



**UNIVERSIDADE  
FERNANDO  
PESSOA**

# **ENTRE A SUPERFÍCIE E A PROFUNDIDADE: AS PERCEÇÕES DOS PROFISSIONAIS SOBRE O JORNALISMO ANALÍTICO NA SOCIEDADE PORTUGUESA**

[Between Surface and Depth: Professionals' Perceptions of Analytical Journalism in the  
Portuguese Society]

Dissertação de Mestrado

Ciências da Comunicação, Jornalismo

Eva Amaral Tavares Pinto

Orientador:

Prof. Doutor Rui Estrada

09/2025



**ENTRE A SUPERFÍCIE E A PROFUNDIDADE: AS PERCEÇÕES  
DOS PROFISSIONAIS SOBRE O JORNALISMO ANALÍTICO NA  
SOCIEDADE PORTUGUESA**

[Between Surface and Depth: Professionals' Perceptions of Analytical Journalism in the  
Portuguese Society]

Dissertação de Mestrado

Ciências da Comunicação, Jornalismo

Eva Amaral Tavares Pinto

Orientador:

Prof. Doutor Rui Estrada

09/2025



## **Agradecimentos**

A concretização desta Dissertação de Mestrado só foi possível devido a toda a ajuda e apoio que me foi dado pelas pessoas ao meu redor. Portanto, gostaria de expressar a maior gratidão a todos os que me apoiaram.

Primeiramente, ao meu orientador, professor Rui Estrada, que esteve presente durante os vários altos e baixos. Durante quase um ano de trabalho, soube guiar-me na melhor direção e acalmar-me quando necessário. Foi quem mais me ensinou, como professor, como profissional e como ser humano.

À professora Sandra Tuna, por ser um verdadeiro pilar ao longo do curso e representar de forma tão exímia o que é ser uma profissional que está sempre ao dispor dos alunos.

À minha família. À minha avó, por ler todos os meus trabalhos desde o primeiro semestre de Universidade. O seu incentivo constante e crença no meu potencial foram essenciais para poder chegar aqui e vivem comigo para sempre. À minha mãe, pela força e apoio incondicional em cada etapa. Aos meus tios, que mesmo do outro lado do mundo, nunca deixaram de ter tempo para me acompanhar e auxiliar.

Ao meu namorado, Marcos, pela paciência, incentivo e por acreditar em mim mesmo nos momentos em que eu duvidei. Obrigada por saberes sempre como me animar nos momentos mais difíceis e me encorajares a ser a melhor versão de mim mesma.

À minha melhor amiga, Isabel, com quem tive o prazer de experienciar a vida universitária desde o primeiro ano de licenciatura ao último de mestrado. Foste a parte mais bonita desta viagem que ainda está a começar.

À Universidade Fernando Pessoa: a todos os professores e profissionais que me conduziram até aqui, e me marcaram. Considero esta Universidade uma casa onde pude crescer como académica e humana.

Por fim, não posso deixar de mencionar as minhas cadelas, Marvel e Brahima.

A todos, obrigada: farão sempre parte de uma das partes mais bonitas da minha jornada.

*“Why were you lurking under our window?”*

*“Yes – yes, good point Petunia! What were you doing under our windows, boy?”*

*“Listening to the news” said Harry in a resigned voice.*

*His aunt and uncle exchanged looks out of outrage.*

*“Listening to the news! Again?”*

*“Well, it changes every day, you see,” said Harry.”*

“Harry Potter and the Order of the Phoenix” (J. K. Rowling, 2003)



## **Resumo**

Esta dissertação de mestrado analisa o jornalismo analítico enquanto prática emergente no panorama mediático português, ao procurar compreender o modo como é definido, distinguido e aplicado pelos profissionais da área. O estudo parte da revisão crítica da literatura nacional e internacional, na qual se discutem as diferenças entre jornalismo de análise e outros formatos jornalísticos, nomeadamente o de opinião. A investigação dedica, também, especial atenção às gerações mais jovens, avaliando de que forma consomem informação, quais os riscos que enfrentam num contexto marcado pela desinformação, o seu desinteresse pelas notícias e qual o potencial do jornalismo analítico para captar a sua atenção e estimular o seu pensamento crítico.

A investigação combina uma vertente teórica, dedicada ao enquadramento histórico e conceptual, com uma vertente empírica, centrada na aplicação de um questionário a 116 jornalistas portugueses ou que exerçam no país. Através deste inquérito, procurou-se recolher as suas perceções acerca da relevância do jornalismo analítico, das barreiras à sua prática e do seu potencial para responder às exigências do público português, em especial das camadas mais jovens.

A análise dos resultados permitiu identificar tendências significativas: uma consciência generalizada da necessidade de aprofundamento crítico no jornalismo, a valorização do analítico como instrumento de contextualização e reflexão.

Com este trabalho, pretende-se contribuir para o debate académico e profissional em torno das novas práticas jornalísticas, evidenciando o papel imprescindível que o jornalismo analítico pode desempenhar na construção de um espaço mediático mais rigoroso, transparente e atento às necessidades democráticas da sociedade contemporânea.

### **Palavras-chave:**

Jornalismo Analítico; Média, Jovens; Opinião; Práticas Jornalísticas.

## **Abstract**

This master's dissertation analyses analytical journalism as an emerging practice within the portuguese media landscape, seeking to understand how it is defined, distinguished, and applied by professionals in the field. The study begins with a critical review of national and international literature, discussing the differences between analytical journalism and other journalistic formats, particularly opinion journalism. The research also places special emphasis on younger generations, examining how they consume information, the risks they face in a context marked by disinformation and disengagement from the news, and the potential of analytical journalism to capture their attention and stimulate critical thinking.

The investigation combines a theoretical component, dedicated to the historical and conceptual framework, with an empirical component, based on the application of a questionnaire to 116 journalists who are either portuguese or practising in Portugal. The survey aimed to gather their perceptions regarding the relevance of analytical journalism, the barriers to its practice, and its potential to meet the demands of the portuguese public, especially younger audiences.

The analysis of results revealed significant trends: a widespread awareness of the need for greater critical depth in journalism, and a strong appreciation of analytical journalism as a tool for context and reflection.

This study seeks to contribute to the academic and professional debate on new journalistic practices, highlighting the essential role that analytical journalism can play in building a more rigorous, transparent media environment that is attentive to the democratic needs of contemporary society.

### **Keywords:**

Analytical Journalism; Media; Youth; Opinion; Journalistic Practices.

## **Índice Geral**

<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I – Enquadramento teórico .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Do jornalismo à Análise .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Jornalismo Analítico em Portugal: da compreensão à distinção .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Caracterização dos média portugueses .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 A crise do modelo tradicional.....</b>	<b>12</b>
<b>2. A relevância do jornalismo analítico numa sociedade contemporânea.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Como o jornalismo contribui para uma cidadania informada .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 O papel na criação de uma memória coletiva e crítica .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Estudos de caso e exemplos portugueses atuais .....</b>	<b>23</b>
<b>3. O impacto nas camadas mais jovens.....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Como os jovens consomem informação atualmente.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Riscos de desinformação e superficialidade .....</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Potencial do jornalismo analítico para captar a atenção e aprofundar o pensamento crítico.....</b>	<b>37</b>
<b>4. Jornalismo analítico e Jornalismo de opinião.....</b>	<b>42</b>
<b>4.1 Riscos de confusão entre géneros e o papel das figuras públicas .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2 Exemplos de boa e má prática .....</b>	<b>48</b>
<b>Capítulo II – Estudo Empírico .....</b>	<b>52</b>
<b>5. Metodologia.....</b>	<b>52</b>
<b>5.1 Objetivos.....</b>	<b>52</b>
<b>5.2 Participantes .....</b>	<b>53</b>
<b>5.3 Critérios de inclusão e exclusão.....</b>	<b>54</b>
<b>5.4 Recolha de dados .....</b>	<b>54</b>
<b>5.5 Caracterização da amostra .....</b>	<b>55</b>
<b>6. Análise de resultados .....</b>	<b>60</b>

<b>6.1 Limitações do estudo .....</b>	<b>74</b>
<b>6.2 Proposta de intervenção.....</b>	<b>75</b>
<b>Conclusão.....</b>	<b>78</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>80</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>86</b>

## Índice de Tabelas

Tabela 1- Sexo dos inquiridos.....	55
Tabela 2- Idade dos inquiridos.....	56
Tabela 3- Habilitações Literárias dos inquiridos .....	57
Tabela 4- Tempo de Experiência no Ramo Jornalístico dos inquiridos.....	58
Tabela 5- Estatuto Profissional dos inquiridos .....	59
Tabela 6- Afirmação nº1 .....	60
Tabela 7- Afirmação nº2 .....	61
Tabela 8- Afirmação nº3 .....	62
Tabela 9- Afirmação nº4 .....	63
Tabela 10- Afirmação nº5 .....	64
Tabela 11- Afirmação nº 6 .....	65
Tabela 12- Afirmação nº7 .....	66
Tabela 13- Afirmação nº8 .....	67
Tabela 14- Afirmação nº9 .....	68
Tabela 15- Afirmação nº10 .....	69
Tabela 16- Afirmação nº11 .....	70
Tabela 17- Afirmação nº12 .....	71
Tabela 18- Afirmação nº13 .....	72
Tabela 19- Afirmação nº14 .....	73



## Introdução

Num cenário onde a imprensa mediática é controlada pelo imediatismo, pela proliferação de conteúdos e pela crescente superficialidade na cobertura noticiosa, o jornalismo analítico ganha renovada pertinência. Contrariamente às práticas noticiosas que ganham, cada vez mais, relevância no formato das peças como a velocidade da informação, este modelo aposta na contextualização, na profundidade e na interpretação rigorosa dos factos – elementos estes fundamentais para uma cidadania informada e crítica.

Numa época cada vez mais tecnológica é, também, relevante salientar a importância que este jornalismo representa na sociedade portuguesa contemporânea, não só nas camadas mais informadas como nas mais novas. Os jovens vêm cada vez mais acompanhados de ecrãs com acesso a todo o tipo de informações – grande parte vem destacada através das redes sociais. Assim, é importante compreender de que modo é que se informam e como isso pode influenciar o pensamento crítico. Aqui, o jornalismo analítico pode ter um papel fundamental, ao oferecer o contexto e a profundidade necessários para que seja possível fazer a distinção entre informação superficial e conhecimento crítico. Desse modo, também contribui para a formação de jovens mais conscientes e participativos.

Como tal, serão também retratadas as soluções que podem ser adotadas, sejam pelo Estado, pelos média ou pela própria sociedade para um melhor funcionamento (e expansão) do jornalismo, da sua vertente crítica e crescimento saudável do pensamento crítico do público, assim como que adaptações serão possíveis para cativar todas as gerações com sucesso.

A metodologia adotada baseia-se em duas partes. A primeira será constituída por uma abordagem qualitativa, com recurso a uma análise bibliográfica e documental, complementada por estudos de caso e, quando pertinente, exemplos práticos do contexto português contemporâneo. Em seguida, será feita uma análise quantitativa a um inquérito realizado pela mestrandia a profissionais de comunicação sobre o tema retratado, com espaço para apresentação e debate sobre os resultados obtidos.

## **Capítulo I – Enquadramento teórico**

### **1. Do jornalismo à Análise**

A comunicação foi, é, e sempre será uma das poucas constantes na vida em sociedade. É impossível não o fazer: o ser humano está em constante comunicação, seja ela verbal ou não-verbal. Está intrínseca não só no seu ser, como em todas as formas de vida, desde os animais às plantas. Como tal, o modo como escolhe comunicar afeta para a representação e para o funcionamento que tem como sociedade.

Em 1948, Harold Lasswell, cientista político americano, lança um artigo intitulado «A Estrutura e Função da Comunicação da Sociedade», no qual afirma: “Uma forma adequada para desenvolver um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas: Quem? Diz o quê? Em que canal? A quem? Com que efeito?” (1948:106.).

É neste momento da equação que os profissionais de comunicação se inserem. Responsáveis por informar o público de modo a serem corretamente interpretados pelo recetor, são quem investiga, apura e divulga os acontecimentos mais relevantes ao público através das notícias, reportagens, artigos, crónicas ou entrevistas. Estão encarregues de passar os eventos que possam, de algum modo, afetar o seu quotidiano, garantindo que a veracidade e autenticidade da informação é transmitida.

#### **1.1 Jornalismo Analítico em Portugal: da compreensão à distinção**

Nos primórdios jornalísticos, o profissional tinha como principal função a adaptação de um acontecimento para notícia, utilizando linguagem simples, de modo a facilitar a sua compreensão. O jornalista deve informar o público acerca dos acontecimentos da atualidade e da sociedade.

Mantendo o foco no caso português, é possível começar a sua história no século XVI, século no qual começam a ser editadas “folhas noticiosas” de temas variados que acabariam sob a forma de pequenos livros. É aqui que Portugal começa a acompanhar os eventos sobre os países europeus. Já no século XVII, desenvolve-se o jornalismo

periódico, maioritariamente devido à necessidade de propagandear a Restauração da Independência (Sousa, 2008.).

Até meados do século XVII, vão surgindo e desaparecendo vários jornais, contando, até, com a existência de períodos em que não se encontrava a existência de um único periódico a circular pelo país: “entre 1647 e 1663 não foram publicadas quaisquer publicações periódicas em Portugal” (Sousa, 2008, p.4). Isto ilustra o nível amador do jornalismo português praticado na altura. É aqui que nasce o primeiro jornal periódico português: a *Gazeta de Lisboa*. A sua edição inicia-se em 1715 e dura mais de um século.

É apenas em 1865 que o jornalismo português se começa a modernizar, com a entrada do *Diário de Notícias*, que rompe a tradição da imprensa opinativa ou partidária e começa a trilhar-se o caminho que levaria à profissionalização dos jornalistas portugueses. É neste momento que as notícias deixam de girar somente à volta do mundo político, económico e da guerra, além de ser introduzida uma linguagem mais simples de modo a ser direcionada a um público mais vasto, abrangendo o maior número de pessoas possível.

Ao longo dos anos a definição de jornalista e a própria profissão altera-se com a evolução dos meios que a noticiam, assim como com os seus discípulos/estudantes. Através dos avanços na forma de comunicar, a profissão acompanha alterações e molda-se conforme a humanidade evolui. O jornalismo cresce com o surgimento da imprensa, adaptando-se à televisão, rádio, *Internet* e, mais recentemente ao mundo digital. Como tal, é imperativo que as notícias sejam adaptadas de modo a manter clareza para quem as analisa.

Para Nuno Crato, a forma mais correta de definir a profissão jornalística é como uma “elaboração das mensagens difundidas por intermédio da comunicação social” (Crato, 1982, p.88). O autor apresenta um estudo sistemático da atividade jornalística que se baseia em quatro fases:

- procura pela informação, na qual o jornalista deve informar-se dos factos ocorridos e dos diversos aspetos dos mesmos;
- seleção da informação recolhida, isto é, a escolha dos factos que devem ou não ser noticiados e, dentro dos mesmos, os aspetos mais relevantes a destacar (fenómeno conhecido como *Gatekeeping*);

- redação da peça de forma acessível para o público;
- tratamento final das notícias, incluindo a escolha e disposição dos títulos e das fotografias, a paginação e todos os aspetos relevantes para a apresentação da notícia.

A profissão jornalística reconhece a sua importância em garantir que os cidadãos são devidamente informados no que respeita aos acontecimentos diários, expondo as notícias mais recentes alusivas a campos como a Política, a Economia e a Cultura, e tantos mais.

A análise entra aqui de modo a diferenciar o jornalismo de outros ramos da comunicação (por exemplo, a publicidade, os documentários, a propaganda), ao possuir a especificidade de tratar algo que aconteceu e tem de ser compreendido pelo público, envolvendo-se com o processo de capacidade de compreensão e resposta.

Atualmente, o jornalismo analítico surge como uma resposta à comunicação profissionalizada sobre assuntos com diversos níveis de complexidade. O crescente nível de notícias obriga o ramo jornalístico a ter profissionais especializados não só em temáticas distintas, como na análise das mesmas. É este ramo que vai conseguir interpretar as notícias e questionar variados cenários sobre a evolução de acontecimentos e confrontar questões específicas de modo a conseguir interpretar realidades de todo o tipo, como a guerra, o desporto ou crises políticas. Ao passo que o jornalismo promove, acima de tudo, informar o recetor com factos através de um noticiário regular, o jornalismo analítico converte a simples exposição da notícia para o seu estudo.

Deste modo, o jornalismo de análise vai além da simples apresentação dos factos ao aprofundá-los, contextualizá-los e explicá-los. Foca-se em ajudar o público a perceber as respostas além do “o quê”, adicionando à equação o “como” e o “porquê” das notícias. Tem uma metodologia que não se limita à descrição dos eventos, mas que procura relacioná-los com dados relevantes, antecedentes históricos, implicações políticas e sociais, e outras camadas de informação que sejam relevantes.

Como tal, é importante ter em conta as diferenças entre informação e conhecimento, apesar da ligação entre os termos. Efetivamente, é possível fazer a distinção entre os dois elementos: a informação é apresentada através dos campos mediáticos, possibilitando uma cidadania ativa. É através da mesma que é possível

enriquecer a cultura e manter os cidadãos informados. No entanto, para obter conhecimento sobre um tópico em específico é necessário ter bases sobre o mesmo, de modo a conseguir explorar o tema com facilidade de modo livre.

Ao viver numa época onde informação nova chega a uma velocidade quase instantânea, os profissionais mediáticos têm o papel de saber filtrar e transmitir para o público de forma compreensível. No entanto, a facilidade de ter cada vez mais dados sobre o mundo torna a tarefa de transmissão mais complicada, ao invés de facilitar o processo. Efetivamente, o aprofundamento das peças noticiosas também sofre, através da perda de rigor, o que dificulta a tarefa dos cidadãos de se manterem verdadeiramente informados sobre a atualidade.

A importância deste ramo numa sociedade contemporânea reside na sua capacidade de promover uma compreensão mais extensa da realidade, sobretudo em contraste com uma sociedade caracterizada pelo excesso de informação, pela rapidez do ciclo noticioso e pela fragmentação típica das redes sociais. O jornalismo analítico incentiva o seu público a criar uma leitura mais crítica que contribui para a formação de cidadãos mais informados e conscientes da realidade social que está em seu redor.

Não obstante ao jornalismo informativo, a área investigativa do mesmo também deve ser compreendida de modo a manter claras as diferenças entre as vertentes da profissão, como a sua importância para a análise.

Já o jornalismo investigativo é caracterizado através de processos, estratégias, técnicas e mecanismos para veiculação de factos que se situam no campo da ciência e da tecnologia. Desempenha funções económicas, político-ideológicas e socioculturais importantes e viabiliza-se, na prática, através de um conjunto de diversificados de géneros jornalísticos (Bueno, 1984.).

Para Mouriquand, a função da investigação reside na explicação e demonstração, através de mecanismos que são desmontados e da procura pelo que não só está escondido, como pelo que às vezes é apenas ignorado (2002.).

Essencialmente, o jornalismo investigativo tem como objetivo central revelar factos que estejam ocultos e sejam de interesse público. A sua metodologia opera através de investigação dos profissionais – seja através de fontes exclusivas, documentos confidenciais, dicas anónimas, denúncias... – e requer uma verificação rigorosa. O seu

tempo de produção é, por norma, de longa durabilidade: as peças noticiosas podem ser terminadas ao fim de semanas, meses ou até anos de trabalho árduo.

Finalmente, a compreensão das diferenças entre artigos de análise e de opinião deve ser explícita de modo a não gerar dúvidas entre o público. Em 2021, apenas 50% dos alunos portugueses consegue distinguir factos de opiniões, segundo relatório elaborado pelo *Programme for International Student Assessment*, ou *PISA*, em 2018 (Lopes, 2021.). Devido à importância das diferenças que estas vertentes carregam, e da facilidade com que o povo português as confunde, este tema será mais abordado no 4º Capítulo: Jornalismo Analítico e Jornalismo de Opinião.

## 1.2 Caracterização dos média portugueses

Por estar ligada à crítica social, a atividade jornalística é genericamente reconhecida como uma atividade que promove informação de qualidade, cumprindo um compromisso com a verdade dos factos e o interesse público. A profissão é muitas vezes ligada à desmistificação do oculto, o que justifica a descrição da função como uma vocação que exige características como curiosidade, integridade e interpretação da realidade (Camponez, C. e Oliveira, M., 2021).

Efetivamente, o futuro do jornalismo nacional é um tema que tem vindo a ser cada vez mais debatido, devido às condições mediáticas degradarem a um ritmo constante em Portugal. O ramo enfrenta cada vez mais desafios sejam eles mudanças nos modelos de negócio, novas exigências ou pela própria evolução tecnológica, o que traça um caminho incerto para o seu rumo (Costa e Silva, 2024).

Para compreender o jornalismo analítico em Portugal, é necessário estudar o contexto em que o mesmo se insere. O panorama mediático nacional tem sido marcado, nas últimas décadas, por transformações de estrutura poderosas com influência significativa, não só nos modelos de produção e distribuição, como nas expectativas e hábitos de consumo por parte da população. O impacto da transição digital, a fragilidade económica das redações e a influência das lógicas de mercado remodelam os hábitos jornalistas portugueses.

O sistema mediático português é caracterizado por uma elevada concentração da propriedade dos meios de comunicação através de um número reduzido de grupos económicos a controlar uma parte significativa do mercado<sup>1</sup>. Isto resulta num panorama condicionado por dinâmicas estruturais que limitam a sua diversidade, autonomia e profundidade editorial – a informação cresce de forma cada vez mais uniforme e pelo meio de cada vez menos vozes (Costa e Silva, 2024.). Como tal, é importante questionar se estas empresas cumprem, de facto, as responsabilidades que relativamente à sociedade ou se a sua função é limitada aos interesses dos proprietários (Morais Santos, 2019).

---

<sup>1</sup> “O setor privado dos meios de comunicação social em Portugal é controlado por apenas quatro grandes grupos – Impresa, Cofina, Media Capital e Global Media” (CMPF, 2024, p. 9). Informação disponível em: [https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/99090007/Portugal\\_EN\\_mpm\\_2024\\_cmpf.pdf](https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/99090007/Portugal_EN_mpm_2024_cmpf.pdf)

Por outro lado, o financiamento destes grupos torna-se numa adversidade constante, resultando em dívidas recorrentes nos relatórios de contas anuais das empresas, o que mostra o impacto que esta estratégia financeira tem em empresas com um papel tão essencial para a democracia.

Um relatório efetuado pela Universidade do Minho<sup>2</sup> concluiu que os jornalistas apoiam na grande maioria a existência de uma política de apoio, direto e indireto, do Estado aos média privados, o que remete para a crise económico-financeira na qual as empresas se encontram atualmente. Além disso, é defendido pelos profissionais que o consumidor de informação deve ser o instrumento utilizado pelo Estado para apoiar o jornalismo português, ao beneficiar fiscalmente o contribuinte que investe em informação jornalística (Costa e Silva, 2024). Após grandes dificuldades enfrentadas nos campos – entre as quais a estabilidade laboral, os salários reduzidos e os obstáculos que nunca foram erradicados pós pandemia – os jornalistas tomam consciência sobre a crise em que se encontram. Apesar de ainda não haver evidências sistemáticas relativamente à posição que tomam para as alternativas de financiamento público, os profissionais defendem o reforço das exigências por uma nova política pública de apoio ao jornalismo através de manifestações e subscrições a pedidos de ação.

Além deste fator, a expansão mediática para campos tecnológicos é, também, responsável por grande parte das mudanças ocorridas nos últimos anos. Este meio traz consigo novos modelos de produção e receção de notícias, estando mais envolvidos com o público. Para Moraes Santos, o envolvimento público com as notícias pode ser problemático: “este apelo à interatividade parece funcionar como um convite permanente à *doxa*, em que todos podem opinar sobre tudo, independentemente do grau de conhecimento do assunto.” (Moraes Santos, 2019:28.).

A ligação do sistema mediático às redes sociais cria formatos e novas funções a ter em conta no que toca aos campos tecnológicos. As notícias ganham um corpo diferente do habitual no papel e nos sites jornalísticos, caracterizado por um título mais sensacionalista, muitas vezes escrito na foto ou vídeo publicado pela empresa noticiosa, com um corpo de notícia com um a dois parágrafos – se a sua presença não for ausente. Apesar deste método ser elaborado de modo a “puxar” pelo leitor, de modo que o mesmo

---

<sup>2</sup> Informação disponível em:  
<https://ebooks.uminho.pt/index.php/uminho/catalog/view/103/206/3369>

visite o site através da rede para conseguir ter acesso total à informação, acaba por pôr em risco a compreensão total por parte do leitor.

Estas redes são também propícias à divulgação *de fake news*, um problema representativo do *fast food* noticioso que, apesar de não ser recente e ser reconhecido mundialmente, se adapta aos tempos atuais (Santos Martins, 2019.). Através de publicações vagas sem grande contexto e sem uma verificação correta, estas «notícias» ainda se espalham fácil e rapidamente, de forma a confundir o público relativamente ao que é, ou não, de fontes verídicas.

Um último golpe vindo das redes sociais (assim como dos motores de busca) é o alcance que geram para a publicidade intervir no mundo *online*, o que, por consequência, faz com que a maior parte das empresas jornalísticas portuguesas enfrente atualmente uma diminuição das receitas vindas da publicidade (Costa e Silva, 2024.). É importante dar destaque para a imprensa, que sofre uma queda contínua e inevitável nas vendas de banca. Apesar de alguns jornais terem sucesso na captação de assinaturas digitais, as receitas obtidas através das plataformas *online* não compensam as perdas registadas no formato tradicional (Olsen et al., 2021.).

É relevante referir que em termos de liberdade de imprensa, apesar de já se ter encontrado em posições mais altas, Portugal está em 8º lugar entre 180 países. De acordo com o relatório efetuado pela organização *Repórteres Sem Fronteiras (RSF)*<sup>3</sup>, há fragilidades no contexto económico e nos níveis de sustentabilidade do setor do país. Dentro das justificações para a descida encontram-se motivos como a instabilidade laboral contínua e a falta de assinaturas digitais, que não são suficientes para compensar a queda nas vendas de jornal impresso. Também é constatado pelo relatório que os jornalistas são hoje mais propícios a episódios de intimidação verbal e física por parte de apoiantes da extrema-direita – nomeadamente ligados ao partido CHEGA, partido político em Portugal. Um exemplo destes momentos seria uma agressão que teve lugar na Universidade Católica, em Lisboa, durante uma conferência dada pelo líder do partido, que terminou com um jornalista do *Expresso* agredido (*Expresso*, 2024.)<sup>4</sup>. Os casos

---

<sup>3</sup> Informação disponível em: <https://rsf.org/pt-br/pais/portugal>

<sup>4</sup> Informação disponível em: <https://expresso.pt/politica/2024-01-16-Jornalista-do-Expresso-agredido-num-evento-universitario-com-o-lider-do-Chega-4a681746>.

indicados pela *RSF* reforçam a necessidade de proteção aos profissionais da comunicação social, especialmente em momentos de cobertura política (*RSF*, 2025)<sup>5</sup>.

Efetivamente, o crescimento da extrema-direita tem sido acompanhado por uma crescente desconfiança para com os média tradicionais. Estes partidos caracterizam frequentemente os jornalistas como “inimigos do povo” tendência esta que já regressou a território nacional<sup>6</sup>, - acusando-os de manipulação ideológica, o que contamina o nível de confiança pública no jornalismo profissional. Este tipo de comportamento faz parte de um padrão global estudado por autores como Snyder, que alertam para o modo como regimes autoritários começam por desacreditar o jornalismo livre antes de atacar outras instituições democráticas (2017.).

Apesar do caso português não estar de forma tão óbvia inserida neste caminho como certos países como a Hungria e a Polónia, onde o controlo direto e indireto dos média por forças conservadoras deterioraram o ambiente mediático, a normalização do discurso anti jornalismo é um sinal de alerta que deve ser levado extremamente a sério, especialmente quando é discutida a crise de sustentabilidade e credibilidade do jornalismo.

Essencialmente, o jornalismo pode alcançar várias funções e definições distintas. Se, para uns é visto como um processo de um dado bem simbólico (em formato de exemplo temos a notícia), para outros pode ser definido como uma relação institucionalizada que estabelece formas de conhecimento para alicerçar as suas práticas e compreender o seu funcionamento. Isto é, a atividade jornalística deve responder a questões que excedam às atividades das redações, à produção da notícia ou aos critérios de noticiabilidade.

Como tal, a análise proporciona uma avaliação de uma peça noticiosa em específico, de modo a conseguir fornecer ao público um pensamento crítico sobre a mesma. Em prol deste género noticioso, os programas televisivos, os segmentos de análise nas redações, os podcasts e as entrevistas com especialistas ganham fama. Críticos veem a sua função com cada vez mais destaque. No caso de haver uma crise política, a agenda dos média preenche-se com artigos de profissionais especializados na mesma área

---

<sup>5</sup>É também afirmada a importância desta proteção ser feita em eventos desportivos, onde a violência contra os jornalistas também sentiu um crescimento.

<sup>6</sup> Informação disponível em: <https://sicnoticias.pt/especiais/europeias-2024/2024-06-07-andre-ventura-acusa-jornalistas-de-serem-o-inimigo-do-povo-b9986464>

que possam diagnosticar que tipo de futuro é que o país enfrenta com determinados acontecimentos. É claro que parte de o porquê da quantidade de artigos políticos crescer a um nível exponencial também vai estar relacionada com a pressão mediática devido à época de infodemia em que nos encontramos e esse tema será abordado no próximo subcapítulo. Os jornais acumulam peças sobre a crise política, a televisão preenche-se de reportagens analíticas e programas com especialistas a comentar o assunto, as redes assoberbam informação política e o público, rodeado de opções, vê-se sem saber por onde começar.

A problemática está presente quando a distinção entre o que é conteúdo analítico e o que é opinativo se separa por uma linha praticamente ténue. Não é possível compreender que tipo de conteúdo é, factualmente, realizado por profissionais que dedicam o seu propósito profissional à política, devidamente qualificados para o trabalho ou por comentadores profissionais – profissionais mediáticos que, efetivamente, se especializam na área do comentadorismo, mas pouco ou nada na política. Mais sobre este assunto nos próximos capítulos.

### 1.3 A crise do modelo tradicional

O jornalismo analítico em Portugal, apesar do seu valor inegável para a construção de uma sociedade contemporânea devidamente estruturada com pensamento crítico, enfrenta uma série de desafios significativos que impedem o seu desenvolvimento e consolidação.

Dentro da opinião pública, destaca-se o nível de literacia português. Com isto, fala-se das reservas que existem relativas ao nível de capacidade de um público em geral digerir os assuntos públicos. São considerados os parâmetros relacionais que os indivíduos estabelecem com os média, ao nível da forma de acesso, interpretação de mensagens e compreensão dos sistemas de funcionamento dos média. Além demais, incidem sobre as dimensões do entendimento crítico das mensagens e do seu impacto refletivo (Paisana et al., 2024.). Este problema tem por base o facto de o conhecimento exato dos assuntos públicos que são expostos no jornalismo analítico se basearem em interpretações rigorosas, algo que é raro o cidadão comum alcançar. A sociedade não demonstra interesse em conhecer os meandros da política, o que leva a pouco contacto com os factos sociais (Gaudêncio, C., 2009).

Efetivamente, a imprensa tem como missão manter o público informado. É aqui que o jornalismo analítico tem um papel fundamental na sociedade contemporânea. Através de reportagens, artigos jornalísticos impressos e em formato *online*, o público tem acesso, não só à informação exposta, como à sua análise. Ainda assim, a procura por este tipo de consumo não é suficiente, o que leva consigo o segundo problema: a falha de motivação pelos profissionais de média para cativar o público com sucesso a estudar uma notícia – contrariamente à simples leitura.

O terceiro problema é a distinção entre artigos de análise e artigos de opinião, tema já abordado. A *Entidade Reguladores para a Comunicação Social (ERC)* divulgou um relatório de avaliação dos deveres de rigor e de isenção na informação diária de horário nobre, no qual foram avaliados noticiários dos canais *RTP1*, *RTP2*, *SIC*, *TVI* e *CMTV*. Com um total de 140 edições de blocos informativos e quase 4 mil peças, o regulador de média considera que o relatório coloca questões de rigor e isenção, ou de clarificação do género jornalístico utilizado. Afirma ainda que parte desta falha é representada por intervenções em direto de jornalistas “cujo registo discursivo se

aproxima da opinião ou a hibridização de géneros como entrevista e comentário” (ERC, 2025.)<sup>7</sup>.

Tradicionalmente, o jornalismo institucional representa uma autoridade central na produção e mediação da informação pública. A sua voz é confiável, advindo de critérios de verificação, imparcialidade e responsabilidade editorial. Atualmente, essa autoridade torna-se difusa devido ao crescimento das plataformas digitais e da facilidade com que prometem visualizações através da criação de conteúdo. Influenciadores digitais, *Youtubers*, Podcasts independentes e páginas e canais com “notícias alternativas” são algumas das vozes que coexistem no mesmo *feed* que os meios de comunicação tradicionais. Na ótica do utilizador, é fácil atribuir o mesmo nível de credibilidade mesmo que a base de apuramento seja distinta – enquanto o jornalismo passa por tantos critérios já referidos, o conteúdo online é imediato, emocional e desregulado. Com a avalanche de informação superficial e não fundamentada, o público sente-se perdido.

A polivalência funcional dos jornalistas pressionados por produtividade contínua que nasce das redações com equipas reduzidas é um problema que não é novo em Portugal. O *multitasking* torna-se num requisito para os aspirantes de jornalismo, que encaram uma realidade de trabalho na qual têm de desempenhar inúmeras tarefas – desde coberturas rápidas à edição de vídeo, idas a conferências de imprensa, produção de conteúdo para as redes sociais e escrita de artigos em tempo real.

Os trabalhadores expressam cada vez mais o seu nível de descontentamento sobre a deterioração das condições de trabalho, e desvalorização geral do jornalismo. Durante o 5º Congresso Nacional de Jornalistas – que ocorreu em janeiro de 2024 – foi possível contar com mais de 700 pessoas e resultou na primeira greve geral em 40 anos. Greve

---

<sup>7</sup> Em novembro de 2020 a provedora do leitor do jornal britânico *The Guardian*, Elisabeth Ribbans, informou aos diretores editoriais queixas por parte do público relativas a artigos de opinião que seriam interpretados como notícias (Clube Português de Imprensa., 2022.). Informação disponível em: <https://clubedeimprensa.pt/aconteceu/conosco/the-guardian-acentua-diferencas-entre-noticias-e-opinio/>

Também no Brasil se notam dificuldades, especialmente nos estudantes, na diferenciação entre factos e opiniões em peças jornalísticas. Os dados são revelados pelo Ministério da Educação (MEC) e pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Informação disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/educacao/estudantes-nao-sabem-diferenciar-fato-de-opinio-em-publicacoes-0924>

esta que afetou quase 50 organizações noticiosas, entre as quais marcas líderes como a *SIC Notícias*, *CNN*, *TVI* e *RTP*<sup>8</sup> (Craveiro, 2024).

Este modelo de produção impede a dedicação que o jornalismo de análise requer para o seu funcionamento, ao exigir um tempo de leitura maior, assim como um esforço interpretativo por parte do leitor. O imediatismo e a dependência do tráfego digital reforçam as visualizações e interações como monetização. Os conteúdos de maior profundidade – que, por sua vez, ganham cada vez menos atenção – veem-se a ser substituídos por conteúdo de curta leitura e carácter sensacionalista.

Para Santos Martins, isto deve-se à pressão da difusão imediata, que leva a dois erros cometidos pelos profissionais. Em primeiro lugar, a ideia de que a exclusividade de uma notícia tem valor por si próprio, independentemente do seu conteúdo. É necessário ter em conta que se a informação é construída à base de omissões e informações falsas, a credibilidade do jornalista será posta em causa, assim como a sua ética profissional. Em segundo lugar, o profissional acredita que, num contexto em que o público conta com demasiadas fontes e informação disponível, o importante é ser o primeiro a divulgar um facto – mesmo que isso signifique uma diferença de meros segundos em relação à concorrência (2019.). Este erro muitas vezes acaba por significar a publicação de informações falsas por falta de atenção à verificação dos factos, o que corrompe a relação do público com o sistema mediático.

Já o *Digital News Report PORTUGAL 2024*<sup>9</sup> afirma que 51% dos portugueses concordam estar saturados com a quantidade de notícias que são exibidas atualmente. Cruzando a preocupação do que é real e o que é falso, nomeadamente *online*, com a confiança em notícias, ao longo dos anos tem-se identificado um padrão consistente (2024.). Os portugueses que afirmam ter confiança no conteúdo noticioso *online* apresentam índices de preocupação substancialmente mais altos do que os portugueses em geral e, sobretudo, por comparação com os portugueses que revelam não confiar em notícias.

---

<sup>8</sup> Informação disponível em: <https://labcom.ubi.pt/5-o-congresso-dos-jornalistas/>

<sup>9</sup> Informação disponível em: <https://www.obercom.pt/digital-news-report-portugal-2024/>

“O Estado deve assumir a responsabilidade de criar modelos públicos de financiamento para as redações, garantindo assim a pluralidade informativa.” (Craveiro, 2024, p. 146).

Por fim, o jornalismo português carece de apoios como a falta de aposta institucional sustentada baseada na falta de mecanismos regulares de financiamento público ou incentivos fiscais que fomentem projetos de investigação jornalística profunda. Sem uma estratégia devidamente estruturada para o fortalecimento do jornalismo analítico, a sua capacidade de se consolidar como um pilar estruturante da esfera pública vê-se comprometida.

Não obstante, em termos de sustentabilidade económica, são várias as estruturas de inovação atualmente em desenvolvimento de *legacy brands* e pontos de venda digitais. Marcas de maior renome como o *Expresso*<sup>10</sup> e o *Público*<sup>11</sup> mantêm o foco no áudio de marca, ao utilizar podcasts como uma das suas principais ferramentas para acalçar e envolver um público mais abrangente. A *SIC TV* passa a ter um novo formato de plataforma de *streaming* (*OPTO*<sup>12</sup>), enquanto a estação da *RTP* reforça a expansão da sua presença digital com o uso gratuito da *RTP Play*<sup>13</sup> (*Digital News Report 2024*, 2024.).

Ademais, é fundamental reconhecer os esforços notáveis de algumas redações e projetos independentes que visam o reconhecimento do jornalismo analítico. Exemplos dessas redações são o caso do *Setenta e Quatro*, um jornal digital criado em 2021, dedicado ao jornalismo de investigação mantendo a garantia dos valores democráticos e progressistas. Após três anos de jornalismo de livre acesso, com recurso a parcerias e campanhas de financiamento público, o jornal digital viu-se obrigado a terminar por motivos financeiros, admitindo: “A nossa permanente teimosia deparou-se com uma muralha, e há um momento em que o espírito de combate já não basta.” (*Setenta e Quatro*<sup>14</sup>, 2024.).

---

<sup>10</sup> Informação disponível em: <https://expresso.pt/podcasts>.

<sup>11</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/podcasts>.

<sup>12</sup> Informação disponível em: <https://opto.sic.pt/>.

<sup>13</sup> Informação disponível em: <https://www.rtp.pt/play/>.

<sup>14</sup> Informação disponível em: [https://www.instagram.com/p/C5DqEnNu4eM/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C5DqEnNu4eM/?img_index=1)

## **2. A relevância do jornalismo analítico numa sociedade contemporânea**

A tipologia dos textos jornalísticos embarca cada vez menos através do seu formato mais convencional de artigo científico (contando que parte dos mesmos são efetivamente feitos com um objetivo científico) para textos de carácter mais breve (Esteves, J. P. et. al. 2018.). Vivemos na era do imediatismo – a informação cresce exponencialmente e constantemente –, rodeados de notícias e informações instantâneas, entregues à pressa e em formatos rápidos de digerir, raramente explicativos. Neste cenário, o jornalismo analítico assume um papel importante como mediador do nosso nível de reflexão: ajuda-nos a parar, compreender e refletir.

Neste capítulo, será explorado o papel desta vertente jornalística na promoção da literacia mediática, no fortalecimento da memória coletiva e na criação de um espaço público no qual o debate se baseie em evidências e não apenas em impressões. Será, também, analisado o modo como este modelo contribui para a criação de uma sociedade mais consciente do seu redor e da desinformação que prevalece.

### **2.1 Como o jornalismo contribui para uma cidadania informada**

O conceito de cidadania é algo cada vez mais ambíguo, tornando-se num termo cada vez mais presente nos discursos políticos, académicos e mediáticos. É possível olhar para a definição de cidadania através de dois prismas: formal e substantiva. Ao analisar a cidadania formal, estamos a referir-nos ao reconhecimento legal de um indivíduo como membro de um Estado, ao conferir-lhe direitos e deveres que são estabelecidos pela legislação. Já a cidadania substantiva envolve a realização dos mesmos direitos na prática quotidiana, incluindo o acesso a serviços públicos, participação política e inclusão social.

A cidadania também implica uma dimensão ativa e participativa, através da resolução de problemas sociais, da promoção e ação sobre questões que afetam a comunidade (DGE<sup>15</sup>, 2017.). Este conceito de cidadania enfatiza a importância do

---

<sup>15</sup> Informação disponível em: <https://www.dge.mec.pt/educacao-para-cidadania-linhas-orientadoras-0>

envolvimento coletivo na vida pública de forma a contribuir para uma transformação social positiva.

No entanto, em termos de crescimento (seja ele económico, social ou cultural), de pouco ou nada serve ao país ter uma cidadania ativa se não for informada. São os cidadãos bem informados que possuem o conhecimento e as competências necessárias para participar ativamente na vida cívica, desde o envolvimento comunitário à tomada de decisões políticas (Berner, 2020.).

Já Gagrčín e Porten-Cheé argumentam que a cidadania informada deve ser entendida como uma prática relacional, na qual os cidadãos colaboram para manter um ambiente informacional saudável. Isto torna-se ainda mais importante em tempos atuais, em que os níveis de desinformação que rondam as redes sociais quebram recordes, o que reforça a necessidade do público desenvolver a resiliência individual e promova normas sociais que incentivem a verificação e a correção de informações falsas (Gagrčín & Porten-Cheé, 2023.).

Em Portugal, a premissa da relação entre a literacia mediática dos cidadãos e as suas práticas de cidadania foi submetida a investigação no estudo “*Literacia mediática e cidadania. Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa*” (Lopes, 2015.). O estudo teve por base metodológica um inquérito aplicado a cerca de 500 estudantes adultos na zona da Grande Lisboa, durante o ano letivo de 2011-2012 e abordou alunos de cursos EFA, licenciaturas e mestrados. Através do uso de indicadores como representações sociais de cidadania, participação política, social e cívica, interesse e posicionamento na política, o questionário conseguiu avaliar as práticas de cidadania dos participantes.

Os resultados destacam uma correlação positiva entre as competências de literacia mediática e o consumo de conteúdos televisivos de carácter cultural e/ou outras produções de valor educativo e o número de livros lido por ano. Segundo a autora, os resultados sugerem que os indivíduos que mais leem e mais consomem este tipo de conteúdos tendem a apresentar níveis mais elevados de literacia mediática. Por outro lado, há uma correlação negativa entre as competências de literacia mediática e o visionamento frequente de programas de entretenimento.

Já a Entidade Reguladora para a Comunicação Social<sup>16</sup> também tem desenvolvido estudos que evidenciam a evolução das competências em literacia mediática em Portugal (2023.). O relatório relativo ao período de setembro de 2020 a outubro de 2022 destaca a necessidade de promover a educação para os média de modo a combater a desinformação e alimentar uma participação cívica mais ativa da sociedade.

A confiança da população nas notícias é um fator-chave para compreender o nível de saúde em que a democracia de uma sociedade se encontra. Segundo o *Digital News Report 2024*<sup>17</sup>, publicado pelo *OberCom*, Portugal mantém-se como um dos países com mais confiança pelo seu povo nas notícias e ocupa o terceiro lugar entre 46 países analisados (2024.). No entanto, observa-se uma tendência para a diminuição da mesma, especialmente entre os mais jovens – tema que será aprofundado no futuro deste estudo.

O jornalismo analítico tem o poder para reverter esta tendência, ao proporcionar conteúdos que vão além da superficialidade e que incentivam uma compreensão mais profunda das notícias. A existência de uma cidadania devidamente informada começa com o acesso a informação clara, rigorosa e contextualizada, que seja capaz de lhes dar a opção de formar opiniões próprias e tomar decisões fundamentadas. É desta forma que o jornalismo não se limita a informar o seu público: ele seleciona, hierarquiza e interpreta os dados que recolhe. Um cidadão bem informado é aquele que verdadeiramente compreende a complexidade dos temas que são debatidos atualmente – das crises políticas e sociais aos conflitos territoriais. Tudo isto só é possível através do compromisso dos média com a explicação dos eventos e fenómenos sociais, sobre passando a simples exposição. Só assim é possível ser feita uma contribuição pela parte do jornalismo para um maior nível de confiança por parte da população portuguesa no conteúdo noticioso publicado.

É, no entanto, importante enfrentar a realidade relativamente ao tipo de conteúdo noticioso com que nos encontramos atualmente. A forma como o jornalismo é estruturado e apresentado ao público influencia diretamente o tipo de cidadania que se constrói. Efetivamente, uma imprensa que privilegie o sensacionalismo, a superficialidade e a emoção instantânea promove uma audiência mais reativa e menos crítica, propensa a tomar decisões precipitadas. O cidadão que se habitua a um jornalismo liderado pelo

---

<sup>16</sup> Informação disponível em: <https://www.erc.pt/pt/estudos/literacia-para-os-media>

<sup>17</sup> Informação disponível em: <https://www.obercom.pt/digital-news-report-portugal-2024/>

imediatismo e pelo *clickbait* tem tendência para ser mais impaciente relativamente ao tipo de notícias que consome, não gastando muito do seu tempo em peças de análise, o que causa uma mentalidade menos crítica. Já a aposta num jornalismo que seja mais profundo através da investigação e contextualização dá espaço para crescer uma cidadania mais ativa e esclarecida. É ao ter acesso a peças noticiosas analíticas – seja através do papel, da rádio, da televisão ou de um ecrã – que a sociedade ganha os meios necessários para ser capaz de resistir à manipulação do populismo. O cidadão que seja mais acostumado a um jornalismo mais complexo vai ter uma capacidade crítica mais avançada, capaz de refletir sobre o mundo que o rodeia.

Ora, para isto ser possível, é necessário que haja um esforço por parte dos média, visto que a cidadania informada não se faz apenas através da receção passiva de conteúdos. É vital que o público seja proporcionado a um espaço que estimule o pensamento crítico, seja ele transmitido através de formatos que combinem texto, imagem e áudio, seja por meio de debates, entrevistas e reportagens que sejam chamativas para o leitor.

Em Portugal, têm surgido várias iniciativas que demonstram o potencial do jornalismo analítico. Uma das quais é o projeto Fumaça, que se dedica à produção de reportagens e entrevistas que exploram temas mais complexos de modo rigoroso<sup>18</sup>. O projeto é apresentado ao público em formato de séries documentais e podcasts e oferece conteúdos que combatem o consumo rápido de informação e promovem uma reflexão crítica por parte da audiência.

Em comparação com Portugal, países como a Finlândia e a Dinamarca destacam-se pelo seu nível elevado de literacia mediática social. O Índice de Literacia Mediática de 2023<sup>19</sup> coloca a Finlândia no topo da classificação e atribui o resultado a políticas educacionais que integram a literacia mediática nos currículos escolares desde os primeiros anos de ensino. Este índice é um instrumento utilizado para classificar sociedades no seu potencial de resiliência diante de fenómenos do pós-verdade e da desinformação e utiliza marcadores como a qualidade de educação, a liberdade de imprensa, a confiança na sociedade e o uso de novas ferramentas de participação (*Open Society Institute Sofia, 2023.*).

---

<sup>18</sup> Informação disponível em: <https://fumaca.pt/>.

<sup>19</sup> Informação disponível em: <https://osis.bg/?p=4450&lang=en>

Já Portugal encontra-se no décimo segundo lugar, ocupando lugares mais baixos nos marcadores de qualidade de educação (21º lugar), confiança na sociedade (35º lugar), e uso de novas ferramentas de participação (37º lugar).

É através deste tipo de abordagens que é possível entender que a promoção de uma cidadania informada requer um esforço concertado entre os meios de comunicação, as instituições educativas e as próprias políticas públicas. O jornalismo analítico fornece as ferramentas necessárias para a compreensão crítica da informação, o que o torna uma peça vital neste processo.

Ao privilegiar o contexto, a explicação e interpretação dos acontecimentos, este ramo informativo torna-se num instrumento fulcral para a construção de uma cidadania ativa e esclarecida.

## **2.2 O papel na criação de uma memória coletiva e crítica**

Contrariamente ao registo noticioso tradicional, marcado pela fragmentação imediata das notícias de modo a obter a atenção do público, a abordagem do jornalismo analítica permite ao cidadão compreender os acontecimentos de forma mais profunda e informada, através da associação a antecedentes históricos, causas estruturais e implicações futuras. A existência de uma dimensão temporal e contextual faz com que esta vertente jornalística passe de um veículo meramente informativo para um meio de consciencialização coletiva.

Não é novidade o jornalismo funcionar como produtor de memória. Para Halbwachs (1992), introdutor do termo “memória coletiva”, é importante sublinhar que a memória social é sempre construída de forma coletiva, e que os meios de comunicação social desempenham um papel central nesse processo. Esta vertente jornalística oferece um contributo significativo na articulação entre o presente, o passado e o futuro, permitindo construir narrativas viáveis dos acontecimentos e o seguimento dos mesmos.

Na prática, a memória coletiva não se constitui apenas de factos: é necessária uma interpretação dos mesmos. É desta forma que a análise noticiosa contribui para criar um arquivo vivo, no qual as notícias não são apenas eventos isolados, mas peças de um sistema interligado de sentido. Quando o cidadão opta por uma reportagem que contextualiza uma crise política à luz de acontecimentos passados ou que analisa uma tendência social com base em dados acumulados, é-lhe possível obter uma compreensão mais madura da realidade – e, por consequência, contribui para o fortalecimento de uma memória coletiva.

Da mesma forma, a natureza crítica do jornalismo analítico permite questionar narrativas dominantes e desafiar visões dominantes. Isto é, ao promover a interpretação fundamentada, combate o jornalismo superficial ao criar leituras alternativas da realidade. Ao viver num país onde o discurso público se reflete bastante por ciclos de opinião rápida e cobertura política simplificada, a presença de vozes analíticas contribui para elevar o nível do debate e fomentar uma cultura cidadã mais exigente.

Além demais, é importante debater o modo como consegue preservar acontecimentos que, de outro modo, se viam a cair no esquecimento. Ao explorar temas negligenciados e abordar as consequências de fenómenos sociais com algum distanciamento temporal, este tipo de jornalismo recupera histórias e questões que,

normalmente, não aparecem nas notícias do dia a dia. Com isso, dá visibilidade a memórias menos conhecidas e traz para o debate público assuntos que merecem ser pensados com mais atenção.

Este trabalho de memória também se envolve na área da educação. Quando as escolas, universidades e investigadores recorrem a arquivos jornalísticos para, por exemplo, o estudo de períodos históricos ou uma melhor compreensão das transformações sociais, os produtos do jornalismo analítico ganham uma dimensão pedagógica. Não se trata apenas de informar, mas também de formar. É nesta ligação entre o jornalismo e o conhecimento que esta vertente se mostra como uma base importante para uma cidadania crítica e reflexiva.

Finalmente, é importante sublinhar a forma como a construção desta memória crítica depende, também, do modo como o jornalismo se interroga. O próprio exercício de reflexão sobre os seus limites, as suas omissões e os seus desvios fazem parte do processo. O jornalismo analítico, quando exercido corretamente, é um instrumento de autorregulação e autocrítica do campo mediático.

Em suma, este jornalismo não é só um reflexo da realidade: é um processo ativo de construção de sentido, memória e consciência coletiva. Ao viver numa era em que a aceleração mediática coloca em risco o passado em ciclos noticiosos cada vez mais curtos, a aposta numa análise estruturada e crítica é, mais do que uma opção atrativa, uma exigência para salvaguardar a profundidade do debate democrático e a memória de uma sociedade.

## 2.3 Estudos de caso e exemplos portugueses atuais

Com tudo o que aprendemos da transformação mediática em Portugal, é importante destacar as iniciativas que vão contra o conteúdo dominado pelo imediatismo, de formato curto e consumo rápido. Apesar desta realidade se tornar cada vez mais afirmativa dentro da construção de notícias, há quem procure manter uma construção de peças mais tradicional, marcada por um trabalho mais aprofundado, com a preocupação de fornecer aos cidadãos ferramentas que facilitem a compreensão da realidade que os rodeia. Apesar do jornalismo analítico não assumir uma posição dominante na esfera mediática portuguesa, o número de projetos que procuram devolver à prática jornalística o tempo, a profundidade e a densidade argumentativa é crescente.

Projetos esse como o *Fumaça*, já abordado neste estudo, que se dedica à produção de conteúdos investigativos e analíticos sobre temas como a justiça, feminismo, racismo, guerra e cultura. A sua abordagem distingue-se, principalmente, pelo investimento num modelo narrativo sustentado, que recorre a entrevistas de longa duração e séries temáticas. Um dos seus projetos mais emblemáticos, *Palestina – Histórias de um país ocupado*, não se limita a relatar eventos isolados, mas sim em articular contextos históricos, políticos e sociais que oferecem ao público uma compreensão mais ampla do conflito. A metodologia narrativa utilizada aproxima o projeto das práticas do jornalismo analítico ao reforçar a importância da interpretação fundamentada e da responsabilidade ética no tratamento dos factos<sup>20</sup>.

A prática do *Fumaça* assenta em dois pilares essenciais do jornalismo analítico: a contextualização e a investigação independente. Já o seu modelo de financiamento – assente em doações individuais e com a transparência total nas contas – permite-lhe um afastamento da dependência publicitária que, de certa forma, governa o jornalismo atual. Esta independência mantém-se uma chave para garantir a sua autonomia temática e a escolha de narrativas que, apesar de talvez serem difíceis ou desconfortáveis para alguns, são necessárias para o escrutínio democrático.

Outro exemplo relevante é a revista digital *Divergente*, que aposta no uso do jornalismo como uma ferramenta de escrutínio das estruturas de poder, capaz de

---

<sup>20</sup> Informação disponível em: <https://fumaca.pt/category/series/palestina-historias-de-um-pais-ocupado/>

contribuir para uma cidadania mais ativa. Trabalha maioritariamente através de financiamento europeu e instituições culturais e aborda temas como a guerra, desemprego, aquecimento global, exclusão social e o sistema prisional. Um dos seus projetos, *Juventude em Jogo*, investiga o tráfico de menores no futebol europeu, é excelente para compreender a forma como articula entrevistas em profundidade, análise de documentos legais, dados estatísticos e uma narrativa audiovisual envolvente. A revista mistura a investigação com a narrativa densamente documentada, cruzando testemunhos com análise social. Esta abordagem é exemplar para expressar o que o jornalismo analítico pode representar na sociedade: tempo para pensar, compreender e questionar<sup>21</sup>.

Estes tipos de projetos demonstram que o jornalismo analítico pode ser desenvolvido com o mesmo rigor, criatividade e compromisso cívico em ambientes mediáticos mais frágeis e com menores recursos. Estes exemplos, aliás, revelam que esta área jornalística não é um privilégio dos grandes meios de comunicação e das redações com maior capacidade financeira. Pelo contrário, muitas vezes é nos espaços mais periféricos do sistema mediático que nascem as práticas mais inovadoras e mais empenhadas na produção de conhecimento socialmente relevante. E é exatamente através da sua existência que é desafiada a ideia de que o público não tem interesse por conteúdos longos ou complexos – mostra-se que há uma audiência disponível para o consumo e apoio deste tipo de jornalismo, desde que seja credível, bem fundamentado, apelativo, e bem narrado.

Para além dos projetos independentes, deve ser feito um reconhecimento de que alguns meios tradicionais têm vindo a investir em formatos de jornalismo analítico. Um grande exemplo disso é o jornal *Público* que se propõe a experimentar novas formas de contar histórias com profundidade, tempo e cruzamento de saberes. Um dos projetos mais emblemáticos deste laboratório foi a série *O Fim de Linha*<sup>22</sup>, sobre a desertificação ferroviária em Portugal, que combinou investigação jornalística, infografia detalhada, vídeo documental e contextualização histórica. A série conseguiu dar visibilidade a um problema estrutural — o abandono da ferrovia em regiões do interior — ao mesmo tempo que convocava a memória coletiva de um país profundamente marcado pela ligação

---

<sup>21</sup> Informação disponível em: <https://futebol.divergente.pt/>

<sup>22</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/fim-linha>

simbólica e económica aos comboios. Este tipo de jornalismo permite reconstituir laços identitários e contribuir para uma memória social mais densa e descentralizada.

Também a *RTP*, através de programas como *Linha da frente*<sup>23</sup>, produz conteúdos com marca analítica, especialmente quando dedica episódios inteiros a temas que merecem um aprofundamento, como o impacto das alterações climáticas, a precariedade laboral ou a violência doméstica. Apesar de não contar com a mesma liberdade editorial que os projetos independentes têm, a televisão pública tem um papel ativo na reconstituição de processos sociais complexos. Ao contar com o suporte audiovisual, possibilita ao visualizador a criação de uma memória emocional e sensorial dos fenómenos tratados, o que reforça a sua participação na memória coletiva. Ao revisitar o passado com imagens de arquivo, reconstruções narrativas e recursos a testemunhos, é assumida uma função memorialista e crítica, que é frequentemente ausente no jornalismo diário.

Já na rádio, formatos como a *Visão Global*<sup>24</sup>, da *Antena 1* (ou até mesmo reportagens especiais de autor), demonstram que a escuta atenta e a cadência narrativa do som podem ser ferramentas poderosas para construir histórias densas e reflexivas. A linguagem radiofónica, distinta da voz televisiva por ter um formato menos acelerado e mais imersivo, permite ao jornalismo analítico desenvolver narrativas que se afastam do ruído informativo e oferecem espaço ao silêncio, à dúvida e à complexidade. O ouvinte tem mais tempo para refletir enquanto se informa, dando lugar para fortificar o seu pensamento crítico.

Este exemplo de jornalismo analítico em rádio e/ou podcast vai além da missão informativa, explicando o porquê das coisas, que consequências advertem e com que antecedentes, sejam esses históricos ou políticos. O programa<sup>25</sup> convida vozes especializadas nos temas que são retratados e segue uma linha lógica de pensamento. No episódio “*EUA entram na guerra entre Israel e o Irão*” é-nos possível ter acesso a uma contextualização tanto histórica como política dos conflitos, com espaço para análise dos erros estratégicos.

Ainda dentro do jornalismo analítico no panorama português atual, dá-se também destaque ao papel do *Diário de Notícias* ao manter no site uma área dedicada a esta

---

<sup>23</sup> Informação disponível em <https://www.rtp.pt/play/p12768/linha-da-frente>

<sup>24</sup> Informação disponível em: <https://www.rtp.pt/play/p282/visao-global>

<sup>25</sup> Informação disponível em: <https://www.rtp.pt/play/p282/e859028/visao-global>

vertente, nomeada por *Explicadores*<sup>26</sup>. O seu formato é interativo e em formato pergunta-resposta, o que facilita a interpretação das notícias para o leitor. A lógica é clara: seguir o tipo de dúvidas mais frequentes acerca de um determinado tema e tentar analisar de forma mais clara possível as respostas. Esta prática é bastante comum dentro desta área jornalística ao elucidar o leitor relativamente à temática abordada através de respostas às questões que são as mais comuns entre o povo.

Estes casos, apesar de serem distintos tanto em formato como em alcance, partilham algo essencial: o esforço para transcender a mera transmissão de informação através da interpretação, na ligação entre o passado e o presente, e na responsabilização social. O jornalismo analítico assume, desta forma, o seu papel como agente ativo na construção de uma memória coletiva informada, alargada e crítica.

A importância deste ramo é cada vez mais reconhecida em ambientes académicos e de formação profissional. Cursos de jornalismo começam a incluir disciplinas que se foquem mais na análise crítica dos média, nas narrativas longas e na interpretação de dados, como é o exemplo da Universidade de Coimbra<sup>27</sup>, Universidade Nova de Lisboa<sup>28</sup> e Universidade Fernando Pessoa<sup>29</sup>. Este reforço analítico pedagógico reforça o conceito de que o jornalismo não serve apenas para transmitir factos, mas para os interpretar e mediar culturalmente.

Deste modo, e apesar das dificuldades – maioritariamente financeiras – que marcam o jornalismo analítico em Portugal, é claro que este género se mantém imperativo para o fortalecimento de uma esfera pública informada, crítica e participativa. A sua capacidade para articular dados, enquadrar historicamente e analisar o impacto dos mesmos distinguem-nos num ecossistema mediático cada vez mais marcado pela infodemia, efemeridade e pressão sensacionalista.

---

<sup>26</sup> Informação disponível em: <https://www.dn.pt/sociedade/explicador-o-que-fazer-em-caso-de-apag%C3%A3o>

<sup>27</sup> Como é possível verificar através de unidades curriculares como Métodos de Análise dos Média e Jornalismo Multiplataforma. Informação disponível em: [https://apps.uc.pt/courses/PT/programme/5341/2025-2026?id\\_branch=23044#branch-23044](https://apps.uc.pt/courses/PT/programme/5341/2025-2026?id_branch=23044#branch-23044)

<sup>28</sup> Através de uma unidade curricular exclusiva para reportagens, que permite a produção de narrativas mais longas, com estrutura, contexto e análise crítica. Informação disponível em: [https://www.fcsh.unl.pt/static/documentos/Plano\\_Estudos/Licenciaturas/Estruturas/Estrutura\\_CC\\_25\\_26.pdf](https://www.fcsh.unl.pt/static/documentos/Plano_Estudos/Licenciaturas/Estruturas/Estrutura_CC_25_26.pdf)

<sup>29</sup> Com a disciplina Práticas de leitura e crítica (ainda que opcional) e Gramática da Comunicação III: entrevista e reportagem, que promete desenvolver competências para a produção de narrativas aprofundadas. Informação disponível em: <https://www.ufp.pt/inicio/estudar-e-investigar/licenciaturas/ciencias-da-comunicacao/>

Por estes motivos, é essencial conseguir compreender como é que este jornalismo é visto pelos cidadãos, isto é, se reconhecem o seu valor, se se identificam e se estão dispostos a consumir e apoiar o mesmo. Como tal, deve ser feita uma exploração de perceções e hábitos de consumo informativo dentro do campo analítico.

### **3. O impacto nas camadas mais jovens**

Num cenário mediático representado pela transformação constante, é importante refletir sobre o impacto que o jornalismo analítico tem nas camadas mais jovens, o que exige um raciocínio que vá além das métricas de consumo imediato. Embora muitos dos fatores discutidos – entre eles a desinformação, a dependência digital e a superficialidade informativa – afetem todas as camadas da população, é importante ter presente um capítulo dedicado aos mais novos. Apenas desta forma podemos compreender as grandes diferenças que são esperadas para o futuro da comunicação – e de que modo é a que a informação é recebida e interpretada – através dos hábitos de consumo dos jovens, assim como o papel e potencial que o jornalismo analítico tem nestas camadas.

As gerações mais novas crescem habituadas ao ambiente digitalizado, o que significa que uma realidade de informação marcada pela sobrecarga de conteúdos não é novidade para elas. Não só estão condicionados a enfrentar uma infodemia, como peças que contam com a dispersão de fontes e constante mediatização da experiência quotidiana. Neste contexto, o jornalismo tradicional vê-se a perder relevância do público mais novo, o que levanta questões sobre o futuro da cidadania informada.

No entanto, o distanciamento dos meios convencionais não significa obrigatoriamente que estas gerações estão desinteressadas pelas questões públicas. Pelo contrário, estudos indicam que os jovens estão envolvidos com os temas sociais, políticos e ambientais, mesmo que recorram a formas alternativas de informação e mobilização (Costa, P. et. al., 2020.). Ao ter a capacidade de aprofundar, contextualizar e refletir sobre estes temas, este género assemelha-se a uma resposta face as exigências de uma geração não só mais consciente, como mais exigente em relação à transparência e autenticidade das notícias.

Assim, é importante perceber de que modo é que as gerações mais novas se informam, como é que se relacionam com os média, que desafios e oportunidades é que o jornalismo analítico tem neste contexto.

Antes de seguir com o processo de consumo de informação pelas camadas mais novas, vale a pena definir o termo “jovens”. Não há uma idade exata para o termo “jovem”, sendo mais visto como uma fase de transição definida por alguns critérios etários flexíveis. Neste estudo define-se como “jovens” os indivíduos com idades entre

os 15 e 29 anos, conforme as definições estatísticas da *Eurostat*<sup>30</sup>, já que é dos mais flexíveis com o conceito (*Eurostat*, 2024.). Para a *UNESCO*<sup>31</sup>, o termo é usado para descrever indivíduos entre os 15 e os 24 anos, apesar de reconhecerem uma fluidez no conceito (*UNESCO*, 2020.).

### 3.1 Como os jovens consomem informação atualmente

O modo como os jovens se informam ao longo dos anos é algo que se encontra em constante mudança, marcada por novas práticas, formatos e valores informativos. Contrariamente às gerações mais tradicionais, que tiveram como referências os jornais, a rádio e os canais generalistas da televisão, os jovens crescem num ambiente mediático profundamente digital. Apesar de ainda contarem bastante com a presença da televisão, a maioria dos conteúdos por que optam caracterizam-se pela interatividade, pela personalização e pela fragmentação dos conteúdos.

É necessário sublinhar que esta mudança de paradigma não se traduz apenas numa preferência geracional por plataformas digitais, prejudicando os meios tradicionais, mas também na reformulação das rotinas de acesso à informação e das próprias expectativas quanto ao papel que o jornalismo tem na sociedade.

A preferência dos jovens pelo uso das plataformas digitais faz-se notar cada vez mais, não só na Europa, como em solo nacional. De acordo com os dados do *Eurostat*<sup>32</sup>, 99% dos jovens portugueses entre os 16 e 29 anos utilizam a internet diariamente, 84% usam-na para consultar redes sociais e 68% para ler notícias online (*Eurostat*, 2023.). Já Couraceiro e Paisana<sup>33</sup> comprovam que, apesar dos jovens entre os 18 e 24 anos serem a geração que regista os valores mais altos de utilização de sistemas algorítmicos, sofreram também uma grande quebra desde 2016 no que toca ao acesso de notícias pelas redes sociais.

---

<sup>30</sup> Informação disponível em: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_young\\_people\\_neither\\_in\\_employment\\_nor\\_in\\_education\\_or\\_training&action=statexp-seat&lang=pt](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training&action=statexp-seat&lang=pt)

<sup>31</sup> Informação disponível em: <https://www.unesco.org/en/youth>.

<sup>32</sup> Informação disponível em: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230714-1>

<sup>33</sup> Informação disponível em: [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_45\\_4](https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_4)

Um estudo realizado entre 2021 e 2023 pelo projeto europeu *ySKILLS* afirma que mais de 87% dos jovens utilizam as redes sociais diariamente, apesar de terem menos competências na análise, na pesquisa de informação e na navegação (Moreira, 2024.). Os algoritmos das redes sociais desempenham um papel central para medir a forma como os jovens consomem informação. Estas ferramentas automatizadas personalizam cada vez mais o tipo de conteúdo apresentado aos utilizadores, baseando-se nas interações anteriores, preferências e comportamentos online. Apesar desta personalização aumentar o envolvimento (devido ao utilizador ficar mais satisfeito com o seu *feed*), também limita a exposição a diferentes perspetivas, ao criar “bolhas informativas”, que reforçam crenças existentes e dificultam o acesso a informações que fujam às preferências definidas.

Relativamente ao vício humano na presença *online*, deve ser referido que os jovens não têm consciência dos efeitos nocivos que a dependência da internet tem, contrariamente aos adultos, que tendem a reconhecer os limites do uso digital. A invisibilidade deste problema é agravada por não contar com sintomas físicos óbvios.

Efetivamente, o cérebro adolescente encontra-se em plena maturação. Isto significa que o desenvolvimento do córtex pré-frontal, responsável pelo controlo de impulsos, planeamento e tomada de decisão, está mais suscetível a padrões de uso intensivo e repetitivo da tecnologia. Os efeitos do uso intensivo da internet nos jovens apresentam mudanças na química do cérebro que podem levar a comportamentos mais viciantes. O estudo publicado em 2024 na *PLOS Mental Health*<sup>34</sup> afirma que este vício leva a uma diminuição geral na conectividade funcional nas partes do cérebro que estão associadas ao pensamento ativo. Estas mudanças resultaram em comportamentos e tendências viciantes nos adolescentes, assim como mudanças comportamentais relacionadas com a saúde mental, desenvolvimento, capacidade intelectual e coordenação física (Chang, 2024.).

A adolescência é uma fase crucial do desenvolvimento durante a qual as pessoas passam por mudanças significativas na sua biologia, cognição e personalidade. Como tal, o cérebro fica particularmente vulnerável a impulsos

---

<sup>34</sup> Informação disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pmen.0000022>

relacionados ao vício na internet durante esse período, como o uso compulsivo da internet, desejos de usar o rato ou o teclado e consumir média.

Max Chang, 2024, p.2.

Ora, não só há consequências intelectuais como na própria saúde mental dos jovens. Os níveis elevados de dependência à internet (especialmente entre os que contam com menos interações sociais) coincidem com os de pior saúde mental, com maiores níveis de sintomas de ansiedade e depressão (Monteiro, Sousa & Correia, 2023.).

O uso intensivo pode levar a uma exposição contínua a conteúdos selecionados por algoritmos designados pelas redes sociais, o que influencia a percepção da realidade e, como tal, o pensamento crítico relativamente a áreas como a saúde, a política e a sociedade.

Atualmente, o Instagram tornou-se a plataforma mais utilizada para o consumo de notícias entre os jovens portugueses, ultrapassando até o *Facebook* desde 2021. No ano de 2023, a taxa das gerações mais novas que utilizava o *Instagram* para consumir notícias foi de 43%, quase o dobro do valor registado para o antigo *Twitter*, atual *X*, que é a segunda plataforma mais popular para fins noticiosos para jovens (*OberCom.*, 2023<sup>35</sup>).

Esta mudança para as plataformas digitais justifica-se pelo simples motivo: os jovens dão mais valor a conteúdos breves, visuais, acessíveis e adaptados aos seus interesses, preferindo assim formatos que se integrem nas suas rotinas digitais. Este formato de conteúdos contribui para uma compreensão mais superficial dos temas abordados, dificultando a formação de opiniões informadas e imparciais.

Além disso, a exposição acidental às notícias torna-se uma característica marcante no consumo informativo entre estas gerações. Muitos dos mesmos não procuram ativamente notícias, mas deparam-se com elas de forma acidental enquanto fazem *scroll* nas redes sociais. Este tipo de exposição dá um novo significado ao conceito de literacia mediática, já que os jovens passam a consumir e interpretar notícias num ambiente mais informal, sem os filtros editoriais ou contextos que os média mais tradicionais proporcionam. Isto não significa, no entanto, desinteresse pela atualidade por parte dos

---

<sup>35</sup> Informação disponível em: [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato\\_redes\\_sociais\\_2023\\_FINAL6Set.pdf?utm\\_source](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato_redes_sociais_2023_FINAL6Set.pdf?utm_source)

jovens. Aliás, há uma apropriação crítica e seletiva dos conteúdos, muitas vezes mediada por criadores digitais, influenciadores ou comentadores independentes, que acabam por funcionar como curadores informais da informação.

De acordo com o estudo publicado em 2023 pela *YouNDigital*<sup>36</sup>, os jovens acompanham mais *youtubers* e *instagrammers* do que jornalistas para se informarem dos acontecimentos. Apesar desses dados, os jovens consideram os jornais, a rádio e a televisão fontes mais credíveis do que as plataformas online e as redes sociais, um fator positivo a ter em conta. Aliás, mais de 50% dos participantes do estudo afirmam que as redes sociais são a fonte menos fiável para obter informação. É de reforçar que grande parte dos jovens do estudo consideram que as notícias são tendenciosas e complicadas de compreender.

Este ecossistema novo traz consigo desafios substanciais à credibilidade do jornalismo relativamente às camadas mais jovens. A crescente presença de fontes alternativas, conteúdos opinativos e fenómenos de desinformação faz com que o jornalismo tradicional seja obrigado a reinventar-se para recuperar a sua autoridade e, até mesmo a sua relevância futura.

Por outro lado, a abundância de novos formatos – desde os podcasts jornalísticos, vídeos explicativos de curta duração, newsletters ou conteúdos interativos – remetem para que o jornalismo se insira nas rotinas mediáticas dos mais jovens.

---

<sup>36</sup> Informação disponível em:  
<https://youndigital.com/index.php/2023/11/23/jovensconsideramqueasnoticias>

### 3.2 Riscos de desinformação e superficialidade

Ao ter uma presença cada vez mais alta nas redes sociais, o modo como a informação é consumida pelas camadas mais jovens é alterada, como já vimos. No entanto, apesar destas plataformas oferecerem um acesso mais rápido e diversificado relativamente ao tipo de conteúdo, são também canais propícios à disseminação da informação.

É ao criar estas “bolhas informativas”, que o contacto do utilizador com diferentes perspetivas da realidade é cortado. Ao contar com uma realidade tão limitada, a propagação de desinformação é facilitada, já que os conteúdos sensacionalistas ou falsos têm tendência para gerar mais interações – e, por consequência, mais visibilidade. A *Ordem dos Psicólogos*<sup>37</sup> aponta que os jovens fazem parte dos grupos mais vulneráveis a ser enganados pela desinformação mediática (OPP, 2025.), e alerta que a desinformação pode afetar a percepção da realidade dos jovens, influenciando negativamente o seu bem-estar social e psicológico. Há uma tendência por parte destes de se informarem através das plataformas digitais, onde a personalização algorítmica é predominante (Couraceiro e Paisana, 2024.).

Efetivamente, os influenciadores digitais e criadores de conteúdo tornaram-se em fontes significativas de informação para os jovens portugueses. A sua presença forte nas redes sociais e a capacidade que têm para comunicar de modo acessível e envolvente torna a confiança dos jovens maior para os seguirem como lema para se manterem informados sobre diversos temas.

No entanto, esta confiança pode ser problemática, especialmente em momentos como quando os influenciadores partilham informações sem verificação adequada ou quando promovem conteúdos mais sensacionalistas.

Deve ser realçado que grande parte dos jovens não tem noção de que os criadores de conteúdo são frequentemente pagos para promover produtos ou ideias, o que afeta a imparcialidade das informações que expõe no mundo digital. A falta de transparência que trazem consigo pode levar à desinformação e, até mesmo à influência negativa das

---

<sup>37</sup> Informação disponível em:  
[https://www.ordemdospsicologos.pt/ficheiros/documentos/opp\\_apoioapriticaprofissional.pdf](https://www.ordemdospsicologos.pt/ficheiros/documentos/opp_apoioapriticaprofissional.pdf)

opiniões e comportamentos dos jovens em áreas cruciais como a saúde, a educação e a própria participação cívica. A falta de habilidade para distinguir informações de confiança tem um papel ativo no comprometimento da capacidade que os jovens terão no envolvimento informado na sociedade.

Em resposta a estes desafios, são várias as iniciativas que são implementadas em Portugal para promover a literacia mediática entre os jovens. A *Ordem dos Psicólogos* sugere soluções para ajudar alguém que acredite em desinformação – como o uso de um diálogo construtivo, a distinção de factos e de opiniões e a partilha de ferramentas de *fact-checking* – como soluções que podem ser utilizadas para ajudar com crianças e adolescentes que lidem com desinformação – através de métodos como a denúncia de conteúdo falso, o encorajamento de correção de erros, e a verificação de factos feita em conjunto (Garrido, 2025).

Outra solução a ter em conta é a integração nos currículos do ensino básico e secundário de matéria que envolva educação para os média contínua. Apesar da sua presença estar ativa em alguns cursos (maioritariamente universitários), é um tema mais associado à área da comunicação. Isto pode ser implementado através da promoção de oficinas, clubes de média, projetos interdisciplinares e até colaborações com órgãos de comunicação social.

No entanto, a alternativa que conta com mais potencial para combater a literacia mediática dos mais jovens é a adaptação do jornalismo para formatos mais apelativos. Note-se que esta adaptação não se foca na diluição da qualidade informativa, mas sim na criação de estratégias focadas na combinação do rigor com acessibilidade. A atratividade do conteúdo cria ligação com a forma como a informação é narrada, o que justifica a visibilidade mais alta em conteúdos que contenham infografias dinâmicas, vídeos explicativos curtos e podcasts de análise. O sucesso destas abordagens está ligado à capacidade de transformar temas complexos em narrativas claras e bem sustentadas, mas apresentadas de forma a manter a curiosidade do público ativa.

A aposta na integração e, conseqüentemente, adaptação deste formato jornalístico nas plataformas com as quais os jovens mais interagem no dia a dia – desde as redes sociais a podcasts – pode resultar no crescimento intelectual e pensamento crítico melhor desenvolvido por parte das camadas mais novas.

O grande desafio na prática desta teoria é equilibrar a profundidade com acessibilidade, ou seja, a procura por um equilíbrio entre manter uma linguagem que seja apelativa para o seu público-alvo sem fugir ao rigor que o ramo requer. Para tal, é necessário utilizar técnicas que consigam ligar formatos interativos que convidem o leitor/visualizador à exploração de conteúdos mais longos que não utilizem uma linguagem superficial.

Ao consumir primariamente notícias via plataforma digitais, os jovens seriam quem mais beneficiaria de uma adaptação jornalística que procure narrativas com significado, que exigem do jornalismo contexto e explicação. Neste cenário, o jornalismo analítico tem um peso inegável para se conseguir alcançar níveis mais elevados de compreensão literária mediática por parte dos jovens. Ao se servirem deste tipo de conteúdos, os jovens conseguem beneficiar substancialmente de um jornalismo analítico inovador, que saiba dialogar com as lógicas das plataformas digitais sem abdicar do seu rigor. Esta combinação representa uma oportunidade para contrariar a cultura de consumo fragmentado e promover uma compreensão mais sólida dos processos sociais, políticos e económicos.

Uma fragilidade que também tem tido um impacto notável no consumo de informação pelos jovens é a incapacidade de distinguir um facto de uma opinião. Este problema compromete a sua perceção crítica da realidade e impede a formação de conhecimentos sólidos, ao criar uma certa incerteza na credibilidade dos factos. Em 2018, metade dos alunos sabe distinguir factos de opiniões, enquanto a média da OCDE é de 47% (Lopes, 2021.). Mas será 50% suficiente para criar uma sociedade bem formada?

A avaliação realizada pelo *PISA*<sup>38</sup> declara, ainda, que 55% dos alunos indicaram ter recebido formação escolar sobre como reconhecer se a informação é tendenciosa. Ao contar estas duas percentagens, é possível fazer uma ligação positiva entre as mesmas e criar uma lógica matemática – quanto mais alta for a percentagem dos alunos que têm esta formação, mais alta será a dos que conseguem distinguir factos de opiniões. As implicações desta dificuldade são amplas. Quando os jovens não são capazes de distinguir factos de opiniões apresentadas como verdade, criam-se condições ideais para a propagação de desinformação e manipulação emocional. Numa época em que a

---

<sup>38</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/2021/05/04/sociedade/noticia/metade-alunos-portugueses-nao-distingue-factos-opinioes-1961134>

informação sai a um nível exponencial e de forma superficial, esta fragilidade cognitiva ganha força, especialmente entre os que tendem a consumir informação passivamente.

Uma solução para este problema seria o ensino das competências não apenas técnicas, como críticas, através da promoção da leitura ativa e reflexiva. A literacia mediática devia incluir uma análise criteriosa de fontes e a avaliação das intenções por detrás das mensagens online. Esta abordagem é fundamental para moldar indivíduos capazes de navegar um ecossistema cada vez mais complexo.

### **3.3 Potencial do jornalismo analítico para captar a atenção e aprofundar o pensamento crítico**

Após a análise dos riscos que estão associados com o consumo superficial de informação e das consequências que se associam para as camadas mais jovens, importa olhar para caminhos possíveis de superação. O cenário que foi delineado nos momentos anteriores deste capítulo não pretende ser uma visão derrotista, mas sim um ponto de partida para reflexão sobre respostas para o futuro. É precisamente neste contexto que o jornalismo analítico pode assumir um papel renovado: o de alternativa informativa qualificada, que resiste à tendência da aceleração, ruído e distração.

No panorama mediático em que nos encontramos hoje, vivamente marcado pelo imediatismo e pela fragmentação da informação, o jornalismo analítico pode ser a alternativa qualificada o suficiente para servir de resposta às necessidades cognitivas e formativas das camadas mais jovens.

Contrariamente ao que se pode pensar, o desinteresse informativo através dos média tradicionais por parte das camadas mais novas não é exclusivo de apatia, mas de uma perceção de desadequação dos conteúdos jornalísticos às suas experiências e realidades. Através de um questionário dirigido a mais de 1300 jovens a *YouNDigital*<sup>39</sup> destacou que os adjetivos mais utilizados para descrever as notícias sobressaem caráter negativo: aborrecidas (25%), assustadoras (25,6%) e tristes (45,6%) (*Youth, News Digital Citizenship*, 2023.). A escolha de adjetivos mostra que os jovens não rejeitam as notícias só pelo desinteresse, mas pelo conteúdo emocional e pela forma como é apresentado estar errada.

Uma suposição errada que é feita relativamente aos jovens e o mundo mediático é que não têm interesse em compreender temas do mundo, especialmente em Portugal. Em tempos pandémicos, um estudo realizado pela *OCDE*<sup>40</sup> confirmou que os jovens portugueses são dos mais preocupados com assuntos globais, especialmente saúde pública e pandemias, apesar de não conseguirem distinguir factos de opiniões (PISA,

---

<sup>39</sup> Informação disponível em:

<https://youndigital.com/index.php/2023/11/23/jovensconsideramqueasnoticias>

<sup>40</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/2021/05/04/sociedade/noticia/metade-alunos-portugueses-nao-distingue-factos-opinioes-1961134>

2018.). Já em 2024 e citado pela LUSA, o relatório *Digital News Report 2024*<sup>41</sup> afirma que 88% dos jovens consomem vídeos curtos *online*, 83% vídeos mais longos e 78% *streams* em direto. Grande parte consome este tipo de conteúdo entre quatro a seis vezes por semana, o que mostra abertura a conteúdos aprofundados, e não apenas ligados ao entretenimento (2024.).

Efetivamente, a área jornalística pode servir como um contrapeso ao ruído mediático que domina as redes sociais, ao criar espaços onde se pode ler com atenção, compreender os dados e formar uma opinião própria. Vai contra a lógica do mundo viral, ao conjugar rigor e profundidade.

Mas por que razão é que defendemos com tanta força a importância do jornalismo analítico presente na vida dos jovens e não qualquer outra forma noticiosa? É evidente que áreas como o jornalismo declarativo, cultural, político ou económico (entre várias outras) têm, de facto, uma grande importância e deveriam estar mais presentes na rotina dos indivíduos de qualquer faixa etária. No entanto, a contextualização detalhada dos acontecimentos – através dos antecedentes, da análise de dados, enquadramentos sociopolíticos e projeções de futuro – é exatamente o que está em falta aos mais jovens para se manterem a par, visto que responde ao que tem estado em falta na sua rotina mediática, causando parte da confusão que é gerada a ler notícias de formato mais curto.

A abordagem interpretativa do jornalismo alarga os horizontes da compreensão e incentiva o leitor a considerar a complexidade dos temas em análise. Além disso, contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico através de três vias essenciais. Em primeiro lugar, apresenta várias perspetivas sobre os factos (contrariamente ao que está a ser construído pelos algoritmos das redes sociais), estimula o confronto de ideias e a relativização de certezas. Em segundo, ao contextualizar os acontecimentos, esta área convida à verdadeira compreensão dos seus antecedentes assim como das implicações que vêm consigo, o que vai contra a leitura fragmentada habitual. Por último, promove hábitos de verificação e uma leitura mais cuidada ao articular dados e fontes de forma mais rigorosa. Em suma, não só oferece diversidade de perspetivas como contextualização e rigor factual, um trio que é essencial seja no processo de aprendizagem

---

<sup>41</sup> Informação disponível em: [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato\\_redes\\_sociais\\_2023\\_FINAL6Set.pdf?utm\\_source](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato_redes_sociais_2023_FINAL6Set.pdf?utm_source)

de literacia mediática, como na formação cívica dos jovens enquanto cidadãos ativos e conscientes.

É importante sublinhar, no entanto, que o acesso ao jornalismo analítico pode revelar-se desigual, não apenas pela exigência cognitiva e pelo tempo necessário à sua leitura, mas também pela perceção generalizada de que os formatos mais aprofundados se encontram maioritariamente em secções pagas ou exclusivas. Embora já contem com um número elevado de iniciativas de jornalismo analítico acessível, em televisão, online ou em redes sociais, os jovens nem sempre têm consciência ou hábitos que favoreçam esse tipo de consumo. Assim, a promoção do jornalismo analítico entre os mais novos deve ser acompanhada de estratégias de mediação e de educação para os media, que incentivem a leitura interpretativa, a comparação de fontes e a curiosidade pelo contexto.

Em Portugal, à semelhança de outros países, existem várias instituições e iniciativas que promovem a literacia mediática entre os jovens. Em certos casos os projetos visam o mundo digital e a segurança *online*, noutros para os média mais tradicionais. Além disso, alguns média portugueses assumem o papel de promotores desta literacia. Exemplos disso são o projeto *RTP Ensina*<sup>42</sup>, especialmente o tema *Educação para os Média*, uma plataforma online que conta com conteúdos audiovisuais prontos para educar o seu público. O projeto *PSuperior*<sup>43</sup>, uma iniciativa do jornal *Público* que tem como objetivo promover a literacia mediática nos estudantes universitários garante a alguns estudantes de ensino superior aceder gratuitamente à versão digital durante um ano, assim como outras vantagens como publicidade reduzida e descontos em terceiros.

Já para os educadores e professores, apesar de haver uma profusão de projetos e organizações dedicados à literacia dos média (projetos estes que dão as ferramentas e orientações necessárias para compreender a importância desta temática), é reforçada a ideia de que os professores devem continuar a ter formações nesta área, de modo a terem uma maior capacidade pedagógica para tratar de temas dos média e de literacia (*OberCom*, 2020<sup>44</sup>).

Adicionalmente, ainda há obstáculos simbólicos que não devem ser subestimados. O jornalismo analítico, quando não acompanha uma estratégia de comunicação que seja adaptada para um público jovem, pode ser percecionado como elitista, ou difícil de

---

<sup>42</sup> Informação disponível em: <https://ensina.rtp.pt/tema/educacao-para-os-media/>

<sup>43</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/psuperior/assinatura-psuperior>.

<sup>44</sup> Informação disponível em: [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/Literacias\\_2020\\_Final.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/Literacias_2020_Final.pdf)

compreender por falta de contexto básico. A falta de diversidade geracional nas redações e a ausência de figuras de mediação próximas do seu universo – sejam elas narrativas juvenis ou exemplos que sirvam de “âncora” na sua realidade – reforçam uma percepção de exclusão. Além disso, a falta de hábito com certas denominações e realidades globais tornam a compreensão de peças noticiosas que contenham muita informação diferente ou várias denominações que não lhes são familiares extremamente complexas.

Dessa forma, a intervenção deve ser dupla: a escola deve assumir, de forma sistemática, a responsabilidade pela promoção da literacia mediática – não como uma disciplina adicional, mas como uma competência transversal ao currículo; e os média devem compreender que comunicar com os jovens implica mais do que publicar os mesmos conteúdos em formatos diferentes. Este processo exige escuta, adaptação rigorosa e uma criação de pontes com os seus hábitos de consumo, referências culturais e códigos linguísticos.

Se, por um lado, a escola e os média tradicionais sentem cada vez mais dificuldades na aproximação com os jovens, as plataformas digitais emergem como canais eficazes de mediação e aproximação ao jornalismo analítico. Estas plataformas tornaram-se espaços de acesso, descoberta e até produção de conteúdos informativos.

Como já vimos, em Portugal os jovens passam grande parte do seu tempo nas redes sociais. No entanto, estas redes não se limitam como plataformas de lazer, mas ambientes de socialização, pesquisa e construção de identidade. Neste contexto, o acesso a esta vertente jornalística pode ser adaptado para os jovens através de formatos próprios ao ecossistema digital, tais como podcast explicativos, vídeos de análise no *YouTube*, publicações informativas em carrossel no *Instagram* ou filmes curtos no *TikTok* que sigam um *storytelling* noticioso.

No entanto, as redes sociais contam sempre com certos riscos, entre eles a desinformação, o ruído e conteúdos polarizados. Por este motivo, a aposta nas redes tem de ser acompanhada por critérios rigorosos de curadoria, mediação e verificação, de modo a garantir que a simplificação não comprometa a qualidade da informação transmitida. Além disso, ao conceber este tipo de conteúdos, é fundamental ter atenção de que não se deve replicar os conteúdos nas redes, mas utilizar formatos específicos para os jovens, que respeitem as suas lógicas próprias – ritmo, interação, narrativa visual e linguagem emocional.

O investimento nestas plataformas deve ser visto, não como um desvio do jornalismo de qualidade, mas como uma estratégia de adaptação e sobrevivência. É uma questão de reconhecimento de que os jovens já estão online – e o verdadeiro desafio está em encontrar formas eficazes de colocar lá conteúdo jornalístico robusto, ancorado na explicação, contexto e análise.

## **4. Jornalismo analítico e Jornalismo de opinião**

### **4.1 Riscos de confusão entre géneros e o papel das figuras públicas**

O presente capítulo compromete-se não só a clarificar o que distingue e o que conecta os dois géneros jornalísticos, como os seus limites e tensões. Numa época em que as fronteiras entre os géneros jornalísticos se tornam cada vez mais difusas aos olhos do público, a capacidade de distinguir análises rigorosas de opiniões pessoais deixa de ser uma competência do leitor e passa a configurar um dever ético e profissional do comunicador.

O jornalismo analítico procura dar sentido à complexidade da realidade, ao oferecer ao público interpretações fundamentadas, que vão além da mera exposição de factos e articulam antecedentes, dados e explicações interligadas numa visão mais profunda do tema.

Em contraste, o jornalismo de opinião baseia-se numa perspetiva pessoal e subjetiva, com o objetivo de argumentar e persuadir, assumindo abertamente a parcialidade do autor.

Esta distinção é crucial para permitir ao público ter a noção da imparcialidade do jornalista, assim como se o que é dito vem através de factos verificados ou de uma perspetiva pessoal.

Um dos maiores desafios para isto ser possível é a crescente hibridização dos géneros: comentadores e figuras públicas aparecem, cada vez mais, em espaços informativos sem clara demarcação entre análise e opinião – uma prática que coloca em risco a delimitação editorial e põe em causa a clareza para o público. Durante o ano 2025, são identificados mais casos nos quais os conteúdos não foram devidamente estruturados. Conteúdos estes como jornalistas que utilizam um tipo de discurso que se aproxima da opinião ou a hibridização de géneros como entrevista e comentário (ERC, 2025<sup>45</sup>.)

---

<sup>45</sup> Informação disponível em: <https://www.erc.pt/pt/a-erc/noticias/erc-analisa-rigor-e-isencao-nos-noticiarios-de-horario-nobre-da-rtp1-rtp2-sic-tvi-e-cmtv-em-2023/>

Desta forma, a falta de cuidado de uma imprensa na distinção rigorosa entre análise e opinião pode induzir interesses específicos ao seu público, o que forma uma narrativa uniforme que limita o pensamento crítico, pondo em risco a vitalidade democrática.

A crescente hibridização dos géneros jornalísticos pode comprometer a capacidade dos cidadãos de distinguir factos verificáveis e interpretações subjetivas, o que afeta a qualidade do debate público e a formação de uma opinião informada. Como tal, é necessário fazer uma distinção clara entre os dois formatos jornalísticos.

O jornalismo analítico caracteriza-se pela sua oferta de explicação aprofundada de uma realidade em específico, através de recursos como a contextualização histórica, estatística e fontes exteriores. Desta forma, é-lhe possível construir um quadro informativo completo. Neste quadro, o jornalista atua como um intérprete informado que cruza dados, antecedentes e tendências para ajudar a criar a compreensão de temas mais complexos no público.

Já o jornalismo de opinião vem de um autor que é livre de exprimir os seus próprios pontos de vista subjetivos. Não está presente para clarificar o seu público nem dar novas informações sobre a atualidade, mas sim em debater sobre as mesmas. Os seus autores estão cientes da parcialidade e das suas posições, no entanto, mantêm o desejo de as partilhar com o público (Gradim, A., 2000.).

Em suma, o jornalismo analítico e o jornalismo de opinião são dois géneros extremamente distintos, apesar da facilidade com que são confundidos pelo leitor. Apesar de exercerem funções distintas no ecossistema mediático, ambos ultrapassam a simples narração de factos com finalidades e abordagens diferentes. O primeiro foca-se na análise e interpretação de factos com profundidade através de dados, evidências ou fontes. Possui um estilo explicativo e fundamentado com um nível de rigor elevado, de modo a esclarecer e aprofundar o nível de compreensão e o próprio debate público. Já o jornalismo opinativo expressa o ponto de vista do próprio profissional e persuade o leitor com a sua perspetiva pessoal ou institucional. O seu estilo é mais subjetivo e argumentativo e utiliza uma linguagem mais flexível, com o objetivo de estimular o debate e influenciar a opinião pública.

A maior consequência desta confusão entre géneros jornalísticos é o enfraquecimento da credibilidade mediática e o empobrecimento do debate público. Quando uma peça opinativa é percebida como análise objetiva, os cidadãos formam

convicções com base em visões distorcidas. Estas dinâmicas prejudicam a democracia deliberativa e colocam em risco a função informativa dos média, ao minar a literacia mediática dos cidadãos.

Ao abordar a relação entre jornalismo de análise e jornalismo de opinião, torna-se inevitável a consideração do papel que as figuras públicas têm como intervenientes privilegiados no espaço mediático. Desde pivôs e jornalistas, a políticos, celebridades e até influenciadores digitais, estas figuras públicas ganham um papel como agentes ativos na construção das narrativas mediáticas. É exatamente quando consideramos a importância da distinção destes dois ramos jornalísticos que este fenómeno se torna particularmente relevante. Efetivamente, apesar de coexistirem no mesmo espaço comunicacional, o jornalismo analítico e o jornalismo opinativo possuem finalidades, métodos e responsabilidades completamente distintas.

As figuras públicas são, grande parte das vezes, o primeiro contacto que o público tem com temas complexos ou sensíveis. Como tal, a sua capacidade de traduzir informação – seja ela técnica, política ou científica – para uma linguagem acessível acaba por os tornar mediadores essenciais na circulação contínua do conhecimento. No entanto, esta função mediadora traz consigo a exigência por um rigor ético e profissional que nem sempre é respeitado.

No que toca ao jornalismo opinativo, é legítimo que as figuras públicas expressem os seus pontos de vista pessoais e que influenciem debates com base nas suas crenças e ideais. Já no jornalismo analítico, a exigência da imparcialidade da figura vem pela obrigação que o ramo tem em ser construído por contexto histórico e dados factuais que garantam a qualidade da informação. Deste modo, esta área não deixa espaço para o profissional expressar o que pensa relativamente aos assuntos, apenas que analise o que é que significam, o porquê e o que é que o evento pode significar para o futuro.

O cruzamento entre os dois géneros jornalísticos pode enriquecer o debate, mas também pode ser um risco que gera confusão na perceção do público sobre o que é um facto e o que é opinião. Em Portugal, figuras como Rodrigo Guedes de Carvalho representam essa dualidade: reconhecido tanto pela sua atuação jornalística no canal da SIC<sup>46</sup>, como pela publicação de romances e artigos opinativos no jornal *Expresso*<sup>47</sup>, onde

---

<sup>46</sup> Informação disponível em: <https://sic.pt/programas/julia/2023-11-21-rodrigo-guedes-de-carvalho-e-jornalista-desde-os-22-anos-nunca-pensei-fazer-disto-vida>

<sup>47</sup> Informação disponível em: <https://expresso.pt/atores/2024-09-12-rodrigo-guedes-de-carvalho-2eeffe3>

mistura a factualidade com a interpretação pessoal. Desta forma, o profissional sabe onde e como separar a sua opinião pessoal derivada pelas suas crenças e a factualidade imparcial.

Quanto maior for a notoriedade da figura pública, maior é o grau de credibilidade que o público lhe atribui, mesmo na ausência de provas concretas da veracidade das informações que são apresentadas pela mesma. Podemos relacionar este fenómeno com o efeito halo. Efeito este que nos fala de um viés cognitivo em que a percepção de uma característica de um produto é influenciada pela avaliação prévia de outra característica, seja favorável ou não (Nicolau, J., Mellinas, J. P. & Martín-Fuentes, E., 2020). O termo “halo” ilustra a ideia de um indivíduo ser dotado de uma qualidade positiva marcante. O efeito halo manifesta-se em vários domínios, desde a atratividade física à inteligência e simpatia. De uma forma geral, a presença de um atributo físico positivo tende a influenciar, de maneira favorável, a percepção que formamos sobre outras características de natureza interna ou comportamental (Marques, P., 2024).

Deste modo, é possível fazer uma relação entre o efeito halo com a forma dos públicos construírem confiança nas notícias. Através das impressões que são criadas a partir de atributos específicos de um meio de comunicação – como a qualidade gráfica, a simpatia dos apresentadores ou a clareza da linguagem utilizada. Isto obriga os meios de comunicação a estar sempre no seu auge profissional, não só para tornar as boas impressões mais numerosas, como para diminuir as más impressões.

Já no que toca à distinção entre opinião e análise, este efeito pode ser prejudicial quando as opiniões pessoais de profissionais são interpretadas como análises rigorosas, confundindo o público e enfraquecendo o papel do jornalismo analítico. Como tal, o papel destas figuras públicas deve ser claro durante a sua presença no espaço mediático, de forma a não deixar dúvidas perante ao género jornalístico em que se inserem.

Já nas plataformas digitais jornalísticas o erro na identificação de peças de análise e de opinião não é algo pouco comum. Nobre-Correia considera que um dos problemas presentes no jornalismo português vem da proliferação de comentadores generalistas e da presença de políticos como comentaristas permanentes. A realidade mostra que os mesmos ocupam espaço nos média, muitas vezes sem conhecimento sólido sobre os temas a serem retratados, privilegiando o confronto, a autopromoção e o entretenimento em vez da análise rigorosa. Além disso, afirma que a tribuna de opinião deveria ser

esporádica e aberta a personalidades externas, enquanto a análise requer regularidade, profundidade e especialistas reconhecidos. O autor refere, ainda, que a prática mediática cada vez mais opera de modo a valorizar banalidades, espetacularização e agressividade, comprometendo a qualidade informativa e o papel crítico do jornalismo (Nobre-Correia., 2018.).

Um relatório elaborado pelo *MediaLab Iscte* argumenta que grande parte dos comentadores políticos nos canais generalistas e canais de notícias têm publicamente um posicionamento político que pode ser atribuído à esquerda ou à direita do espectro político. Os comentadores destacados ocupam ramos profissionais desde jornalismo, advocacia e economia a ciências sociais e artes. A presença de figuras partidárias como comentadores é, efetivamente, importante para o público conseguir ter um maior grau de compreensão do partido em si. No entanto, se tivermos em conta que é afirmado que em cada cinco comentadores, quatro têm um posicionamento político público, o grau de imparcialidade pode ser gravemente afetado. A presença frequente de figuras partidárias como comentadores pode dificultar a distinção entre conteúdo informativo e posicionamento ideológico. Além disso, esta concentração de comentadores com ligações partidárias pode limitar a diversidade de perspetivas e reforçar a polarização política, em detrimento de uma análise crítica e fundamentada dos acontecimentos (Cardoso et. al, 2024.).

Por último, deve ser considerado o papel e alcance das figuras públicas perante o avanço das redes sociais e plataformas digitais. A facilidade de criar conteúdos que se tornem rapidamente virais e a facilidade com que se consegue influenciar diretamente audiências vastas e diversificadas faz com que o seu papel seja acompanhado de uma grande responsabilidade.

O jornalismo analítico requer equilíbrio da influência da figura pública com o compromisso ético de fornecer e contextualizar informação, baseada em evidências e promovendo o pensamento crítico. A ausência deste cuidado pode resultar na propagação de conteúdos que misturam factos com opiniões pessoais, o que dificulta a distinção para o próprio público e afeta negativamente a confiança do mesmo nos média (especialmente digitais).

Finalmente, as plataformas digitais fomentam a necessidade de conteúdos rápidos, impactantes e partilháveis, ao privilegiar declarações incisivas ou polémicas em

detrimentos de investigações profundas e contextualizadas. Isto dificulta o papel da figura pública, ao pressioná-la para fazer o papel de fonte, comentador e espetáculo ao mesmo tempo, de modo a entreter o seu público. A adaptação desta área jornalística é uma tarefa difícil de realizar, mas tem sido aperfeiçoada nos últimos anos, ainda que devesse estar mais presente – especialmente para as camadas mais jovens, como já foi reforçado.

## 4.2 Exemplos de boa e má prática

Os exemplos do comportamento dos profissionais de comunicação portugueses são amplos o suficiente para conseguir retratar exemplos que iluminam o bom exercício do jornalismo analítico e casos de má prática como comentadores jornalísticos que confundem análise com opinião, prejudicando a clareza editorial.

Segundo um estudo realizado pela Universidade Católica Portuguesa<sup>48</sup> em colaboração com a Cision e o OPRG, 27% dos conteúdos noticiosos foram identificados como de estilo analítico-interpretativo ou explicativo. O estudo dedicou-se aos formatos de notícia pela televisão, rádio, imprensa e redes sociais – Facebook e Twitter. Segundo o mesmo, este estilo é o segundo mais presente nas notícias, depois de discursos críticos. Deste modo, é possível refletir sobre o papel do jornalismo em setores relevantes, ao mostrar a persistência de práticas sólidas de análise interpretativa e não apenas factual.

Efetivamente, os benefícios para a sociedade adquiridos através do jornalismo analítico já foram descritos ao longo deste trabalho de forma clara. O formato oferece contextualização histórica e estrutural, integração de múltiplas fontes e perspetivas, explica temas mais complexos de forma acessível e baseia-se em investigação aprofundada.

Porém, como qualquer outro formato jornalístico, vem com as suas desvantagens quando mal praticado. Uma das más práticas mais frequentes é o excesso de interpretação sem base factual sólida. Isto acontece quando os textos que se apresentam como análise são opiniões pessoais dos profissionais disfarçadas de investigação. Ainda dentro da base factual em que se baseia, este jornalismo sente uma grande dependência de fontes institucionais, o que muitas vezes pode tornar a análise num eco das narrativas oficiais ao invés de um exercício crítico.

Também há uma tendência para algumas peças analíticas que exageram na simplificação, na tentativa de se tornar o mais acessível possível. Em vez de traduzir a complexidade de modo claro acaba por distorcer os fenómenos sociais, omitindo nuances

---

<sup>48</sup> Informação disponível em: <https://news.cision.com/pt/cision-portugal/r/estudo-analisa-acao-de-jornalistas-portugueses-e-apresenta-ranking-com-os-45-mais-influentes,c63709860382000000>

fundamentais. Isto pode ser particularmente grave em temas como a saúde pública, onde a má tradução dos dados pode gerar percepções erradas entre os leitores.

Já o jornalismo opinativo não deve ser desvalorizado quando é corretamente exercido. Quando o autor é transparente e assume a sua perspetiva através do seu enquadramento ideológico, é possível oferecer ao leitor várias lentes das quais pode olhar para o mesmo problema. Mesmo que o público não concorde com nenhum dos autores em absoluto, ganha a possibilidade de ver a mesma realidade a partir de olhos diferentes. Desta forma, este formato jornalístico estimula o pensamento crítico por obrigar a comparar, contrastar e construir a sua própria interpretação.

No passado procurávamos uma história em que o mistério, o intocável costumava ser Deus. Depois Deus morreu e foi substituído pelo inconsciente. Agora com a Internet, a digitalização do mundo, o inconsciente morreu. (...) Agora toda a gente sabe muitas coisas mas superficialmente. Na última peça que fiz dizia que nos tornámos pessoas-panquecas: temos tudo ao alcance das nossas mãos, toda a informação, mas não há profundidade na estrutura da personalidade.

Richard Foreman, 2006<sup>49</sup>

O excerto apresentado oferece a perspetiva de Richard Foreman, autor, encenador e teórico estadunidense sobre a condição contemporânea: a atualidade oferece informação omnipresente, mas o conhecimento profundo é cada vez mais escasso. A ideia das “pessoas-panqueca” ilustra precisamente esse paradoxo: a sociedade tem um acesso cada vez mais largo e diverso de dados, mas raros no que toca à capacidade de compreender, relacionar e interpretar.

É neste ponto que a distinção entre jornalismo analítico e jornalismo de opinião se torna particularmente clara. O jornalismo opinativo, quando mal praticado, pode reforçar exatamente essa superficialidade: comentários rápidos, reativos e centrados no imediatismo com tendência para alimentar a lógica do “saber um pouco de tudo, mas sem ir a fundo em nada”. Por outro lado, a análise jornalística procura contrariar essa

---

<sup>49</sup> Informação disponível em: <https://www.publico.pt/2006/04/29/jornal/nao-gosto-de-teatro-76003>

tendência, ao devolver a densidade ao espaço público através da contextualização, explicação e do confronto de diferentes perspetivas.

A metáfora do excerto serve como um alerta contra a tentação de confundir a abundância de informação com verdadeira compreensão. O conteúdo opinativo, quando reduzido a *soundbites* ou a impressões pessoais pouco fundamentadas, espelha o risco de achatamento da reflexão, enquanto o conteúdo analítico representa a tentativa de recuperação da profundidade. Deste modo, o jornalismo opinativo pode contribuir para uma “sociedade-panqueca” quando mal exercido.

Outro caso que deve ser tido em conta é o comentário instantâneo nos momentos “*breaking news*”. Efetivamente, nos momentos mais sensíveis – seja a retratar uma crise política, uma catástrofe natural ou um conflito internacional –, a cobertura mediática é, muitas vezes, preenchida com comentadores que não têm dados sólidos disponíveis ou formação relevante para o tema. Este modo de cobertura é maioritariamente visto nos programas televisivos, nos quais os comentadores expõem a sua análise ao evento, normalmente baseada em especulações, consequências e soluções sem evidência factual. Este tipo de prática não esclarece o público e contribui para alimentar a confusão. É uma má prática clara, onde a opinião se sobrepõe à informação.

Ainda dentro do debate televisivo, a cobertura política em Portugal revela padrões preocupantes no que toca ao infoentretenimento. Segundo o *MediaLab Iscte*<sup>50</sup>, o número de comentadores políticos regulares aumentou de 53 em 2016 para 78 em 2023, o que revela uma proliferação das vozes fixas na esfera televisiva (*MediaLab Iscte*, 2024). É pertinente referir que, apesar dessas vozes ocuparem espaço com frequência, não significa necessariamente conteúdo de qualidade jornalística. O comentário político televisivo tende a favorecer o espetáculo sobre análise substancial, especialmente nos tempos atuais (Alves, 2013).

Já nos jornais e revistas, há o investimento constante em colunas de opinião contrariamente a momentos investigativos ou reportagens. Realisticamente, não há nada de errado com um jornal que conte com uma percentagem robusta de artigos opinativos. No entanto, a falta de especificação de que se trata, de facto, de artigos com visões

---

<sup>50</sup> Informação disponível em: [https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario\\_2023\\_Final\\_Pub\\_7Mar2024.pdf](https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario_2023_Final_Pub_7Mar2024.pdf)

personais pode induzir o público em erro: ao confundir este conteúdo com informação e ganhar uma percepção enviesada da realidade.

Assim, podemos concluir que tanto o jornalismo analítico como o jornalismo opinativo desempenham funções relevantes no espaço público. O primeiro aprofunda e dá contexto e memória aos acontecimentos, facilitando a compreensão de fenómenos complexos aos cidadãos. Já o segundo abre espaço para confrontar ideias e ao pluralismo, o que permite várias visões diferentes serem debatidas. Deste modo, ambos são indispensáveis numa democracia saudável. No entanto, são as más práticas como o perigo real da hibridização editorial e o sensacionalismo digital que mais desvalorizam o seu valor nos olhos do público. A falta de clareza relativa ao tipo de conteúdo exposto mina o vínculo de confiança e a clareza informativa para com a sua audiência. A coexistência equilibrada destes géneros exige, portanto, rigor editorial e clareza para o público, assegurando que cada um serve o seu papel para o qual foi concebido.

## Capítulo II – Estudo Empírico

### 5. Metodologia

Neste capítulo é exposto o enquadramento metodológico adotado, com ênfase nos métodos e ferramentas selecionados que sustentaram o desenvolvimento e a concretização do estudo. Para Gerhardt e Silveira (2009), entende-se por metodologia a análise da forma como se estruturam e desenvolvem os processos aplicados em trabalhos científicos, sejam eles pesquisas ou estudos científicos.

O presente estudo teve como principal foco compreender de que forma é que os jornalistas portugueses percecionam o jornalismo analítico, distinguindo-o de práticas afins tais como o jornalismo de opinião. O interesse no aprofundamento do tema surge da relevância que o ramo jornalístico assume no contexto atual, marcado por transformações no modo como a informação é produzida e consumida. Considera-se que esta vertente desempenha hoje um papel essencial, não apenas para os públicos mais jovens, mas para todas as faixas etárias, numa altura em que se intensifica a necessidade de informação crítica, contextualizada e rigorosa.

Neste enquadramento, a opção de desenvolver a componente empírica da dissertação através da aplicação de um questionário a jornalistas justifica-se pela possibilidade de recolher perspetivas fundamentadas de profissionais diretamente envolvidos no campo. Pretendeu-se, assim, reunir contributos qualificados que permitissem compreender de forma mais aprofundada como o jornalismo analítico é percecionado e praticado em Portugal. Este método permitiu recolher, de forma sistemática e comparável, um conjunto de perceções e representações dos profissionais acerca do jornalismo analítico, possibilitando tanto a análise de tendências gerais como a consideração de atributos individuais.

#### 5.1 Objetivos

No que toca aos objetivos da investigação dividiram-se em cinco dimensões: (i) avaliar o grau de familiaridade dos jornalistas com o termo “jornalismo analítico”; (ii)

identificar práticas jornalísticas que são associadas ao mesmo ramo pelos profissionais; (iii) analisar as percepções sobre a relevância, atualidade e aplicabilidade do jornalismo analítico no panorama mediático atual português, (iv) compreender de que forma os jovens se encaixam nesta equação e se o jornalismo de análise exerce um papel que faça a diferença no interesse das camadas mais jovens pelo mesmo panorama; e (v) recolher posições sobre os possíveis contributos desta vertente para o futuro do jornalismo e da sociedade, nomeadamente no que diz respeito à formação de públicos mais exigentes e informados.

Os mesmos objetivos foram delineados com o intuito de compreender com que olhos é que os jornalistas conhecem e pensam sobre o tema e, por outro lado, fazer uma análise – compreender e analisar os significados atribuídos e as expectativas relativamente ao papel que o jornalismo analítico pode exercer no futuro da profissão.

## **5.2 Participantes**

A amostra de participantes foi composta por 116 profissionais de comunicação ligados ao mundo mediático, que responderam de forma voluntária ao questionário. Os participantes incluem profissionais de diferentes meios de comunicação social – imprensa, rádio, televisão e plataformas digitais – assegurando, assim, uma representação diversificada dos contextos de trabalho jornalístico em Portugal. As funções dos participantes variam entre redatores, editores, assessores, diretores, repórteres, produtores ou especialistas.

Verificou-se uma diversidade em termos de idade, género, habilitações profissionais e tempo de experiência profissional, o que permitiu enriquecer a análise ao ter presente perspetivas de jornalistas em início de carreira assim como as de profissionais com percursos mais consolidados. A variedade e dimensão da amostra revelou-se importante para compreender quais é que são os pontos com que mais profissionais estão de acordo relativamente ao jornalismo analítico e que relevância é que lhe atribuem no atual ecossistema mediático.

### **5.3 Critérios de inclusão e exclusão**

Para garantir a pertinência e qualidade dos dados recolhidos, foram definidos critérios de inclusão e exclusão. Estes critérios visam assegurar a representação do grupo de interesse na amostra, assim como garantir que os resultados reflitam com precisão e relevância a opinião dos profissionais de comunicação relativamente ao jornalismo analítico em Portugal. A definição clara destes critérios é essencial para certificar a integridade da pesquisa e a validação das conclusões obtidas.

Como tal, foram incluídos nos critérios de inclusão todos os profissionais de funções jornalísticas portuguesas e/ou em Portugal, independentemente do vínculo contratual. Desta maneira, procurou-se assegurar que a amostra refletisse a realidade plural do jornalismo português, onde coexistem situações laborais distintas.

Foram excluídas respostas provenientes de indivíduos que não exerciam atividade jornalística, bem como pessoas que não fossem portuguesas ou não estivessem a exercer a profissão em território nacional. Esta opção teve como objetivo assegurar a fiabilidade da amostra.

### **5.4 Recolha de dados**

A recolha de dados foi feita através da aplicação de um questionário online, realizado especificamente para este estudo e disponibilizado na plataforma Google Forms. Esta escolha facilitou a participação dos profissionais através de uma distribuição eficiente e acessível ao questionário. Ao recorrer a uma plataforma online, tornou-se viável monitorizar as respostas em tempo real, enquanto se preservava a estruturação e consciência dos dados obtidos.

O questionário esteve ativo durante os meses de junho e julho de 2025. Durante este período, o mesmo foi divulgado por diferentes canais, incluindo contactos diretos com jornalistas e equipas de redações e a partilha do questionário via email e pela rede social *Instagram*.

Adicionalmente, a pesquisadora disponibilizou-se para prestar esclarecimentos e fornecer suporte adicional relativamente ao questionário e ao estudo. Esta postura de proximidade e cuidado comunicacional ajudou a aumentar o compromisso dos respondentes, levando, até, alguns participantes a manifestarem desde logo a vontade de conhecer os resultados quando estivessem disponíveis e a disponibilizarem-se para divulgar o questionário junto de colegas de redação, ampliando assim o alcance da investigação.

Esta estratégia permitiu alcançar perfis distintos de jornalistas, atuantes em meios de comunicação diversificados e localizados em diferentes regiões do país – contando com jornalistas portugueses que exercem fora de Portugal.

## 5.5 Caracterização da amostra

Esta estratégia permitiu alcançar perfis distintos de jornalistas, atuantes em meios de comunicação diversificados e localizados em diferentes regiões do país – contando com jornalistas portugueses que exercem fora de Portugal.

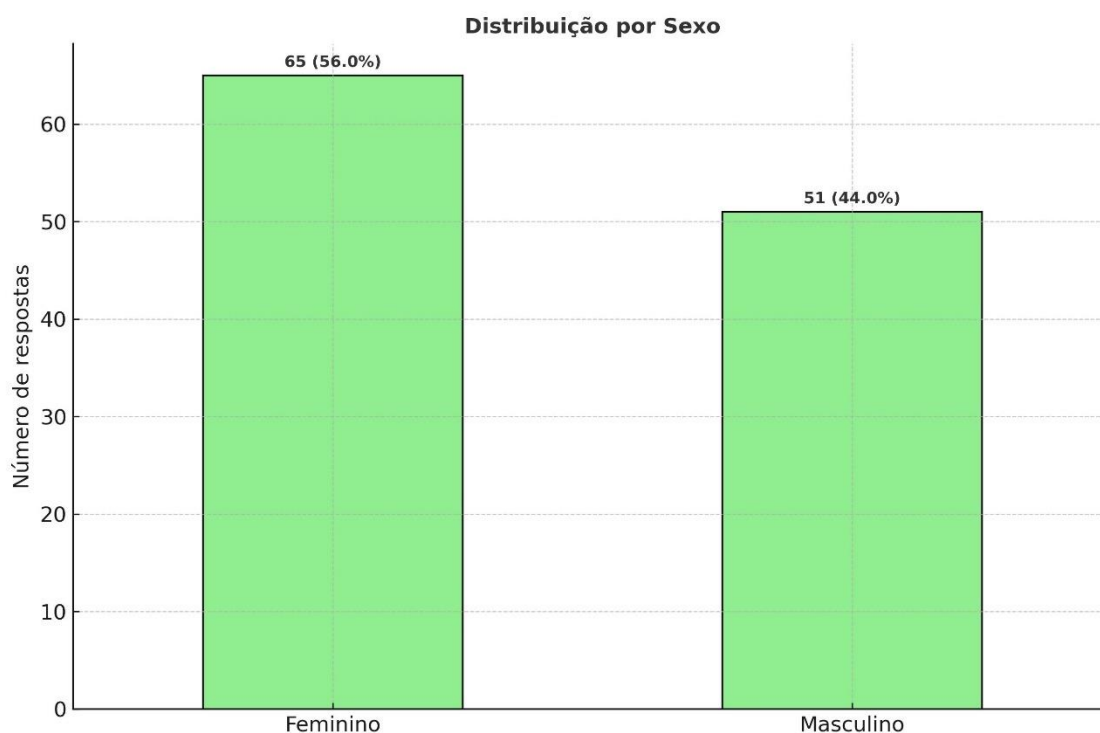


Tabela 1- Sexo dos inquiridos

Segundo a Tabela 1, há uma distribuição equilibrada com um ligeiro predomínio para o sexo feminino, nomeadamente 65 (56%) dos inquiridos para 51 participantes (44%).

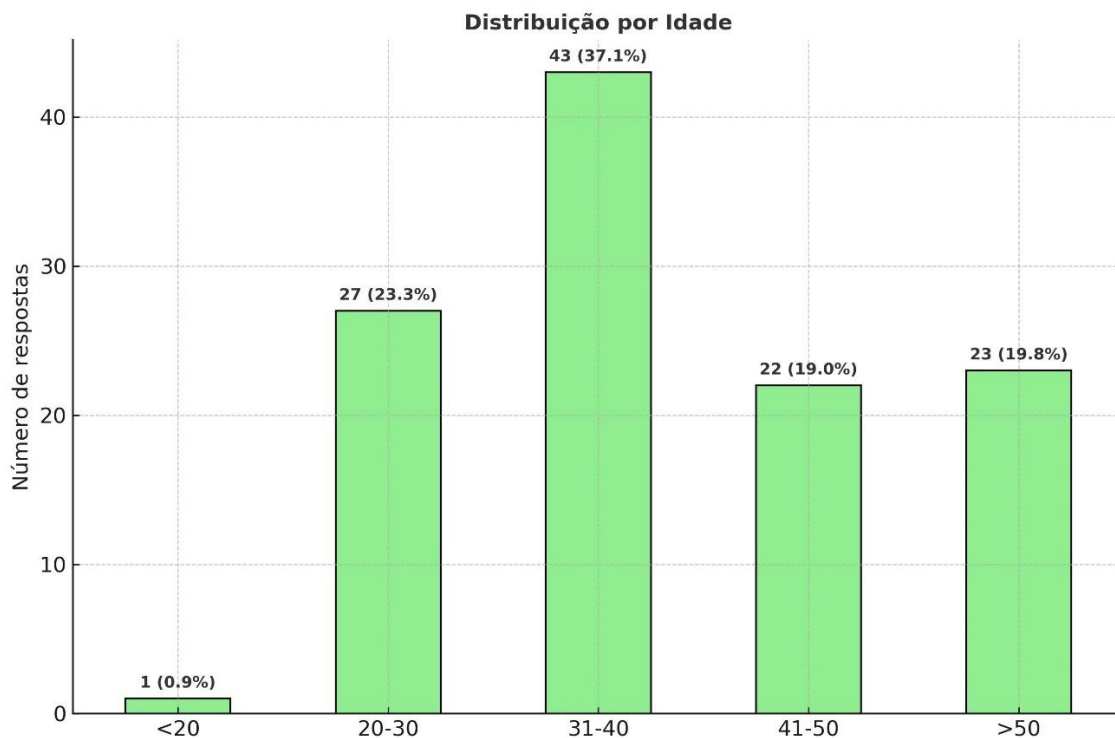


Tabela 2- Idade dos inquiridos

No que toca à distribuição por idade, a maioria dos inquiridos encontra-se entre os 31-40 anos, com 43 inquiridos. Em segundo lugar, a faixa dos 20-30 anos conta com 27 participantes, o que é um bom sinal, já que corresponde à geração mais jovem de profissionais ou aspirantes a jornalistas e permite ter a sua voz presente nos resultados. Há apenas um participante com menos de 20 anos, o que é natural refletindo sobre a menor inserção de jovens em idade escolar neste tipo de inquéritos, assim como no mercado de trabalho profissional. Já as faixas dos 41-50 e >50 anos contam com 22 e 23 participantes no total – 22 e 23 respetivamente. A estrutura etária das idades confere ao estudo uma perspetiva diversa.

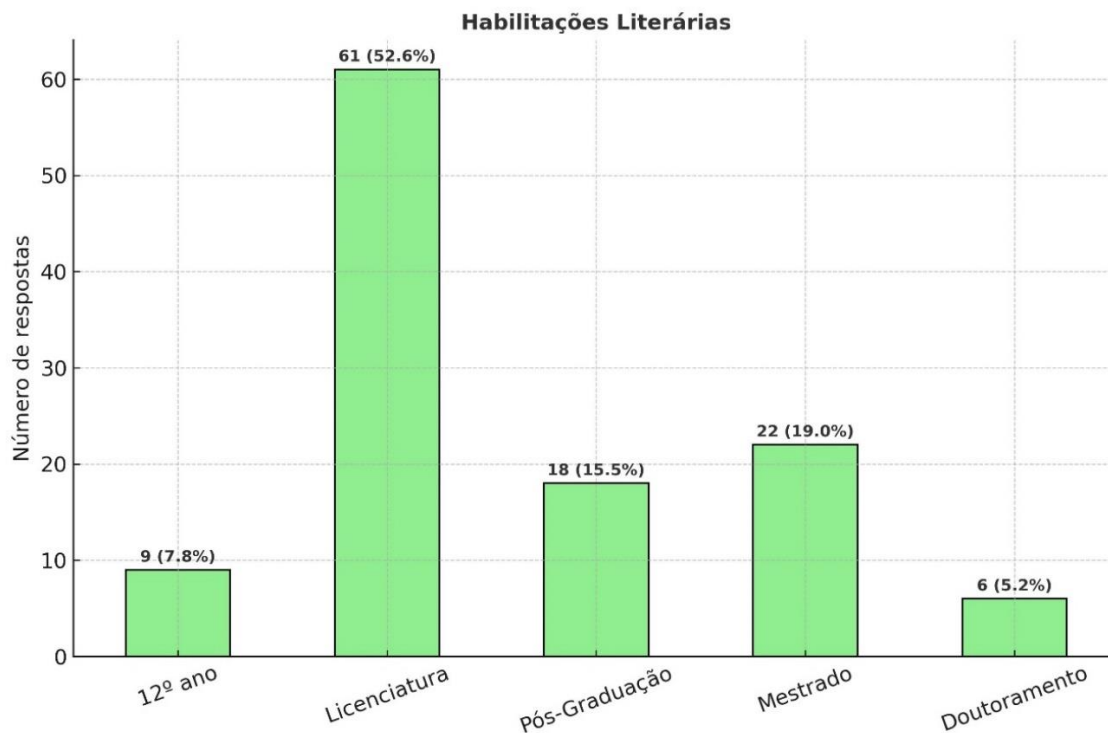


Tabela 3- Habilitações Literárias dos inquiridos

Já as habilitações literárias, presentes na tabela 2, revelam que mais de metade dos participantes (61) possuem uma Licenciatura, o que reflete os requisitos formais para o exercício do jornalismo em Portugal. Este enquadramento justifica o peso desta categoria na Tabela 3, enquanto revela as razões de as formações como Mestrado, Pós-Graduação e Doutoramento – com 22, 18 e 6 participantes em questão – surgirem em menor número: constituem qualificações complementares, valorizadas no mercado e no desempenho das funções em conta, mas não mandatórias para a entrada no mundo profissional jornalístico.

Já os 9 participantes com apenas o 12º ano de escolaridade podem ser interpretados como reflexo de uma geração mais antiga, que iniciou carreira jornalística em período anterior à exigência de uma licenciatura para o acesso à carteira profissional.

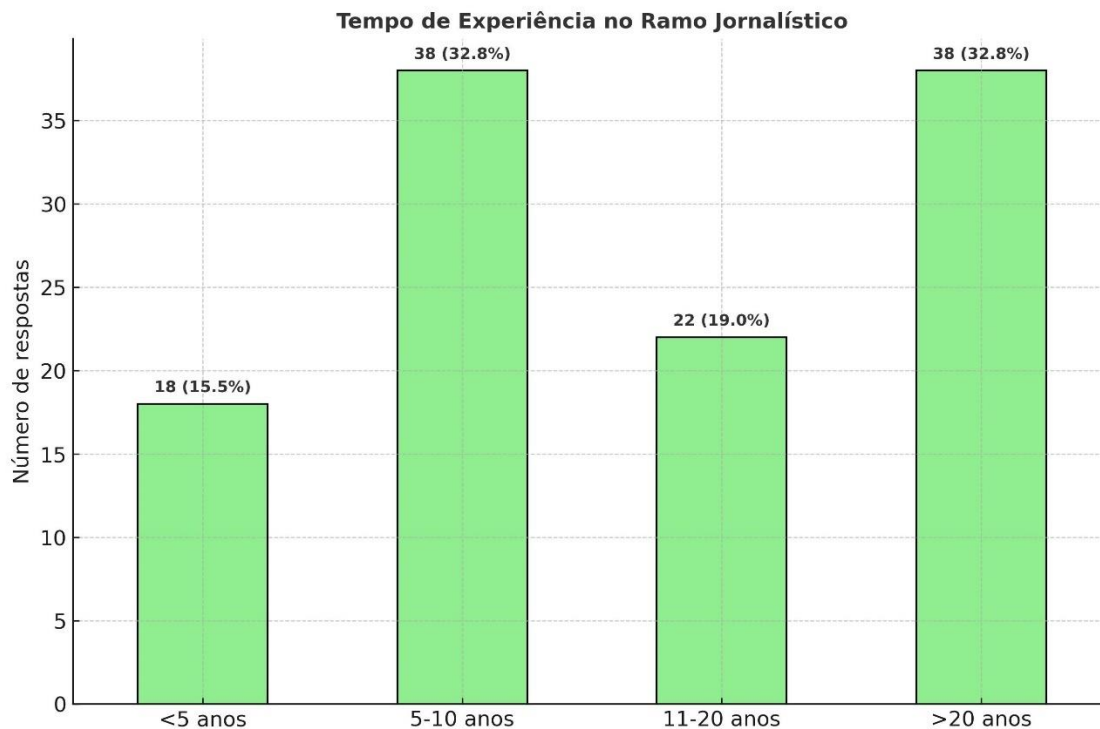


Tabela 4- Tempo de Experiência no Ramo Jornalístico dos inquiridos

Relativamente à terceira tabela, que aborda o Tempo de Experiência no Ramo Jornalístico, há uma distribuição heterogénea dos participantes. Uma parte expressiva da amostra encontra-se entre os 5-10 anos de carreira (38 inquiridos), o que evidencia uma presença relevante de profissionais em fase inicial. No entanto, há igualmente um grupo com 38 respondentes com mais de 20 anos de experiência, o que representa uma geração mais sénior.

Já as categorias de menos de 5 e 11-20 anos de experiência também ficam perto uma da outra, com 18 e 22 participantes respetivamente. Assim, verifica-se um equilíbrio entre a experiência acumulada dos participantes em questão.

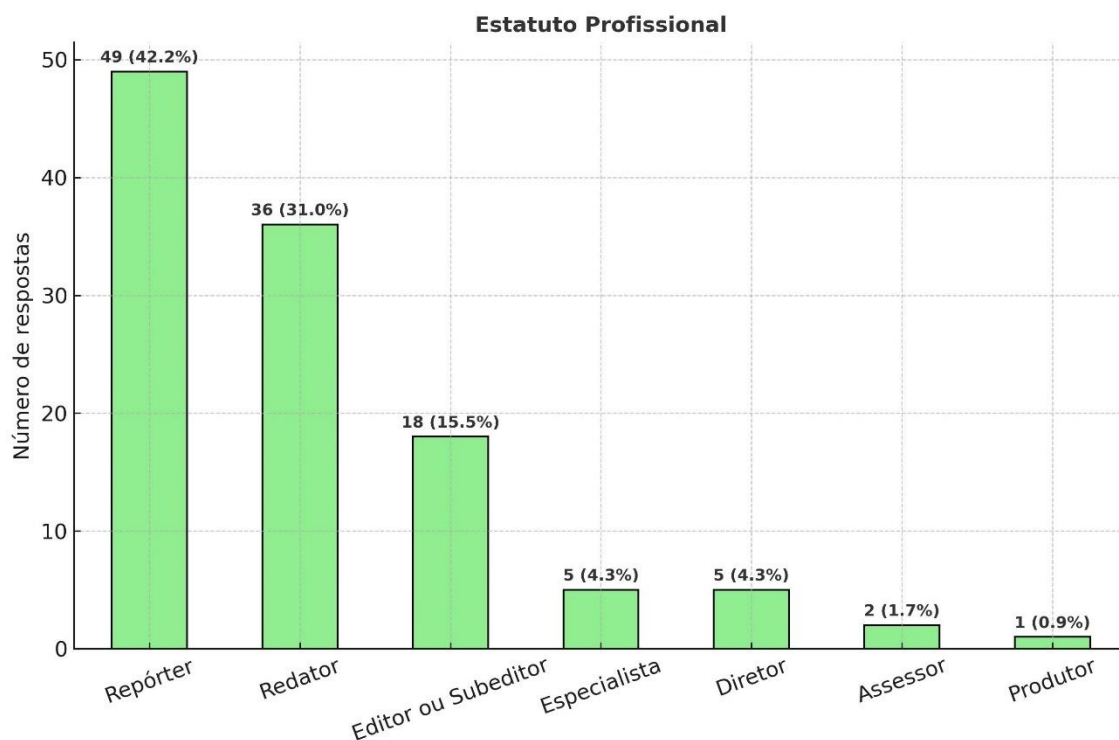


Tabela 5- Estatuto Profissional dos inquiridos

Por último, na tabela 5 há uma dissipação no que toca ao Estatuto Profissional dos inquiridos. Efetivamente, o estudo contou com 1 produtor, 2 assessores, 5 diretores e 5 especialistas. O número baixo da representação destes cargos no questionário deve-se, presumivelmente, ao facto de a distribuição do mesmo ter sido feita maioritariamente por indivíduos de outros cargos profissionais. Cargos esses como repórteres, que representam 49 respondentes, 36 redatores e 18 editores ou subeditores.

## 6. Análise de resultados

Este capítulo apresenta os resultados do inquérito aplicado a 116 profissionais na área da comunicação relativamente à avaliação de 14 afirmações feitas pela mestranda sobre o ecossistema informativo e o papel do jornalismo analítico. Cada afirmação é acompanhada de uma escala de Likert de 5 pontos para o participante medir o nível de concordância. O valor 1 traduz a opção “discordo totalmente”, o valor 2 “tendo a discordar”, o valor 3 “não concordo nem discordo”, o valor 4 “tendo a concordar” e o valor 5 “concordo totalmente”.

Para a análise de dados, todas as respostas recolhidas foram organizadas em tabelas que permitem visualizar a distribuição do nível de concordância da amostra atribuído a cada afirmação. As afirmações do questionário estão presentes no topo de cada tabela, de modo a assegurar a clareza na interpretação dos resultados e facilitar a sua análise.

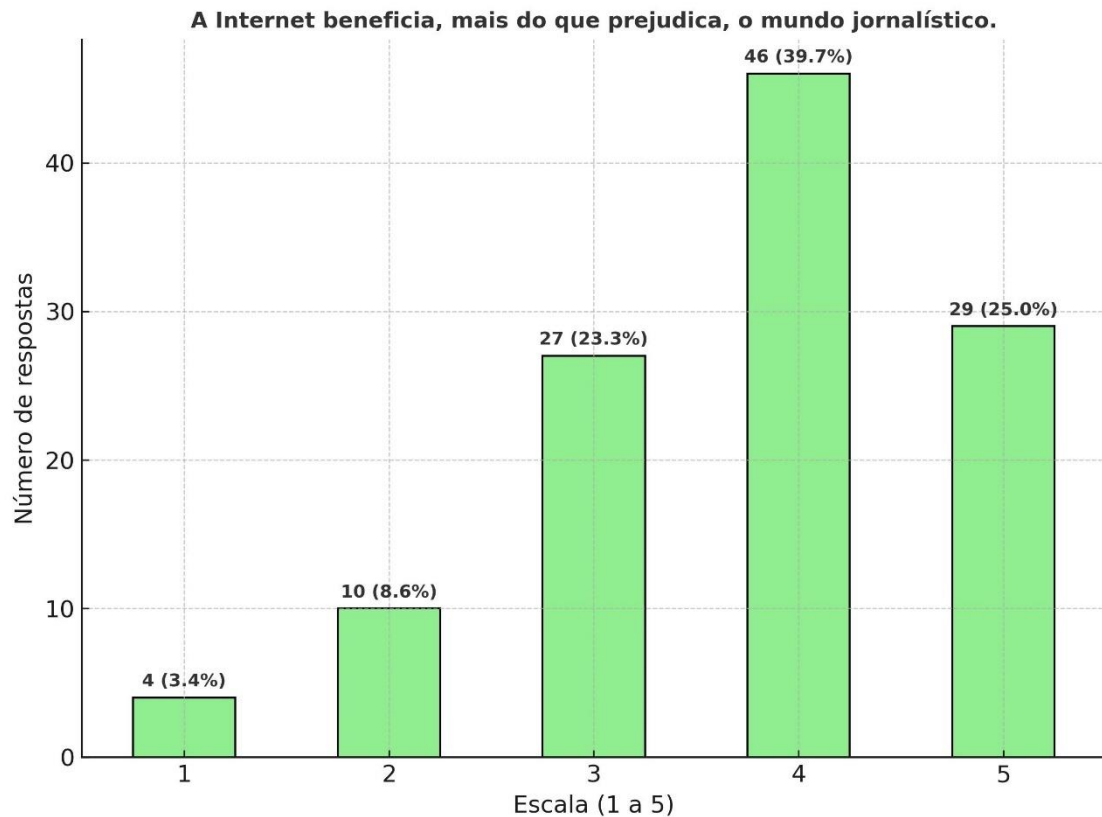


Tabela 6- Afirmação n°1

Perante a afirmação “A internet beneficia, mais do que prejudica, o mundo jornalístico” da tabela 6, a maioria dos jornalistas inquiridos (64,7%) concordou, apesar da concordância não ser absoluta. A média desta tabela é de 3,74; o que indica uma percepção moderadamente positiva, mas não isenta de reservas. Cerca de 27 (23,3%) inquiridos mantiveram-se neutros, o que realça a existência de ambivalência em relação ao impacto da Internet na profissão. Já a discordância é composta por 14 membros (ou 12%), mas composta por respondentes o suficiente para evidenciar que alguns jornalistas associam a Internet a riscos significativos para a prática jornalística.

Com estes resultados é possível refletir sobre o conhecimento dos profissionais das potencialidades da Internet – tais como a rapidez, facilidade de acesso a novas fontes e a possibilidade de ampliar audiências – mas também a sua consciência crítica relativamente aos desafios que são criados, como a difusão de informação e o imediatismo. Apesar do nível de concordância estar acima dos 60% da amostra, a dispersão das respostas mostra que o debate em torno do papel da Internet no jornalismo permanece aberto e multifacetado.

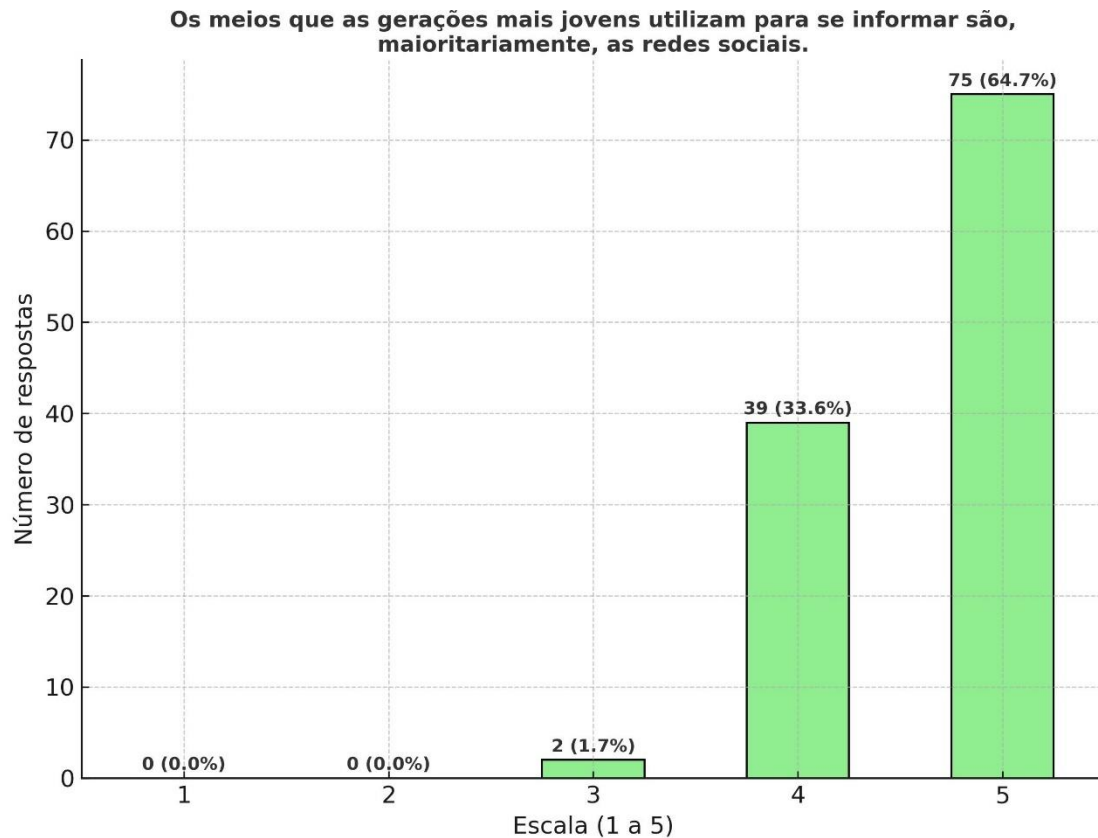


Tabela 7- Afirmação n°2

A tabela 7 não deixa espaço para dúvidas: 98,3% dos jornalistas reconhecem que as redes sociais são o principal meio de acesso à informação para as gerações mais novas. A média de 4,63 é uma das mais elevadas do inquérito, não contando com qualquer discordância registada e 2 apenas inquiridos (1,7%) se mantiveram indiferentes.

Estes dados evidenciam uma consciência generalizada para a centralidade das redes sociais no consumo informativo juvenil. Ora, se o público mais novo se informa em ambientes tipicamente conhecidos pela fragmentação e superficialidade, torna-se essencial encontrar novas formas de traduzir as notícias em formatos que consigam circular de forma eficaz.

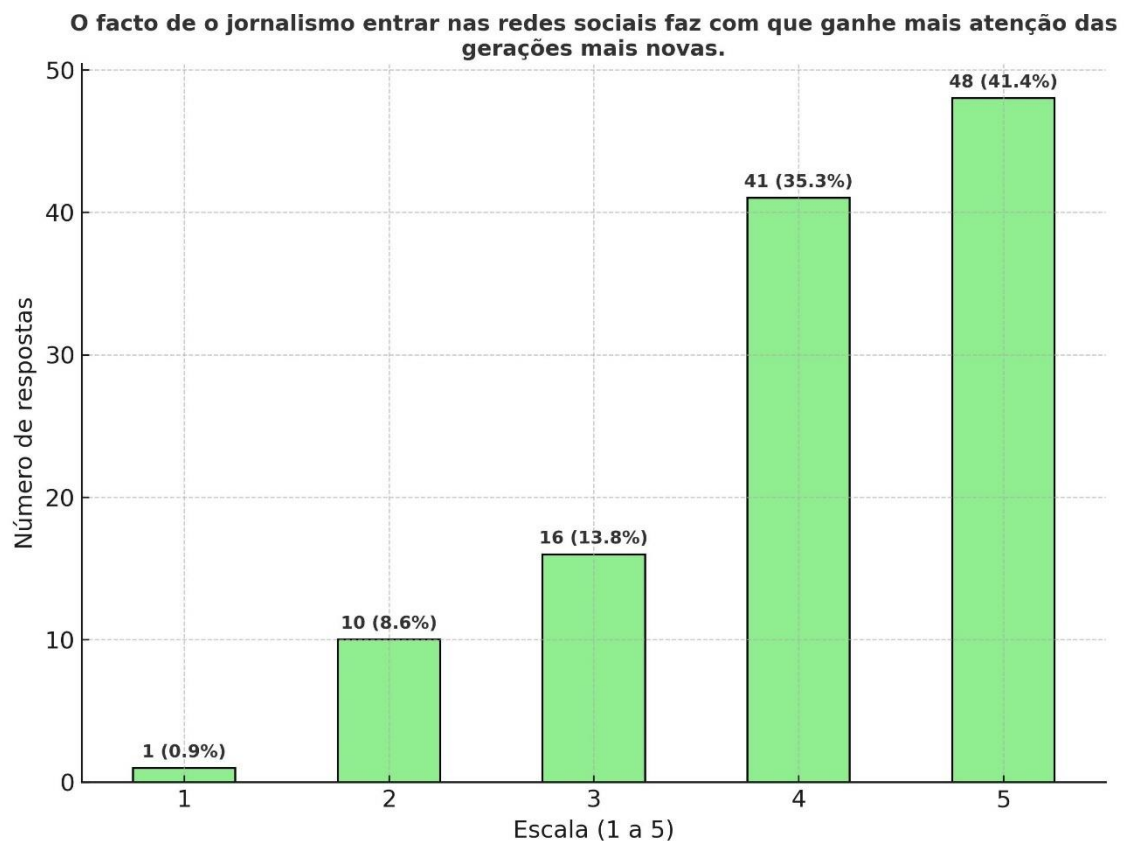


Tabela 8- Afirmação nº3

Relativamente à oitava tabela, a esmagadora maioria dos jornalistas (76,7%) concorda que a presença do jornalismo nas redes sociais aumenta a atenção das gerações mais novas. Apenas 11 inquiridos discordaram, o que representa 9,5% da amostra e 13,8% preferiram uma posição intermédia, sinalizando uma certa reserva.

Este resultado demonstra que a grande maioria dos profissionais reconhece que as redes sociais são uma via eficaz para captar a atenção das camadas mais jovens. O paradoxo que surge deste facto é claro: as redes sociais são vistas como instrumento de aproximação ao mesmo tempo que se demonstram como uma ameaça à qualidade de informação.

A resolução deste paradoxo só é possível através da presença de um jornalismo analítico que seja adaptado aos mais jovens – mais interativo, com um tempo mais curto e sem ser demasiado complexo – mas que também não perca o seu rigor.

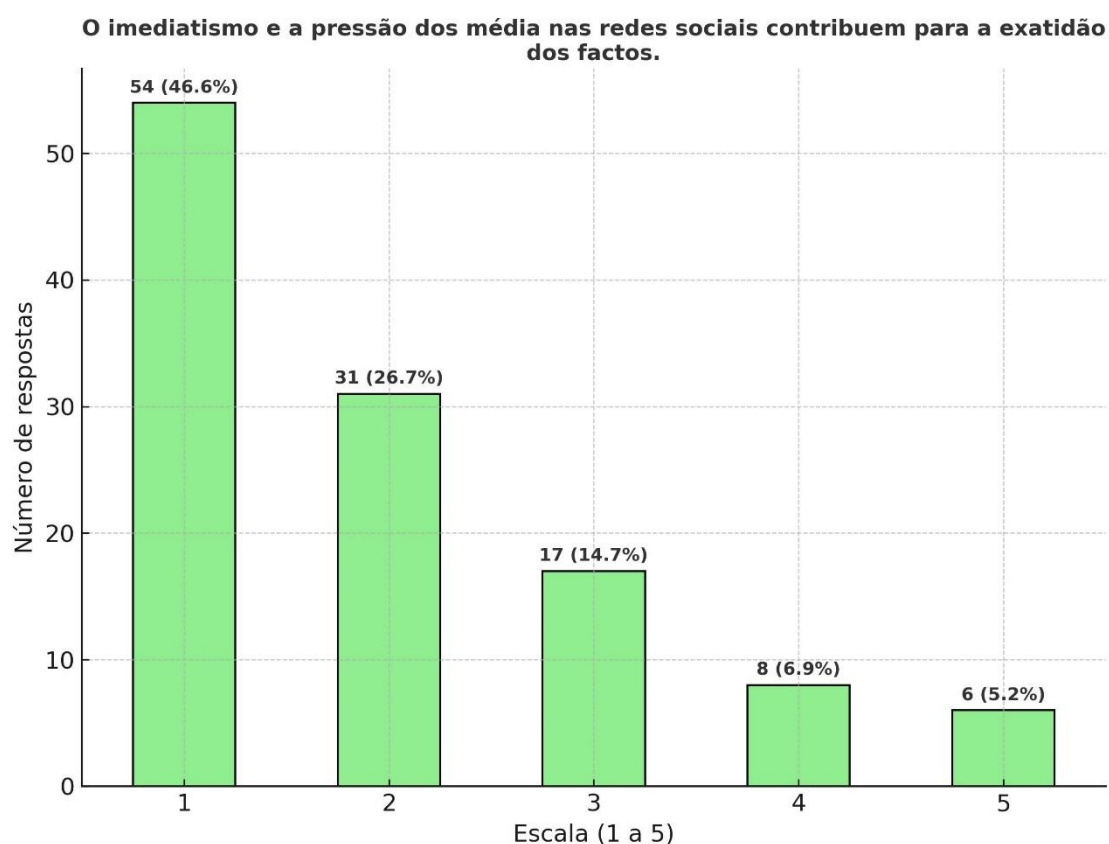


Tabela 9- Afirmação n<sup>o</sup>4

No que toca ao papel do imediatismo e da pressão dos média, a maioria dos jornalistas rejeita a ideia de que estes fatores contribuam para a exatidão factual. Quase metade dos inquiridos presentes na nona tabela (46,6%) optou pela discordância máxima e, no total, foram mais de 73% os que rejeitaram esta afirmação. A concordância é comporta por 14 respondentes (12,1%) e 17 profissionais mantiveram-se indiferentes (14,7%).

Efetivamente, vivemos numa época onde cada vez mais é valorizado ser o primeiro a publicar uma peça do que ser o que publica a peça mais completa. Os profissionais associam a lógica do imediatismo ao enfraquecimento da exatidão, o que se verifica cada vez mais em Portugal. A velocidade da publicação tende a comprometer a verificação e rigor da mesma.

Esta resposta negativa à afirmação acaba por reforçar de forma indireta a necessidade do jornalismo analítico. Ao ter presente profissionais especializados nas áreas a ser debatidas, esta área jornalística reforça a sua legitimidade. Para este jornalismo, a constatação destacada reforça a ideia de que o seu valor está na oferta da contextualização, interpretação e verificação adicional, não se associando ao fluxo acelerado que domina as redes sociais.

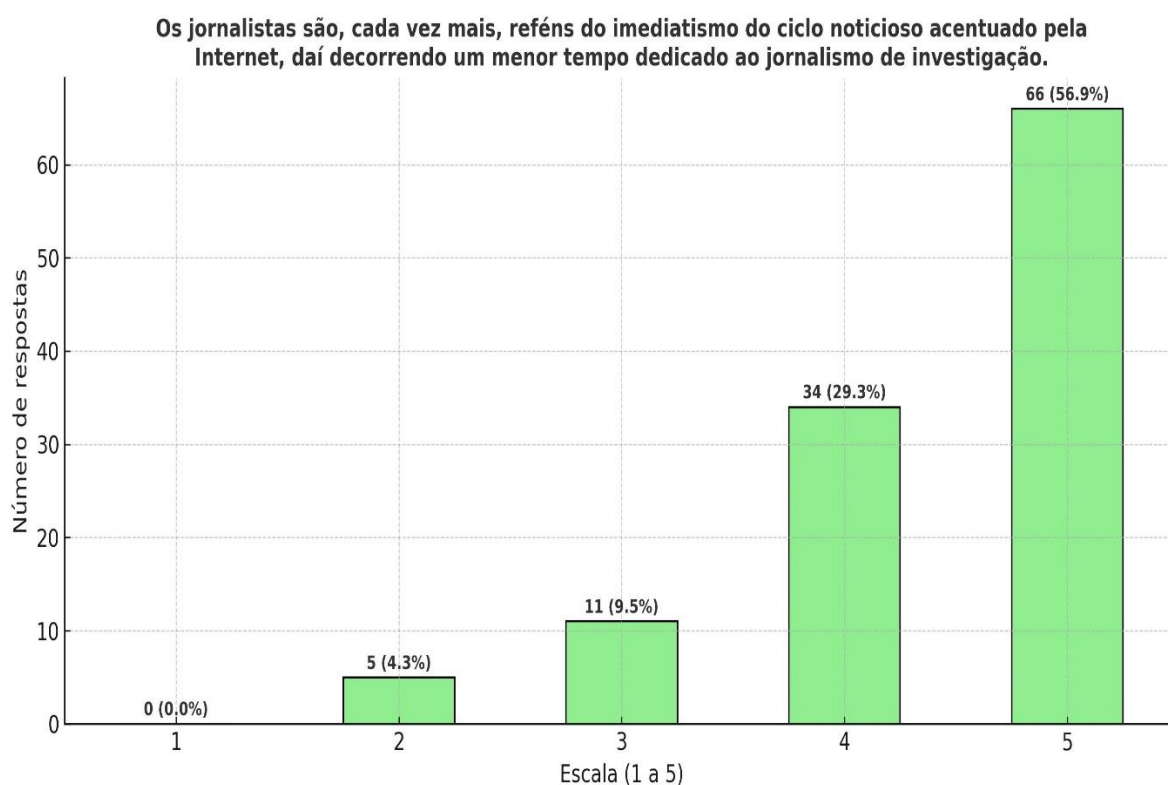


Tabela 10- Afirmação nº5

Segundo a tabela 10, mais de 86%, ou 100 inquiridos concordam que o imediatismo acentuado pela Internet aprisiona os jornalistas e reduz o tempo disponível para o jornalismo de investigação. Mais de metade das respostas são de concordância total. Apenas 5 respondentes (4,3%) discordaram e 11 mostraram indiferença (9,5%).

O resultado indica que os profissionais sentem, efetivamente, o impacto do ciclo noticioso contínuo na sua prática diária. A investigação – que é uma área fulcral para o jornalismo analítico, já que é responsável pela pesquisa e recolha de dados que irão ser interpretados posteriormente – é cada vez mais prejudicada pela pressão de publicar em tempo real. Assim, é confirmada uma tensão estrutural entre o ritmo acelerado do ecossistema digital e a necessidade de aprofundamento e escrutínio crítico – que são precisamente as áreas onde o jornalismo de análise deve marcar a diferença.

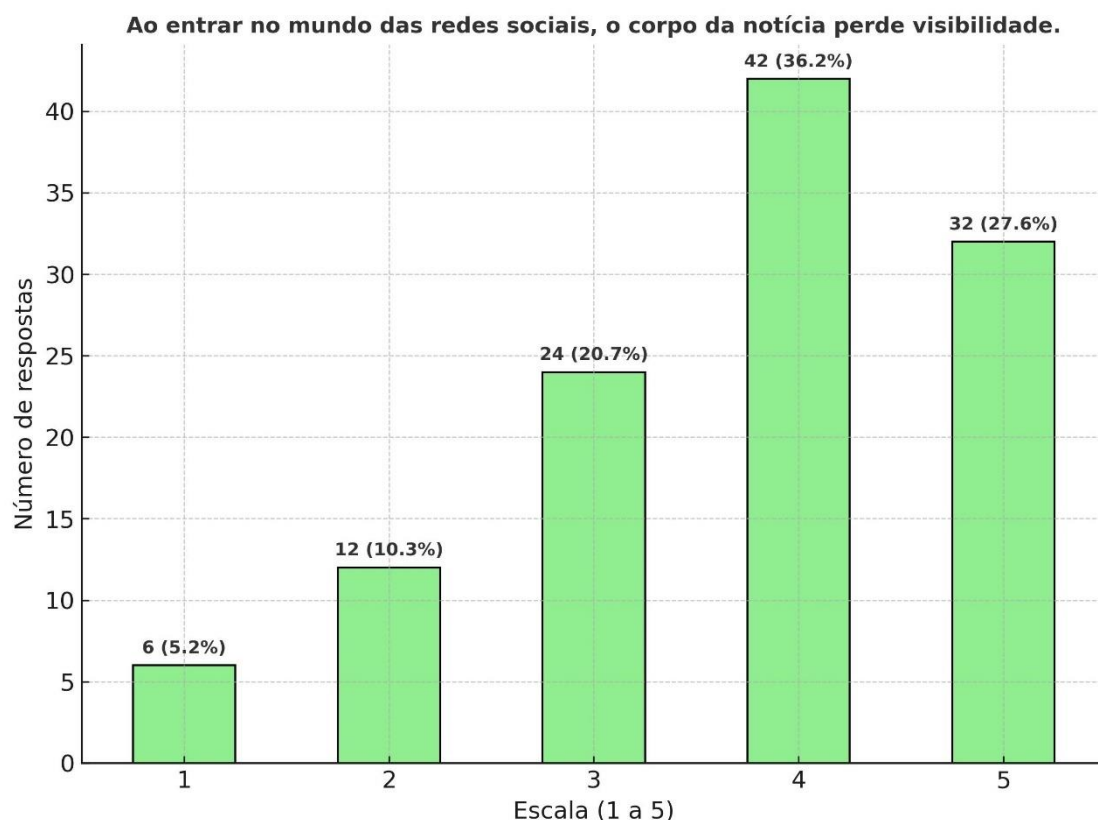


Tabela 11- Afirmação nº 6

A tabela 11 afirma que mais de metade dos respondentes consideram que, no contexto das redes sociais, o corpo da notícia tende a perder visibilidade. No entanto, há uma percentagem não negligenciável dos profissionais que se mantiveram na posição intermédia, com 20,7% dos inquiridos e 15,5% que discordaram, o que pode traduzir experiências distintas em função do meio ou da prática profissional.

Esta perceção propõe que a lógica algorítmica privilegia elementos mais curtos e apelativos em detrimento da substância noticiosa. Além disso, a maioria dos elementos mediáticos que escolhe publicar nas redes opta por não colocar a notícia com o corpo inteiro na publicação, obrigando o visualizador a ir procurar o resto no site ou aplicação

dos mesmos e ganhando mais visibilidade devido ao seu texto curto. Para o jornalismo analítico, este resultado é mais um alerta a ter em conta: a visibilidade da análise e do contexto pode ser ofuscada pelas dinâmicas rápidas e superficiais das redes, o que exige estratégias para revalorizar a integralidade da notícia online.

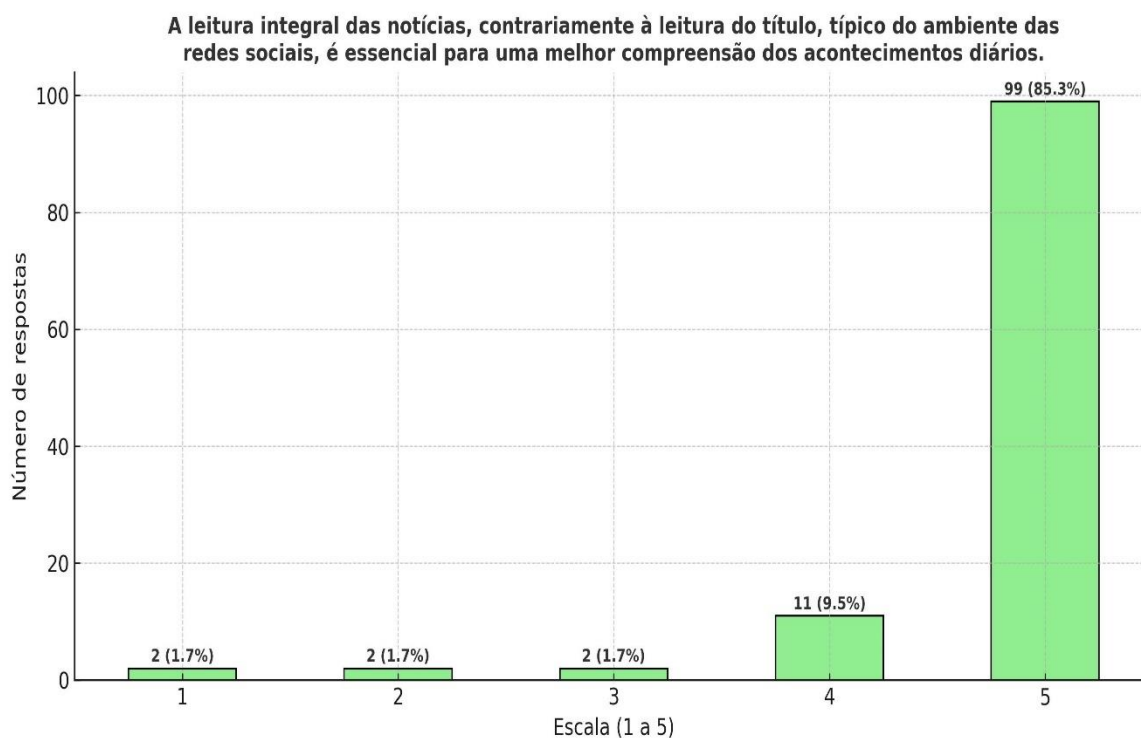


Tabela 12- Afirmação nº7

Com 99 respostas de concordância total, a tabela 12 é, notavelmente, o momento em que mais profissionais estão de acordo. Apenas 3,4% dos inquiridos discorda que a leitura integral da notícia é indispensável para compreender devidamente os acontecimentos.

No total, 94,8% dos respondentes estão de acordo, o que reforça o modo como o papel dos cidadãos para se manterem a par das notícias vai muito além da leitura dos títulos noticiosos. A informação só cumpre de forma plena a sua função pública quando é apreendida na sua totalidade, com todos os elementos textuais que são apresentados.

Esta responsabilidade social vai desde artigos de informação direta sobre acontecimentos de curta duração aos eventos mais complexos com antecedentes e momentos mais complexos aos quais o jornalismo de análise responde. Desta forma, a valorização da leitura integral dos artigos pelos profissionais pode ser uma sugestão do

jornalismo analítico ser uma das soluções para contrariar a lógica fragmentada das redes, ao resgatar o espaço público de práticas que colocam a velocidade e impacto imediato acima de compreensão total dos acontecimentos.

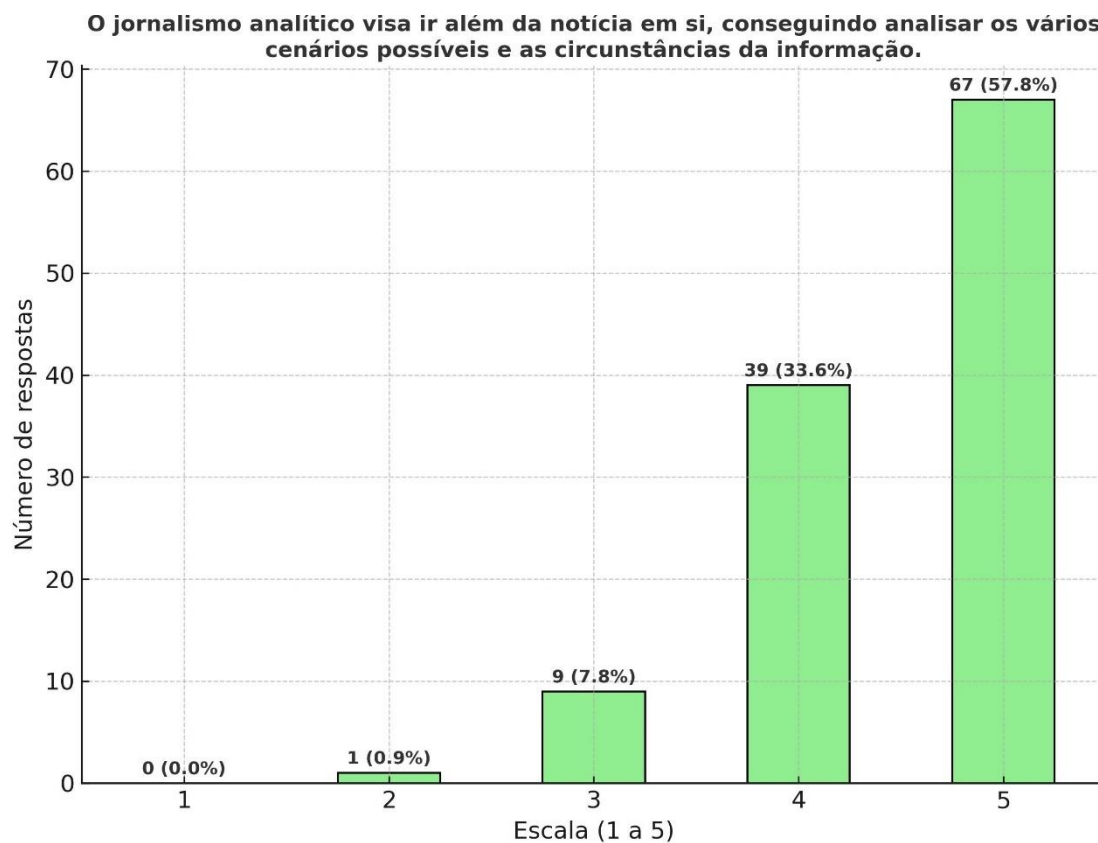


Tabela 13- Afirmação nº8

Mais de nove em cada dez profissionais (91,4%) acreditam que a essência do jornalismo analítico conta com o ultrapasse da notícia factual, ao acrescentar a interpretação e explorar cenários alternativos. Já a desconcordância que se encontra na tabela 13 não atinge 1% dos inquiridos, o que nos dá a noção de que a definição conceptual do jornalismo analítico está devidamente enraizada entre os profissionais.

Na prática, há um reconhecimento claro da função diferenciadora da vertente jornalística no ecossistema informativo como instrumento de contextualização e aprofundamento que vai além da mera cronologia factual.

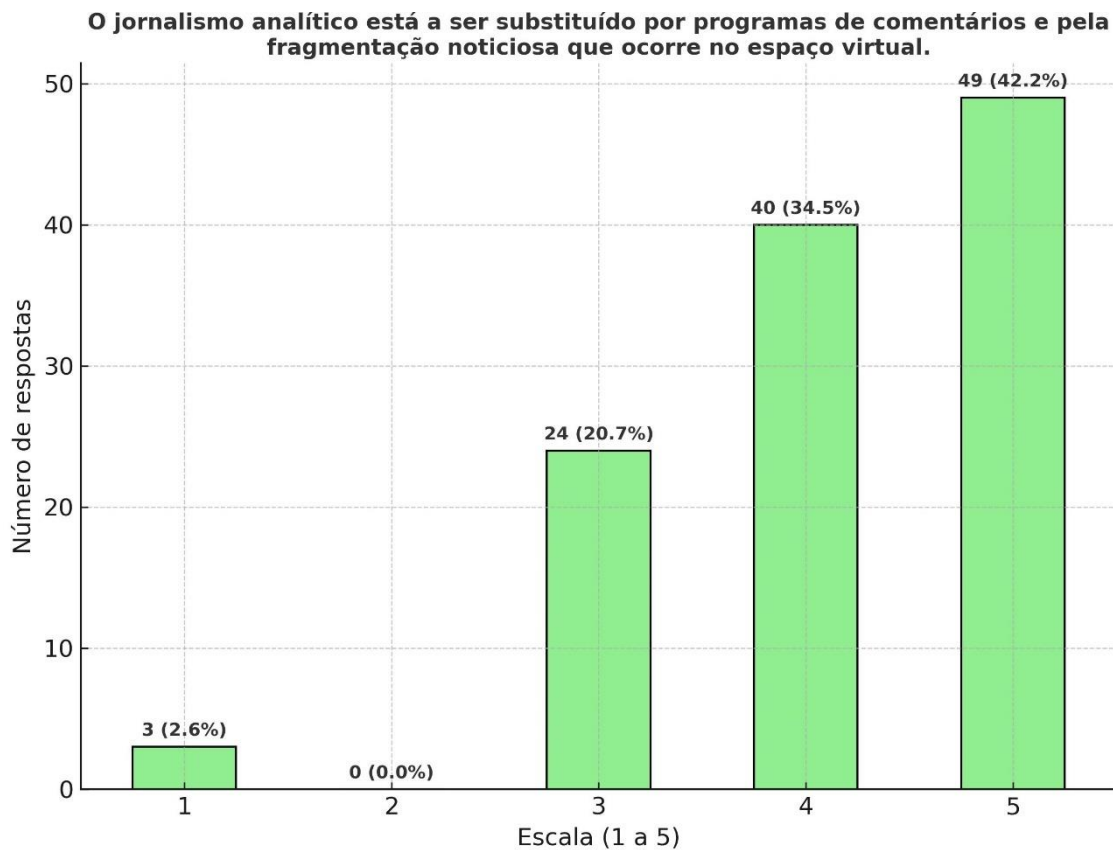


Tabela 14-Afirmção nº9

Mais de três quartos (76,7%) dos inquiridos concordam que o jornalismo analítico tem perdido espaço para programas de comentarismo e fragmentação noticiosa, sobretudo no espaço digital. Ainda que 20,7% tenham optado pela posição intermédia, a tendência dominante é a de diagnóstico de substituição, com apenas 2,6% a discordar totalmente, como é possível verificar na tabela 14.

O resultado sugere uma preocupação por parte dos profissionais de comunicação com a visibilidade de figuras públicas conhecidas pelas suas opiniões em detrimento do trabalho analítico dos jornalistas. É importante ter a noção de que vários estudos mencionados neste projeto afirmam que o público português – especialmente os mais jovens – tem cada vez mais dificuldade em distinguir conteúdos de análise com conteúdos opinativos. Exatamente por este motivo, torna-se necessária uma autoavaliação por parte das empresas mediáticas quanto à quantidade de conteúdos que disponibilizam de cada género jornalístico mencionado, bem como à clareza com que os distinguem perante o seu público.

A clareza na separação entre notícia, análise e opinião é essencial, não apenas para preservar a confiança do público, como para evidenciar o contributo específico do

jornalismo analítico enquanto prática orientada para a compreensão profunda dos acontecimentos.

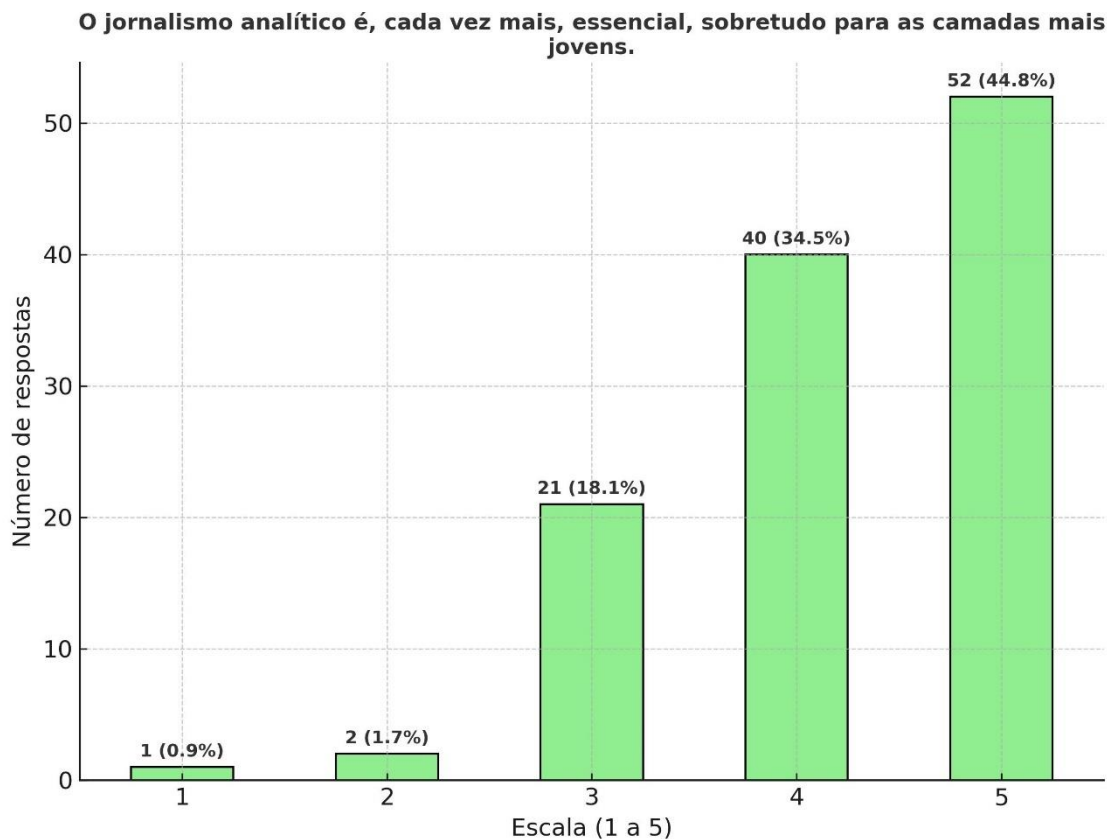


Tabela 15- Afirmação nº10

A tabela 15 mostra que quase quatro em cada cinco respondentes (79,3%) concorda que o jornalismo analítico é cada vez mais indispensável, sobretudo para os jovens. A discordância é de 2,6% e cerca de 21 respostas (18,1%) mantiveram-se na posição intermédia.

Apesar da percentagem neutra ter o seu certo peso, esta perceção reflete a confiança dos profissionais de comunicação no potencial do jornalismo analítico para a reaproximação dos jovens com a informação. O resultado mostra que, apesar de reconhecer as dificuldades impostas pelas redes sociais, os jornalistas veem na análise uma via para reconstruir a confiança e interesse das novas gerações através da compreensão crítica num ambiente saturado de fragmentação e comentário.

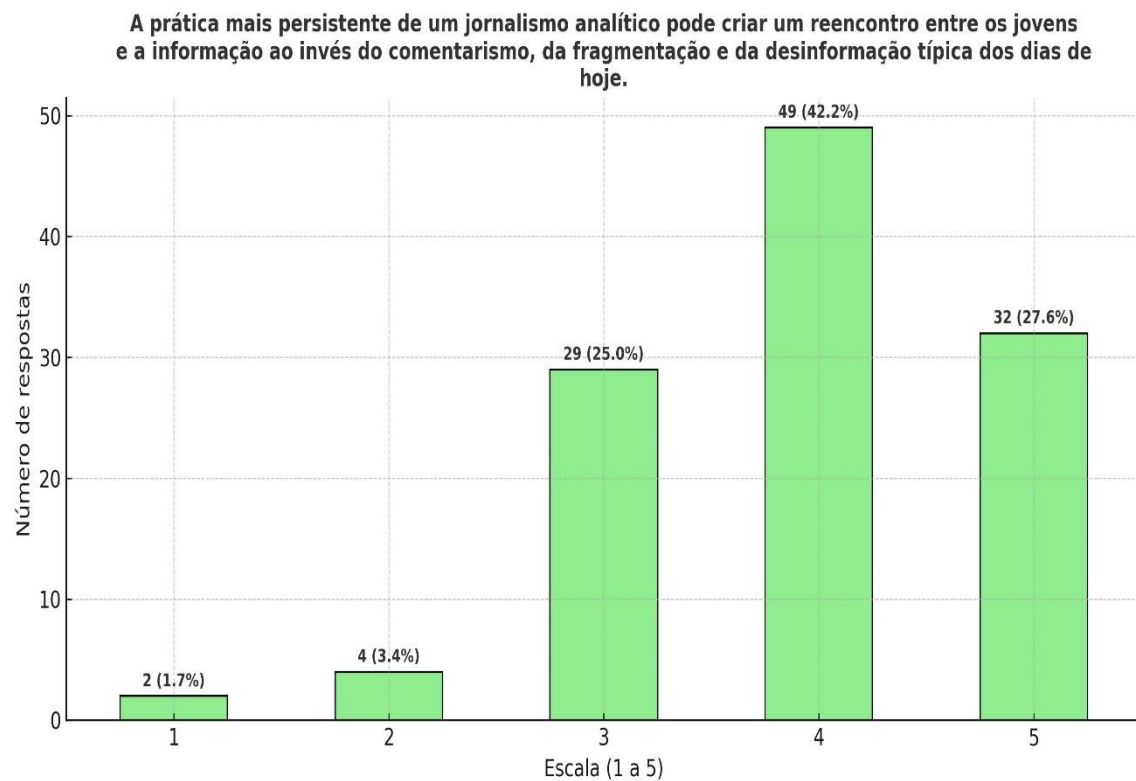


Tabela 16- Afirmação nº11

Quase 70% dos inquiridos acreditam que uma prática mais persistente do jornalismo analítico pode reaproximar os jovens da informação, afastando-os da lógica de um comentário fragmentado e da desinformação. Porém, um quarto dos participantes manteve-se neutro, o que reflete uma certa dúvida consoante o poder que esta área jornalística pode ter na reaproximação da informação.

A média desta afirmação é de 3,91; o que mostra uma concordância significativa, embora não seja tão consensual como o resto das afirmações. Assim, ganha-se espaço para refletir sobre as dúvidas sobre a capacidade da análise para reverter tendências de consumo já instaladas.

Segundo os resultados verificados na tabela 16, o jornalismo analítico não deixa de ser visto como um caminho de reconstrução da confiança e ligação com os públicos mais jovens, apesar de não ser encarado como uma solução automática. É necessário pensar em formatos, linguagens e estratégias de mediação que traduzam com sucesso a profundidade analítica em propostas apelativas e acessíveis para os jovens. A sua eficácia dependerá, portanto, não apenas do conteúdo em si, como da forma como é comunicado, contextualizado e integrado nos hábitos de consumo digital.

É fundamental notar que, apesar desta questão não ter obtido níveis de concordância tão elevados como outras, o jornalismo analítico continua a ser apontado como uma resposta necessária. Mesmo que não resolva sozinho por completo o problema da desinformação ou da fragmentação informativa, representa uma dimensão essencial da prática jornalística, especialmente no que toca à formação do pensamento crítico nos mais novos. Para estes, o processo de construção de referências e de pensamento autónomo ainda está em processo, o que faz com que o seu contacto com análises aprofundadas construa uma ferramenta decisiva para desenvolver a sua literacia mediática, assim como a capacidade de interpretar de forma crítica a realidade.

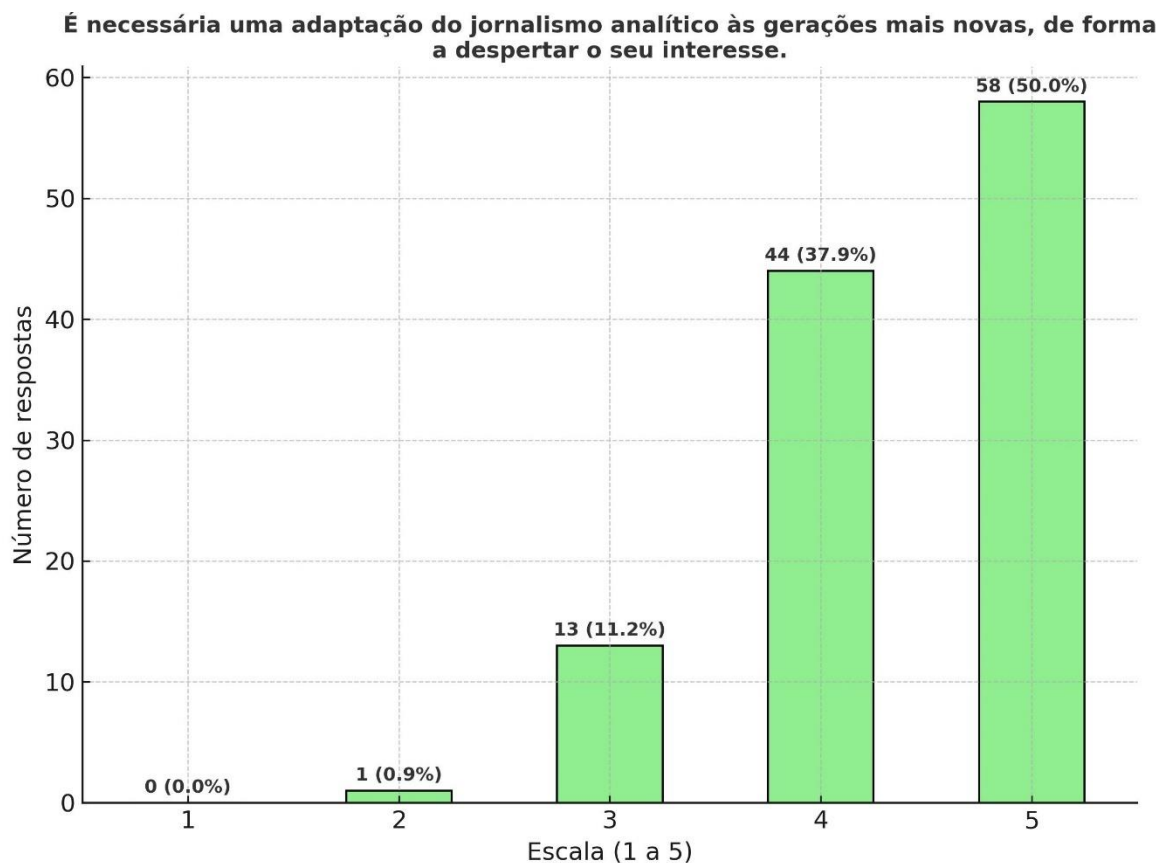


Tabela 17- Afirmação nº12

A tabela 17 comprova exatamente isso. A concordância é clara: quase 88% dos respondentes defendem uma necessidade de adaptar o jornalismo analítico às gerações mais novas. Apenas 1 resposta expressou discordância e 13 inquiridos se mostraram neutros (11,2%), o que mostra que a ideia é praticamente consensual.

Este resultado indica claramente o modo como os profissionais reconhecem a urgência de atualizar os mesmos formatos e linguagens para captar a atenção das camadas mais jovens. O desafio passa por articular a profundidade com clareza e exigência, mas ao mesmo tempo acessível de forma que quem tem menos hábitos de leitura prolongada consiga apropriar-se da informação e refletir sobre a mesma. Só assim é que o jornalismo pode manter a sua função crítica junto das novas gerações, ajudando-as a interpretar os acontecimentos para lá da superfície e a desenvolver um olhar mais informado e questionador sobre o mundo.

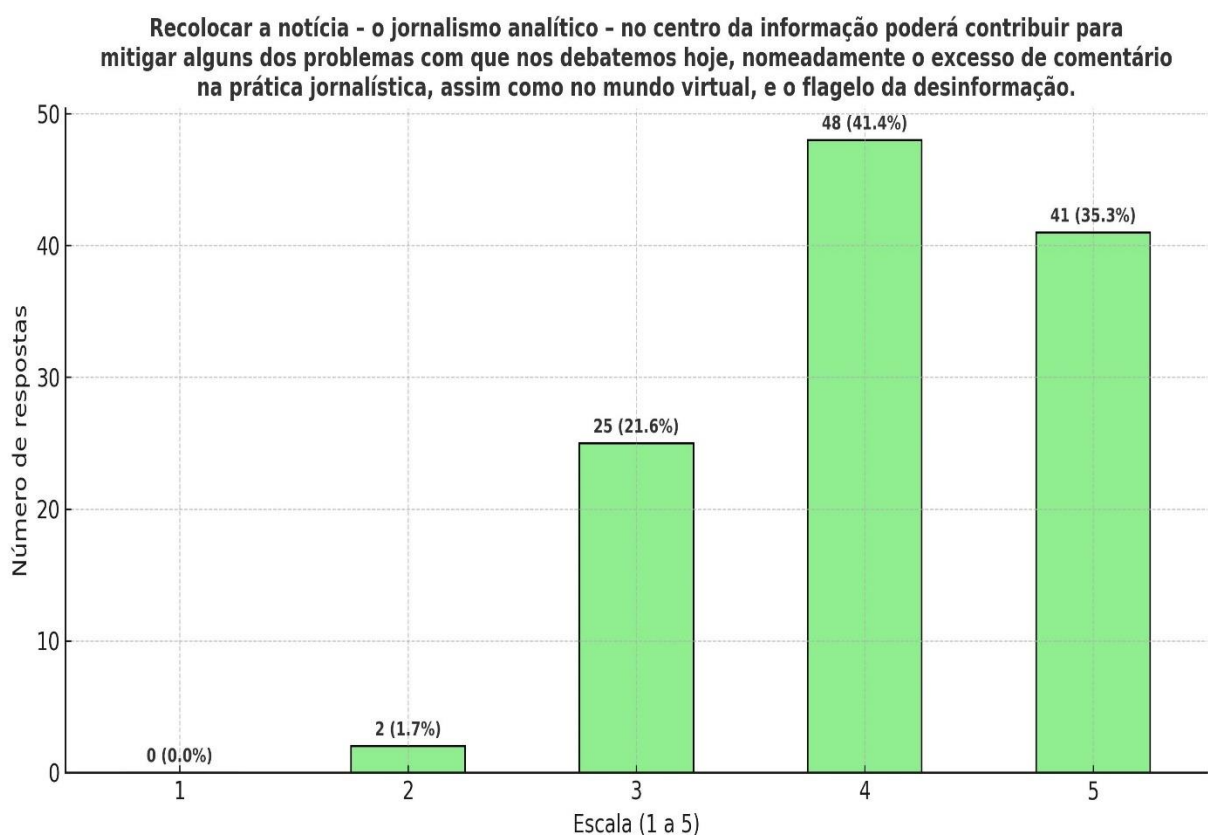


Tabela 18- Afirmação n<sup>o</sup>13

Já no que toca na crença de que colocar novamente a notícia analítica no centro do espaço público ajudaria a combater problemas centrais do jornalismo contemporâneo, como o excesso de comentário e desinformação, a grande maioria (76,7%) está de acordo. Mesmo que 21,6% tenham ficado na posição intermédia, a tendência dominante aponta para a percepção de que este ramo possa desempenhar um papel regenerador. A média da tabela 18 é de 4,10 e a discordância de apenas dois membros do questionário reforçam esta visão.

Assim, temos acesso a uma consciência coletiva de que os problemas que afetam o jornalismo atualmente não são exclusivamente técnicos, mas estruturais. Relacionam-se com temas como o espaço excessivo ocupado por vozes opinativas e conteúdos fragmentados. O jornalismo analítico é um possível antídoto para esta problemática, ao devolver rigor, contexto e relevância social à informação.

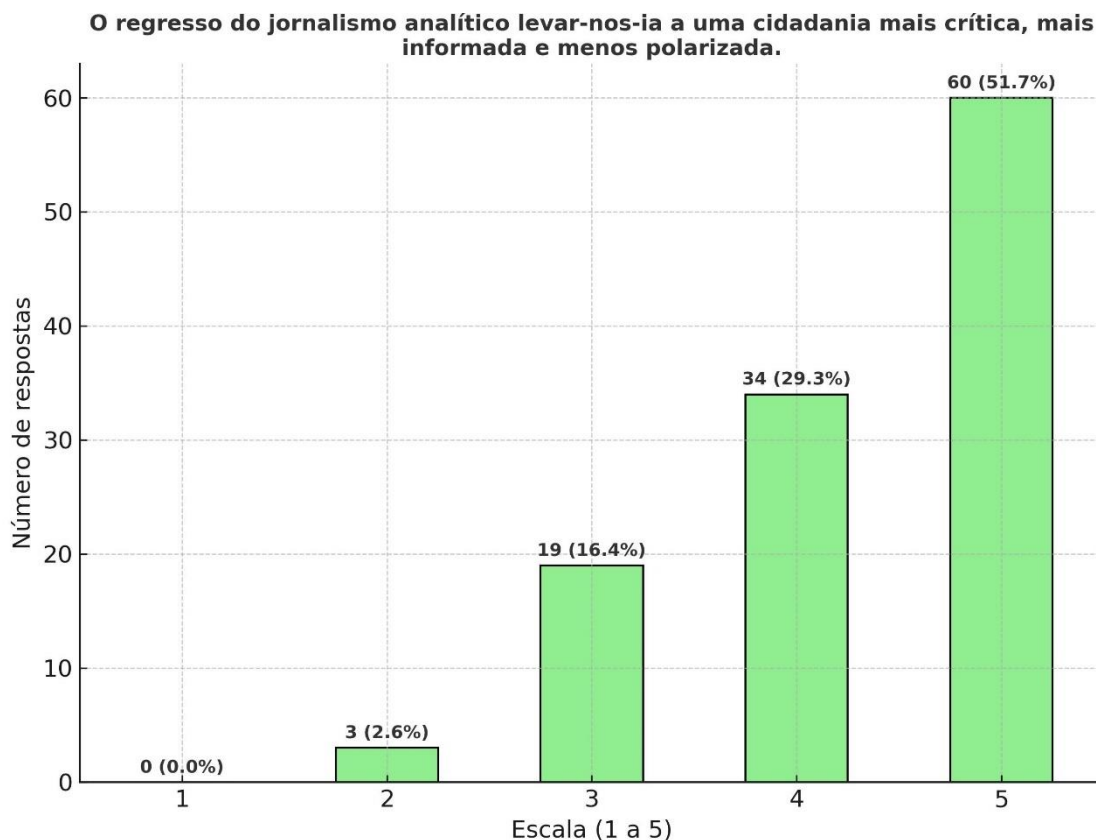


Tabela 19- Afirmação nº14

Por último, são mais de 80% os inquiridos que defendem que o fortalecimento do jornalismo analítico teria impacto direto na qualidade da cidadania, tornando-a mais crítica, informada e menos sujeita à polarização. A média da décima nona tabela, de 4,30 confirma o nível elevado de concordância, com mais de metade (51,7%) a assinalar o nível máximo. Apenas 3 respostas discordaram da afirmação, e pouco mais de 16% manteve-se neutro.

Este resultado mostra que, para grande parte dos profissionais de comunicação, o analítico é mais do que um simples género noticioso: é uma forma de intervir na sociedade. Ao adicionar o contexto, explicar causas e consequências e trazer diferentes

perspetivas, o jornalismo analítico surge como um antídoto num espaço público cada vez mais dominado pelos fragmentos soltos e opiniões rápidas. Neste sentido, a análise é vista como um caminho para reforçar a literacia mediática e recuperar a confiança do público.

Isto não significa, contudo, que os mesmos acreditem que esta vertente possa resolver sozinha todos os problemas estruturais do ecossistema informativo. No entanto, a importância que lhe é atribuída pelos jornalistas mostra a consciência de que a democracia precisa de mais jornalismo que vá além da superfície, ajudando os cidadãos a refletir de forma crítica sobre os acontecimentos.

No caso específico dos mais jovens, esta função é ainda mais imperativa. Habitados a consumir informação a ritmos rápidos com pouco aprofundamento, o contacto com conteúdos analíticos pode ser decisivo para o desenvolvimento do seu pensamento crítico. Mais do que informar, este tipo de jornalismo pode ajudar a formar cidadãos mais atentos, participativos e conscientes do seu papel na sociedade.

Em síntese, os resultados do inquérito revelam uma perceção bastante clara entre os profissionais de comunicação portugueses sobre os desafios e potencialidades do jornalismo analítico. Há uma forte valorização do ramo e da profundidade que o mesmo traz como resposta à lógica do imediatismo, ainda que subsistam algumas reservas quanto à sua capacidade de, por si só, transformar hábitos de consumo que já estejam enraizados.

Ao mesmo tempo, destaca-se a convicção de que o jornalismo analítico pode desempenhar um papel central na formação de uma sociedade mais crítica e exigente, especialmente entre os jovens. Para os profissionais, investir neste género não é apenas uma questão de qualidade informativa, mas uma necessidade social, associada à credibilidade do jornalismo e à vitalidade da própria democracia.

## **6.1 Limitações do estudo**

Ao realizar uma investigação académica, é natural enfrentar certas limitações que importam ser reconhecidas. Neste estudo, dá-se destaque para uma certa escassez de literatura no que toca ao jornalismo de análise. Embora haja uma base sólida de estudos sobre áreas com o jornalismo de investigação ou jornalismo de opinião, o conceito

analítico permanece menos explorado, especialmente em território nacional. Esta carência gerou uma necessidade de recorrer a autores internacionais e estabelecer paralelismos com áreas próximas, o que enriquece o enquadramento, mas também mostra a ânsia por uma maior produção científica dedicada a esta vertente jornalística.

Outro ponto a considerar é a dimensão da amostra. Com 116 respostas, o inquérito alcançou um número bastante relevante para uma dissertação de mestrado e permitiu recolher contributos de profissionais de diferentes redações, funções e especializações. No entanto, não deixa de ser uma amostra limitada em relação com o universo total de jornalistas portugueses e/ou em Portugal. Uma dimensão mais alargada poderia possibilitar comparações mais detalhadas entre subgrupos e aumentado a robustez estatística dos resultados em si.

Ainda dentro da amostra, conta-se com a falta de uma variável sociodemográfica no questionário: a localização geográfica. Após ser partilhado por mais de trinta redações e enviada em privado para mais de oitocentos profissionais de comunicação, o inquérito contou com mais de cem confirmações de todo o país, de Norte a Sul, às ilhas e, até a correspondentes que estavam fora de Portugal. A falta de recolha sobre a localização geográfica de cada participante fez com que não fosse possível mapear diferenças territoriais relevantes e enriquecer a sua caracterização.

Apesar destas limitações não comprometerem a validade do estudo, devem ser reconhecidas de modo a apontar caminhos possível para as investigações futuras que queiram aprofundar ainda mais o conhecimento sobre o jornalismo analítico em contexto português.

## **6.2 Proposta de intervenção**

Os resultados que obtidos neste estudo permitem não só compreender a percepção dos profissionais de comunicação sobre o jornalismo analítico, como a uma abertura de espaço para pensar em novos caminhos de intervenção futura, tanto no meio académico como prático.

Efetivamente, este estudo incidiu exclusivamente sobre a percepção dos profissionais de comunicação. No entanto, seria revelante cruzar estas percepções com a

perspetiva do público, em particular dos jovens, que surgem como um grupo central neste questionário. A comparação entre as expectativas e diagnósticos dos jornalistas e as práticas e necessidades dos leitores seria capaz de clarificar melhor a proximidade entre os produtores e os consumidores de informação. Além disso, estudos comparativos com outros países poderiam ajudar a perceber até que ponto as conclusões retiradas neste estudo correspondem a um fenómeno mais global ou a especificidades do contexto português.

Outro método a ter em conta relativamente às futuras investigações está relacionado com a aplicação de metodologias qualitativas que complementassem a análise estatística. A realização do inquérito através de uma escala Likert permitiu recolher tendências claras, no entanto, não ofereceu a mesma riqueza de detalhe que as entrevistas em profundidade ou grupos focais poderiam trazer. O recurso a metodologias mistas seria benéfico para compreender as nuances, hesitações ou até estratégias pessoais dos jornalistas na sua prática diária. Isto ajudaria a compreender de que forma é que se equilibra a pressão do imediato com a necessidade de produção de conteúdos mais analíticos.

Por último, seria interessante a realização de estudos comparativos entre os diferentes meios de comunicação, distinguindo televisão, rádio, imprensa e plataformas digitais. Uma análise segmentada poderia revelar até que ponto é que as percepções sobre o jornalismo analítico variam consoante o suporte e as rotinas de cada meio, sejam de profissionais ou do público. Seria relevante perceber se os jornalistas da imprensa escrita atribuem maior valor à análise do que os da televisão, ou se os profissionais do online sentem de forma mais aguda os efeitos do imediatismo. Da mesma forma, seria valoroso ter uma percepção dos diferentes públicos e compreender se as suas expectativas quanto à análise variam entre meios.

Já no plano das mudanças setoriais há vários pontos a destacar. Os dados recolhidos evidenciam uma preocupação transversal: a pressão do ciclo noticioso contínuo reduz o espaço para investigação e análise, e a fragmentação das redes sociais ameaça a integralidade da notícia. Assim, um ponto central da intervenção seria a criação, dentro das redações, de mecanismos que reservem tempo e recursos para o jornalismo analítico. Esta prática pode ser alcançada através de vários caminhos como a definição de equipas especializadas em análise, a criação de editoriais próprias ou a implementação de quotas de tempo e de produção especificamente destinadas a conteúdos analíticos. Ainda

que estas medidas impliquem custos e reorganização, são fundamentais para que o analítico não seja remetido para segundo plano face às exigências atuais.

No que toca à clareza editorial, os resultados sugerem que os respondentes identificam como problema a confusão do público entre temas como notícia, análise e opinião. As redações devem investir em maior transparência e distinção entre géneros, quer seja através de uma simples etiquetagem dos conteúdos ou pela explicação ao público sobre as diferenças das funcionalidades de cada um. Esta clareza é crítica para reforçar os níveis de confiança e ajudar o público a compreender melhor que tipo de conteúdo está a ser consumido.

Finalmente, é importante repensar os formatos e linguagem utilizados no meio mediático de modo a captar a atenção das gerações mais novas, o que se traduz maioritariamente para as redes sociais. Não se trata apenas de reduzir a análise a meros excertos superficiais, mas de criar pontos de entrada que sejam compatíveis com os hábitos digitais. Da mesma maneira, é necessário integrar o jornalismo analítico em iniciativas de literacia mediática nas escolas, de modo a criar impacto, ajudando os jovens a distinguir informação, análise e opinião, e a desenvolver competências de pensamento crítico.

Nenhuma das medidas mencionadas, por si só, conseguirá resolver todos os problemas identificados ao longo do estudo. Porém, todas convergem para o mesmo objetivo: garantir que o jornalismo analítico ocupa o lugar que os próprios profissionais reconhecem como essencial para o futuro da profissão e para a vitalidade democrática.

## Conclusão

Este trabalho teve como objetivo compreender o lugar do jornalismo analítico no ecossistema informativo português, distinguindo-o de géneros próximos e discutindo o seu potencial cívico num ambiente marcado por aceleração, fragmentação e competição algorítmica. A revisão teórica permitiu delimitar o conceito: o analítico não é mero comentário – é a explicação com método, que testa hipóteses, explicita limites do conhecimento e oferece enquadramento. Este ponto de partida ganhou espessura com a análise empírica efetuada, na qual se notou um padrão consistente: os profissionais de comunicação valorizam a análise como resposta à superfície e ao ruído e reconhecem os obstáculos materiais e culturais à sua prática quotidiana.

No que toca aos resultados, a resposta é clara. Há convicção de que a análise é necessária para compreender os acontecimentos e (re)envolver públicos, sobretudo os mais jovens; mas há igualmente consciência de que o imediatismo e a pressão das plataformas corroem condições de verificação, tempo e edição – o que empurra a análise para a margem. Vê-se a utilidade pública do analítico, porém o mesmo disputa espaço com formatos opinativos e fragmentados que capturam atenção com menos custo. Em síntese: existe uma crença notável no valor do jornalismo analítico, acompanhada de uma leitura realista das condições que o tornam difícil.

É exatamente por estes motivos que a dissertação propõe caminhos alternativos a seguir. Do lado das políticas públicas e institucionais, é legítimo exigir instrumentos que favoreçam jornalismo de qualidade analítico: formação contínua, incentivos estáveis ao jornalismo de investigação e uma separação visível entre análise e opinião em todos os meios. Importa, também, garantir critérios transparentes para eventuais apoios públicos e proteger a autonomia editorial. Estas diretrizes alinham com as preocupações e recomendações saídas do 5º Congresso dos Jornalistas (referido acima), que sublinhou a urgência de soluções estruturais de financiamento, literacia mediática e reforço de instâncias de autorregulação/participação pública.

Face ao lado governamental, é sensato pedir políticas públicas ativas, tais como a formação contínua dos profissionais de comunicação, incentivos estáveis e competitivos ao jornalismo de investigação, sistemas de rotulagem editorial que reforcem a distinção entre análise e opinião, e mecanismos de apoio ao jornalismo local. A coordenação entre

redações, jornalistas, instituições de ensino e decisores políticos é indispensável para remover barreiras e garantir que o jornalismo analítico cumpre o papel que lhe é atribuído numa sociedade democrática.

O estudo empírico sustenta um argumento prudente: o analítico não é uma panaceia, é infraestrutura cívica. Por si só, não é capaz de eliminar a polarização nem a desinformação. No entanto, sem ele, a probabilidade de as reduzir é ainda menor. O ganho social do analítico reside em expor relações de causalidade e incertezas – exatamente o que está em falta no ambiente de cortes rápidos em que a sociedade se encontra atualmente. É por isso que, mesmo quando o consenso não é absoluto (como se viu em algumas afirmações), vale a pena (e é um dever) insistir: todo o público beneficia de jornalismo que explica, especialmente os jovens, que ganham instrumentos de leitura crítica sobre o mundo.

Deste modo, a contribuição desta dissertação é clara: delimita conceito, mede perceções e aponta um programa de ação. Mostra que há, de facto, uma vontade e racionalidade profissional para reforçar o analítico, identifica as maiores dificuldades e sugere vias exequíveis para tornar a análise do padrão do jornalismo. Ao reservar tempo, clarificar géneros, formar novas competências e experimentar novos formatos que realmente cheguem às pessoas, o analítico deixará de ser um luxo para voltar a ser serviço público. É essa a verdadeira ambição deste estudo: não apenas informar sobre o estado do jornalismo analítico em Portugal, mas ajudar a pensar sobre qual é o próximo passo a ser tomado.

## Referências bibliográficas

- Alves, D. F. R. (2013). *Infotainment nos programas televisivos* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório UBibliorum. <https://ubibliorum.ubi.pt/entities/publication/0bf9aed1-c171-48bb-a016-b38cd1929d0f>
- Berner, A. R. (2020). *An informed Citizenry. The Democracy Project*, Johns Hopkins University. <https://hub.jhu.edu/2020/10/30/democracy-project-ashley-rogers-berner>
- Brites, M. J., Castro, T. S., Müller, M. S., Sousa, C. Leote de Carvalho, M.J., & Maneta, M. (2023). *YouNDigital – Relatório Survey – Task 3*. Universidade Lusófona, CICANT. <https://doi.org/10.54499/PTDC/COM-OUT/0243/2021>
- Bueno, W. (1984). *Jornalismo Científico no Brasil: Os compromissos de uma prática independente* [Dissertação de doutoramento, Universidade de São Paulo]. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27135/tde-03052024-112905/pt-br.php>
- Camponez, C., & Oliveira, M. (2021). Representações do jornalismo e dos jornalistas. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 13. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_13\\_0](https://doi.org/10.14195/2183-6019_13_0)
- Cardoso, G., Couraceiro, P. (Coords.); Ferro-Santos, S.; Vasconcelos, A.; Paisana, M.; Palma, N.; & Pinto-Martinho, A. (2024). *Comentário político nos media 2023: Análise ao comentário político em televisão, rádio e meios online em Portugal*. Lisboa: MediaLab Iscte. [https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario\\_2023\\_Final\\_Pub\\_7Mar2024.pdf](https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario_2023_Final_Pub_7Mar2024.pdf)
- Casa da Imprensa. (2024). Resolução final do 5º Congresso dos Jornalistas. <https://www.casadaimprensa.pt/NoticiaDetalhe/Resolucao-final-do-5o-Congresso-dos-Jornalistas/188>
- Chang M. L. Y., & Lee, I. O. (2024). Functional connectivity changes in the brain of adolescents with internet addiction: A systematic literature review of imaging studies. *PLOS Ment Health* 1 (1): e0000022. <https://doi.org/10.1371/journal.pmen.0000022>
- Cision Portugal. (2019). *Estudo analisa ação de jornalistas portugueses e apresenta ranking com os 45 mais influentes*. Cision Portugal. <https://news.cision.com/pt/cision-portugal/r/estudo-analisa-acao-de-jornalistas-portugueses-e-apresenta-ranking-com-os-45-mais-influentes.c637098603820000000>
- Clube Português de Imprensa. (2022). *The Guardian acentua diferenças entre notícias e opinião*. <https://clubedeimprensa.pt/aconteceu/conosco/the-guardian-acentua-diferencas-entre-noticias-e-opiniao/>
- CMPF. (2024). *Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia, and Turkey in the year 2023. Country report: Portugal*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom.

[https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/99090007/Portugal\\_EN\\_mpm\\_2024\\_cmpf.pdf](https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/99090007/Portugal_EN_mpm_2024_cmpf.pdf)

Costa e Silva, E. (2024). A Propriedade dos Média em Portugal. In M. Lameiras & H. Sousa (Eds.), *Políticas da comunicação: Hibridismos e opacidades* (pp. 73-93). UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.103.5>

Costa e Silva, E. (2024). *Financiamento público dos média: o que pensam os jornalistas portugueses?*. Universidade do Minho. [https://polobs.pt/wp-content/uploads/2024/09/Relato%CC%81rio\\_Financiamento-publico-dos-media\\_final.pdf](https://polobs.pt/wp-content/uploads/2024/09/Relato%CC%81rio_Financiamento-publico-dos-media_final.pdf)

Costa, P., et. al. (2020). *A Participação Política da Juventude em Portugal*. Fundação Calouste Gulbenkian. [https://cdn.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2022/03/Relato%CC%81rio-02-final\\_red.pdf](https://cdn.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2022/03/Relato%CC%81rio-02-final_red.pdf)

Couraceiro, P., & Paisana, M. (2024). Da Personificação Algorítmica à Mediação Jornalística: Mudanças nas Preferências dos Jovens Portugueses no Consumo de Notícias Online. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4504. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_45\\_4](https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_4)

Crato, N. (1982). *Comunicação Social: A Imprensa*. Lisboa: Editorial Imprensa.

Craveiro, S. (2024). O Jornalismo Precisa de Financiamento Público. In P. Coelho, F. Teles, P. Barriga & I. Oliveira (Eds.), *5º Congresso dos Jornalistas* (pp. 145-147), LABCOM Laboratório de Comunicação. <https://labcom.ubi.pt/5-o-congresso-dos-jornalistas/>

Digital News Report 2024. (2024). Reuters Institute for the Study of Journalism. Pinto-Martinho, A., Paisana, M. & Cardoso G. ISCTE-IUL. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

Digital News Report Portugal 2024. (2024). OberCom: Investigação e saber em Comunicação. <https://www.obercom.pt/digital-news-report-portugal-2024/>

Direção-Geral da Educação. (2017). *Educação para a cidadania – Linhas orientadoras*. Lisboa: Ministério da Educação. <https://www.dge.mec.pt/educacao-para-cidadania-linhas-orientadoras-0>

Divergente. (2015). *Juventude em Jogo*. <https://futebol.divergente.pt/>

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). (2023). *Relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática em Portugal: setembro de 2020 – outubro de 2022*. <https://www.erc.pt/pt/estudos/literacia-para-os-media>

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). (2025). *ERC analisa rigor e isenção nos noticiários de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2023*. <https://www.erc.pt/pt/a-erc/noticias/erc-analisa-rigor-e-isencao-nos-noticiarios-de-horario-nobre-da-rtp1-rtp2-sic-tvi-e-cmtv-em-2023/>

Esteves, J. P., Matos, J. N., Baptista, C., & Subtil, F. (2018). [Review of *A Crise do Jornalismo em Portugal*]. *Análise Social*, 53(226), 209–213. <http://www.jstor.org/stable/26374304>

European Policies Initiative (EuPI) & Open Society Institute – Foundation Sofia (OSI-Sofia). (2022). *Media Literacy Index 2022*. <https://eco.sapo.pt/2022/10/13/portugal-ocupa-o-14-o-lugar-no-indice-de-literacia-mediatica-2022/>

- Eurostat. (2023). *93% dos jovens na EU utiliza a internet diariamente*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230714-1>
- Eurostat. (2024). *Estatísticas sobre os jovens que não trabalham, não estudam nem seguem uma formação*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_young\\_people\\_neither\\_in\\_employment\\_nor\\_in\\_education\\_or\\_training&action=stateexp-seat&lang=pt](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training&action=stateexp-seat&lang=pt)
- Expresso. (2024, 12 setembro). *Rodrigo Guedes de Carvalho* [Perfil do autor]. <https://expresso.pt/autores/2024-09-12-rodriogo-guedes-de-carvalho-2eeff3>
- Expresso. (2024). *Jornalista do Expresso agredido num evento universitário com o líder do Chega*. *Expresso*. <https://expresso.pt/politica/2024-01-16-Jornalista-do-Expresso-agredido-num-evento-universitario-com-o-lider-do-Chega-4a681746>
- Expresso. (s.d.). Podcasts. <https://expresso.pt/podcasts>
- Fumaça. (2018). *Palestina, Histórias de um país ocupado*. [Podcast series]. <https://fumaca.pt/category/series/palestina-historias-de-um-pais-ocupado/>
- Fumaça. (s.d.). Fumaça: Podcast de jornalismo de investigação. <https://fumaca.pt>
- Gagrčin, E. & Porten-Cheé, P. (2023). Between individual and collective social effort: vocabularies of informed citizenship in different information environments. *International Journal of Communication*, 17. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20648>
- Gaudêncio, C. V. A. (2009). *Jornalismo, Opinião e Argumentação: O lugar do jornalismo de opinião na esfera pública portuguesa*. [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior].
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Editora da UFRGS.
- Gradim, Anabela. (2000). *Manual de Jornalismo*. Universidade da Beira Interior
- Halbwachs, M. (1992). On Collective memory. (L. A. Coser, Ed. & Trans.), University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/O/bo3619875.html>
- Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). Harper & Brothers.
- Lima, A. (2025). Explicador. O que fazer em caso de apagão? *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/sociedade/explicador-o-que-fazer-em-caso-de-apag%C3%A3o>
- Lopes, Maria J. (2021). Metade dos alunos portugueses não distingue factos de opiniões. *Público*. <https://www.publico.pt/2021/05/04/sociedade/noticia/metade-alunos-portugueses-nao-distingue-factos-opinioes-1961134>
- Lopes, P. (2015). Literacia mediática: Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa. *Observatório Journal*, 9.
- Luz, M. (2024). Estudantes não sabem diferenciar fato de opinião em publicações. *Correio*. <https://www.correio24horas.com.br/educacao/estudantes-nao-sabem-diferenciar-fato-de-opiniao-em-publicacoes-0924>
- Martins, P. J. S. (2019). *O rigor como eixo central da atividade jornalística*. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, (9), 41-55. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_9\\_3](https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_3)

Marques, P. (2024). *Ideais de beleza e dinâmicas de género no jornalismo televisivo: o caso das pivôs da SIC*. [Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa].

MediaLab Iscte. (2024). *Comentário político nos media 2023*. Instituto Universitário de Lisboa. [https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario\\_2023\\_Final\\_Pub\\_7Mar2024.pdf](https://medialab.iscte-iul.pt/wp-content/uploads/Comentario_2023_Final_Pub_7Mar2024.pdf)

Monteiro, A. P., Sousa, M., & Correia, E. (2023). Adição à Internet e relação com ansiedade, depressão, stress e tempo online em estudantes universitários. *Revista CES Psicologia*, 16(1), 45-61. <https://doi.org/10.21615/cesp.6255>

Moreira, C. (2024). Partilharam conteúdo falso sem o terem lido antes: como os jovens se comportam online. *Público*. <https://www.publico.pt/2024/03/11/sociedade/noticia/partilharam-conteudo-falso-terem-lido-jovens-comportam-online-2082362>

Mouriquand, J. (2002). *O jornalismo de investigação*. Editorial Inquérito.

Nicolau, J., Mellinas, J. P., & Martín-Fuentes, E. (2020). The halo effect: A longitudinal approach. *Annals of Tourism Research*, 83, 102938. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102938>

Nobre-Correia, J.-M. (2018). *Estas estranhas anomalias*. Público. <https://www.publico.pt/2018/11/17/sociedade/opiniao/estranhas-anomalias-1850020>

NOVA FCSH - Departamento de Ciências da Comunicação. (2025). *Estrutura do plano de estudos: Licenciatura em Ciências da Comunicação (2025-2026)* [Documento PDF]. [https://www.fcsch.unl.pt/static/documentos/Plano\\_Estudios/Licenciaturas/Estrutura\\_s/Estrutura\\_CC\\_25\\_26.pdf](https://www.fcsch.unl.pt/static/documentos/Plano_Estudios/Licenciaturas/Estrutura_s/Estrutura_CC_25_26.pdf)

OberCom. (2020). *Literacia dos média: Projetos e organizações em Portugal e no estrangeiro*. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/Literacias\\_2020\\_Final.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/Literacias_2020_Final.pdf)

OberCom. (2023). Digital News Report 2023.

OberCom. (2023). *Retrato digital de Portugal. Caracterização e tendências de utilização das redes sociais – 2015 a 2023*. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato\\_redes\\_sociais\\_2023\\_FINAL6Set.pdf?utm\\_source](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/09/Retrato_redes_sociais_2023_FINAL6Set.pdf?utm_source)

Oliveira Martins et al., (2024). André Ventura acusa jornalistas de serem “o inimigo do povo”. *SIC Notícias*. <https://sicnoticias.pt/especiais/europeias-2024/2024-06-07-andre-ventura-acusa-jornalistas-de-serem-o-inimigo-do-povo-b9986464>

Olsen, R. K., Kalsnes, B. & Barland, J. (2021). Do small streams make a big river? Detailing the diversification of revenue streams in newspapers’ transition to digital journalism businesses. *Digital Journalism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1943484>

Open Society Institute Sofia. (2023). Finlândia lidera o Índice de Literacia Mediática de 2023, países próximos à guerra na Ucrânia continuam entre os mais vulneráveis à desinformação. <https://osis.bg/?p=4450&lang=en>

Opto. (n.d.). Opto Sic. <https://opto.sic.pt>

Ordem dos Psicólogos Portugueses. (2025, março). *Desinformação: Prevenção e intervenção*. Lisboa: OPP.

Paisana et al. (2024). Uma taxonomia para a Literacia para os Média em Portugal – Caracterização de atores, iniciativas e linhas de intervenção. *Observatorio (OBS) Journal\**, (2024, Special Issue), 58-82.

Público. (2006, 29 de abril). *Não gosto de teatro* [Entrevista a Gonçalo M. Tavares]. *Público*. <https://www.publico.pt/2006/04/29/jornal/nao-gosto-de-teatro-76003>

Público. (s.d.). O Fim de Linha. [série do Laboratório de Jornalismo do PÚBLICO]. <https://www.publico.pt/fim-linha>

Público. (s.d.). Podcasts: O público fica no ouvido. <https://www.publico.pt/podcasts>

Público. (s.d.). P Superior. <https://www.publico.pt/psuperior/assinatura-psuperior>

Repórteres Sem Fronteiras (RSF). (2025). *Portugal*. <https://rsf.org/pt-br/pais/portugal>

RTP Ensina. (s.d.). Cidadania. Educação para os Média. <https://ensina.rtp.pt/tema/educacao-para-os-media/>.

RTP Play. (2024). *Linha da Frente. A grande reportagem que retrata todas as realidades*. <https://www.rtp.pt/play/p12768/linha-da-frente>

RTP Play. (2025a). *Visão Global*. <https://www.rtp.pt/play/p282/visao-global>

RTP Play. (2025b). *Visão Global. EUA entram na guerra entre Israel e o Irão*. <https://www.rtp.pt/play/p282/e859028/visao-global>

RTP Play. (s.d.). <https://www.rtp.pt/play/>

Santos, A. L. M. (2019). *Uma nova ética para um novo jornalismo? Revisitando o imperativo da responsabilidade*. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, (9), 27-40. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_9\\_2](https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_2)

Sapo. (2015). As redes sociais deram voz aos imbecis, afirma Umberto Eco. *Pplware*. <https://pplware.sapo.pt/informacao/as-redes-sociais-deram-voz-aos-imbecis-afirma-umberto-eco/>

Setenta e Quatro. (2024). [Publicação do Instagram]. [https://www.instagram.com/p/C5DqEnNu4eM/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C5DqEnNu4eM/?img_index=1)

SIC. (2023, 21 novembro). *Rodrigo Guedes de Carvalho é jornalista desde os 22 anos: “Nunca pensei fazer isto da vida”*. <https://sic.pt/programas/julia/2023-11-21-rodrigo-guedes-de-carvalho-e-jornalista-desde-os-22-anos-nunca-pensei-fazer-disto-vida>

Snyder, T. (2017). *On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century*. Tim Duggan Books.

Sousa, J. P. (2008). Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril em 1974. In J. P. Sousa (Org.), *Jornalismo: História, teoria e metodologia. Perspectivas luso-brasileiras* (pp. 93-118). Edições Universidade Fernando Pessoa.

UNESCO. (2020). *UNESCO with, by and for youth*. <https://www.unesco.org/en/youth>.

Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras. (2025). *Licenciatura em Jornalismo e Comunicação* (Percurso: Jornalismo e Comunicação), 2025-2026. [https://apps.uc.pt/courses/PT/programme/5341/2025-2026?id\\_branch=23044](https://apps.uc.pt/courses/PT/programme/5341/2025-2026?id_branch=23044)

Universidade Fernando Pessoa. (s.d.). *Ciências da Comunicação*. <https://www.ufp.pt/inicio/estudar-e-investigar/licenciaturas/ciencias-da-comunicacao/>

Youth, News Digital Citizenship. (2023.) Jovens consideram que as notícias são tristes, assustadoras e aborrecidas. <https://youndigital.com/index.php/2023/11/23/jovensconsideramqueasnoticias>

## Apêndices

### Apêndice A – Respostas ao Questionário

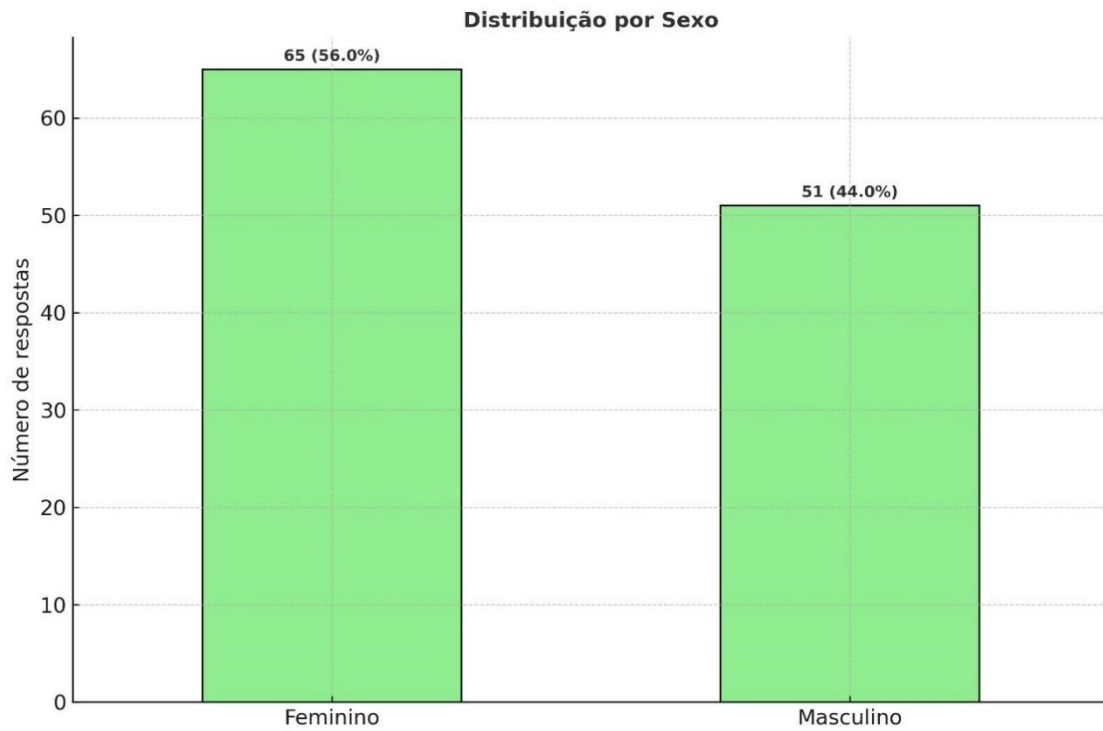


Tabela 1- Sexo dos inquiridos

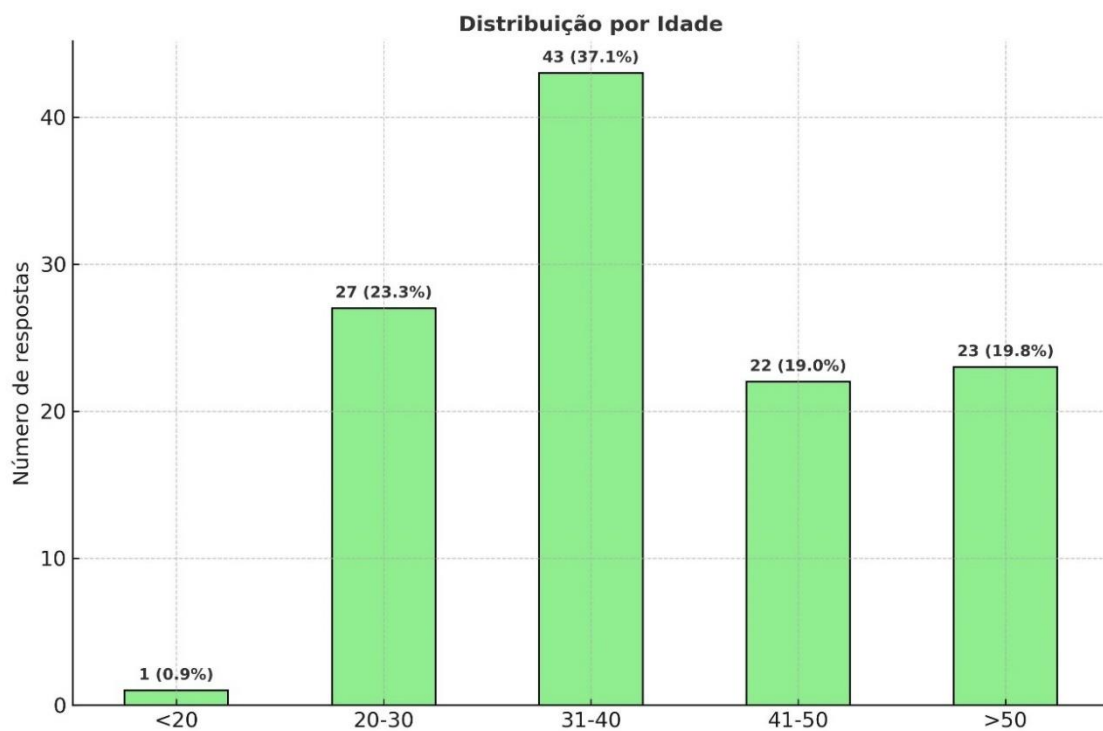


Tabela 2- Idade dos inquiridos

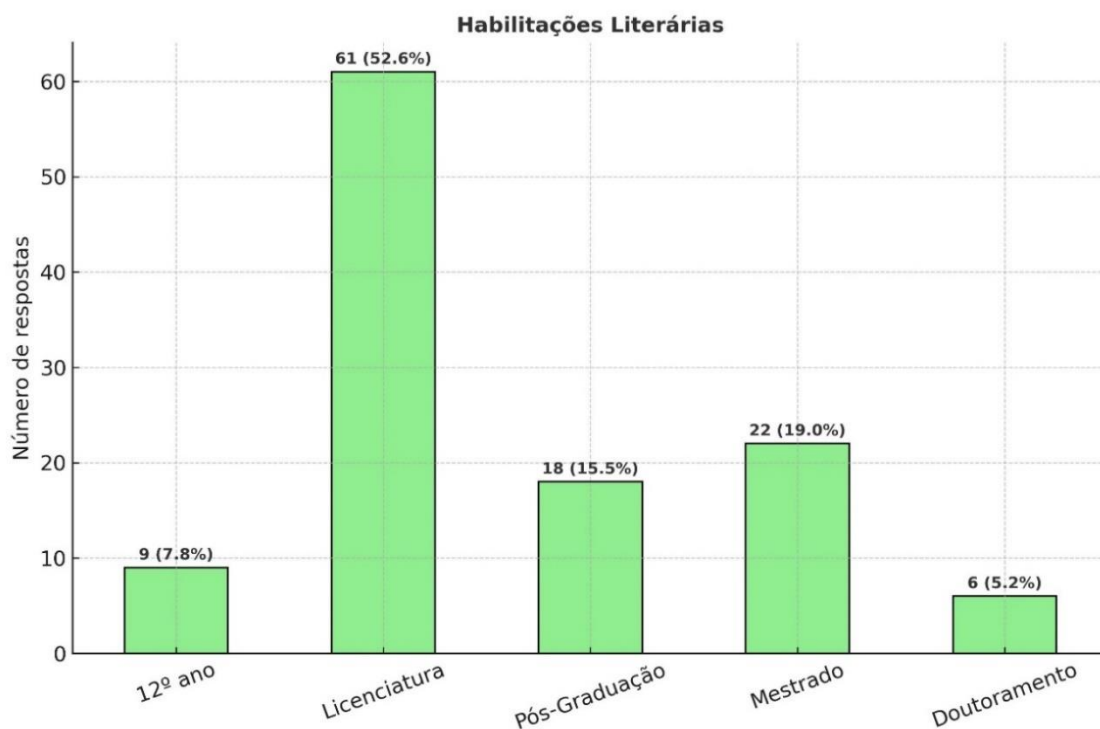


Tabela 3- Habilitações Literárias dos inquiridos

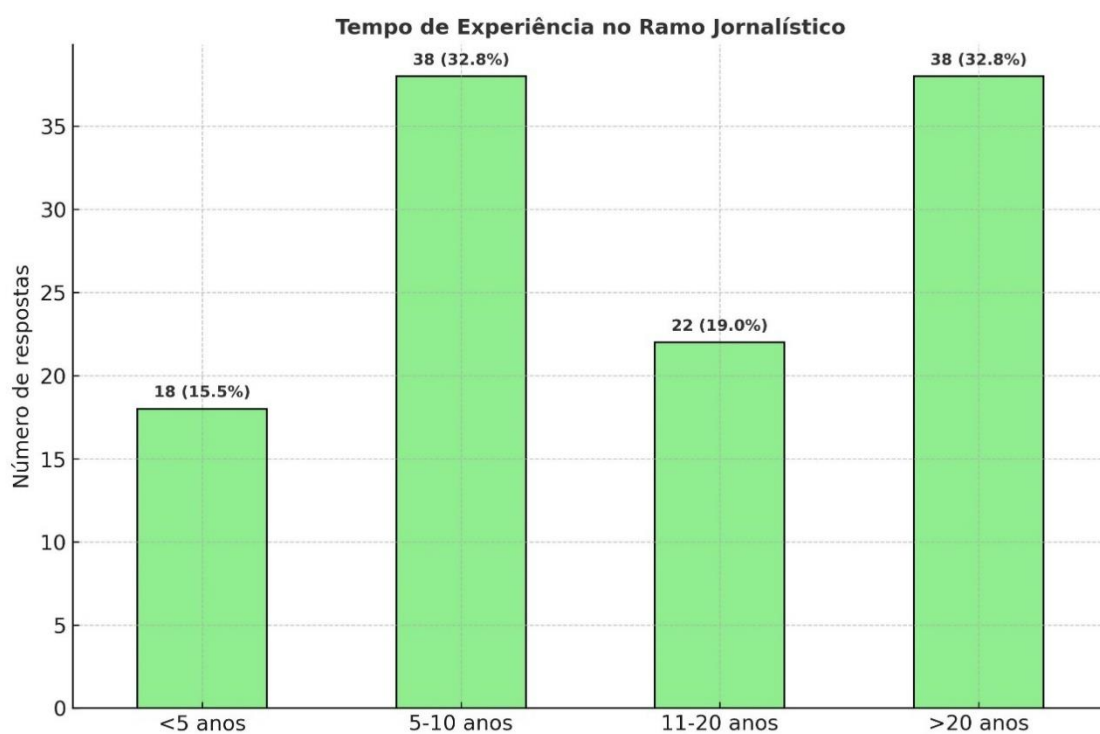


Tabela 4- Tempo de Experiência no Ramo Jornalístico dos inquiridos

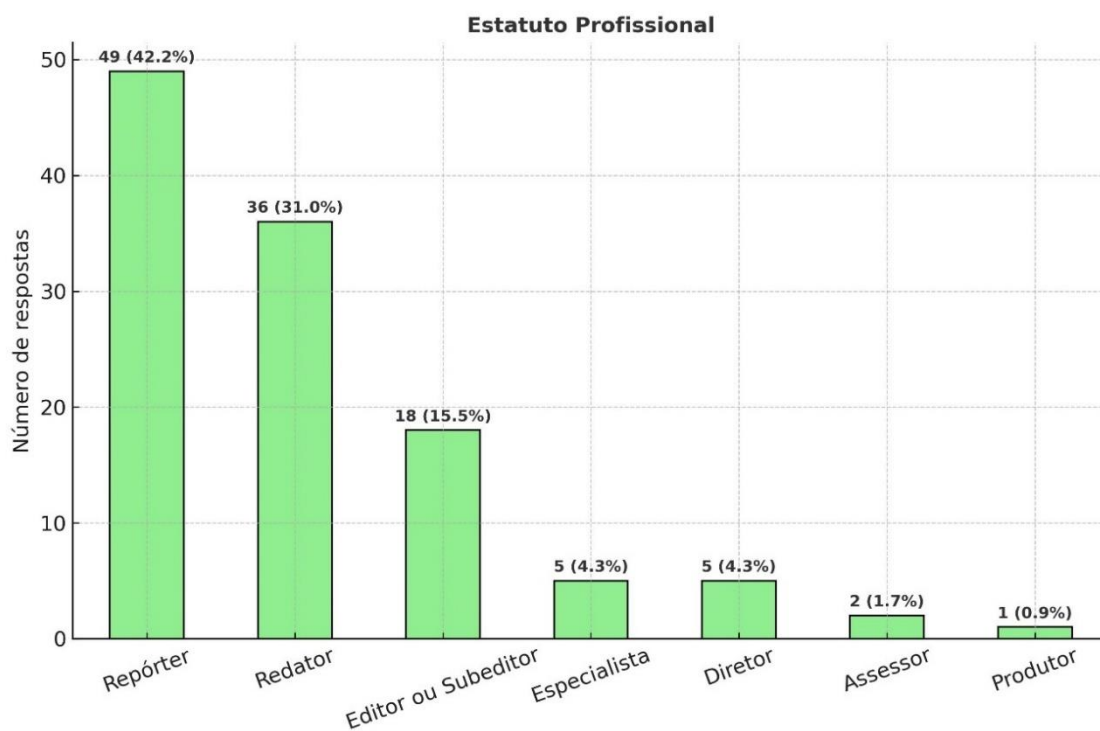


Tabela 5- Estatuto Profissional dos inquiridos

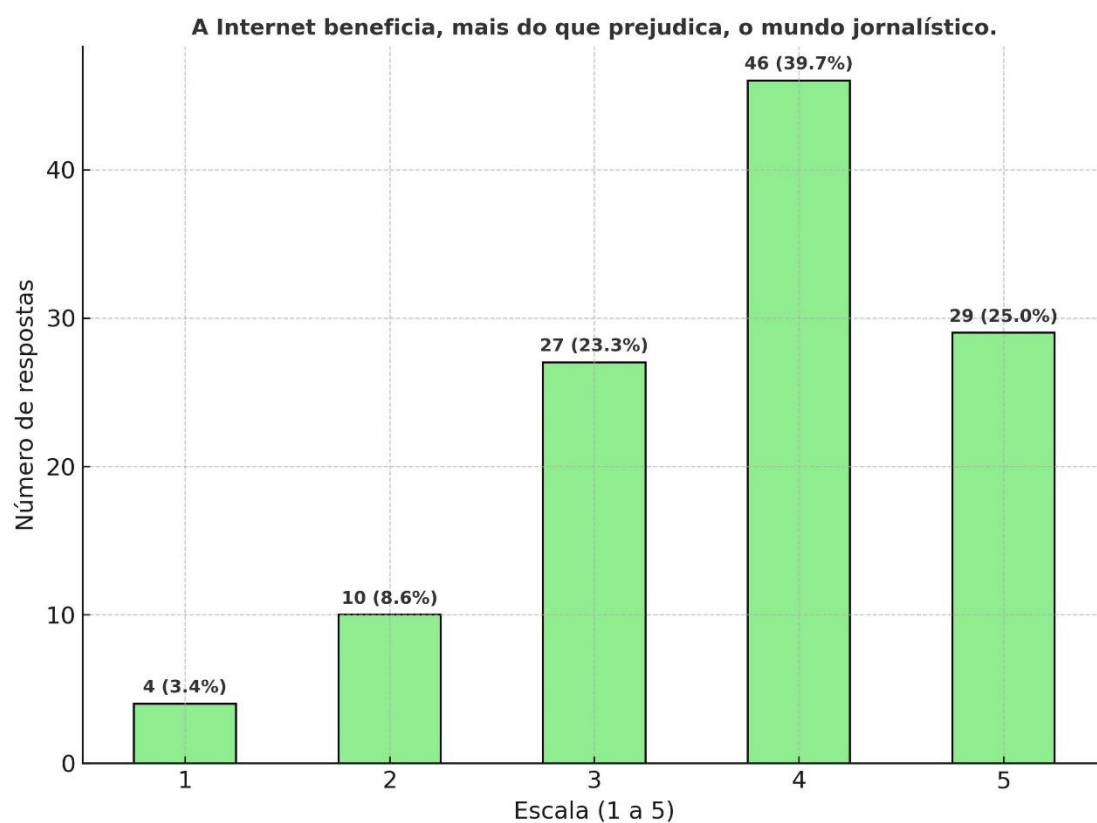


Tabela 6- Afirmação nº1

**Os meios que as gerações mais jovens utilizam para se informar são, maioritariamente, as redes sociais.**

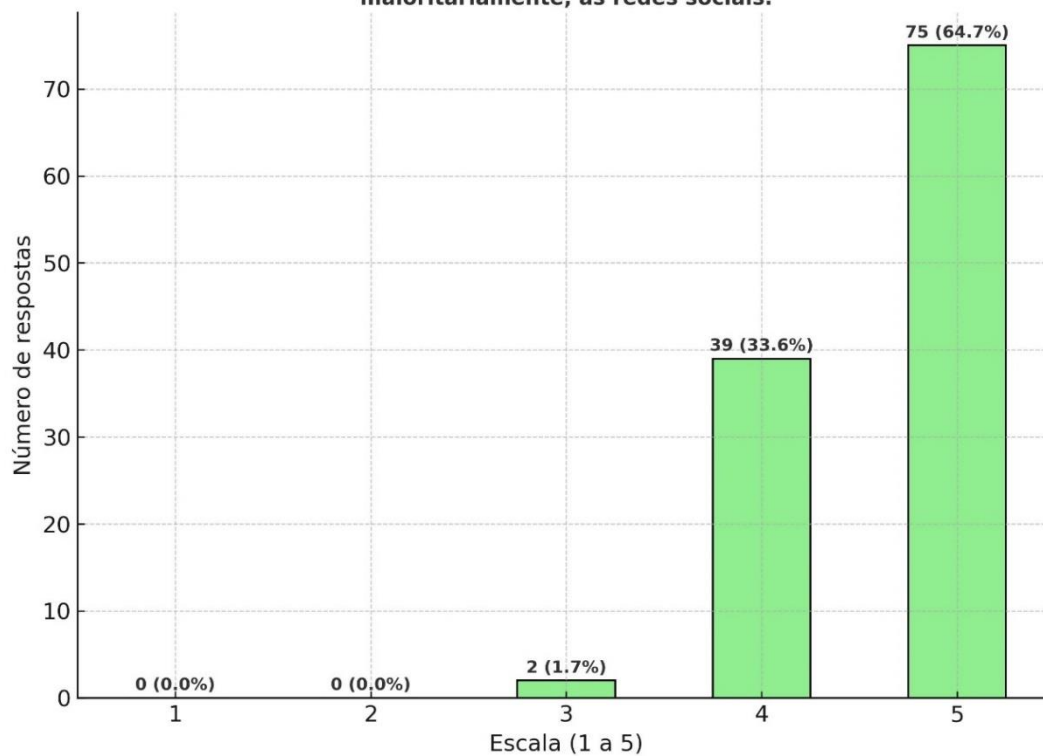


Tabela 7- Afirmação n°2

**O facto de o jornalismo entrar nas redes sociais faz com que ganhe mais atenção das gerações mais novas.**

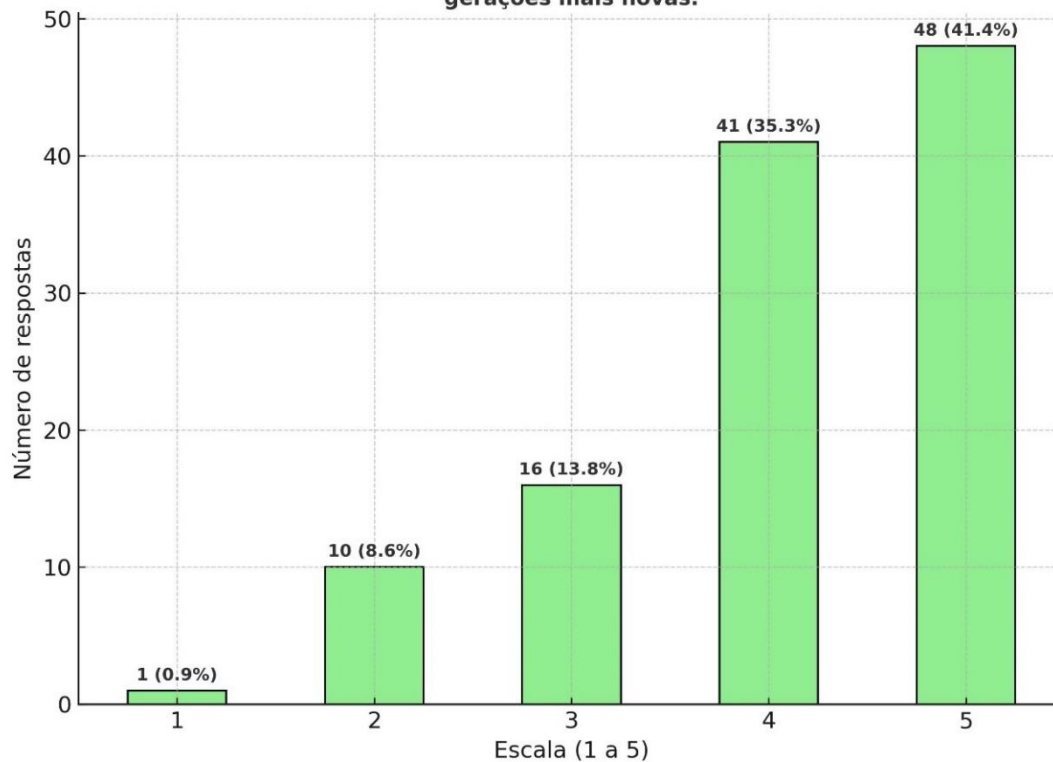


Tabela 8- Afirmação n°3

**O imediatismo e a pressão dos média nas redes sociais contribuem para a exatidão dos factos.**

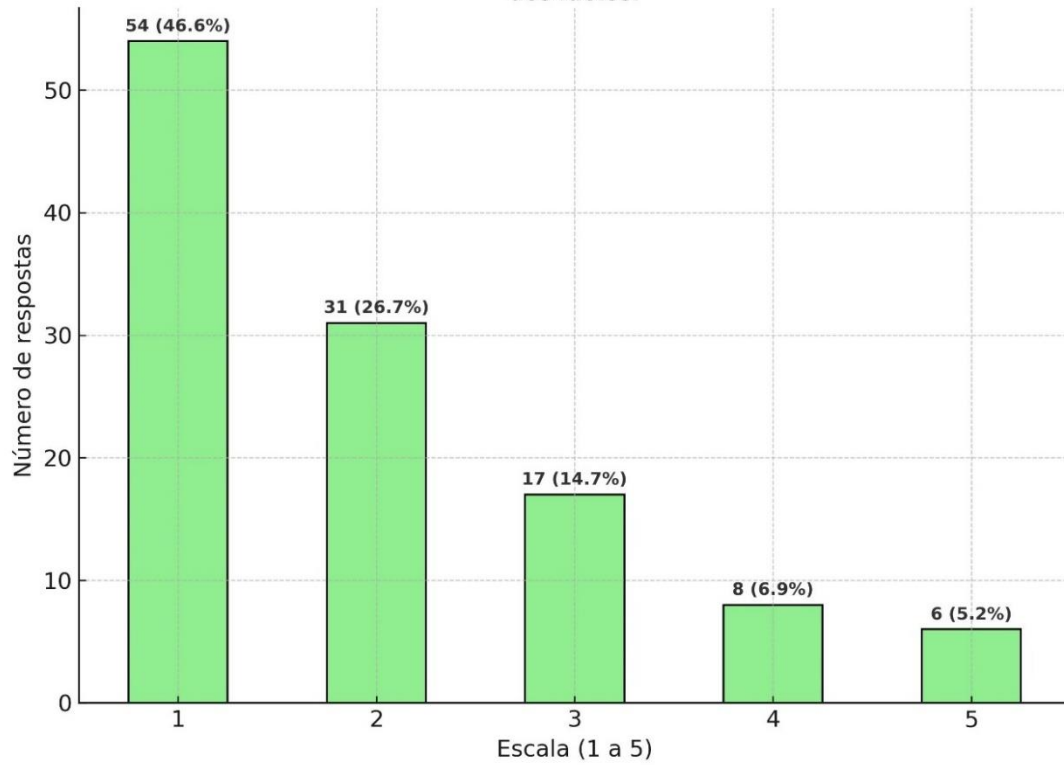


Tabela 9- Afirmação nº4

**Os jornalistas são, cada vez mais, reféns do imediatismo do ciclo noticioso acentuado pela Internet, daí decorrendo um menor tempo dedicado ao jornalismo de investigação.**

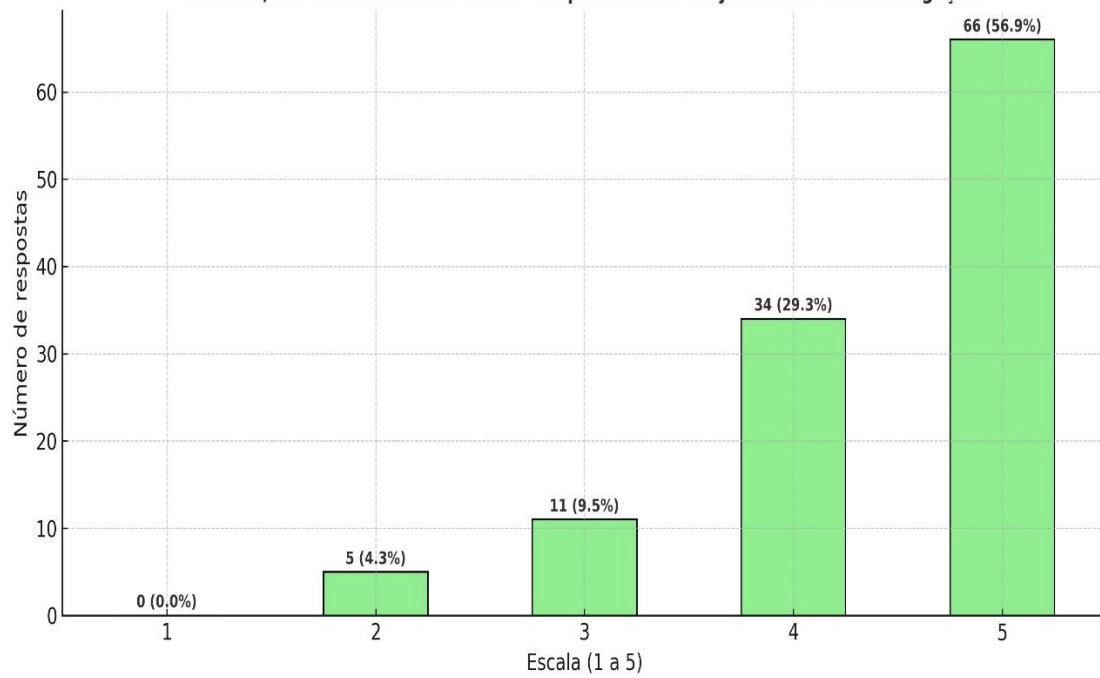


Tabela 10- Afirmação nº5

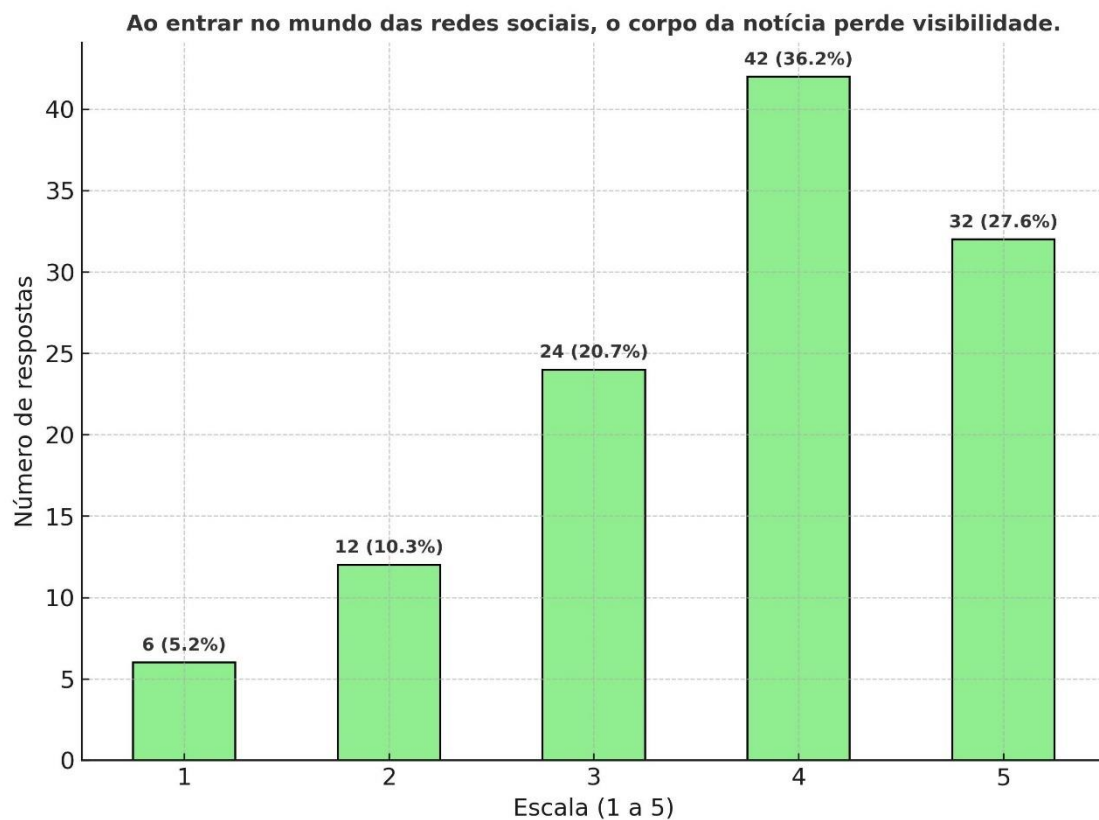


Tabela 11- Afirmação nº 6

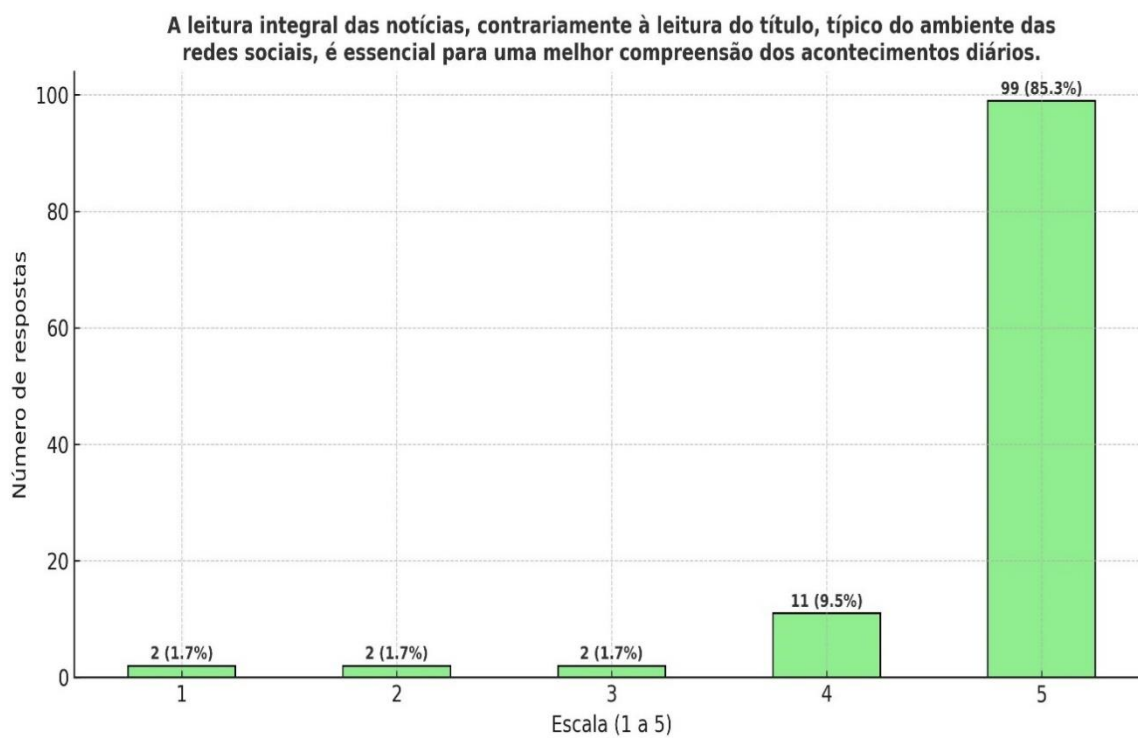


Tabela 12- Afirmação nº7

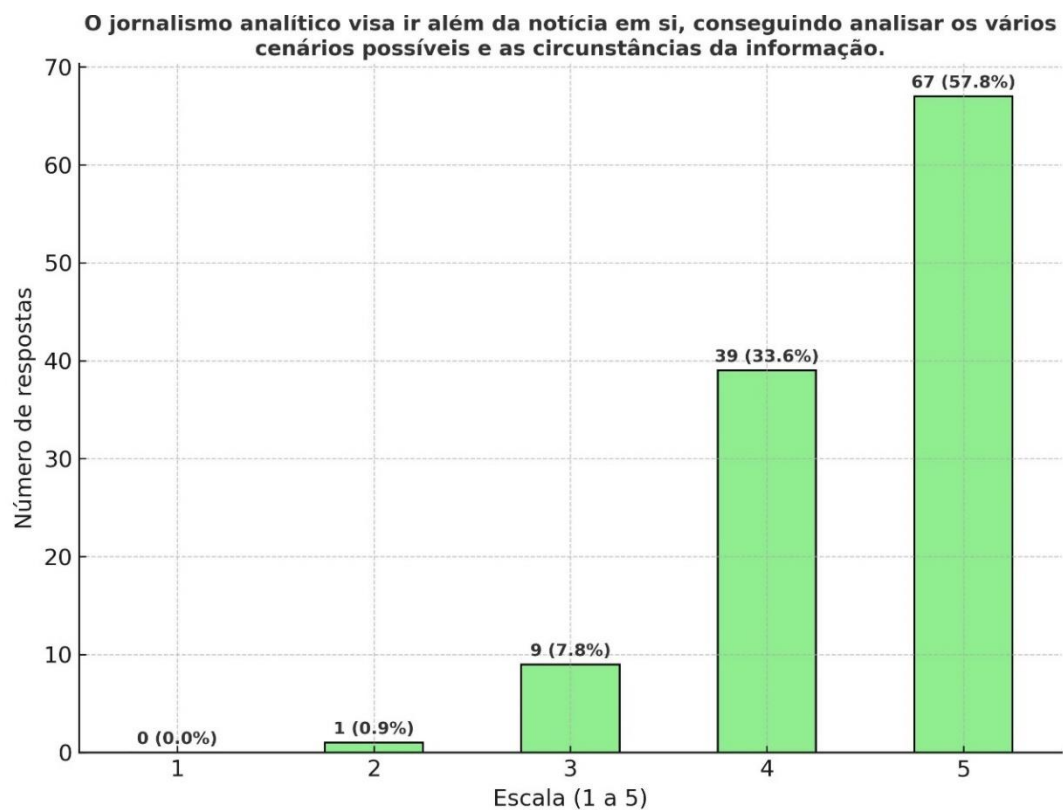


Tabela 13- Afirmação nº8

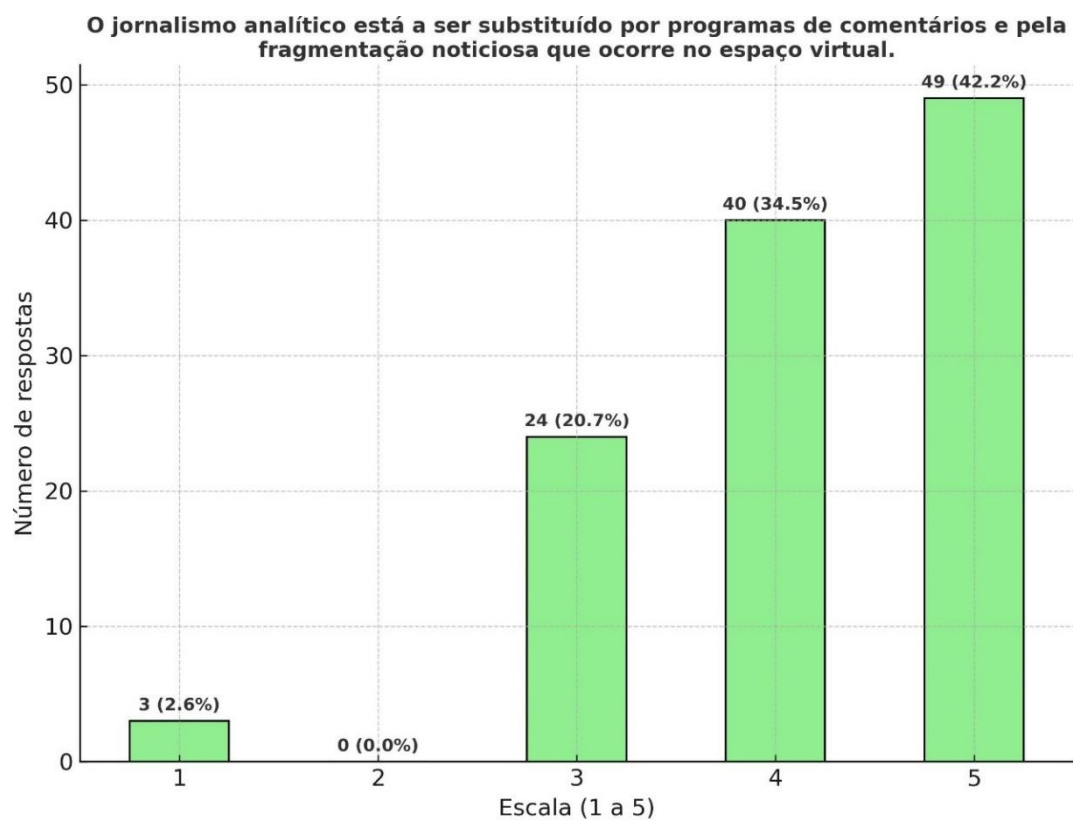


Tabela 14-Afirmação nº9

**O jornalismo analítico é, cada vez mais, essencial, sobretudo para as camadas mais jovens.**

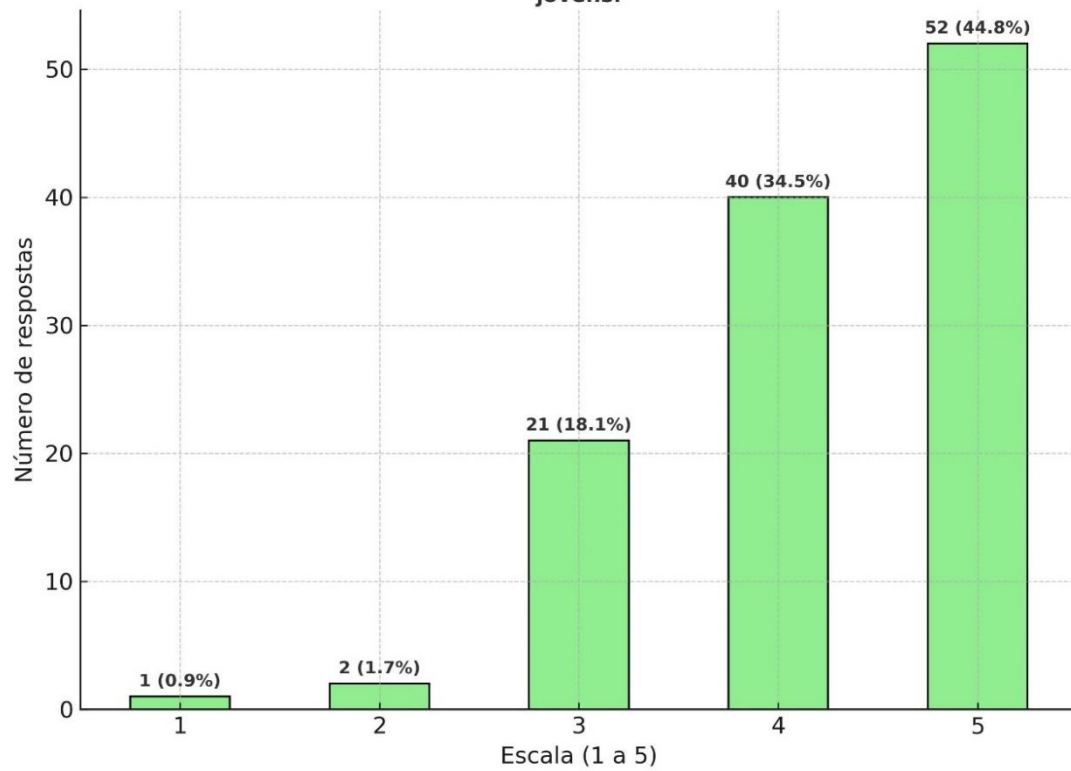


Tabela 15- Afirmação n°10

**A prática mais persistente de um jornalismo analítico pode criar um reencontro entre os jovens e a informação ao invés do comentarismo, da fragmentação e da desinformação típica dos dias de hoje.**

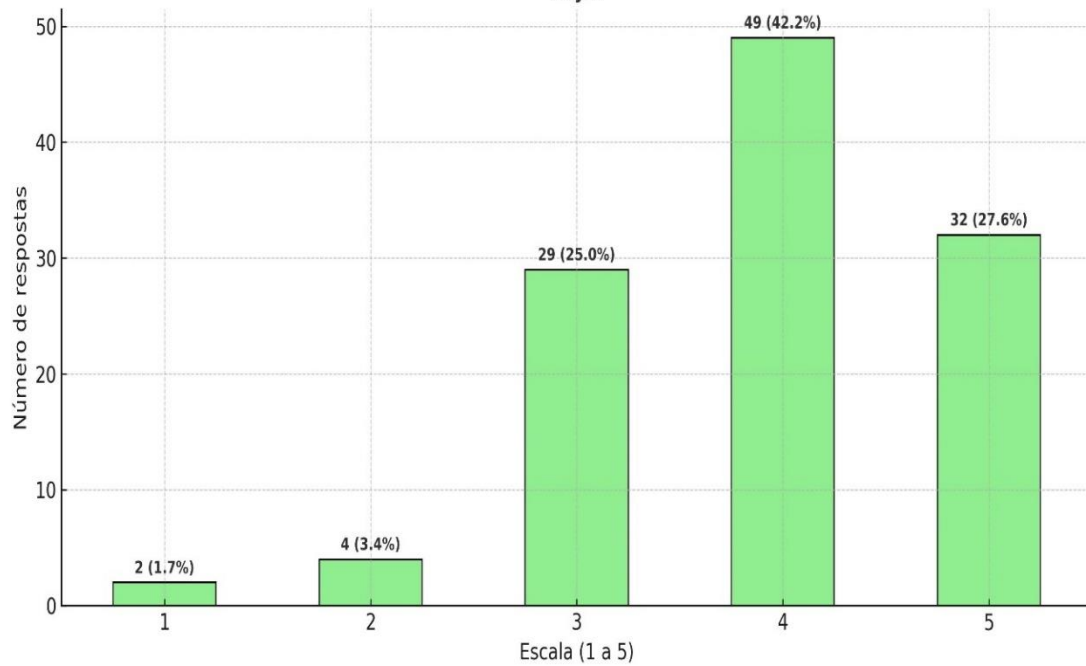


Tabela 16- Afirmação n°11

**É necessária uma adaptação do jornalismo analítico às gerações mais novas, de forma a despertar o seu interesse.**

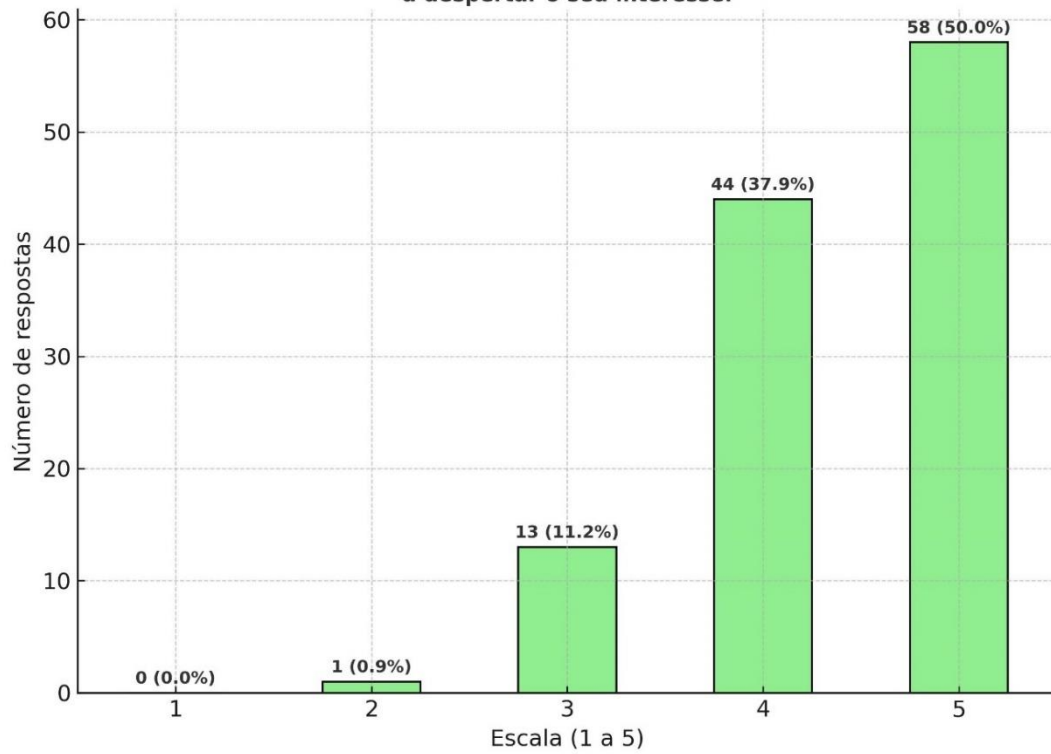


Tabela 17- Afirmação nº12

**Recolocar a notícia - o jornalismo analítico - no centro da informação poderá contribuir para mitigar alguns dos problemas com que nos debatemos hoje, nomeadamente o excesso de comentário na prática jornalística, assim como no mundo virtual, e o flagelo da desinformação.**

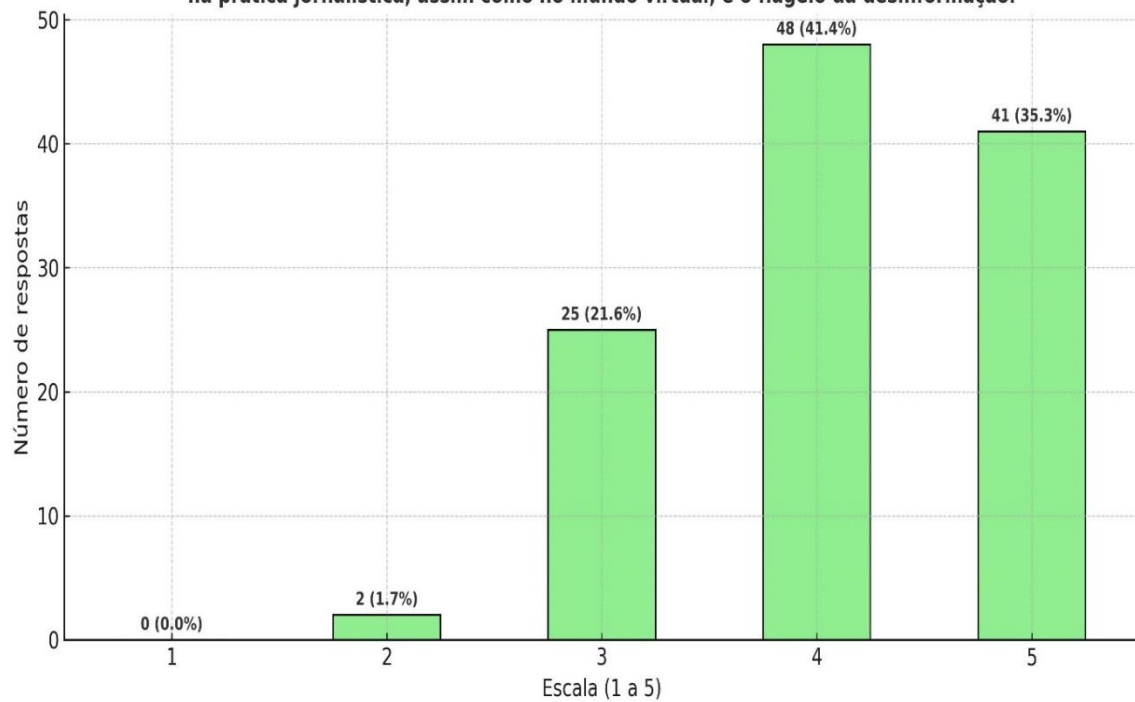


Tabela 18- Afirmação nº13

**O regresso do jornalismo analítico levar-nos-ia a uma cidadania mais crítica, mais informada e menos polarizada.**

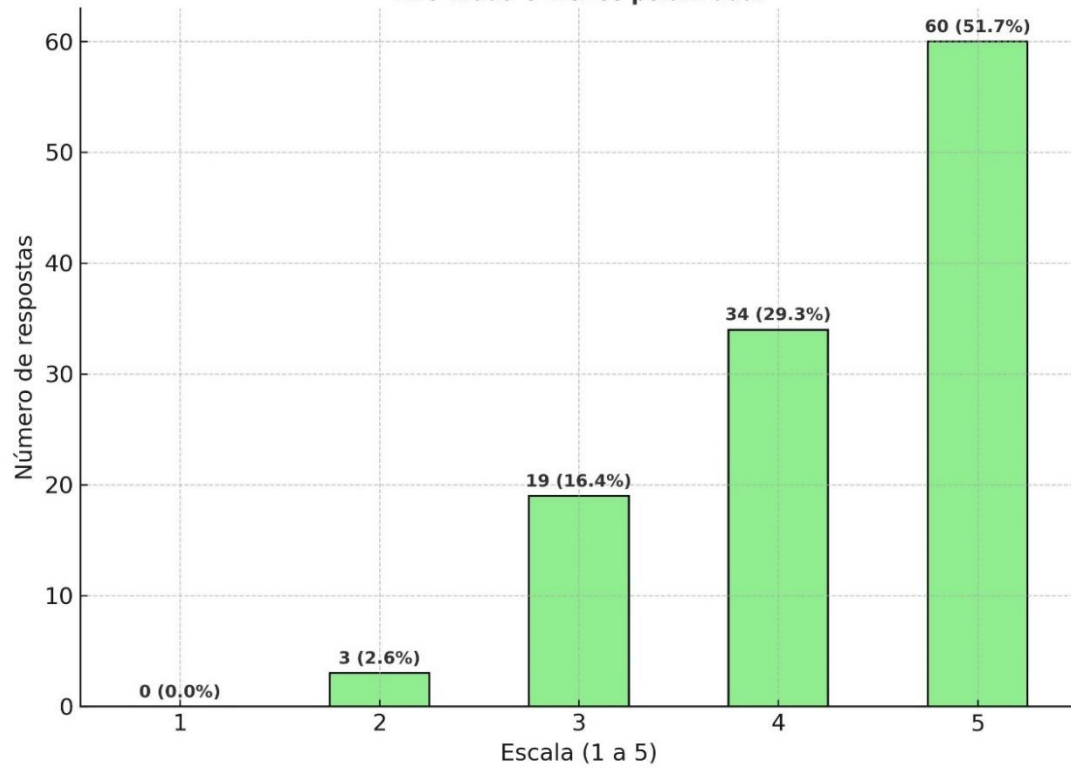


Tabela 19- Afirmação nº14