

Relatório de janeiro de 2022

Por Décio Telo, Ana Pinto-Martinho e Gleice Luz, com supervisão de Gustavo Cardoso.

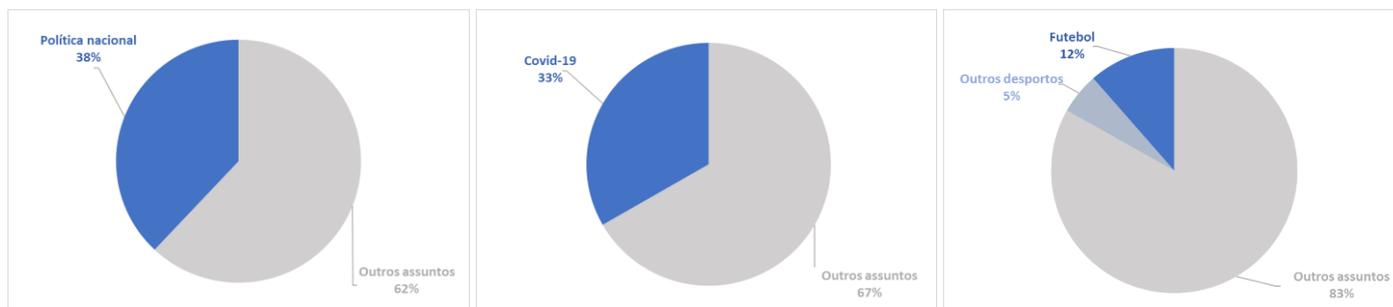
Síntese

A crise na Ucrânia recolheu atenção significativa da comunicação social portuguesa no primeiro mês do ano. A nível nacional, as eleições legislativas foram mais noticiadas do que a pandemia, apesar de, em termos relativos, a cobertura da Covid-19 ter diminuído apenas dois pontos percentuais em comparação com o mês anterior.



Da esquerda para a direita: Exercício militar na Ucrânia com civis, Kiev, 30/01/2022 (EPA/SERGEY DOLZHENKO/LUSA); Anúncio de medidas de controlo da pandemia pelo Primeiro-Ministro, 06/01/2022 (TIAGO PETINGA/LUSA); Secção de voto com medidas de proteção contra a Covid-19, Funchal, 30/01/2022 (JOÃO HOMEM GOUVEIA/LUSA).

As ‘histórias’ que marcaram as notícias online



Esquerda: Artigos relacionados com política nacional. Centro: Artigos relacionados com pandemia. Direita: Artigos relacionados com desporto. Percentagens referentes ao total de artigos considerados neste barómetro (N=9.451 documentos). Fonte: MediaLab/Priberam, dados recolhidos a 11/2/2022.

Legislativas com muitas ‘histórias’ para contar

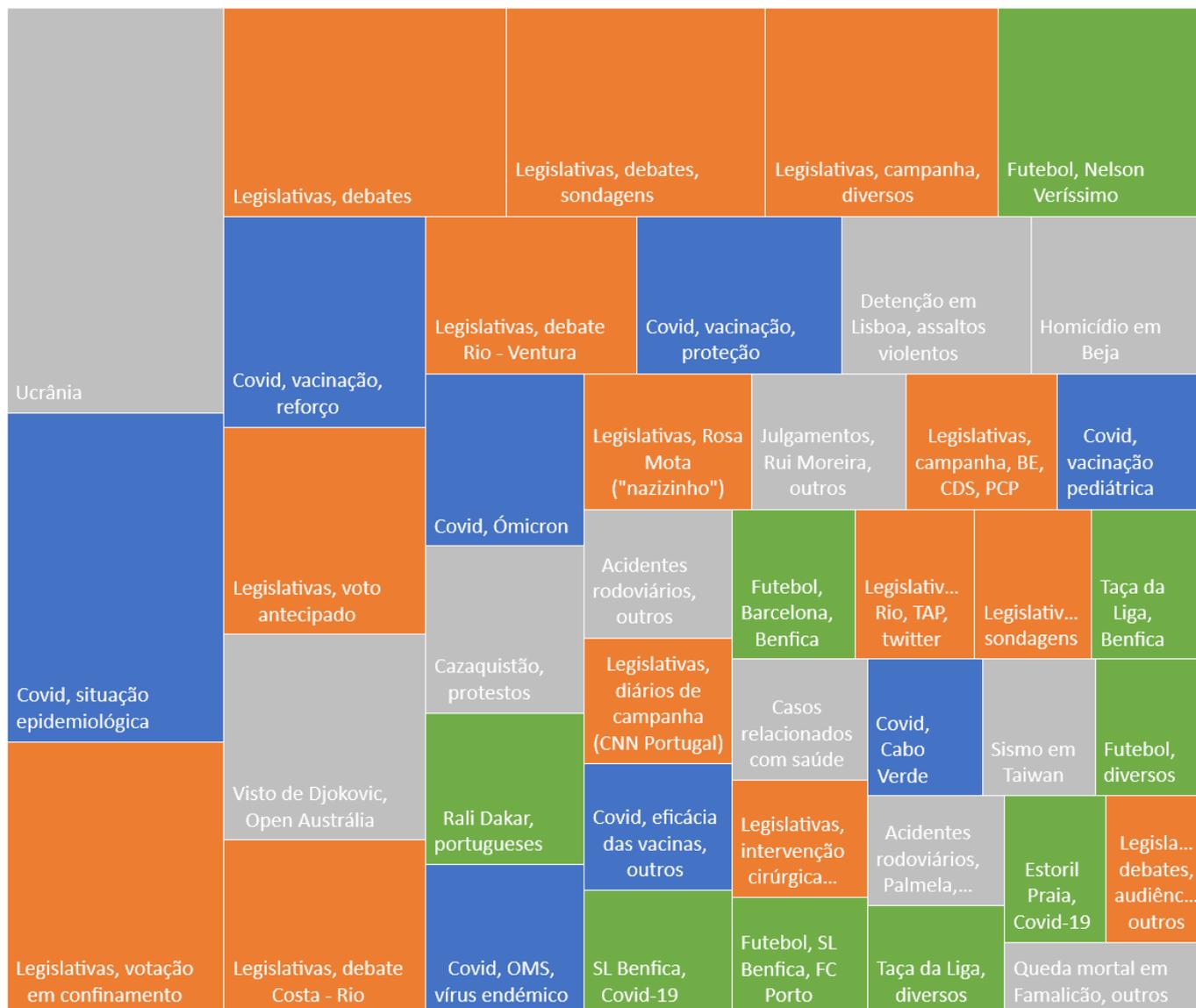
As eleições legislativas de 30 de janeiro marcaram todo o mês noticioso, devido aos debates que antecederam a campanha eleitoral e à presença da pandemia, de forma mais ou menos explícita. O *cluster* que reuniu maior número de artigos, de acordo com os dados obtidos pela plataforma Priberam, esteve relacionado com a votação em confinamento. Os debates estiveram presentes, de forma explícita, em 5 dos 14 grupos temáticos relacionados com as eleições.

Comportamento do vírus e casos de Covid-19

A situação epidemiológica em Portugal e noutros países é, a par do processo de vacinação, um tema contínuo na cobertura da pandemia. Este mês, assistimos ao regresso da atenção sobre o comportamento e evolução do vírus, nomeadamente, no que respeita à eventual classificação do vírus como endémico, que os especialistas apontam como possibilidade num horizonte próximo, mas com muitas reservas.

35 artigos por dia sobre futebol

O futebol tem presença regular e dominante nas notícias online, se considerarmos o conjunto das atividades desportivas passíveis de cobertura jornalística em órgãos de comunicação generalista. Este mês não foi exceção e o futebol foi tema de 35 artigos por dia, um valor médio estimado a partir dos dados obtidos.



Os 'clusters' relacionados com pandemia estão identificados com cor azul, desporto a verde e política nacional a laranja. Quadro construído com Índice de base = 100 em que a variável de interesse é o cluster mais publicado: "Ucrânia". Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022)

Nota metodológica sobre a análise dos clusters de notícias

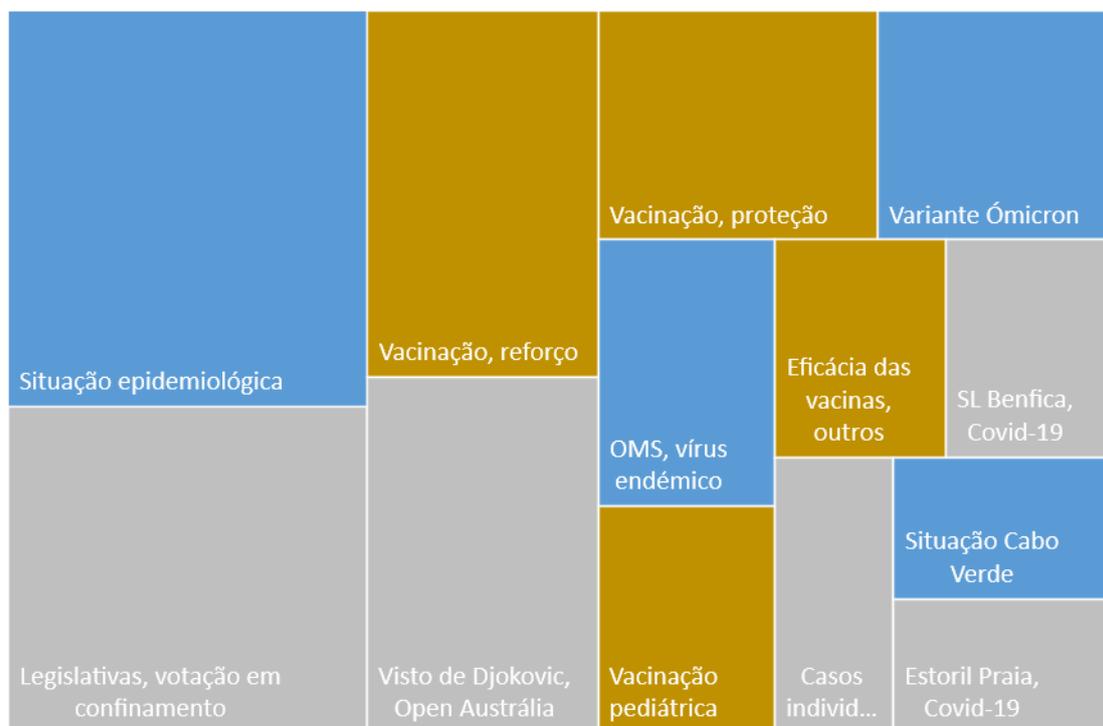
O quadro acima permite visualizar a proporção de cada agrupamento de notícias (*cluster*) no conjunto dos 41 *clusters* que mais se destacaram em janeiro de 2022. Estes resultam de um trabalho de análise e reagrupamento semântico realizado no conjunto, mais alargado, de 50 *clusters*¹, identificado pelo algoritmo da plataforma Priberam. Esta operação de reagrupamento é realizada com recurso a metodologias de análise de conteúdo. Deste trabalho resulta que a quantidade final de *clusters* no relatório final é sempre igual ou inferior ao 'top 50' gerado pelo algoritmo².

¹ Para mais informação, consultar a secção de metodologia no final do relatório.

² Apesar da elevada precisão dos *clusters* classificados automaticamente pelo algoritmo (cf. [Miranda et al, 2018](#)), alguns *deles* podem apresentar características polissémicas, por diversos motivos, tornando difícil a tomada de decisão final quanto à inclusão num determinado *cluster*, pelo que a opção metodológica que nos parece mais adequada é considerar, apenas, os *clusters* que demonstram homogeneidade do ponto de vista do assunto identificado, acontecimento ou 'história' relatada.

A narrativa da pandemia nas notícias

Em janeiro, manteve-se a diversidade de tópicos³ relacionados com a pandemia, uma tendência relacionada com o aumento de informação que acompanhou a disseminação da variante Ómicron pelo mundo. A cobertura das eleições legislativas apresentou-se muito associada às notícias sobre a pandemia, que continua a incidir em duas áreas temáticas: processo da vacinação e evolução de casos em Portugal e no Mundo.



A vacinação (cor dourada) disputou a atenção mediática com a situação epidemiológica (cor azul) embora com menor expressão do que em meses anteriores. Quadro construído com Índice de base = 100 em que a variável de interesse é o cluster mais publicado: "Situação epidemiológica". Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022).

Descrição da amostra

Foram considerados 9.451 artigos, publicados em 16 fontes de informação jornalística⁴, para a realização deste relatório, selecionados a partir de um total de, aproximadamente, 231.647 artigos. Por motivos técnicos, Expresso e SIC Notícias online, do grupo Impresa, não fizeram parte da amostra de janeiro.

A recolha de dados é executada na plataforma Priberam e a organização das histórias noticiosas, em *clusters*, processa-se em dois passos: Um primeiro agrupamento é efetuado pelo algoritmo, que devolve um 'TOP 50' com os *clusters* mais publicados. Num segundo momento procede-se ao reagrupamento desse 'TOP 50', com recurso a técnicas de análise de conteúdo, que permitem uma observação 'fina' dos dados, resultando no quadro final de *clusters*⁵ apresentado neste relatório.

O 'Notícias ao Minuto' mantém-se líder no que respeita ao número de artigos publicados. A CNN Portugal provocou uma forte alteração no panorama habitual deste indicador, subindo 8 posições no ranking, secundado pela subida da Visão online (quadro abaixo, esquerda). Dois websites do grupo Impresa – Expresso e SIC Notícias – não fizeram parte da amostra de janeiro, por motivos técnicos.

³ Para mais informação consulte a metodologia no final do relatório.

⁴ CMTV, CNN Portugal, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Jornal i, Jornal SOL, Multinews, Notícias ao Minuto, NOVO, Observador, Público, Rádio Renascença, RTP, TSF, Visão.

⁵ Para mais informações sobre metodologia consultar secção no final do relatório.

Do ponto de vista temático, a política e a economia mantiveram-se no topo da agenda mediática e as 'questões sociais', assim como 'saúde', desceram duas posições (quadro abaixo, direita).

Órgão de comunicação social	Ranking
Notícias ao Minuto	 0
CNN Portugal	 8
RTP	 -1
Correio da Manhã	 -1
Visão	 6

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022)

Categoria temática (IPTC)	Ranking
Política	 0
Economia, negócios e finanças	 0
Desporto	 2
Questões sociais	 -1
Saúde	 -1

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022)

O contexto eleitoral provocou alterações substanciais no que respeita à exposição de líderes partidários, com especial destaque para André Ventura (Chega), Catarina Martins (BE) e Francisco Rodrigues dos Santos (CDS-PP). É relevante, ainda, a forma como Marcelo Rebelo de Sousa conseguiu eclipsar-se das notícias em janeiro, não surgindo no top 10 das personalidades mais mencionadas nas notícias online (quadro abaixo, esquerda).

Personalidades	Ranking
António Costa	 0
Rui Rio	 1
André Ventura	 18
Catarina Martins	 18
Francisco Rodrigues dos Santos	 18

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022)

Entidades	Ranking
Governo	 0
Partido Socialista (PS)	 3
Estado	 9
Partido Social Democrata	 2
Direção-Geral de Saúde	 -2

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 11/2/2022)

Da mesma forma, entidades políticas povoaram as notícias, tendo remetido a Direção-Geral de Saúde e os habituais clubes de futebol para lugares inferiores do ranking de citações em artigos noticiosos.

Metodologia do Barómetro MediaLab-Priberam

O Barómetro de Notícias analisa, periodicamente, as grandes ‘histórias’ mediáticas que recebem maior atenção na comunicação social *online*, em Portugal. Desta forma, pretende-se identificar, sistematicamente e com uma metodologia consistente ao longo do tempo, a tematização da agenda de debate público através da comunicação social.

A noção de grande ‘história’ mediática provém do termo anglo-saxónico "*top story*". Pode ser mais facilmente identificável quando se trata de um acontecimento imprevisto que se impõe pela sua natureza disruptiva e valor-notícia associado, mas também pode ser um assunto ou problema público que os *media* mantêm na agenda durante algum tempo.

A opção pela comunicação social *online* prende-se com a importância crescente e forma de circulação das notícias online, que corresponde a mudanças nas práticas jornalísticas - maior diversidade de plataformas, conteúdos, estilo e formas de destaque - e nos hábitos de consumo, também eles em mudança e que passam, em boa medida, pela circulação de notícias publicadas em plataformas online, quer sejam redes sociais ou aplicações ‘mobile’.

Como construímos o barómetro

Todo o trabalho de análise é feito sobre os dados fornecidos pela plataforma [Priberam](#). O sistema desenvolvido pela Priberam permite agregar artigos noticiosos em ‘histórias mediáticas’ (no sentido anglo-saxónico, conforme referido anteriormente) agrupadas em *clusters*. Este processo tem a dificuldade adicional de exigir a análise automática, completamente *online* e escalável de um fluxo ininterrupto de dados em contínua atualização. Este método implica a capacidade de autocorreção de decisões passadas de uma forma eficiente por forma a manter a coerência dos *clusters*.

A plataforma capta, de forma dinâmica, todas as publicações noticiosas disponíveis em mais de mil entidades (fontes de informação). A partir da organização automática, pelo algoritmo, das 50 ‘histórias’ mais significativas, agrupadas em *clusters*, procede-se a uma validação e análise semântica no MediaLab do CIES-Iscte, com recurso a técnicas tradicionais de análise de conteúdo.

Para o relatório final, publicado mensalmente, considera-se o conjunto de fontes que correspondem a órgãos de comunicação social generalista (publicações periódicas, empresas jornalísticas e noticiosas não especializadas) de âmbito nacional. Esta seleção das fontes é feita através de um filtro aplicado após a recolha dos dados.

O barómetro tem como objetivo secundário, registar a variação em percentagem e longevidade das histórias noticiosas mais relevantes ao longo dos meses. Os dados quantitativos fornecidos pelo algoritmo, apesar de se tratar de um indicador muito importante, não devem ser considerados como valores definitivos, dada a natureza dinâmica da rede, com a impossibilidade de captar a totalidade dos conteúdos publicados, com um grau de certeza absoluta. Desta forma, o barómetro privilegia frequências relativas e variações em percentagem no processo de definição da respetiva importância relativa.

Quem somos

O barómetro de notícias é fruto de uma parceria entre o [MediaLab CIES-Iscte](#) e a [Priberam](#).

O [MediaLab](#) é uma unidade integrada no [Centro de Investigação e Estudos em Sociologia](#) (CIES-Iscte). Na sua atividade, desenvolve e apoia projetos em fase de recolha ou tratamento de dados, que estejam relacionados com Estudos dos novos *media* (Internet e redes sociais), produção de conteúdos multimédia, estudos dos *media* ditos tradicionais (rádio, televisão e imprensa).

A [Priberam](#) é líder mundial na oferta de processamento de linguagem natural e tecnologias de pesquisa para a língua portuguesa e líder de mercado em sistemas de gestão do conhecimento jurídico em Portugal. Equipas multidisciplinares de engenheiros de *software*, linguistas e advogados, entre outros, desenvolvem o portfólio de produtos e serviços da empresa que são usados por milhões de pessoas em todo o mundo.

Bibliografia essencial sobre o algoritmo Priberam

Rúben Cardoso, Zita Marinho, Afonso Mendes and Sebastião Miranda, [Priberam at MESINESP Multi-label Classification of Medical Texts Task](#), CLEF 2021.

Rúben Cardoso, Afonso Mendes and André Lamurias, [Priberam Labs at the NTCIR-15 SHINRA2020-ML: Classification Task](#), Proceedings of the 15th NTCIR Conference on Evaluation of Information Access Technologies, December 8-11, 2020 Tokyo Japan..

Afonso Mendes, Shashi Narayan, Sebastião Miranda, Zita Marinho, André F. T. Martins and Shay B. Cohen, [Jointly Extracting and Compressing Documents with Summary State Representations](#), Annual Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics (NAACL 2019), Minneapolis, USA

Zita Marinho, Afonso Mendes, Sebastião Miranda and David Nogueira, [Hierarchical Nested Named Entity Recognition](#), The 2nd Clinical Natural Language Processing Workshop (within NAACL 2019), Minneapolis, USA

Sebastião Miranda, Arturs Znotins, Shay B. Cohen and Guntis Barzdins. [Multilingual Clustering of Streaming News](#). Proceedings of the 2018 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP), Brussels, Belgium, 2018.

Toda a bibliografia relevante na página de publicações [Priberam Labs](#).

Bibliografia relevante sobre o Barómetro de Notícias do MediaLab

Livino Neto, Gustavo Cardoso, Décio Telo, [A montra jornalística na estação pandémica: análise das capas do Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Público](#). Lisboa: Observatorio (OBS*) Journal, 2021. Special issue, pp. 24-44.

Paulo Couraceiro, Miguel Paisana, José Moreno, Décio Telo, Ana Pinto-Martinho, Gustavo Cardoso, [Estado das Notícias 2018](#). Lisboa, 2018. MediaLab e OberCom.

Ana Pinto-Martinho, Gustavo Cardoso, Décio Telo, Barómetro de Notícias ISCTE-IUL: 4 anos de análise ao destaque noticioso em Portugal. Lisboa, 2017. Comunicação no 4.º Congresso dos Jornalistas.

Gustavo Cardoso, Susana Santos, Décio Telo (Orgs.), [Jornalismo em tempo de crise](#). Lisboa, 2016. Mundos Sociais.

António Manuel Pinheiro Santos, [Imprensa como indicador: a representação dos temas económicos nos media portugueses](#). Lisboa: ISCTE-IUL, 2016. Dissertação de mestrado.

Décio Telo, [A problemática do acontecimento na produção jornalística: uma análise a partir das notícias sobre a 'crise no PS'](#). Lisboa: ISCTE-IUL, 2014. Dissertação de mestrado.

Susana Costa Santos, Carlota Pina Bicho, [Eleições autárquicas 2.0: análise das estratégias de comunicação online de candidatos, partidos e movimentos independentes](#), Lisboa: SOCIOLOGIA, PROBLEMAS E PRÁTICAS, n.º 81, 2016, pp. 189-210.

Este relatório está disponível em versão para Web em <https://medialab.iscte-iul.pt/barometro/noticias/>.

Licença de utilização



Este trabalho está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> ou envie uma carta para Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.