

Nesta comunicação, através de uma revisão de literatura e análise documental, traçamos a evolução da imprensa portuguesa sobre cinema e analisamos as características dos principais títulos desde as origens do cinema até 2014 (ano em que circulou pela última vez uma publicação portuguesa especializada em cinema).

## **CONTANDO RÉIS: HISTÓRIAS DE JORNALISMO DE DADOS NA IMPRENSA PORTUGUESA DO SÉCULO XIX**

Ilo Alexandre  
ICNOVA/NOVA FCSH

Jornalismo de dados ganhou muito destaque na última década. Redações ao redor do mundo têm investido cada vez mais nessa prática jornalística, prêmios têm sido criados para a modalidade e a audiência tem correspondido com uma atenção crescente. O tópico também tem despertado um interesse crescente na academia, com investigações sobre a classificação tipológica do jornalismo quantitativo (*quantitative journalism*); trabalhos etnográficos sobre os profissionais dedicados à produção desse material; análises dos diversos processos interativos presentes nas peças de jornalismo de dados; e a receção desses conteúdos pelos usuários. Todavia, histórias contadas com dados ou que surgem a partir deles não é algo novo. Embora existam trabalhos sobre a história do jornalismo quantitativo em outros países, não há ainda muitas investigações sobre o tema em Portugal. Neste trabalho mostramos que desde a Monarquia Constitucional (1820-1910) números e tabelas eram usados para além do simples registo de preço de *commodities*, cotação de moedas ou o horário de partidas e chegadas de navios. São investigações jornalísticas que partem de documentos, estatísticas ou dados para contar histórias de interesse público. Nesta comunicação são analisadas peças do período de industrialização da imprensa portuguesa no século XIX. Matérias de jornais como *O Diário Popular* (1868) e *O Repórter* (1888) trazem histórias contadas com números ou que a partir deles tiveram o seu ponto de partida. Esses exemplos pioneiros de jornalismo de dados mostram que o uso de

dados para a produção de jornalismo investigativo já era disseminado muito antes da invenção dos computadores e da popularização das bases de dados. Este trabalho faz parte de um projeto de investigação mais alargado sobre a história do jornalismo de dados em Portugal.

## **HISTÓRIA DA IMPRENSA (VIII)**

### **QUEBRA DE FRONTEIRAS: CONSEQUÊNCIAS DA INCORPORAÇÃO DE FORMATOS HÍBRIDOS EM *MEDIA* JORNALÍSTICOS**

Cláudia Pereira  
FLUC

São os jornais regionais megafones de informação institucional e de marcas? Com base nesta pergunta, partimos para o estudo da crescente popularidade e influência de narrativas híbridas de informação e publicidade, em órgãos noticiosos de todo o mundo. O objeto de estudo consiste na análise de 2162 peças do *Diário de Coimbra* e de 1964 peças do *Diário As Beiras*, relativas ao setor de empresas e negócios. Verificamos o incumprimento das normas jornalísticas de identificação de conteúdos publicitários e de fontes de informação. Paralelamente, introduzimos os conceitos jornalismo de marca, conteúdos patrocinados e publicidade nativa. Sustentado numa análise de conteúdo, propomos neste estudo uma redefinição de fronteiras e a adoção de um modelo de financiamento como solução para a crise de identidade, económica e de credibilidade do jornalismo.