

Relatório de fevereiro de 2022

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

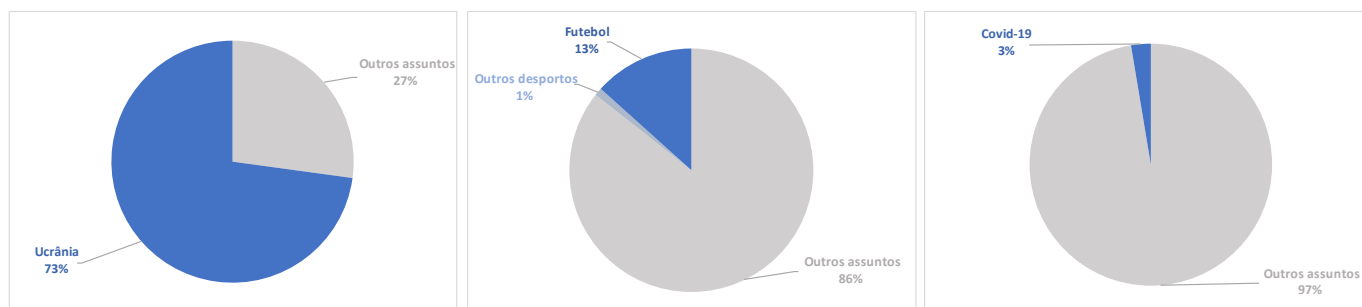
Síntese

O ano de 2022 começa com uma mudança dramática na cobertura noticiosa online. Após dois anos de narrativa enquadrada pela preocupação com a saúde pública, a invasão russa da Ucrânia está a gerar uma considerável alteração na agenda das redações portuguesas, onde o léxico da guerra se torna, agora, dominante.



Da esquerda para a direita: Concentração junto ao consulado da Rússia, Porto, 24/02/2022 (JOSÉ COELHO/LUSA); Nelson Veríssimo em sessão de treino no Benfica Campus, Seixal, 22/02/2022 (TIAGO PETINGA/LUSA); Sessão sobre a “Situação epidemiológica da Covid-19 em Portugal”, Lisboa, 16/02/2022 (ANTÓNIO COTRIM/LUSA).

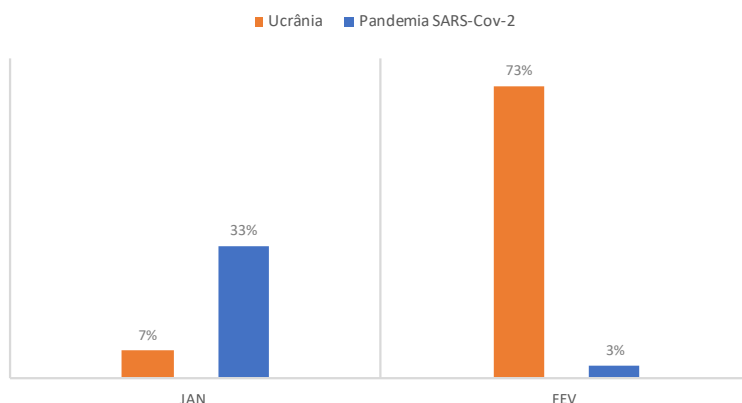
As ‘histórias’ que marcaram as notícias online



Esquerda: Artigos relacionados com Ucrânia. Centro: Artigos relacionados com desporto. Direita: Artigos relacionados com Covid-19. Percentagens referentes ao total de artigos considerados neste barómetro (N = 4.919 documentos). Fonte: MediaLab/Priberam, dados recolhidos a 15/3/2022.

Da tensão à invasão da Ucrânia

No mês de janeiro, a situação na Ucrânia já tinha chamado a atenção da comunicação social portuguesa, com o foco na tensão e preparação para a guerra. Em fevereiro, assistiu-se ao aumento significativo do peso deste tema, em comparação com as notícias sobre Covid-19, especialmente após o início da invasão da Ucrânia, que veio a acontecer no dia 24.



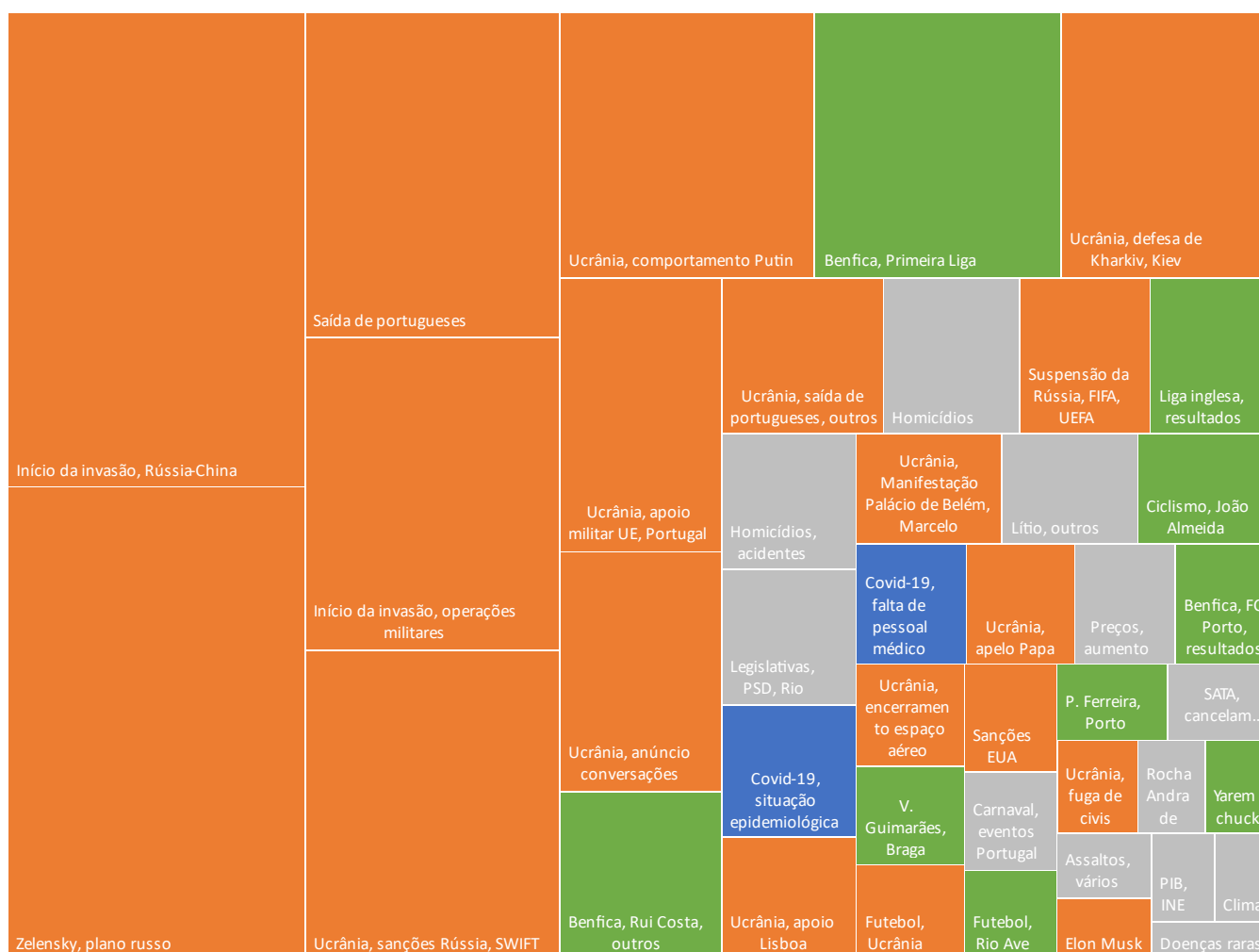
Peso relativo dos temas 'Ucrânia' e 'pandemia' no total de artigos considerados na análise. Fonte: MediaLab/Priberam, dados recolhidos a 15/3/2022.

No futebol, o Benfica foi objeto preferencial da cobertura mediática

O futebol obteve um acréscimo de atenção. Convém sublinhar que a análise do Barómetro de Notícias incide sobre websites de órgãos de comunicação social generalista, não especializados. Em fevereiro, estima-se que foram publicados 27 artigos por dia sobre futebol, nestes websites. Os dados permitem identificar que o clube Sport Lisboa e Benfica está ligado à maior parte das notícias publicadas.

Situação epidemiológica e vacinação

A cobertura da pandemia resume-se, agora, à evolução diária do número de infetados em Portugal, não obstante o problema da falta de pessoal médico e de enfermagem, nos hospitais, ter gerado suficientes artigos para se fazerem notar no plano mensal. Os sinais de fim de ciclo desta ‘história’ noticiosa, que dominou a informação jornalística nos últimos dois anos, são agora mais evidentes. A invasão russa da Ucrânia veio, obviamente, acelerar este processo e colocar-nos perante um novo drama com duas características muito semelhantes: o impacto global e a imprevisibilidade.



Os ‘clusters’ relacionados com pandemia estão identificados com cor azul, desporto a verde e Ucrânia, a laranja. Quadro construído com Índice de base = 100 em que a variável de interesse é o cluster mais publicado: “Início da invasão, Rússia-China”. Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 15/3/2022)

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 42 clusters que mais se destacaram neste mês. 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.

Descrição da amostra

Foram considerados 4.919 artigos, publicados em 16 fontes de informação jornalística³, para a realização deste relatório, selecionados a partir de um total de, aproximadamente, 273.743 artigos.

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*⁴ apresentado neste relatório.

O ‘Notícias ao Minuto’ mantém-se líder no que respeita ao número de artigos publicados. O Observador registou a subida mais acentuada.

Do ponto de vista temático, a política e a economia mantiveram-se no topo da agenda mediática, no mês em que ‘guerra e conflitos armados’ foi a terceira categoria temática mais presente nas notícias online. A ‘saúde’ deixou de estar presente nos 5 temas mais relevantes, indicador da quebra na cobertura da pandemia, mas que também pode ser sinal de saturação dos *media* relativamente aos problemas de saúde (quadro abaixo, direita).

Órgão de comunicação social	Ranking
Notícias ao Minuto	0
RTP	1
Observador	3
CNN Portugal	-2
Correio da Manhã	-1

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 15/3/2022)

Categoria temática (IPTC)	Ranking
Política	0
Economia, negócios e finanças	0
Guerra e conflitos armados	6
Desporto	1
Questões sociais	-1

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 15/3/2022)

A invasão da Ucrânia pelas forças militares russas trouxe, à atenção pública, um conjunto de personalidades pouco habituais e estrangeiras. Do ponto de vista das figuras públicas nacionais, apenas António Costa e Marcelo Rebelo de Sousa estão presentes no conjunto das pessoas mais referidas nas notícias online (quadro abaixo, esquerda).

Personalidades	Ranking
Vladimir Putin	14
António Costa	18
Volodymyr Zelensky	4
Joe Biden	-3
Marcelo Rebelo de Sousa	3

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 15/3/2022)

Entidades	Ranking
Governo	0
Estado	1
NATO	12
ONU	12
Sporting CP	4

Fonte: MediaLab/Priberam (dados recolhidos em 15/3/2022)

Em sintonia com os restantes indicadores, organizações políticas e militares internacionais entraram para o top 5 das entidades mais citadas pelos *media* nacionais, em fevereiro.

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.

³ CNN Portugal, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Expresso, Jornal de Notícias, Jornal i, Jornal SOL, Multinews, Notícias ao Minuto, Observador, Público, Rádio Renascença, RTP, SIC Notícias, TSF, Visão.

⁴ Para mais informações sobre metodologia consultar secção no final do relatório.

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.