sempre dependentes da interpelação, efetuada através do livre-arbítrio de um cidadão.

Cada indivíduo, por mais estudos, estatuto ou rotinas que tenha, tem sempre de fazer um exercício pessoal de interpretação e decomposição dos factos/correntes opinativas. Esse é um dos fatores que tem ajudado a consolidar o espaço da produção de conteúdo opinativo, a necessidade que as pessoas sentem de verem parte dos seus pontos de vista e ideologias, confirmadas ou confrontadas por pessoas especializadas capazes de o fazer.

Infelizmente, nem todas as pessoas que têm um espaço onde podem criar as suas linhas de raciocínio e opiniões, são cem por cento capacitadas para o fazer, vemos por inúmeras vezes o desenrolar de discussões "sem sumo", mesmo em canais televisivos de algum renome: aqui e ali essas discussões "sem pés, nem cabeça" acabam por manter o seu espaço junto do público, porque confusão e discórdia vendem.

Por outro lado, felizmente, existem muitos e bons exemplos de discussões "felizes" e com conteúdo, através da tal busca pelo melhor argumento ou encadeamento de ideias. Para Giordani (2005, p.244) "a escolha dos adjetivos é uma estratégia argumentativa, em que o jornalista defende sua opinião também através dos valores que são transportados por essa categoria linguística, vista como um operador argumentativo."

A autora reforça ainda a ideia de que os adjetivos utilizados num discurso "revelam os valores e crenças defendidas pelo orador" bem como "a ideologia do orador, que assume uma posição e defende a sua tese através de argumentação", por sua vez, a "organização do discurso retórico, sua lógica interna, revela a intencionalidade do orador, que busca a adesão do público."

Quanto mais coerente e perspicaz for o discurso utilizado numa notícia ou numa criação de opinião, mais bem recebida e recetível ela se tornará. Se a opinião disponibilizada e explicitada por alguém for baseada em fundamentos e raciocínios eloquentes, mais rápida essa opinião/ideologia será adotada e defendida pelo público que a acabar por ler.

As discussões, sejam elas mais ou menos aprofundadas e minuciosas, são sempre criadas no intuito de chegar a uma conclusão que, na maioria dos casos aproxime até um certo ponto as opiniões diversas existentes. Para Ferreira (2010) a retórica existe onde há uma questão a ser debatida. Por isso, atua no interior do discurso polémico: aquele em que duas ou mais pessoas ou facções emitem opiniões discordantes. A capacidade de argumentação baseada em factos ou teorias fundamentadas que sejam capazes de ser validadas são uma arte difícil de executar, mas que quando bem feitas são extremamente persuasivas.

O género opinativo em jornalismo comporta diferentes formatos de texto como artigos de opinião que tecem comentários, críticas ou crónicas. Apesar de existirem algumas semelhanças, entre estes tipos de texto, é prático conseguir fazer uma distinção prévia entre eles. Uma das diferenças entre estas formas de escrever, está relacionada com o facto de "a crónica ser preferencialmente noticiosa enquanto que o artigo, mesmo podendo até possuir traços noticiosos, não tem de ser, necessariamente, inteiramente noticioso. Isto quer dizer que não é imperativo que o seu núcleo seja uma notícia." (Gaudêncio, 2009, p. 34)

A produção de conteúdos de opinião, nomeadamente de artigos de opinião, é sempre pautada de uma alguma liberdade, que nem sempre existe no mundo do jornalismo e de produção de conteúdo informativo. Existirão sempre os limites do aceitável, relacionados com o bom senso, moral ou respeito, mas tirando essas limitações comuns, o conteúdo dos artigos de opinião fica entregue na íntegra, ao autor, embora este tenha sempre de prever a revisão do seu editor, bem como algum hipotético conflito de interesses para com a sua entidade patronal.

A liberdade existente no mundo do jornalismo, por vezes, acaba por ter algumas condicionantes adjacentes. Uma profissão que está tão relacionada com o comportamento das comunidades terá de ter algum cuidado na forma como aborda e faz chegar junto dos leitores determinadas informações:

O jornalismo, enquanto profissão, foi-se construindo em torno de objetivos de uma nova função social, atribuída a um corpo específico de profissionais, cada vez menos entendidos como opinadores, detentores de uma liberdade de dizer, mas a quem se reconhecem deveres, num quadro de uma liberdade para melhor realizar objetivos sociais, cada vez mais conformados com a ideia de um serviço público de informação e com o valor da democracia. (Camponez, 2018, p. 4)

Alargando o raciocínio sobre a liberdade à liberdade de expressão, é possível entender a importância do jornalismo para a dar a conhecer determinado temas ao público:

A liberdade de expressão e de imprensa representa também a oportunidade de inscrição na agenda pública de temas considerados relevantes para debate, seguindo o princípio de que os media não nos dizem apenas como pensar, mas também sobre o que pensar (Cohen citado por Camponez, 2018, p. 4)

Uma outra mais-valia presente neste tipo de texto, é a sua personalização. O autor de um comentário ou artigo de cariz opinativo, normalmente sabe de antemão, o tipo de público ao qual se estará a dirigir, o que poderá fazer com que o autor elabore a sua exposição de forma mais, ou menos, específica e pormenorizada, consoante o tipo de público ao qual se esteja a dirigir, ainda que sem nunca perder a noção da verdadeira essência do seu papel, uma clara e honesta transmissão de factos e ideias.

Para que um texto ou comunicação deste tipo tenha sucesso e consiga cumprir com as suas funções é necessário que o autor tenha a capacidade de transmitir as suas ideias num tom quase conversacional e prático de ser consumido e compreendido,

as ideias que o autor pretende transmitir devem estar embutidas no texto de forma quase impercetível para o leitor, através de um estilo de certa forma conversacional. As palavras e as ideias devem 'penetrar' no público sem que este se aperceba desse facto. (Gaudêncio, 2009, p.36).

Toda a autonomia e liberdade concedidas a um autor deste tipo de texto ajuda a tornar o texto fluido e fácil de ser compreendido e interpretado.

Todos os temas são passíveis de ser abordados por um texto ou comunicação opinativa, porém, como é deduzível, quanto mais oportuno e impactante para as vidas dos hipotéticos leitores/ouvintes for o tema, mais atenção e pessoas este irá atrair.

Estes textos devem ser uma partilha de conhecimentos e não um exercício de "exibicionismo intelectual", qualquer tipo de forma de opinião deve ser agradável, instrutivo e quase didático para quem o consome.

O artigo de opinião não se deve tornar aborrecido para quem o lê. Não se pretende que o leitor se sinta cansado ao lê-lo, pelo contrário, este deve sentir-se interessado na leitura a fazer e, se possível também, deve sentir-se divertido com ela. (Gaudêncio, 2009, p.38)

A mesma autora reforça ainda a ideia de que é necessário que o autor de formas de opinião seja capaz de diversificar e abordar coisas novas, ou pelo menos de forma diferente. "não pela redação de textos sobre temas de que ainda poucas pessoas têm conhecimento, mas sim de conseguir focalizar de forma bastante pessoal factos que são do conhecimento geral." Será característico de um bom produtor de conteúdos opinativos, que este consiga sempre acrescentar o seu cunho pessoal a um raciocínio ou linha de pensamento, sem que o faça de forma forçada, não natural ou abrupta.

Para ser possível realizar uma boa interpretação de como os meios informativos utilizam a vertente jornalística mais opinativa, será oportuno identificar alguns dos comportamentos e formas utilizadas pelas entidades que possuem estes espaços no seu alinhamento.

Ao contrário das notícias meramente informativas e mais objetivas, as opiniões podem apresentar diversas formas de abordar todos contornos de uma temática específica. A forma subjetiva e mais desafiante com que a opinião tem a liberdade e possibilidade de encarar determinados temas, proporciona a este tipo de informação características únicas e especiais no mundo do jornalismo.

Este tipo de espaço informativo subjetivo e mais "aberto" permite a formação de diversas interpretações e visões do mesmo tema, sem que alguma delas esteja necessariamente mais correta do que as outras. O lado mais subjetivo deste tipo de espaço informativo, serve mesmo para que seja possível chegar a conclusões ou linhas de raciocínio (idênticas ou não), por caminhos diferentes. Ao invés de apresentar algo que é mais "preto no branco" e factual, este tipo de informação oferece a quem o produz, e posteriormente a quem o consome, um leque de possibilidades diferenciado no que toca à forma e metodologia utilizadas para explicitar ou abordar determinado tema.

Dito isto, para ser possível realizar um exercício algo comparativo e que demonstre a pluralidade de abordagens para com um tema em específico, iremos olhar para a forma como o Jornal "Público", jornal de referência em Portugal, oferece algum do espaço existente no seu alinhamento tradicional aos mais diversos temas que possam vir a ter uma ou mais interpretações pessoais de especialistas.

O intuito será o de analisar e tentar compreender que abordagens e formas de abordar os temas foram adotadas, tanto na sua posição junto do público geral, como no seu estatuto. Tal como já referido anteriormente, um dos fatores diferenciadores deste tipo de comunicação, é a panóplia de formas que podem ser usadas para comentar e desconstruir um determinado tema.

Os espaços de opinião têm a vantagem de oferecer ao hipotético leitor/ouvinte, uma visão pessoal e aprofundada de alguém que à partida terá domínio e conhecimento total sobre o tema a ser abordado.

Enquanto que numa notícia que se apresente no seu formato "normal" e mais objetivo, pouco mais é feito do que uma ordenação e encadeamento dos acontecimentos conhecidos sobre uma temática, na vertente opinativa, esse mesmo encadeamento pode ser adulterado (até determinado ponto), de modo a ser mais prático e simples para um líder de opinião/comentador, tentar provar os seus pontos e a lógica por detrás das suas linhas de raciocínio.

Os artigos de opinião, as colunas destinadas a esse mesmo tipo de escrita e os programas de debate e discussão de temáticas têm solidificado o seu espaço na comunicação em geral, muito pelo seu lado mais interpelativo e quase que interativo para com quem o lê. Essa valência de incluir o cidadão e o ouvinte na discussão, ainda que de forma algo adjacente, faz com que o público em geral, que nos dias de hoje cada vez mais tem o desejo de se sentir respeitado, representado e ouvido se interesse e intrigue por este tipo de abordagem comunicacional.

Existem diferentes formas de passar uma mensagem ao público, o autor de uma opinião, consoante o espaço e o tema a tratar, poderá envergar por caminhos ligeiramente diferentes entre si. Serão quase incontáveis os tipos de caminho que um autor pode escolher, porém, falemos apenas daqueles que serão mais comuns e presentes na forma como se cria conteúdo opinativo na comunidade.

Os textos de opinião e os formatos opinativos contribuem para o jornalismo através do auxílio que prestam à fomentação da opinião pública. De acordo com (Lorenzon, 2014, p.24) "as instituições jornalísticas podem influenciar a ação do seu público fazendo-o agir e reagir conforme as suas invenções."

Os meios de comunicação têm a possibilidade de orientar e de algum modo influenciar a formação das opiniões que são vistas como "opinião pública", esta ideia é reforçada por Emerson Cervi, professor de Ciência Política,

se por um lado a sociedade atua a partir de um padrão definido e de consenso, a massa age pela simples convergência de escolhas individuais e o público busca uma decisão ou opinião coletiva. Por isso, a opinião coletiva, que só pode ser obtida a partir da discussão pública, é chamada de opinião pública. Ou seja, trata-se de um produto coletivo, que não se constitui por uma opinião unânime. (Cervi, 2012, p.61)

A necessidade de produzir conteúdo opinativo e subsequentemente produzir textos de opinião está relacionada com a demanda do público em obter conhecimentos e auxílio nos seus raciocínios sobre os mais diversos temas do quotidiano. Para (Melo e Assis, 2016, Horizontes Teóricos) o raciocínio é algo simples:

se, na sociedade, há várias demandas, herdadas pelos múltiplos desempenhos dos atores sociais em suas atividades cotidianas, é natural que os meios de

Comunicação se organizem de modo a suprir essas necessidades - se não todas, ao menos as principais -, com conteúdos adequados a cada uma delas.

3. Metodologia

O processo metodológico adotado para a execução deste projeto teve a sua origem ou ponto de partida na busca pelas respostas às seguintes perguntas: "Qual é o papel do jornalismo na sociedade? E do jornalismo de opinião? Qual o seu espaço? Estará esta forma de produção de conteúdo em crescimento?". A intenção ao longo do trabalho foi procurar responder e explicitar de forma tão capaz e completa possível as hipotéticas respostas ou abordagens a estas questões.

Ao longo de todo o trabalho, mas sobretudo no início e no fim do mesmo, foi realizada uma revisão bibliográfica de diversos temas, que serviram de elo de ligação a outros ou de auxílio para chegar a outro tipo de raciocínio. Foram consideradas peças de cariz opinativo, obras literárias, artigos, trabalhos académicos, bases de dados e alguns jornais ao longo da composição e construção deste trabalho e deste estudo.

Os dados referidos ao longo do trabalho foram calculados com base nas informações obtidas através das amostras das edições do Jornal "Público", dos jornais de 16-22 de Novembro de 1993 e 2023, respetivamente.

Na recolha dos dados obtidos através das edições físicas dos jornais, houve a necessidade de consultar por inúmeras vezes as edições dos períodos acima denotados, com o propósito de poder fundamentar ideias e raciocínios previamente pensados, bem como outros oportunos que surgiram ao longo das análises quantitativas efetuadas a essas duas semanas das edições do Jornal "Público". Essa análise permitiu tirar ilações oportunas e úteis para o encadeamento de ideias e pensamentos gerados ao longo da produção da análise à amostra e respetivas deduções efetuadas.

Através dos dados obtidos e de outros pontos referidos de forma oportuna ao longo do trabalho, a parte final do mesmo será dedicada a expor e explicitar as conclusões e características analíticas possíveis de efetuar através da análise e decomposição minuciosa dos variados componentes das amostras.

4. Discussão / Resultados

4.1 Mais sobre o jornal "Público"

O jornal "Público" é uma das fontes de informação de maior renome e confiança em Portugal. Citando Nuno Pacheco "Idealizado no Verão de 1988, aprovado em Março de 1989 e nas bancas em 5 de Março de 1990. (...) Não existia Internet, telemóveis ou redes sociais, e na televisão só havia dois canais, os da RTP."

O Jornal "Público" procurou desde sempre e cedo deixar a sua marca. Uma amostra dessa intenção passou pela aposta pelo formato tablóide e impresso a cores ou os suplementos diários que eram impressos a cores que saíam diariamente: Economia (segundas-feiras), Leituras (terças), Videodiscos (quartas), "Hoje e amanhã" (quintas), A Semana (sextas), Jogos (sábados) e Magazine (em formato revista, aos Domingos), são algumas das mais-valias principais enumeradas por Nuno Pacheco relativas ao jornal "Público" nos anos 1990.

A primeira edição oficial de sempre teve como título "Cunhal: resistir até ao fim" e terão sido vendidos 120 mil exemplares. Desde então seguiram-se mais de 34 anos de publicações sem qualquer tipo de interrupção. Uma boa amostra da longevidade deste meio de comunicação.

O jornal impresso, a sua presença no meio online, os suplementos, podcasts, colunas de opinião e formato de subscrição que possibilita o acesso a newsletters exclusivas, demonstram o quão moderno e diversificado em todas as frentes o jornal "Público" pode ser considerado.

De acordo com os dados disponibilizados pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e circulação (APCT), no último trimestre de 2023, período mais recente sobre o qual à data deste trabalho existem dados confirmados e definitivos e espaço de tempo onde incide a amostra retirada em 2023, para a execução desta pesquisa, o jornal "Público" foi o diário mais vendido no formato digital e o quarto mais vendido, nesse mesmo trimestre, de forma impressa.

Segunda-feira
5 de Março de 1990

Ano 1 n.º 1

60\$00 (Continente)
70\$00 (Madeira) 80\$00 (Açores)

Director **Vicente Jorge Silva**
Director-adjunto **Jorge Wemans**

Rua Amalcar Cabral 11 1, 1700 LISBOA
Rua N. S. de Fátima, 177-1 4000 PORTO

PÚBLICO

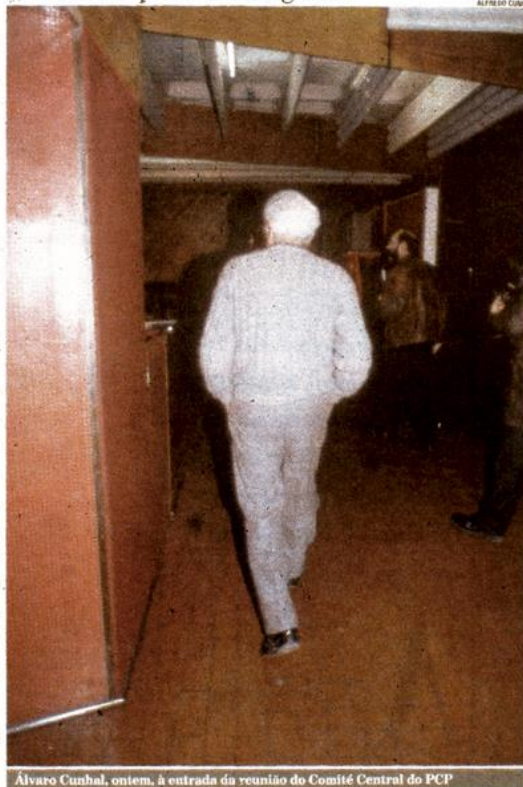
Suplementos
ECONOMIA
GESTÃO SEM DESPÉRDIO
ESPECIAL
A NOVA EUROPA

Comité Central do PCP recusa abertura para o Congresso

Cunhal: resistir até ao fim

O PCP mantém-se igual a si próprio: os primeiros sinais da reunião do Comité Central, ontem iniciada, confirmam a recusa da direcção comunista em seguir os novos ventos que sopram do Leste. A proposta de regulamento do próximo Congresso Extraordinário obedece às mesmas regras do Congresso anterior: não vai haver voto secreto nem circulação oficial de documentos contrários à Direcção. O PÚBLICO esteve na Soeiro Pereira Gomes, observou o ambiente e entrevistou Cunhal. Entretanto, também ontem, realizaram-se importantes eleições locais na União Soviética que poderão proporcionar a Gorbatchov a oportunidade para uma nova ofensiva contra os adversários da perestroika. E hoje faz 37 anos que morreu José Estaline.

p. 2



Alvaro Cunhal, ontem, à entrada da reunião do Comité Central do PCP

Porto: luz verde para o título

JOSÉ RODRIGUES



Cinco minutos de grande "suspenção" marcaram o final de um FC Porto-Sporting que aos 22 minutos da primeira parte os portistas pareciam ter já resolvido, quando ganhavam por 2-0. Num jogo de emoções fortes, os "leões" protestaram contra o "penalty" que deu origem ao terceiro tento do Porto, mas ninguém discute a superioridade "azul e branca". Jaime Magalhães foi o motor da equipa, recidivando com João Pinto a famosa "asa direita das Antas", há muito desaparecida. A vitória de ontem permite agora ao Porto descer à Luz, no próximo domingo, com a tranquilidade de quem lidera o campeonato com três pontos de avanço sobre o Benfica. Os cinco golos do FC Porto-Sporting dão também o tom de uma jornada em que foram mais de duas dúzias os golos marcados. Em posição crítica ficou o Portimonense ao perder em casa com o Claves (0-1).

p. 24

Jardim recusa "dinheiro sujo"

Um relatório publicado no final da semana em Washington, sobre a situação do tráfico da droga no mundo, manifesta preocupações quanto à possibilidade de a futura zona "off-shore" da Madeira vir a servir para o "branqueamento" de dinheiro pelos patrões do narcotráfico. João Jardim, em declarações ao PÚBLICO, reage: "Qualquer referência desse tipo relativamente à Madeira é um absurdo".



p. 18

Rosa Mota exila-se nos EUA

Rosa Mota tem as malas feitas para sair do país. Segundo o seu treinador e companheiro, José Pedrosa, a atleta poderá tomar a decisão de emigrar caso o conflito com a Federação Portuguesa de Atletismo não se resolva no prazo de uma semana. O local de exílio serão os Estados Unidos.

p. 23

TV da Igreja divide PSD

Deputados do PSD querem liberdade de voto na questão da TV privada como resposta às críticas que, em Lagos, Cavaco Silva lhes dirigiu. Acusam o Governo de ter cedido às pressões da RTP. A Igreja está atenta às movimentações e lança hoje uma campanha de "mailing" junto dos políticos e empresários.

p. 6

As tentações de Olga

1990 está a ser o "ano de todas as tentações" para Olga Roziz. Depois de uma "Isolda" wagneriana, em paixão, fúria e música, e de "Jardim de Inverno", um desafio ao público sobre as fontes do amor, chega "Idmen B", sobre música de Xenakis, estreia absoluta quarta-feira, no 3.º Programa do Ballet Giffenliken.

p. 22

Violência nos transportes

Injúrias, socos, tiros e maralhadas são manifestações de violência que envolvem os transportes colectivos com assustadora frequência. Tudo começa, em geral, por uma pequena divergência entre condutores e passageiros, mas acaba muitas vezes no hospital ou nos tribunais. É a pressão da condlução urbana.

LOCAL

Figura 1 - Capa da 1ª edição do Jornal "Público".

4.2 Enquadramento Gráfico: Diferenças na Estrutura e disposição gráfica dos Jornais (1993-2023)



Figura 2 - Alinhamento Gráfico Mais Comum nas Edições do Jornal "Público" de 1993.

Observando a disposição gráfica das edições do Jornal "Público" de Novembro de 1993, podemos observar que o texto é distribuído por seis diferentes colunas de informação e acompanhado de imagens, na sua grande maioria a preto e branco.

Este alinhamento gráfico comprime bastante informação numa só página, a quantidade de texto acumulado nestas páginas é elevado, isto claro, comparando com a realidade que conhecemos dos dias de hoje.

Por inúmeras vezes, as imagens eram colocadas no fundo da página por debaixo de toda a informação a ser prestada naquela página, num formato que privilegia conteúdo escrito quando em comparação com as imagens que poderão acrescentar contextualização ou pormenores visuais.



Figura 3 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 1993.

Apesar da disposição textual referida em cima ser a "base" da forma como o texto era posicionado nesta época, existem algumas exceções à regra.



Figura 4 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 1993.

O grid das páginas que contêm peças de informação é de seis colunas, enquanto que o grid de conteúdos opinativos é de quatro colunas, algo que faz com que as colunas de opinião meçam 1,5 colunas de informação, na sua largura. Uma estratégia visual que permite ao leitor identificar de forma intuitiva e rápida o tipo de conteúdo que está a ler.

Estas duas imagens mostram uma divisão do texto presente na página em cinco e quatro colunas, respetivamente. Ambas contêm anúncios na sua zona mais inferior.

A alteração da disposição do conteúdo textual, irá provocar uma chamada de atenção diferente ao leitor, ainda que de forma subjetiva e "inadvertida". A forma como o texto da imagem da direita está colocado, por exemplo, dá-lhe algum destaque e força, uma posição no topo da página e elevada, com colunas de texto grossas e que tornam esta entrada de texto algo imponente.



Figura 5 - Alinhamento Gráfico Mais Comum nas Edições do Jornal "Público" de 2023.

O alinhamento gráfico da informação nas edições do Jornal "Público" de 2023, é algo diferente daquele presente nas edições de 1993.

As múltiplas cores presentes nas páginas, ajudam a tornar o aspeto da informação mais apelativo e cativante. As cores ajudam a retirar o formato algo monótono em que a informação era apresentada em 1993.

Os leads ou as informações destacadas com tamanhos e cores diferentes, são também uma forma de oferecer ao texto mais algum relevo, citações destacadas por cor ou tamanho ajudam a dar maior ênfase à informação.

A colocação das imagens ao longo das páginas é também ela mais variada. As imagens relacionadas com a informação que foi feita ao longo do texto aparecem em zonas mais centrais, por vezes, auxiliadas por legendas que as descrevam.



Figura 6 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 2023.

Tal como acontecia em 1993, nas edições mais atuais do jornal "Público", nem sempre a disposição dos textos é uniforme.

Em determinadas ocasiões, em temas específicos e especializados, a disposição é alterada, agora os textos aparecem dispostos em quatro e cinco colunas, ao invés das seis que por muitas vezes eram utilizadas em 1993.

Um texto de opinião, por exemplo, é um texto muito característico e único, as imagens a cima expostas, demonstram três textos com cunho pessoal e opinativo, assinados, com nome e foto do autor junto de si e com uma disposição do conteúdo textual em quatro colunas, invés das cinco habituais nas edições mais atuais do jornal "Público".

Pormenores como os próprios títulos serem algo irónicos ou menos informativos, a inicial da primeira palavra de cada texto estar com letra maiúscula, a negrito e com tamanho diferente das restantes, ou ainda, o facto da profissão de quem escreve aquela peça vir identificada junto destes textos, ajuda a dar-lhes características que os tornam diferentes dos mais do restante alinhamento do jornal.

É essa capacidade de adaptação aos tempos, que torna a informação e a forma como ela é produzida, tão importante e oportuna, mesmo com o passar das décadas e das gerações. É impossível viver sem informação, seja em que formato for.

Para tentar identificar o possível crescimento do espaço reservado pelos meios de comunicação de referência para artigos e colunas opinativas, foram observadas e quantificadas as peças jornalísticas de cariz opinativo presentes numa semana aleatória do mês de Novembro de 1993 e de 2023 no jornal "Público".

A ideia é subdividir e identificar que temáticas eram e são abordadas no jornal, bem como a sua quantidade, num exercício que permita perceber se de facto se verifica que o espaço para as peças de opinião tem crescido, e se sim, a que ritmo esse crescimento se tem sucedido. A escolha pelo jornal "Público" remete-se única e exclusivamente por ser uma das entidades que tem tido mais estabilidade e preponderância nas últimas décadas em Portugal.

Na análise que se segue, os artigos de opinião das edições do jornal "Público" da semana de 16 a 22 de Novembro de 1993 e 2023, respetivamente, vão ser subdivididos e analisados em 6 parâmetros diferentes. Os dados apresentados e utilizados na análise presente neste trabalho está disponível, na sua íntegra, nos anexos.

Inicialmente, irão ser expostos e subdivididos os dados recolhidos referentes às peças de cariz opinativo, que estejam de algum modo devidamente identificadas no alinhamento do jornal, presentes das edições do "Público" entre as datas de 16 e 22 de novembro de 1993.

Após explicitados e analisados todos os dados referentes á amostra de 1993, o mesmo exercício irá ser replicado com as edições das mesmas datas, mas do ano de 2023.

Por fim, irá ser elaborada uma análise comparativa e caracterizadora dos dados mais relevantes e pertinentes a serem retidos, bem como das principais mudanças registradas entre os dados que distam em três décadas, entre si.

4.3 Análise caracterizadora das peças opinativas presentes nas edições do jornal “Público” na semana de 16 a 22 de novembro de 1993

4.3.1 Tipo de texto de Opinião

Comentário	26
Crítica	6
Editoriais	3
Crónica	3
Total	38

Tabela 1 - Dados Referentes ao Número de Vezes que um Tipo de Texto de Opinião está Presente na Amostra de Novembro de 1993.

26 das 38 peças incluídas nesta amostra: 68.42% das mesmas, um número que é próximo de uma média de três a cada quatro, são compostas por comentários/opiniões do próprio autor.

6 dos 38 artigos publicados contabilizados para este estudo são críticas: 15.79%.

3 das 38 peças aparecem identificadas como crónicas e outras tantas como editoriais: 7.90%.

4.3.2 Tamanho da Peça

Relativamente à forma como foi executada a caracterização do tamanho das peças, realçar que foram contabilizadas como peças de “curta extensão”, todas as peças que ocupem, sensivelmente, um quarto ou menos do espaço da página onde se encontram inseridas.

Os artigos que tenham uma extensão entre um quarto e meia página da qual se encontravam inseridos foram contabilizados como artigos/peças de “média extensão”, por sua vez, todas as peças que ocupem, pelo menos, metade de uma página, foram identificadas como peças de “longa extensão”.

Curta	18
Média	16
Longa	4
Total	38

Tabela 2- Dados Referentes ao Tamanho das Peças Presentes na Amostra de Novembro de 1993.

Apenas 4 de 38 peças existentes na amostra são de longa extensão (10.53%).

16 dos artigos de opinião da amostra em questão são de média extensão (42.10%) e 18 das 38 peças, são de curta extensão (47.37%)



Figura 7 - Outros Posicionamentos Gráficos Presentes nas Edições do Jornal "Público" no ano 2023.

4.3.3 Zona da Página

No que toca à forma como foram caracterizadas as zonas da página em que uma peça se encontra, foi tido em conta o local da página em que um determinado artigo se inicia: início, meio ou fim da página. Cada página foi dividida em três partes sensivelmente iguais e todas elas foram, posteriormente, analisadas. Para ser contabilizada como “peça que começa no topo de uma página”, por exemplo, esta não precisa de ocupar toda a largura da página onde se encontra inserida, mas sim, apenas começar nessa zona.

Topo	31
Meio	4
Fundo	3
Total	38

Tabela 3 - Dados Referentes às Zonas da Página Ocupadas pelos Textos Presentes na Amostra de Novembro de 1993.

31 das 38 peças presentes nesta amostra, foram colocadas no topo da página onde se encontravam inseridas: 81.58%.

Por sua vez, apenas 7 artigos desta análise ficaram no meio e fundo de uma página: 18.42%.

4.3.4 Género

Masculino	32
Feminino	6
Total	38

Tabela 4 - Dados Referentes ao Género de Quem Escreveu Textos que estejam Presentes na Amostra de Novembro de 1993.

No que toca ao género dos autores das peças presentes nesta amostra, é relevante realçar que apenas 6 em 38, 15.78% das mesmas, foi escrita por mulheres. Um número bastante diminuto e indicador do pouco espaço que era oferecido às jornalistas e especialistas do sexo feminino.

4.3.5 Tema

Política	17
Cultura	9
Economia	8
Desporto	2
Outros	2
Total	38

Tabela 5 - Dados Referentes aos Temas Presentes na Amostra de Novembro de 1993.

Quanto aos temas abordados nesta amostra em específico, é notório realçar que:

- 17 das 38 peças, 44.74%, são referentes a assuntos relacionados com política, números esclarecedores do tema mais relevante para o jornal em questão;
- Outras 17 peças, falam de Cultura (9) ou Economia (8);
- É oportuno referir que das oito peças de cariz económico, cinco destas, mais de metade, abordam a temática da bolsa de valores e assuntos com ela relacionados;
- Apenas duas notícias da amostra falam de desporto, e outras tantas de temas variados como Ciência ou Religião.

4.3.6 Posicionamento do Autor

Abordando especificamente o posicionamento dos autores na execução dos seus textos, foram contabilizadas como posicionamentos equilibrados: todas as situações em que um autor não se demonstrou mais a favor do que contra, ou vice-versa, quanto á situação da temática que estivesse a abordar. Adjacentemente, foram considerados como posicionamentos negativos, todos os artigos em que o autor tece mais críticas do que elogios, ou somente críticas em relação ao tema que está a abordar e o mesmo exercício

foi feito de forma reversa e recíproca para as situações de elogios feitos por um autor quanto ao tema específico abordado ao longo das suas peças.

Equilibrada	10
Negativa	22
Positiva	6
Total	38

Tabela 6 - Dados Referentes ao Posicionamento dos Autores das Obras Presentes na Amostra de Novembro de 1993.

Em 22 de 38 peças presentes na amostra, cerca de 57.89% o posicionamento do autor quanto ao tema a ser abordado foi negativa quanto à temática ou ideologia a ser abordada, numa determinada peça.

10 de 38 peças contêm abordagens equilibradas por parte dos autores (26.31%) e apenas 6 contêm posicionamentos ou interpretações positivas por parte dos seus respetivos autores (15.79%).



Figura 8 - Exemplo do Posicionamento Equilibrado, Negativo e Positivo, de 1993, respetivamente.

4.3.7 Temas abordados (divisão por género)

De modo a aprofundar a análise efetuada no gráfico n. 5, que enumera o número de vezes que determinados temas que foram comentados, este gráfico n.7 aprofunda ao pormenor o género dos autores das peças dos mais diversos temas de modo a permitir mais algumas considerações adicionais.

Autores Masculinos	
Política	14
Cultura	6
Economia	8
Desporto	2
Outros	2
Total	32

Tabela 7 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autores Masculinos na Amostra de Novembro de 1993.

Cerca de (43.75%) das peças de cariz opinativo publicadas no jornal "Público" da autoria de indivíduos do sexo masculino eram sobre política;

Ao mesmo valor corresponde também a quantidade de peças da autoria de homens, publicadas no período de tempo em análise, sobre temas relacionados com Cultura ou Economia, entre os quais (18.75%) de Cultura e 25% das vezes de economia.

Apenas 4 de 32 peças, não eram de nenhuma das três temáticas acima referidas. (12.5%).

Autoras Femininas	
Política	3
Cultura	3
Total	6

Tabela 8 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autoras Femininas na Amostra de Novembro de 1993.

Na semana de Novembro de 1993 em questão nesta amostra, foram publicadas peças de opinião, redigidas por mulheres, sobre apenas dois assuntos: Política e Cultura: 3 de cada (50%) do número total.

4.4 Análise caracterizadora das peças opinativas presentes nas edições do jornal “Público” na semana de 16 a 22 de novembro de 2023

Após concluída a exposição dos dados da amostra dos jornais das edições de 1993, o mesmo exercício, com as mesmas considerações a serem feitas para cada uma das categorias, foi feito para os dados de 2023, de modo a facilitar e possibilitar uma análise posterior, de todos os dados recolhidos em ambas as amostras.

4.4.1 Tipo de Texto de Opinião

Comentário	31
Crónica	17
Editoriais	7
Ensaio	1
Análise	1
Crítica	1
Total	57

Tabela 9 - Dados Referentes ao Número de Vezes que um Tipo de Texto de Opinião está Presente na Amostra de Novembro de 2023.

Realçar a existência de 7 editoriais, um por cada edição do jornal publicada na semana em análise, sendo um desses editoriais, exclusivamente, dedicado ao provedor.

Nota para o facto de apenas 3 das 57 peças da amostra (5.26%), não serem comentários ou Críticas.

Na semana em questão nesta análise, 29.83% das peças são críticas e 54.39%, a maioria, são opiniões partilhadas e expostas pelos autores.

4.4.2 Tamanho da Peça

Curta	2
Média	8
Longa	47
Total	57

Tabela 10 - Dados Referentes ao Tamanho das Peças Presentes na Amostra de Novembro de 2023.

No que toca ao espaço oferecido a cada peça da análise, os seguintes factos são assinaláveis:

- 47 das 57 peças desta amostra (82.46%), ocupam, no mínimo, sensivelmente metade, ou mais, de uma página.



Figura 9 - Exemplo de um texto de curta, média e longa extensão, de 2023, respetivamente.

4.4.3 Zona da Página

Topo	43
Meio de Página	7
Fim da Página	7
Total	57

Tabela 11 - Dados Referentes às Zonas da Página Ocupadas pelos Textos Presentes na Amostra de Novembro de 2023.

Outro fator importante na caracterização da importância atribuída a uma peça jornalística, é a localização que a mesma recebeu na página onde se encontra inserida.

Nesse sentido, é interessante observar que 43 das 57 peças da amostra, uma maioria esclarecedora de 75.44% das mesmas, sensivelmente três em cada quatro, ocupavam uma página inteira, ou pelo menos a parte superior de uma.

Apenas 7 de 57 peças (12.28%), foi colocada no fim de uma página.

Indicadores bastante positivos da importância e atenção que vai sendo dada com frequência a este tipo de intervenção escrita junto da população.

4.4.4 Género

Masculino	37
Feminino	20
Total	57

Tabela 12 - Dados Referentes ao Género de Quem Escreveu Textos que estejam Presentes na Amostra de Novembro de 2023.

Olhando para o género de quem escreve peças de cariz opinativo, é relevante realçar que 20 em 57 peças, 35.09% são escritas por jornalistas do sexo feminino, um número bastante considerável.

4.4.5 Tema

Política	23
Justiça	8
Outros (temas que não se repetem)	7
Economia	6
Cultura	6
Desporto	3
Educação	2
Guerra	2
Total	57

Tabela 13 - Dados Referentes aos Temas Presentes na Amostra de Novembro de 2023.

Os temas a serem retratados nas peças desta amostra são algo variados e sensivelmente equidivididos, excluindo Política. Cerca de 40.35% dos artigos opinativos representados nesta amostra são relacionados com política.

Temáticas como a justiça, economia e cultura vão repartindo uma espécie de “protagonismo secundário” entre si.

4.4.6 Posicionamento do Autor

Equilibrada	14
Negativa	29
Positiva	14
Total	57

Tabela 14 - Dados Referentes ao Posicionamento dos Autores das Obras Presentes na Amostra de Novembro de 2023.

Em 29 de 57 peças, mais de metade da amostra (50.87%), o autor coloca-se de um ponto de vista pejorativo e que crítica ou não concorda com a posição/ideologia que está a comentar.

Curiosamente, pelo mesmo número de ocasiões, quem escreveu uma peça nesta amostra teve uma abordagem equilibrada ou positiva de um determinado tema (14 de 57 vezes, 24.56%).



Figure 10 - Exemplo do Posicionamento Equilibrado, Negativo e Positivo, de 1993, respetivamente.

4.4.7 Temas abordados (divisão por género)

Autores masculinos	
Política	16
Justiça	4
Outros	7
Economia	4
Cultura	2
Desporto	3
Educação	1
Total	37

Tabela 15 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autores Masculinos na Amostra de Novembro de 2023.

16 das 37 peças de cariz opinativo publicadas, na semana de 16 a 22 de Novembro de 2023, da autoria de homens, eram sobre temas relacionados com questões políticas (43.24%);

As temáticas seguintes, da autoria de homens, com maior numero de publicações, nesse espaço de tempo, foram: Economia e Justiça (10.8% cada).

Autoras femininas	
Política	7
Guerra	2
Economia	2
Cultura (Literatura)	2
Cultura (Musica)	2
Educação	1
Justiça	4
Total	20

Tabela 16 - Dados Referentes aos Temas Abordados por Autoras Femininas na Amostra de Novembro de 2023.

Cerca de 35% das peças opinativas, escritas por pessoas do sexo feminino durante este período de tempo, estavam relacionadas com política;

A restante distribuição conta com temas variados entre as quais Justiça e Cultura, (20%) cada.

4.5 Análise comparativa entre as amostras de 1993 e 2023

Após efetuada a análise dos dados obtidos através das amostras recolhidas entre os jornais de 1993 e 2023, é possível tirar algumas ilações e identificar algumas mudanças na forma como o jornalismo de opinião foi evoluindo e se adaptando com o passar dos anos.

Três décadas, é um período relativamente curto na história, porém, tendo em conta a velocidade a que tudo muda nos dias de hoje, é um período de tempo mais que suficiente para encontrar mudanças comportamentais relevantes na forma como este tipo específico de produção de informação é produzido.

Nada melhor do que comparar os dados obtidos em ambas as amostras, para tentar perceber e identificar quais as maiores mudanças de paradigma registadas entre os dois períodos.

É relevante realçar a importância do papel que a Internet desempenhou na forma como se produz jornalismo. É possível fazer um antes e depois desde o surgimento da mesma no mundo da informação e opinião.

A Internet funcionou como um divisor de águas na forma como se produz conteúdo informativo. Em 2003, João Canavilhas afirmava que: "O chamado "jornalismo online" não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalisimos escrito, radiofónico e televisivo para um novo meio.", mas avisava que "o jornalismo na web pode ser muito mais do que o atual jornalismo online." (Canavilhas, 2003, p.1)

Mais de duas décadas depois estamos em condições de confirmar a sua previsão. A Internet introduziu o conceito de interatividade na informação. A capacidade contínua de troca de ideias e opiniões entre leitores e entre leitor e autor acrescentou e enriqueceu ao debate informativo.

A Internet tornou-se uma ferramenta e meio dos meios de comunicação se expandirem e aprimorarem aos tempos:

A rede afetou os veículos de comunicação tradicionais, que, além de utilizá-la em pesquisas, também buscaram marcar presença nesse novo território, através da criação dos seus próprios sites. Jornais, revistas, emissoras de rádio e TV hoje estão presentes na web, disseminando variados conteúdos, e os

repórteres utilizam os computadores conectados à rede para fazer entrevistas, pesquisar informações e analisar dados. (Martins, 2018, para. 3)

A própria forma como os jornalistas atuam para produzir conteúdo mudou desde que a Internet passou a ser um fator na produção de informação/ opinião:

É na relação diária com a Internet que os jornalistas aprendem sobre dessa natureza tecnológica, a manusear seus recursos para obter informação. Os jornalistas não só aprendem, mas são afastados por ela. Esse conhecimento transcende ao nível operacional de entrar e extrair da rede. Envolve a forma de construção do conhecimento a partir dessa experiência diária. Nesse aprendizado acaba por constituir novas formas de percepção do mundo e do processo comunicativo. (Bianco, 2004, p. 8)

Para além das mudanças existentes na vertente interativa e na rapidez com que as informações podem ser obtidas devido à Internet, com o surgir da tecnologia o jornalismo procurou adaptar-se às novidades de modo a poder potencializar as suas formas de chegar às pessoas.

São várias as novidades que as tecnologias acrescentaram ao mundo do jornalismo: "A informática, especialmente, trouxe agilidade e qualidade no processamento da informação, ao facilitar o trabalho de rever, corrigir, alterar e atualizar textos." (Bianco, 2004, p.1)

Os próprios meios tradicionais também podem obter algumas vantagens da utilização da Internet na produção dos seus conteúdos, de acordo com (Silva, 2020, p.32): "Nas redações dos meios de comunicação tradicionais, o uso da Internet passa pelo acesso e contacto com as fontes, pelo uso das agências de notícias e consulta dos outros meios de comunicação online."

Apesar dos avanços tecnológicos representarem algo positivo e que presta auxílio à produção de conteúdos jornalísticos, são ferramentas que devem ser usadas com responsabilidade e cuidados. O aumento da rapidez dos fluxos de informação e a obtenção de conteúdos informativos na Internet podem representar alguns perigos para a produção de jornalismo de qualidade e fidedigno, ideia que é reforçada por Bianco (2004): "pode debilitar o processo da checagem, enfraquecendo do jornalismo de verificação, a medida

que permite fácil acesso às matérias e as declarações sem que faça o trabalho de investigação." (Bianco, 2004, p.4)

É seguro afirmar que embora contenha alguns riscos, a introdução da Internet na forma como se produz jornalismo, acarreta junto de si várias vantagens. A influência da tecnologia na produção de conteúdo informativo é quase inegável: "Todo o processo jornalístico está dependente da tecnologia para que exista nos dias de hoje, desde a utilização do telefone, passando pelo uso dos computadores e terminando na aplicação da Internet nas práticas jornalísticas." (Silva, 2020, p.39)

4.5.1 Número de artigos/ peças de cariz opinativo

Com o passar dos anos, é natural que os interesses e necessidades das pessoas vão se modificando. Atualmente, a informação se espalha mais rapidamente do que nunca, como a atual, é fácil de entender o porquê de mais pessoas tentarem obter informações junto de pessoal qualificado, daí se escreverem mais peças de opinião ou comentário.

As redes sociais vieram mudar bastante a forma e sobretudo a facilidade com que se consegue obter informação. Porém, essa facilidade em obter conteúdos informativos e opinativos pode ter alguns perigos. Precisamente, via redes sociais, qualquer indevido que tenha acesso a estas, pode publicar de forma livre a sua maneira de ver determinado assunto e/ou opiniões.

Mais informação não será, necessariamente, um sinónimo de melhor informação, e quem não quiser incorrer no risco de estar a obter informações ou opiniões que não sejam 100% viáveis, poderá sempre recorrer á consulta dos meios de comunicação de referência, como o jornal "Público", no seu formato digital.

Em 1993, cerca de 38 peças relacionadas com opiniões foram publicadas entre 16 e 22 de Novembro no jornal "Público". No mesmo período de tempo, esse número foi de 57 em 2023. Exatamente mais um terço do número de peças.

Este valor, comprova o crescimento da necessidade que o jornal em questão sentiu, em alimentar o desejo dos leitores de obter mais informações especializadas sobre determinadas temáticas.

4.5.2 Tipo de texto

No âmbito dos formatos jornalísticos em que as opiniões surgem expostas no jornal, é interessante perceber que a maioria dos textos surgem num registo puro de comentário/opinião. Em 1993, esse valor rondava aproximadamente os 76%, enquanto que em 2023, ele fica-se pelos $\approx 65\%$

Não deixa de ser relevante denotar o desaparecimento quase por completo das críticas, um tipo de texto que quase que se eclipsou do jornal "Público", pelo menos, na amostra tida em conta nesta recolha de dados. Apenas uma crítica foi publicada na semana de 16 a 22 de Novembro de 2023. Seis foram publicadas na mesma semana há três décadas atrás.

Por sua vez, a crónica viu a sua presença e espaço reforçados junto do público, o aumento deste tipo de texto em específico pode estar diretamente relacionado com o conteúdo a curto-médio prazo que alguma dos leitores podem preferir. Normalmente, muitas das crónicas publicadas num jornal, fazem parte de uma coluna fixa e específica, o que torna ao leitor mais fácil de a identificar e se identificar com a mesma dada a sua presença algo constante, ao contrário da forma intermitente com que apareceria outrora.

Outra nota relevante é a do surgimento da análise e do ensaio entre os textos de cariz opinativo publicados durante o período compreendido nesta amostra, em 2023. Dois tipos de texto que não se encontravam presentes na amostra de 1993 e que podem vir a conquistar o seu espaço e lugar junto dos leitores.

O ensaio é por sua norma, um texto analítico e interpretativo que não é muito longo nem exaustivo, o que torna a sua leitura "fácil" e simples, ideal para uma realidade onde a capacidade de atenção dispensada pelos indivíduos vai aparentando ser cada vez mais diminuta.

Já a análise, é como a própria definição indica, um texto que analisa e avalia os contornos de uma determinada situação de forma mais extensa e sobretudo detalhada. Um tipo de texto muito específico, mas igualmente oportuno, para desconstruir e entender de melhor forma determinadas problemáticas.

Uma explicação válida para o aumento do número de diferentes tipos de textos opinativos presentes nos jornais tradicionais prende-se com a pressão que os meios digitais podem exercer junto dos mesmos. Na amostra do jornal "Público" recolhida em 2023, surgem mais crónicas do que em 1993 e aparecem representados textos como os

ensaios e as análises. A procura dos meios tradicionais em apostar na análise, interpretação e opinião poderá estar relacionada com a pressão que a Internet exerce sobre eles.

Para além das redes sociais, onde a informação (e desinformação) circula a ritmos quase incalculáveis, os próprios meios de comunicação digitais têm características muito próprias que os tornam mais imersivos e interativo. Graças às valências da Internet, os leitores podem interagir com as notícias que lêem através de "comentários, blogs, fóruns, redes sociais, chats, envio de fotografias, videos ou textos." (Aroso, 2013, p.3).

Este jornalismo mais interativo e participativo tem várias vantagens como: "a possível correção de erros jornalísticos, debate público, maior confiança nos media por parte dos utilizadores, novas perspectivas dos acontecimentos e uma maior aproximação entre o jornalista e o leitor". (Nepomuceno, 2018, p.62)

Numa tentativa de dar resposta à forma imersiva como o jornalismo existente nos meios digitais é produzido, os meios tradicionais viram-se pressionados a diversificar um pouco mais as suas formas de chegar ao público.

Na ótica de Canavilhas (2003, p.3) "Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com um crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo". A alternativa direta que os meios tradicionais terão a esta opção é a carta ou a tentativa de contacto telefónico junto do meio de comunicação, em específico.

Um jornal tradicional não inclui a possibilidade de comentar algo no momento ou de partilhar algo espontaneamente como as redes sociais, porém, a aposta redobrada em conteúdos de opinião, de análise e de interpretação, que apelem ao lado mais interpelativo e que de algum modo desafiem o leitor a interagir com a informação que obteve, parecem ser a resposta mais forte que os jornais tradicionais podem dar aos meios digitais.

Uma das grandes vantagens, senão mesmo a grande vantagem que os meios tradicionais preservam em relação à Internet é a veracidade das suas notícias. Não é como se os meios tradicionais nunca cometam erros, porém, o jornalismo e as informações/opiniões presentes num jornal tradicional passam por todo um processo de escrita e revista editorial dos responsáveis desse mesmo órgão de comunicação. Por outro

lado, qualquer indivíduo com acesso à Internet pode deixar a sua opinião e pensamentos algures na via digital.

De acordo com (Aroso, 2013, p.5) "os cidadãos não têm formação sólida em métodos e valores jornalísticos, surgindo "notícias" sem interesse, não verdadeiras, inexatas e até mesmo ofensivas." Claro que nem todos os cidadãos sem formação na área do jornalismo irão produzir "conteúdos sem valor", porém, será mais fácil poder confiar em informação e opiniões publicadas e vinculadas em meios de comunicação de renome do que em informações soltas e sem "selo de qualidade" espalhadas de modo algo aleatório pelas redes sociais e pela Internet.

Essa capacidade dos meios tradicionais em identificar como e quando readaptar o formato dos seus conteúdos, ajuda a perceber o porquê de alguns deles terem alcançado tanto sucesso e uma posição de credibilidade tão estável junto dos leitores.

4.5.3 Tamanho da peça

A extensão de cada peça é um fator que revela o espaço dado a um determinado tema. Embora nem todas as temáticas e artigos necessitem do mesmo espaço para serem bem abordadas e entendidas, normalmente, quanto maior for o espaço atribuído a uma temática, mais margem a mesma ganha para ser exposta e clarificada de uma melhor forma.

Para a medição e contabilização dos tamanhos das peças presentes na análise, foram pré-definidos três tamanhos de extensão das peças: curta, média e longa duração.

Foram consideradas peças de curta duração, as que ocupem sensivelmente um quarto ou menos, do espaço total da página onde se encontram inseridas.

Contabilizaram-se como artigos de duração média, todas as peças que ocupassem um tamanho que seja compreendido entre um quarto e metade da página onde se encontram publicados.

Por sua vez, foram classificados como textos de longa duração, todos aqueles que ocupassem mais de metade de uma página ou até mesmo, como em alguns casos, a sua totalidade.

Esta subdivisão e agrupamento das peças por tamanhos, possibilita a hipótese de compreender o espaço e extensão dedicados, pelo jornal a este tipo de tema.

Nessa linha de raciocínio, é de extrema importância observar os dados relativos aos tamanhos das peças opinativas da amostra de 1993 e compará-las com as de 2023. Na amostra da década de 90, é possível verificar que a esmagadora maioria das peças opinativas presentes nesse período eram de curta ou média duração, ou seja, tinham apenas meia página ou menos de extensão. Este é capaz de ser o parâmetro em análise onde a mudança entre o que se verificava em 1993 e 2023 é mais abrupta. Vejamos, se em 1993, apenas cerca de $\approx 10.5\%$ das peças eram de longa duração, esse número ronda os $\approx 82.5\%$ em 2023.

As diferenças nos valores entre os dados obtidos em 1993 e 2023 ajudam a explicar e demonstrar que a vontade e o desejo do público em conseguir obter mais e mais aprofundadas informações de cariz opinativo aumentou, um jornal de referência como o “Público” não teria concedido mais espaço a este tipo de conteúdo se não entendesse que isso se justificava.

Os dados recolhidos na amostra deste trabalho, ajudam a entender que a procura por opinião qualificada fez com que o jornal "Público" claramente tenha sentido a necessidade de aumentar o espaço dedicado a este tipo de peça jornalística, existem mais e mais longas peças em 2023 do que em 1993, o número total de peças aumentou e sobretudo a extensão das mesmas mudou por completo em apenas três décadas. Um sinal claro dos tempos onde vivemos e da importância que estes líderes de opinião e "orientadores de raciocínio" têm na sociedade nos dias de hoje.

4.5.4 Zona da página

Uma característica que pode ser um bom indicativo do papel e destaque atribuídos a um determinado texto, é a sua localização na página(s) em que se encontra publicado. É perfeitamente legítimo, deduzir que um determinado indivíduo terá tendência a dar mais atenção a uma peça jornalística que esteja escrita num local de maior destaque do que outras.

Quanto melhor for o posicionamento de uma peça jornalística na página em que se encontra inserida, melhores serão à partida, as possibilidades de ser lida por um maior número de pessoas. Se assim não fosse, os jornais não necessitariam de produzir capas, ou de tentar colocar nas suas capas os temas que consideram mais atrativos e relevantes para o seu público-alvo. O mesmo tipo de raciocínio pode e deve ser feito para a colocação de um determinado texto nas mais diferentes zonas de uma página.

Olhando para os dados de 1993, é possível ver que mais de metade das peças, 23 de 38, não se encontra no topo da página onde está inserida. Um fator relevante a ter em conta neste momento de análise em específico é o de entender que o próprio alinhamento do jornal era ligeiramente diferente.

Em 1993, a maior parte das páginas do jornal "Público" encontravam-se divididas em seis colunas de texto, onde muitas vezes, os textos de comentário/opinião, ocupavam a coluna mais lateral da página, algo que nesta amostra acontece por 16 vezes (13 à esquerda da página e três à direita das mesmas). Apenas por 15 de 38 vezes, um texto de cariz opinativo apareceu de forma clara, no topo da página em que se encontrava, pelo menos a ocupar metade do topo dessa página.

Nos dias de hoje, a maior parte das páginas tem a informação em si presente dividida em quatro ou cinco colunas de texto, consoante aquilo que imagens ou o próprio tipo de informação prestada façam que seja mais conveniente.

Quanto à localização dos textos de opinião nas páginas em que se encontram inseridos, o protagonismo a este atribuído, é completamente diferente de há cerca de 30 anos atrás. 42 de 57 textos presentes na amostra recolhida do ano de 2023, tiveram direito a ocupar o topo ou até mesmo a totalidade da página onde se encontravam inseridos. Um sinal claro da diferença de protagonismo e importância atribuídas a textos deste cariz com o passar dos anos.

4.5.5 Género

Até há bem pouco tempo, o papel da Mulher na sociedade era limitado pelo reduzido acesso que estas tinham a exercer certas carreiras ou ocupar determinados cargos de poder. Basta relembrar que até há pouco mais de 50 anos atrás, as mulheres não podiam sequer votar em Portugal, uma realidade tão diferente e ainda assim tão próxima no tempo, dos dias de hoje.

O papel e acima de tudo os tipos de papéis das Mulheres na sociedade têm se alastrado a um ritmo alto, cada vez mais vemos Mulheres a ocuparem cargos que não ocupavam, a ter preponderância que não tinham, e a alcançar cargos que eram, outrora, atribuídos e vistos como "empregos de Homem".

O jornalismo, em toda a sua plenitude, sempre foi capaz de acompanhar a evolução do mundo e das sociedades, a necessidade de se reinventar e adaptar ao longo dos anos,

faz com que seja deduzível que com o passar das décadas, o papel da Mulher começasse a ser cada vez mais importante no mundo do jornalismo.

A área tem como uma das suas virtudes ser, por muitas vezes, o espelho da sociedade em que se encontra inserida, ora, se o crescimento da importância da Mulher nos mais diferentes ramos operários de uma sociedade tem acontecido diante dos nossos olhos, o ramo jornalístico não podia não corresponder a essa tendência.

Nos dados obtidos sobre os jornais de Novembro de 1993, podemos constatar que apenas $\approx 16\%$ das peças de cariz opinativo escritas no período compreendido para esta análise foram redigidas por elementos do sexo feminino. Esse número, mais do que duplica, quando olhamos para a amostra de 2023. Cerca de $\approx 35\%$ dos artigos de cariz opinativo publicados na semana de 16 a 22 de Novembro de 2023 são da autoria de Mulheres, valores que revelam o fortalecimento e consolidação do espaço do sexo feminino na escrita e publicação deste tipo de texto.

4.5.6 Temas ou temáticas abordadas

Para além do número e da extensão das peças de cariz opinativo, é relevante compreender que temáticas são abordadas nas amostras recolhidas do jornal "Público". Para a análise desta subcategoria, é relevante realçar uma característica muito pertinente. Existem vários jornais a que podemos apelidar de "jornais de especialidade", o "Jornal Económico", por exemplo, como de resto o próprio nome indica, é um jornal voltado para as questões de ordem económica e como as mesmas acabam por influenciar tudo aquilo que as rodeia.

Jornais como "A Bola", "Record, ou "O Jogo" são jornais desportivos e que por isso, abordam quase na sua totalidade, temas relacionados com as novidades e ocorrências mais recentes e relevantes no mundo do desporto e das mais variadas modalidades, em Portugal, mais particularmente, as que são mais relacionadas com o futebol, por ser o "desporto-rei" em Portugal, pelo menos o que move mais massas e valores monetários.

A escolha em ter o "Jornal Público" como objeto de análise parte muito por aqui, para além de ser um jornal histórico e de referência em Portugal, é uma instituição onde de alguma forma são abordadas as mais variadíssimas temáticas relevantes e fraturantes em Portugal. Como de resto, o próprio nome do jornal pode indiciar, o "Público" é um jornal que serve de algum modo os mais diversos tipos de público, onde as temáticas mais importantes na ordem do dia são compiladas e abordadas num só local.

Voltando à análise mais propriamente dita, é possível identificar que o tema dominante em ambas as amostras (1993 e 2023) é a política. Em 1993, cerca de $\approx 45\%$ das peças de opinião remetem para um assunto de algum modo relacionado com política, o número é ligeiramente inferior em 2023, mas continua na casa dos 40%.

Excetuando, temas relacionados com economia e política são os que mais referências e textos têm a si dedicados em ambas as amostras. Textos relacionados, especificamente, com justiça surgem por cinco vezes na amostra da semana de 2023, algo novo quando comparado com a amostra de 1993.

Apesar das características do jornal em questão, o "Público", acima referidas demonstrarem que o jornal não é necessariamente voltado para temas da ordem desportiva, não deixa de ser relevante realçar que num país tão apaixonado pelo desporto e mais concretamente, pelo futebol, como Portugal, existem apenas 2/38, da amostra de 1993, e 3/57 peças da amostra de 2023, que estejam de algum modo relacionadas com temáticas desportivas.

4.5.7 Posicionamento do Autor

Quando a ideia de alguém passa por enviar uma mensagem ou tentar passar para outros a sua forma de pensar, normalmente, o primeiro instinto será o de criticar ou tentar provar que uma ideia ou forma de pensar diferente da sua esta incompleta ou errada. O discurso disruptivo é mais impactante do que um que é concordante, muito pelo impacto que esse tipo de discurso que "rompe" com o tradicional tem, é que temos visto o ressurgimento e crescimento de alguns partidos de extrema direita, foi assim com Donald Trump nos Estados Unidos, Bolsonaro no Brasil, Milei na Argentina e a pouco e pouco com André Ventura, em Portugal.

Precisamente nessa linha de raciocínio, é relevante identificar que tanto na amostra de 1993, como na amostra de 2023, por mais de metade das intervenções, os autores têm uma abordagem e/ou posicionamento crítico pejorativo e negativo quanto ao tema ou decisão sob a qual estão a exercer o seu comentário.

É interessante reparar que cerca de $\approx 58\%$ dos artigos de opinião publicados na amostra de 1993, são negativos. Esse número desce ligeiramente para os $\approx 51\%$ em 2023. Existe também uma ligeira descida dos posicionamentos mais equilibrados, de $\approx 26\%$ para 24.5%. O único tipo de abordagem que tem vindo aumentar com o tempo são as abordagens mais positivas e otimistas quanto aos temas, um aumento de 8.7%.

4.5.8 Temas abordados (divisão por género)

4.5.8.1 Sexo masculino

Será oportuno e relevante tentar encontrar oscilações no tipo de temas abordados por elementos do sexo masculino e feminino. Nessa linha de raciocínio, é muito interessante reparar que o tema mais abordado por homens em ambos os períodos de tempo (1993 e 2023) são os de ordem política. Mais curioso ainda é o facto da percentagem de vezes em que um artigo de opinião publicado por um homem é relacionado com política se mantém: 43.75% em 1993 e 43.24% em 2023.

Economia é o segundo tema mais abordado, entre os homens em ambas as épocas, mas partilha esse segundo posto com as temáticas relacionadas com justiça, em 2023

Outra situação pertinente de ser realçada está relacionada com os temas culturais. Apesar do número de peças de cariz opinativo ter aumentado de uma amostra para a outra, de 38 para 57 peças, o número de peças escritas por indivíduos do sexo masculino decresceu de 1993 para 2023.

Em 1993, na semana em análise, foram publicadas por homens seis peças de opinião relacionadas com temas culturais. Apenas duas foram escritas em 2023, apesar do número total de entradas opinativas ter aumentado ao longo dos anos no jornal.

4.5.8.2 Sexo Feminino

Entre as várias mudanças relacionadas com o espaço da mulher no mundo do jornalismo e mais concretamente no de jornalismo de opinião, a mais relevante prende-se com o maior número de peças publicadas no jornal da autoria de indivíduos do sexo feminino.

Se em 1993, apenas seis peças de cariz opinativo escritas por mulheres foram publicadas, no jornal "Público" na semana de 16 a 22 de Novembro, esse número mais do que triplicou para 20, no mesmo período de 2023.

O número de temas sobre os quais as mulheres tiveram artigos publicados também triplicou entre os anos 90 e a atualidade. Em 1993, os únicos temas que tiveram artigos publicadas por mulheres foram: Política e Cultura. No ano de 2023, foram redigidos e

publicados artigos de opinião, escritos por pessoas do sexo feminino relacionados sobre: Política, Cultura, Justiça, Guerra, Economia e Educação.

A divisão dos temas abordados por mulheres em 1993 é bastante simples, das seis peças escritas por elementos do sexo feminino na semana em estudo de 1993: três falavam de política e três falavam de cultura (50% para ambas). Com o aumento dos temas atribuídos ao sexo feminino, a política assumiu-se, tal como nos homens, como o tema mais abordado, seguido de temas relacionados com justiça.

Conjugando os dados obtidos em ambos os períodos de tempo compreendidos e analisados há uma última questão importante e curiosa de ser observada. Apesar de em números absolutos, as mulheres terem escrito menos 17 peças opinativas do que os homens, no período de tempo analisado em 2023, existem dois temas sobre os quais escreveram mais do que os homens: Guerra e Cultura. Esse dado é apenas mais um que ajuda a provar a confiança depositada na habilidade das mulheres em serem tão ou mais capazes de escrever sobre assuntos fraturantes e vitais para a sociedade do que os homens. Indicativos positivos na procura por um mundo mais equilibrado em que todos têm as mesmas oportunidades de trabalho e sucesso.

5. Conclusão

Este estudo procurou auxiliar a entender o espaço e pertinência que a opinião tem no mundo do jornalismo. De que forma é que esse tipo de texto e modo de qualificar/avaliar informação tem crescido e se modificado consoante o passar dos anos e as necessidades de quem o consome.

Para que tal fosse possível, foi analisada a forma como a opinião se relaciona com a informação, com a esfera pública e com todo o panorama jornalístico. Alguns dos efeitos que os meios digitais exerceram sobre o jornalismo, e mais concretamente sobre a opinião, também são abordados ao longo deste trabalho.

De modo a poder chegar a qualquer tipo de conclusões, foi elaborado um estudo sobre a forma como a opinião tem sido inserida no alinhamento do jornal "Público" ao longo dos anos. Foram comparadas as edições de uma semana escolhida de forma aleatória de Novembro de 1993 e de 2023. As três décadas de diferença entre as amostras em análise, permitiram identificar mudanças na forma como o conteúdo informativo de cariz opinativo é produzido nesse meio de comunicação, em específico.

Existem vários pontos e conclusões relevantes a serem realçadas: desde logo, que o número de artigos de opinião, no jornal em análise, aumentou em um terço, entre os períodos em análise. A forma como de 1993 para 2023, pelo menos na amostra em consideração, a crítica desapareceu quase por completo do alinhamento do jornal "Público". O surgimento de peças como o ensaio ou a análise, que ao contrário da crítica, analisa e tenta dissecar todos os componentes presentes em algum tipo de obra de forma individual e cuidada, em vez de criar uma opinião mais global e com juízos de valor aplicados. A análise é um texto que avalia de forma meticulosa os contornos de uma determinada situação, para a decompor e auxiliar a compreender melhor.

Os dados recolhidos ao longo do estudo presente neste trabalho, ajudam a explicitar de que modo a opinião se tem afirmado junto da sociedade e apontam para o crescimento do espaço dos artigos de opinião junto do público. Esta última afirmação só é possível, devido à análise feita sobre as características das peças de cariz opinativo presentes nas amostras do estudo inserido neste trabalho. A forma como parâmetros desde o número de peças, o tamanho das mesmas, a zona da página onde estas se encontram inseridas, o género e posicionamento de quem as escreve, bem como a identificação das temáticas

que são abordadas com mais frequência foram analisadas, permite identificar alguns pontos que reforçam a pertinência e valor/espço da opinião junto do público. Nem sempre foi fácil encontrar informação e fontes fidedignas para fortalecer alguns dos pontos abordados ao longo deste trabalho, o estudo do espaço da opinião nos meios de comunicação é algo relativamente recente e que necessita de mais atenção, mais estudos, mais tempo a si dedicado para, posteriormente, ser possível levantar mais questões e encontrar as respectivas respostas para as mesmas. Outra dificuldade esteve relacionada com o facto de alguns tipos de escrita como o ensaio e a análise, por exemplo, serem formatos pouco utilizados ou explorados no dia-a-dia e nos meios de comunicação, o que tornou complicada a abordagem às suas componentes e valências para o público. É importante que estes tipos de escrita "emergentes" na comunicação social portuguesa sejam tratados, analisados e utilizados junto do público para ser possível identificar que tipo de reações e sentimentos provocam em quem os lê.

Eventuais pesquisas futuras poderão optar por fazer o mesmo tipo de estudo e exercício feito neste trabalho, mas de forma mais extensa, para confirmar com uma base de dados mais alargada o que foi concluído e perceptível com estes dados. Com mais dados, será possível efetuar uma análise ainda mais aprofundada e meticulosa do que a que foi efetuada ao longo deste trabalho. Outro tipo de abordagem que pode ser pertinente e enriquecedora para esta temática, será efetuar um estudo semelhante a este, mas aplicado a outros meios de comunicação que não o jornal "Público", de modo a alargar o objeto de estudo, eventualmente, alcançando outro tipo de resultados e conclusões, ou por outro lado, reforçando os que foram atingidos na elaboração deste trabalho.

De acordo com as indicações e ideias que a elaboração deste trabalho permitiu alcançar, será seguro afirmar que para o futuro do jornalismo ser tão positivo e impactante quanto possível, este terá de continuar a incluir e potencializar a opinião e os conteúdos de cariz opinativo. A produção de bom jornalismo de opinião, que tenha como sua base os factos e a solidez dos mesmos, será uma excelente e importante ferramenta para incitar ao debate assertivo e de valor na sociedade. Só assim o jornalismo poderá corresponder a um dos seus principais objetivos e fundamentos: o de possibilitar que a esfera pública seja saudável, diversificada e capaz de ser autocrítica. O papel que este tipo de conteúdo desempenha tem se tornado cada vez mais importante e pertinente ao longo dos anos.

Referências Bibliográficas

- Alexander, J. C. (2006). *Cultural pragmatics: social performance between ritual and strategy*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x>
- Andolina, M., Carpini, D., Jenkins, K., Scott, K., X., M., & Zukin, C. (2006). *A new engagement? Political participation, civic life, and the changing american citizen*. Nova Iorque: Oxford University Press.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S1537592707071150>
- Araújo, J. R., & Vasconcelos, C. V. (2021). Um estudo sobre a relação entre os conceitos "Jornalismo Líquido" e "Pós-verdade". *44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Virtual.
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/ij01/julienne-rosa-de-araujo.pdf>
- Aroso, I. (2013). *Saúde nos media: a participação dos cidadãos*.
https://doi.org/https://www.academia.edu/3675500/Sa%C3%BAde_nos_media_a_participa%C3%A7%C3%A3o_dos_cidad%C3%A3os
- Assis, F. d., & Melo, J. M. (2016). Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. *Intercom - RBCC*, 39(1), 39-56. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>
- Bianco, N. (2004). *A Internet como fator de mudança no jornalismo*.
<https://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>
- Boff, O. M., Köche, V. S., & Marinello, A. F. (2009). O gênero textual artigo de opinião: um meio de interação. *ReVEL*, 7(13).
https://doi.org/http://www.revel.inf.br/files/artigos/revel_13_o_genero_textual_artigo_de_opinioao.pdf
- Camponez, C. (2018). Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidação da profissão - fundamentos normativos, valores, formação. *Medria & Jornalismo*.
https://doi.org/HTTPS://DOI.ORG/10.14195/2183-5462_32_2
- Canavilhas, J. (2023). Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*, 63-73.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/242726840_WEBJORNALISMO_Consideracoes_gerais_sobre_jornalismo_na_web
- Cervi, E. U. (2010). *Opinião pública e comportamento político*. Editora Ibpx.
- Chalaby, J. K. (1998). *The Invention of Journalism*. Macmillan & St. Martin's Press.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1057/9780230376175>
- Chaparro, C. (29 de julho de 2003). *Opinião x informação, uma fraude teórica*. Observatório da Imprensa:
<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/carlos-chaparro-5/>

- Chaparro, C. (s.d.). Jornalismo não se divide em opinião e informação.
<https://livrozilla.com/doc/1176904/jornalismo-n%C3%A3o-se-divide-em-opini%C3%A3o-e-informa%C3%A7%C3%A3o>
- Dijk, T. A. (1998). *Ideology*. Sage Publications.
<https://doi.org/https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/06/Teun-A.-van-Dijk-1998-Ideology.-A-Multidisciplinary-Approach.pdf>
- Ferreira, L. A. (2020). *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. Editora Contexto. <https://doi.org/10.26893/rm.v14i19.149>
- Gaudêncio, C. V. (2009). Jornalismo, opinião e argumentação: o lugar do jornalismo de opinião na esfera pública portuguesa.
- Giordani, R. (2005). Jornalismo Opinativo: Estratégias Retóricas. *Revista Trama*, 1(2), 238. <https://doi.org/https://doi.org/10.48075/rt.v1i2.219>
- Jacobs, R. N., & Townsley, E. (2011). *The Space of Opinion. Media Intellectuals and the Public Sphere*. Oxford University Press.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199797929.001.0001>
- Khudaikulov, M. (novembro de 2022). Public Opinion in Journalism. *International Journal of Social Science Research and Review* 5(11), pp. 277-281.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i11.728>
- Klingberg, T. (2008). *The overflowing brain. Information overload and the limits of working memory*. Elsevier Inc.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jns.2010.02.001>
- Martins, C. M. (26 de novembro de 2018). *Jornalismo e suas tecnologia*. Medium:
<https://medium.com/@CarlaMariaMart6/jornalismo-e-suas-tecnologias-5010a2bf84f0>
- Moisés, M. (1967). *A criação literária: prosa II*. Cultrix.
<https://doi.org/https://pt.scribd.com/document/55775352/Criacao-literaria-prosa-II>
- Nepomuceno, I. M. (2018). *As potencialidades e os entraves ao jornalismo online no diário de notícias*.
https://doi.org/https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/82578/1/In%C3%AAs_Nepomuceno_Relat%C3%B3rio_vers%C3%A3o_definitiva.pdf
- Neto, G. G. (2016). Da opinião à identidade. Características do editorial em dois. *Sur le journalisme - About journalism - Sobre jornalismo - Vol 5, n.º2*.
<https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/download/176/304/878>
- Nordenson, B. (novembro de 2008). *Overload! - Journalism's battle for relevance in an age of too much information*. Columbia Journalism Review:
https://www.cjr.org/feature/overload_1.php
- Olicshevis, G. (2006). Mídia e opinião pública. *Revista Vernáculo*, n. 17 e 18.
<https://core.ac.uk/download/pdf/328074518.pdf>

- Pacheco, N. (5 de março de 2018). *No princípio eram zeros. E assim nasceu um jornal*. Público: <https://www.publico.pt/2018/03/05/sociedade/noticia/no-principio-eram-zeros-e-assim-nasceu-um-jornal-1805157>
- Park, R. E. (1940). News as a form of knowledge: A chapter in the sociology of knowledge. *American Journal of Sociology*, 45(5), 669–686. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/218445>
- Perelman, C., & Obrechts-Tyteca, L. (2000). *Tratado da Argumentação: A Nova Retórica*. <https://doi.org/10.21902>
- Popper, K. (1984). *Objektive Erkenntnis*. Hoffman und Campe. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34463.79523>
- Reginato, G. D. (2016). As finalidades do jornalismo : o que dizem veículos, jornalistas e leitores. <http://hdl.handle.net/10183/140809>
- Santos, M. d. (2022). Opinião e informação não são excludentes: reflexões sobre gêneros jornalísticos, newsliteracy e desinformação no projeto Vaza, Falsiane! *GP Gêneros Jornalísticos, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202222031162d8a5cfab8c0.pdf>
- Silva, L. V. (2020). Informação x opinião: O jornalismo esportivo na berlinda. <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/publicidadejornalismo/article/viewFile/2594/1705>
- Sousa, A. B. (2017). *Agenda TVI: O jornalismo e o contacto com as fontes*. https://doi.org/https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/8040/1/RELAT%c3%93RIO%20DE%20EST%c3%81GIO_BARNAB%c3%89_FINAL_24OUTUBR02017.pdf
- Spira, J. B. (2012). *Overload!: How too much information is hazardous to your organization*. Bassex. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781119200642>
- Sponholz, L. (2003). Objetividade em jornalismo: Uma perspectiva da teoria do conhecimento. *revista Famecos - mídia, cultura e tecnologia, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS*, pp. 110-120. <https://www.passeidireto.com/arquivo/5224292/objetividade-traducao-do-real>
- Telum Talks. (s.d.). *Why short-form journalism is on the rise*. Telum Media: <https://www.telummedia.com/public/news/telum-talks-why-short-form-journalism-is-on-the-rise/541kqd5m1w>
- Temer, A. C. (2015). A agenda setting: os meios de comunicação como construtores da realidade social. *18(1)*, 192-207. <https://doi.org/https://revistas.ufg.br/ci/article/view/35712/18655>
- Trigo, S. (1988). *Jornalismo e literatura. Actas do II Encontro Afro-Luso-Brasileiro*. Lisboa: Vega.

Apêndices

Apêndice 1: Dados das características dos artigos de opinião presentes na semana de 16 a 22/11/1993 na sua integra.

Data	Página	Tipo de Texto	Tamanho da Peça	Zona da Página	Género	Tema	Subtema	Posição do Comentador
16/11/1993	17	Opinião	1/2 Página	Topo da Página	Homem	Política	Cavaco Silva: crise, erros governamentais, desmarcar responsabilidades	Negativa
16/11/1993	38	Opinião	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia (Bolsa)	Marconi: investimento do grupo Rockefeller	Neutra
17/11/1993	6	Opinião (editorial)	1/3 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Política	Duarte Lima vs Público: Fax recebido abordado na capa do jornal	Negativa
17/11/1993	13	Opinião	1/3 Página	Topo da Página	Homem	Política	NAFTA: direção Clinton	Negativa
17/11/1993	38	Opinião	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia (Bolsa)	Banco Português do Atlântico (BPA) em Wall Street	Neutra
18/11/1993	3	Comentário	1/6 Página	Lateral Direita da Página	Homem	Desporto	Portugal fora do Mundial, Carlos Queiroz e FPF	Negativa
18/11/1993	6	Opinião (editorial)	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Política	Mensagens a falar de favores "aos montes", divórcio entre os cidadãos e o mundo político	Negativa
18/11/1993	22	Opinião	2/3 Página	Topo da Página	Homem	Política (Caracterização de um indivíduo)	Pedro Arroja e suas visões ou posições exageradas e incorretas	Negativa
18/11/1993	23	Opinião	3/8 Página	Topo da Página	Homem	Política (Caracterização de um indivíduo)	Miguel Sousa Tavares e suas opiniões sobre as prisões	Negativa
18/11/1993	23	Opinião	1/8 Página	Fundo da Página	Homem	Política	Resposta de MST às acusações feitas à sua crónica e opiniões sobre as prisões	Negativa
18/11/1993	32	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda	Homem	Cultura	Mário Dionísio: obram ligações ao	Neutra

				da Página			PCP, posicionamentos	
18/11/1993	33	Comentário	1/6 Página	Lateral Direita da Página	Homem	Cultura	Mário Dionísio, atração pela pintura, história e obra	Neutra
18/11/1993	46	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia (Bolsa)	Finantia vende A. Silva & Silva	Neutra
18/11/1993	49	Crítica	1/5 Página	Zona Central da Página	Homem	Cultura (TV)	Debate bioético, falta de objetividade	Negativa
19/11/1993	6	Opinião (editorial)	1/3 Página	Topo da Página	Homem	Política	SIC: incitação de debates à forma, imposição dos próprios critérios jornalísticos, abandono dos critérios éticos	Negativa
19/11/1993	21	Opinião	2/3 Página	Topo da Página	Homem	Economia	Realidade de um país com problemas vs a imagem de que tudo estará bem, problemas, burlas, falências e a oportunidade falhada de alcançar bases para uma estabilidade financeira/económica moderna	Negativa
19/11/1993	34	Crítica	1/4 Página	Topo da Página	Mulher	Cultura (Dança)	Ballet Gulbenkian	Neutra
19/11/1993	39	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Desporto	Portugal falha fase final do Mundial, Carlos Queiroz e hábitos antigos	Negativa
19/11/1993	46	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia (Bolsa)	Taxa de Referência das Obrigações (TRO) abolida	Positiva
20/11/1993	20	Opinião	1/4 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia	Fecho da Caixa Económica Açoreana e a forma como a desgraça das pessoas foi "aproveitada" na TV	Negativa
20/11/1993	20	Opinião	3/4 Página	Topo da Página	Mulher	Política	Problemas, angústias, passar dos	Neutra

							anos e arrastar das mesmas problemáticas	
20/11/1993	21	Opinião	1/2 Página	Topo da Página	Mulher	Política	Favores e falta de transparência, sistema de "cunha", possível fora de casa com essa "lógica dos favores"	Neutra
20/11/1993	21	Opinião	1/2 Página	Meio da Página	Homem	Política	Insucesso fiscal português em 1993	Negativa
20/11/1993	32	Crítica	1/4 Página	Meio da Página	Mulher	Cultura (Música)	Jennifer e Lilian Smith e a sua atuação em solo nacional	Positiva
20/11/1993	32	Crítica	1/3 Página	Fundo da Página	Homem	Cultura (Teatro)	"O Construtor" de Ibsen exibido em Lisboa	Positiva
20/11/1993	33	Crítica	1/3 Página	Topo da Página	Mulher	Cultura (Dança)	Nova Dança Britânica (Bharata Natyam)	Positiva
20/11/1993	42	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Economia (Bolsa)	Crise e Desconfiança, incerteza no mercado	Negativa
21/11/1993	4	Crónica	1/2 Página	Meio da Página	Homem	Política	Retrato da Semana em questão, diversas problemáticas e seus desenvolvimentos nesse período	Negativa
21/11/1993	11	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Mulher	Política	ensaio geral das eleições municipais em Itália	Neutra
21/11/1993	20	Crónica	2/3 Página	Topo da Página	Homem	Cultura (Viagens)	Nova Iorque	Positiva
21/11/1993	20	Crónica	1/3 Página	Fundo da Página	Homem	Economia	Viagem por Pequim: notas falsas e outras imitações	Negativa
21/11/1993	22	Opinião	1/2 Página	Topo da Página	Homem	Outro (Religião)	Jesus Cristo como rei da subversão	Neutra
21/11/1993	22	Opinião	1/2 Página	Topo da Página	Homem	Política	Manual da boa oposição segundo o governo e o PSD	Negativa
21/11/1993	23	Opinião	1/2 Página	Topo da Página	Homem	Política	Cidadãos europeus: uns são mais iguais que os outros, Durão Barroso e a situação Portugal-Luxemburgo	Negativa
22/11/1993	3	Comentário	1/6 Página	Lateral Direita	Homem	Outros (Ciência)	limitações ao mundo da ciência e seus debates, exigência	Negativa

				da Página			desmedida de unanimidades, afastamento da ciência junto dos cidadãos	
22/11/1993	21	Comentário	1/2 Página	Topo da Página	Homem	Política	APEC: reunião em Seattle, problemas da CE e possível descalabro	Negativa
22/11/1993	22	Comentário	1/6 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Política	David e Golias, tomadas de decisão (neste caso a expansão de um aeroporto) sem a consulta junto dos cidadãos, sem ouvir a sua parte "calando- os" com promessas	Negativa
22/11/1993	31	Crítica	1/3 Página	Lateral Esquerda da Página	Homem	Cultura (Música)	Jazz: Art Framer e a beleza do seu som	Positiva

Apêndice 2: Dados das características dos artigos de opinião presentes na semana de 16 a 22/11/2023 na sua integra.

Data	Página	Tipo de Texto	Tamanho da Peça	Zona da Página	Género	Tema	Subtema	Posição do Autor
16/11/2023	8	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Mulher	Política	Campanhã eleitoral (saída António Costa)	Neutra
16/11/2023	9	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Outros	O ato de adiar tarefas	Neutra
16/11/2023	10	Crónica	1/2 página	Topo	Homem	Cultura (Literatura)	Poeta Vinícius de Moraes	Positiva
16/11/2023	10	Opinião	1/2 página	Fim	Mulher	Guerra	Conflito Israel-Palestina	Neutra
16/11/2023	11	Opinião	3/4 página	Topo	Homem	Política	Corrupção	Negativa
16/11/2023	40	Crónica	1/2 página	Meio	Homem	Desporto	Assembleia Geral FC Porto	Negativa
17/11/2023	8	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Homem	Política	Governo Espanhol	Negativa
17/11/2023	9	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Outros	Aproveitar o inevitável das situações negativas	Positiva
17/11/2023	10	Opinião	1 página	/	Homem	Política	Saída de António Costa (declarações)	Negativa
17/11/2023	11	Opinião	3/4 página	Topo	Mulher	Economia	Investimento do governo em investigação e desenvolvimento	Negativa
17/11/2023	27	Opinião	1 página	/	Mulher	Cultura (Literatura)	Obra de Vinícius de Moraes	Positiva
17/11/2023	35	Ensaio	1 página	/	Homem	Outros (Biologia)	Sexo biológico é binário	Positiva
17/11/2023	46	Opinião	1/4 página	Fim	Homem	Desporto	Claques de futebol	Negativa

17/11/2023	48	Crónica	1/2 página	Meio	Mulher	Justiça	Caso "Cláudia Simões"	Negativa
18/11/2023	3	Opinião	3/4 página	Topo	Homem	Justiça	Corrupção, sentido de impunidade, falta de mecanismos de combate	Negativa
18/11/2023	11	Opinião	1 página	/	Homem	Justiça	Acusações a Rui Rio, funcionamento do modelo do MP	Negativa
18/11/2023	12	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Homem	Política	Intervenção de Augusto Santos Silva sobre a atuação do MP	Negativa
18/11/2023	13	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Cultura (Música)	Tiny Desk Concerts	Positiva
18/11/2023	14	Opinião	1/2 página	Topo	Homem	Justiça	Medidas do MP e declarações da Ordem dos Advogados	Negativa
18/11/2023	14	Opinião	1/2 página	Fim	Homem	Política	PS e os seus erros aos olhos e escrutínio do povo	Negativa
18/11/2023	15	Opinião	1 página	/	Homem	Política	Os diferentes tipos de "cunhas" e os seus poderes	Negativa
18/11/2023	16	Opinião	1 página	/	Homem	Política	Investimento vs Natureza, caso de Sines	Negativa
18/11/2023	17	Opinião (provedor)	1 página	/	Homem	Justiça	Função dos jornalistas, notícias plantadas, desconfiança das fontes, lesar pelo bom jornalismo	Positiva

18/11/2023	22	Crónica	1 página	/	Mulher	Política	Semana política (situação do PS)	Neutra
18/11/2023	33-34	Opinião	1 página e meia	Página e Meia	Mulher	Guerra	Israel-Palestina (Gaza), incapacidade da UE, EUA e Portugal em ajudar os seus nativos e os nativos da região afetada. Tempo de antena a Israel, pouca atenção à Palestina	Negativa
18/11/2023	37	Opinião	1/2 página	Topo	Homem	Economia	Relação Universidade-Empresa, utilidade, hipotéticas melhorias	Neutra
18/11/2023	64	Crónica	1/2 página	Meio	Homem	Política	Eleição de Pedro Sánchez	Negativa
19/11/2023	4	Opinião	1/4 página	Topo	Mulher	Justiça	Crise política	Negativa
19/11/2023	6	Opinião	1/2 página	Topo	Mulher	Política	Divisão e problemas no PS	Neutra
19/11/2023	7	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Outros	Língua portuguesa e os nativos no Brasil	Positiva
19/11/2023	8	Opinião	1 página	/	Homem	Outros (religião)	Dia Mundial dos Pobres	Negativa
19/11/2023	9	Opinião	1 página	/	Mulher	Política	Cimeira entre Bidon e Xi Jinping	Neutra
19/11/2023	17	Opinião	3/4 página	Topo	Homem	Política	Milei e efeitos da sua forma de pensar para a Argentina	Negativa
19/11/2023	32	Crónica	1/2 página	Meio	Mulher	Política	Conflito entre Pedro Nuno Santos e José	Negativa

							Luís Carneiro e as suas implicações para as eleições de março	
20/11/2023	4	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Mulher	Economia	Ratings económicos de Portugal pós-operação influencer	Neutra
20/11/2023	5	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Outros	Tempo fresco e elogios a outras estações do ano, usando o sol	Neutra
20/11/2023	6	Opinião	1 página	/	Homem	Economia	Conferência sobre alterações climáticas (COP 28)	Positiva
20/11/2023	7	Opinião	3/4 página	Topo	Homem	Economia	Centro de dados de Sines	Negativa
20/11/2023	10	Opinião	1 página	/	Mulher	Justiça	Ministério Público	Negativa
20/11/2023	22	Análise	1 página	/	Homem	Política	China e EUA: a rivalidade de poderes	Neutra
20/11/2023	27	Opinião	1 página	/	Mulher	Cultura (Literatura)	Porto Literário	Positiva
20/11/2023	37	Crónica	1 página	/	Homem	Desporto	Portugal vs Islândia	Positiva
20/11/2023	40	Crónica	1/2 página	Meio	Mulher	Política	Estratégia de José Luís Carneiro	Negativa
21/11/2023	4	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Homem	Política	Eleição de Milei na Argentina	Negativa
21/11/2023	5	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Outros	Ecoativista vs urso	Neutra
21/11/2023	6	Opinião	1/2 página	Topo	Homem	Política	Deportação	Negativa
21/11/2023	6	Opinião	1/2 página	Fim	Mulher	Cultura (Música)	Sara Tavares, a mulher	Positiva

21/11/2023	7	Opinião	3/4 página	Topo	Homem	Política	Overload de informação e ambiente de dúvida	Negativa
21/11/2023	36	Crónica	1/2 página	Meio	Homem	Política	Saída de Costa e intervenção de Marcelo	Negativa
22/11/2023	4	Opinião (editorial)	1/2 página	Topo	Mulher	Política	Demissão de António Costa e alegados crimes	Neutra
22/11/2023	5	Crónica	1/3 página	Topo	Homem	Economia	Uso de notas e moedas	Neutra
22/11/2023	6	Opinião	1/2 página	Topo	Homem	Política	Ministério Público e o ricochete da operação influencer	Positiva
22/11/2023	6	Opinião	1/2 página	Fim	Homem	Educação	Iniciativa Sonae: estado da educação (influência tecnológica e professores)	Negativa
22/11/2023	7	Opinião	3/4 página	Topo	Mulher	Educação	Geração tiktok e a apreciação a Bin Laden nessa rede social	Negativa
22/11/2023	9	Opinião	1/3 página	Fim	Homem	Política	Debate ético em nome da transparência	Positiva
22/11/2023	30	Crítica	1/2 página	Fim	Mulher	Cultura (Música)	Orquestra Sinfónica do Porto da Casa da Música	Positiva
22/11/2023	40	Crónica	1/2 página	Meio	Mulher	Justiça	Movimento Me Too	Neutra