



Fotografia: Guilherme Marques

Claudia Carvalho Silva

# ALTERAÇÕES IMPOSTAS PELA INTERNET NO PERCURSO DA INFORMAÇÃO E NAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA.

## O CASO DO JORNALISMO LOCAL NO *PÚBLICO*

Relatório de Estágio no jornal *Público*, para obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Jornalismo, orientado pelo Doutor Carlos Reis, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2016



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

**ALTERAÇÕES IMPOSTAS PELA INTERNET NO PERCURSO DA  
INFORMAÇÃO E NAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA.  
O CASO DO JORNALISMO LOCAL NO *PÚBLICO***

**Ficha Técnica:**

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Relatório de Estágio</b>
<b>Título</b>	<b>Alterações impostas pela Internet no percurso da informação e nas práticas de produção jornalística. O caso do jornalismo local no <i>Público</i></b>
<b>Autora</b>	<b>Claudia Carvalho Silva</b>
<b>Orientador</b>	<b>Professor Doutor Carlos Reis</b>
<b>Júri</b>	<b>Presidente: Doutor João Figueira</b> <b>Vogais:</b> <b>1. Doutor Sílvio Correia Santos</b> <b>2. Doutor Carlos Reis</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo</b>
<b>Área científica</b>	<b>Jornalismo</b>
<b>Data da defesa</b>	<b>27/07/2016</b>
<b>Classificação</b>	<b>18 valores</b>



*À minha família*

## **Agradecimentos**

Este relatório – e tudo o que lhe está inerente – não seria possível sem o contributo de certas pessoas que marcaram o meu percurso académico e me acompanharam ao longo desta jornada.

Gostaria de agradecer à minha Mãe, por tudo o que fez e por tudo o que faz e por acreditar nos meus sonhos. Ao meu irmão Samuel, por todo o apoio, conselhos e por, mesmo longe, conseguir estar sempre perto. Ao meu Pai, pelo brio e pela constante curiosidade em ler os meus artigos.

À minha tia Ema, pela estadia e conselhos sempre amigos. Aos meus familiares.

A toda a redação do *Público* que tão bem me acolheu, em especial à minha orientadora Ana Fernandes e aos jornalistas José António Cerejo e Inês Boaventura. À Romana, à Marisa e a todos os jornalistas com quem me cruzei pela sua simpatia e prestabilidade. À Isabel Anselmo que me recebeu na redação do primeiro ao último dia.

Ao meu professor orientador, Doutor Carlos Reis, por prontamente me esclarecer todas as dúvidas e por pontuar as reuniões com conhecimento e curiosidades.

À Daniela, à Diana, à Joana, à Maria, à Joana C., ao Mota, ao Granada, à Catarina, à Cátia, ao João M., ao Zé Pedro, ao Raphaël e a todos os meus amigos mais próximos que sempre me acompanham e motivam diariamente, mesmo que através de pequenos gestos.

Ao fotojornalista Guilherme Marques, por gentilmente ceder a fotografia da capa.

Por fim, a todos os meus professores e pessoas que contribuíram para a minha formação académica e crescimento pessoal.

*Una cosa lamento: no saber lo que va a pasar. Abandonar el mundo en pleno movimiento, como en medio de un folletín. Yo creo que esta curiosidad por lo que suceda después de la muerte no existía antaño, o existía menos, en un mundo que no cambiaba apenas.*

*Una confesión: pese a mi odio a la información, me gustaría poder levantarme de entre los muertos cada diez años, llegarme hasta un quiosco y comprar varios periódicos. No pediría nada más. Con mis periódicos bajo el brazo, pálido, rozando las paredes, regresaría al cementerio y leería los desastres del mundo antes de volverme a dormir, satisfecho, en el refugio tranquilizador de la tumba.*

Luis Buñuel, 1982

in *Mi Último Suspiro*

## Resumo

O advento da Internet provocou profundas alterações estruturais no campo comunicacional. Mudaram-se não só os hábitos de consumo dos utilizadores como das rotinas de produção de conteúdo – nomeadamente as jornalísticas.

Neste relatório, são analisadas as mudanças das rotinas de produção jornalística propiciadas pela Internet ao longo do percurso da informação: do momento em que o acontecimento é percecionado até ao momento em que se torna notícia. O novo meio convergente veio revolucionar as práticas jornalísticas: concedeu-lhes um carácter quase imediato, acelerando processos de pesquisa e de contacto e permitiu ainda que o conteúdo seja apresentado de uma forma diferente, facilitador da compreensão do utilizador. Uma das potencialidades mais atrativas do novo sistema cibernético é a partilha de conteúdos em tempo real, com possibilidade de interação. Ainda que exista uma vasta lista de vantagens no novo modelo digital, importa refletir sobre os efeitos que a rede pode ter no jornalismo.

Este relatório tem por base a experiência adquirida no estágio realizado no jornal *Público*, em Lisboa, na secção Local. Por forma a estabelecer um grau de comparação entre a divulgação noticiosa desta secção feita *online* e em suporte de papel, é realizado um estudo de caso em que é feita uma análise do espaço ocupado pelo jornalismo de proximidade num jornal diário generalista, assim como um registo e uma interpretação de outros dados, como a autoria das notícias e a localização geográfica noticiada.

**Palavras-chave:** Internet; jornal *Público*; jornalismo impresso e *online*; produção noticiosa; jornalismo local

## **Abstract**

The advent of the Internet has caused severe structural changes in the communicational field. It has changed not only the consumption habits of users but also the routines of content production – including journalistic ones.

In this internship report, the changes in journalistic production routines caused by the Internet are analyzed along the route of information: from the moment of perception of an event to the moment it becomes news. The new convergent medium has revolutionized journalistic practices: it has become almost immediate and it has accelerated research and contact mechanisms, also allowing the content to be presented in a different way, facilitating the understanding of the user. One of the most attractive possibilities of this cybernetic system is the ability to share content in real-time, with a chance of interaction. Even though there is a wide range of advantages in the new digital model, it is important to reflect on the effects that this network can have on journalism.

This report is based on my experience as an intern in the newspaper *Público*, in Lisbon, in the local section. In order to set a degree of comparison between *online* made news and the news published on paper, a study was conducted to analyze the space occupied by local journalism in a general daily newspaper, as well as to keep a record of the author of the news and the reported area for further interpretation.

**Key-words:** Internet; *Público* newspaper; printed and online journalism; news production; local journalism

# Índice

<b>Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>Capítulo I - Contextualização do Estágio e da Entidade Acolhedora.....</b>	<b>12</b>
1.1 Caracterização do órgão de comunicação social.....	13
1.1.2 Breve contextualização da entidade acolhedora – Jornal <i>Público</i> .....	13
1.1.2 Estrutura do jornal.....	16
1.1.3 Tiragem e circulação.....	17
1.2. Estágio Curricular.....	20
1.2.1. Disposição do espaço.....	20
1.2.2 O dia-a-dia na redação.....	21
1.2.3 Considerações gerais sobre o estágio – a minha experiência.....	22
1.2.4 Tabela de artigos escritos e publicados.....	26
1.3. Metodologia do Relatório de Estágio.....	29
<b>Capítulo II - Conceitos essenciais para a compreensão do tema.....</b>	<b>32</b>
2.1. Definição de jornalismo.....	33
2.1.1. Ciberjornalismo.....	35
2.2. Contexto histórico: da imprensa à rádio, televisão e Internet.....	36
2.2.1. Tecnologia a par da comunicação.....	38
2.2.2. O jornalismo português na Internet.....	39
2.2.3. Os <i>media</i> em convergência.....	40
2.3. Características da Internet.....	41
2.3.1. Hipertextualidade.....	42
2.3.2. Multimedialidade.....	43
2.3.3. Instantaneidade.....	44
2.3.4. Interatividade.....	45
2.3.5. Ubiquidade.....	45
2.3.6. Personalização.....	46
2.3.7. Memória.....	47
<b>Capítulo III - Desenvolvimento do tema – Alterações impostas pela Internet no percurso da informação e nas práticas de produção jornalística.....</b>	<b>48</b>
3.1. Efeitos da Internet no Jornalismo: um novo paradigma da comunicação.....	49
3.2. O percurso da informação: a produção noticiosa.....	55
3.3. Perceção do acontecimento.....	57
3.3.1. Os valores-notícia.....	58
3.4. Fontes de informação.....	62
3.4.1. As fontes de informação e a Internet.....	63
3.5. <i>Press Releases</i> .....	65



3.6. Agências de notícias.....	66
3.7. Redes Sociais .....	71
3.8. Esquemas de produção noticiosa: a pirâmide invertida .....	78
3.8.1. A pirâmide deitada .....	82
3.9. O novo papel do jornalista .....	84
3.10. Modelo de negócio.....	89
3.11. Futuro do jornalismo .....	94
<b>Capítulo IV - Estudo de caso: o jornalismo de proximidade na edição impressa e <i>online</i> .....</b>	<b>99</b>
4.1. Jornalismo local e regional.....	100
4.2. Estudo de caso.....	102
4.2.1. Análise documental de jornais .....	103
4.2.2. Análise dos artigos publicados <i>online</i> na secção Local.....	107
4.2.3. Interpretação de resultados.....	110
<b>Conclusões.....</b>	<b>114</b>
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>I</b>
Cartão de Estágio .....	II
Notícias publicadas .....	III
Carta de Recomendação .....	XXXIX
Crónica de Miguel Esteves Cardoso .....	XL
Declaração de Estágio .....	XLI

## Introdução

Nos últimos anos, assistimos a uma mudança gradual mas impactante no campo das novas tecnologias da informação. A Internet veio de mãos dadas com a evolução tecnológica e passámos a ter a informação à distância de um clique. E, ao contrário do que acontecia anteriormente nos meios de comunicação de massas, já não se trata de uma informação uniforme e distribuída de igual modo para todos, mas sim da informação que queremos e escolhemos, tendo até a possibilidade de interagir com ela e de a criar.

A Internet é hoje parte integrante das rotinas de produção jornalística. Tem vindo a consolidar-se e a naturalizar-se ao longo dos últimos anos, apresentando-se geralmente como uma mais-valia nos vários processos de produção. No entanto, a sua presença nas redações e na conduta de ação dos jornalistas propõe vários desafios a estes profissionais. Ainda que não sejamos totalmente dependentes destas novas tecnologias, convém que estejamos cientes das alterações que provocam e das suas implicações. Como refere José Manuel Fernandes, “não são as tecnologias que conduzem ou determinam a História, mas sim aquilo que os homens fazem com elas” (Fernandes, 2011: 89). Também Manuel Castells acredita que “a tecnologia não determina a sociedade: incorpora-a” (Castells, 2011: 6).

As potencialidades da Internet traduziram-se num alargamento de horizontes no que toca à recolha de informação, à pesquisa e à divulgação de conteúdo. Aliada à instantaneidade e às suas outras características, a Internet veio reforçar o instinto da busca pela informação célere e em primeira mão, o que pode resultar num jornalismo de qualidade inferior, com factos por apurar e sem todas as partes envolvidas contactadas. Ademais, os despachos das agências noticiosas, assim como a ampla difusão de *press releases* podem conduzir a uma homogeneidade de conteúdos em diferentes órgãos de comunicação social. Também as redes sociais têm vindo a representar um papel importante neste panorama mediático, sendo que grande parte dos órgãos de comunicação social marcam presença nestas redes. Poder-se-á ainda entender as redes sociais como uma extensão do real, igualmente passível de cobertura noticiosa.

Como se sabe, as notícias e a sua construção obedecem a um conjunto de normas. Dentro de tudo o que acontece diariamente, o jornalista tem de perceber o que tem interesse público e o que deve ser noticiado, como nos diz a teoria do *gatekeeper*, que apresenta o jornalista como um selecionador de notícias. No entanto, a Internet abriu estes portões comunicativos e permite agora que grande parte da informação chegue aos internautas em bruto. Esta nova sociedade

em rede possibilitou a aceleração de vários processos e o jornalista pode agora optar por abordagens diferentes, contactando as fontes mais rapidamente e tendo acesso a base de dados digitais, por exemplo. Tudo isto trouxe mudanças a nível estrutural, sendo um dos objetivos deste relatório analisar a forma como a produção de notícias foi afetada.

A redação deste relatório surge na sequência de um estágio curricular realizado no jornal *Público*, em Lisboa. Pretende ser, sobretudo, uma reflexão sobre a forma como uma notícia se desenvolve e da forma como esse processo de produção noticioso foi afetado pela Internet, assim como da forma como o meio *online* potenciou esta nova realidade noticiosa. Toda esta reflexão será baseada na minha experiência de estágio no jornal *Público*, assim como de uma problematização dos desafios impostos ao jornalismo nos dias de hoje, de uma revisão bibliográfica e de um estudo de caso.

Fundado em 1989, o *Público* foi um dos primeiros jornais com uma redação totalmente informatizada<sup>1</sup>. No primeiro capítulo, começo por fazer uma caracterização deste jornal, fazendo uma breve viagem pela sua história e pela sua estrutura. Ademais, é também feita uma contextualização do estágio e de outros elementos do jornal, tendo por base a minha experiência enquanto estagiária.

No segundo capítulo, são abordados alguns conceitos essenciais à compreensão do tema, procedendo-se a uma exposição dos valores fundamentais do jornalismo, percebendo a sua dimensão histórica e, por fim, fazendo uma categorização das características da Internet.

Já no terceiro capítulo, são analisados e problematizados os efeitos da Internet no jornalismo, percebendo de que forma esta dinâmica cria um novo paradigma comunicacional. Esta transformação é estudada a par com o tema das rotinas de produção, tentando-se perceber as alterações induzidas pelo meio cibernético nas diferentes etapas de criação. A experiência que adquiri enquanto estagiária, fruto da observação, reflexão e interação no jornal será um dos pontos estruturantes deste relatório, servindo como ponto de comparação e como exemplo nos tópicos analisados.

Ainda que este relatório esteja, em grande parte, dedicado aos efeitos da Internet – sendo um deles o esbatimento de fronteiras e a globalização – pretende-se que haja um destaque para o jornalismo local e regional. Tendo por base a experiência de estágio na secção Local é feito,

---

<sup>1</sup> O investimento inicial do *Público* foi superior ao esperado, especialmente em termos de equipamento: “não havia à época nenhuma redação no mundo só com computadores Macintosh, e depois Belmiro de Azevedo ainda teve de adquirir 25% da Lisgráfica, para que o jornal não fosse subalternizado no processo de impressão” (Figueira, 2012: 68).

no quarto e último capítulo, um balanço sobre o jornalismo de proximidade e um estudo de caso com base em jornais recolhidos durante o período de estágio, assim como da análise de notícias publicadas *online* nesta secção. O objetivo é perceber a diferença que existe entre a cobertura noticiosa publicada em suporte digital e em papel, avaliando a área de incidência das notícias e os seus autores, tentando-se, ainda, perceber a quantidade de material produzido neste âmbito.

Numa fase anterior ao início do estágio, foi definida uma série de objetivos – pessoais e profissionais – que deveriam ser cumpridos no decorrer da atividade. Entre eles, destacava-se a tentativa de perceber qual a proveniência da informação e perceber de que forma é selecionada e através de que critérios, tentando avaliar se a teoria de jornalismo ensinada na universidade se aplicava num cenário prático; simultaneamente, procurava-se estimar qual o impacto da Internet neste processo de criação noticiosa. A nível pessoal, procurava sobretudo tirar o máximo partido do período de estágio, aprimorando conhecimentos jornalísticos e sendo capaz de redigir sobre pressão diária, assim como ser capaz de improvisar e sugerir temas para notícias, participando de forma dinâmica e criativa.

Dizem que o jornalismo está em crise. Só em poucos meses, alguns coincidentes com o meu período de estágio, foram despedidos dois terços dos trabalhadores do jornal *i* e *Sol*, o *Público* apresentou um programa de rescisões voluntárias e o fim da revista *2* e o *Diário Económico* pôs termo à sua edição em papel. O jornalismo atravessa uma crise a nível estrutural nas suas redações, com cada vez menos financiamento, menos jornalistas e menos lucro. Nos primeiros dias de estágio, a secretária de redação Isabel Anselmo contou-me que o jornalismo não está nem nunca esteve em crise; o modelo de negócio é que sim. Estará a Internet relacionada com esta crise?

Certo é que o jornalismo se encontra numa fase de transição. E no seio de toda a mudança instigada por esse avanço, surge um questionamento perentório sobre o seu futuro. Deste modo, tenciono fazer uma breve abordagem à sustentabilidade do modelo de negócio do jornalismo, assim como da sua sobrevivência nos anos vindouros.

Este relatório de estágio é, em suma, um produto de reflexão e de análise da minha experiência de estágio no *Público*, das práticas jornalísticas e da forma como foram afetadas no novo meio digital, dando-se ainda ênfase ao jornalismo de proximidade.

# **Capítulo I**

## **Contextualização do Estágio e da Entidade Acolhedora**

## 1.1 Caracterização do órgão de comunicação social

### 1.1.2 Breve contextualização da entidade acolhedora – Jornal *Público*

No panorama mediático português, a nível de imprensa, o *Público* é considerado um jornal diário generalista e de referência.

A primeira edição do *Público* saiu a 5 de março de 1990, ainda que a fundação da *Público*, Comunicação Social S. A. tenha sido feita a 31 de outubro de 1989. O *Público* pertence ao grupo empresarial português Sonaecom, sub-holding da Sonae para áreas das telecomunicações e multimédia, sendo propriedade do empresário Belmiro de Azevedo. O jornal celebrou 26 anos a 5 de março de 2016.

O *Público* nasceu através “de uma iniciativa resultante da conjugação de vontades de um jornalista (Vicente Jorge Silva, ao tempo diretor-adjunto do Expresso) e de um grande empresário “Belmiro de Azevedo, patrão da Sonae”, e acabou por “preencher uma lacuna no panorama da imprensa diária portuguesa, onde o segmento dos diários de referência apenas contava com o *Diário de Notícias*” (Pinto, 2001: 45). Um jornal de referência “tem uma linguagem cuidada e grande respeito pelo cumprimento das regras deontológicas” (Figueira, 2012: 70), evitando o sensacionalismo e caracterizando-se pela importância que atribui a espaços de opinião e a temas de política, cultura e economia.

De acordo com o estatuto editorial do *Público*, trata-se de “um jornal diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica”. O *Público* “inscreve-se numa tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa”, apostando “numa informação diversificada”. O jornal é caracterizado como “um projeto de informação em sintonia com o processo de mudanças tecnológicas e de civilização no espaço público contemporâneo”, considerando que “a existência de uma opinião pública informada, ativa e interveniente é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta, que não fixa fronteiras regionais, nacionais e culturais aos movimentos de comunicação e opinião”<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Estatuto Editorial do *Público*. Disponível em <http://static.publico.pt/homepage/site/nos/Estatutoedpublico.asp>. Consultado a 15 de fevereiro de 2016.

O Livro de Estilo do *Público* apresenta-se como “um conjunto de regras técnicas e deontológicas que se inspiram em critérios de bom senso, bom gosto e rigor profissional”, segundo consta no texto introdutório escrito por Vicente Jorge Silva<sup>3</sup>. Os livros de estilo são publicações em que está descrito “um conjunto de normas linguísticas e estilísticas que um meio de comunicação social adota para produzir mensagens mais coerentes, eficazes e corretas” (Fontcuberta, 2002: 85).

De acordo com este guia de estilo do jornal *Público*, a publicação marca presença na Internet desde 23 de setembro de 1995, sendo “o primeiro jornal português a disponibilizar integralmente na Internet a sua edição diária”<sup>4</sup>. O *website* publico.pt, tem um estatuto editorial próprio (criado em março de 2000)<sup>5</sup>. A última atualização do Livro de Estilo do *Público* foi feita em 1997, pelo que na parte referente à sua presença *online* é referido que o acesso a todos os serviços do *Público* na Internet é gratuito, “não tendo sido ainda iniciada a sua exploração comercial”. Em março de 2005, o *Público* começou a cobrar pelo acesso à versão eletrónica do jornal em papel (Bastos, 2010: 233). Atualmente, o *Público* recorre ao sistema *paywall*, que permite a visualização gratuita de 20 artigos, estando o restante apenas disponível para assinantes do *Público*. A adesão a este sistema *paywall* – já utilizado em jornais como o *The New York Times* – foi feita a 14 de novembro de 2013<sup>6</sup>.

Em 2010, o *Público* cria um cargo de gestor de comunidades (Bastos, 2010: 236). No final de maio de 2016, a página do *Público* no *Facebook*<sup>7</sup> contava com 1 004 115 gostos. Na mesma data, a página do *Twitter* tinha 479 mil seguidores<sup>8</sup> e o perfil no *Instagram*<sup>9</sup> 34,5 mil seguidores.

O primeiro diretor do *Público* foi Vicente Jorge Silva, seguido de Francisco Sarsfield Cabral e Nicolau Santos. A atual diretora é Bárbara Reis, que ocupa o cargo desde 2009, altura em que sucedeu a José Manuel Fernandes, diretor desde 1998. Os diretores-adjuntos são Nuno Pacheco, Pedro Sousa Carvalho, Áurea Sampaio, Sérgio B. Gomes e Victor Ferreira. A 31 de

<sup>3</sup> Introdução. In Livro de Estilo do *Público*. Disponível em: [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/04-introducao.html](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/04-introducao.html)

<sup>4</sup> Livro de estilo do *Público*. Disponível em: [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/)

<sup>5</sup> Estatuto Editorial do publico.pt. Disponível em: <http://static.publico.pt/homepage/site/nos/EstatutoedpublicoPT.asp>

<sup>6</sup> “Público implementa *paywall* para “garantir a sustentabilidade” in *Liga-te à Média*. Disponível em: <http://www.ligateamedia.pt/NewsItem.aspx?tabid=2405&langid=pt&path=LigateaMedia/Noticias/&ItemId=497.6#sthash.UOSZeTbC.dpuf>. Consultado a 16 de fevereiro de 2016

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/Publico/?fref=ts>

<sup>8</sup> <https://twitter.com/publico>

<sup>9</sup> <https://www.instagram.com/publico.pt/>

maio de 2016 surgiu a notícia de que Bárbara Reis deixará de ser diretora do jornal, não se sabendo ainda quem lhe sucederá<sup>10</sup>.

Uma das marcas identitárias do jornal foi a criação do Provedor do Leitor, com o intuito de receber e analisar comentários, críticas e sugestões do leitor, defendendo o interesse da comunidade, estabelecendo-se como “um interlocutor permanente, independente e responsável pela defesa”<sup>11</sup> dos direitos do leitor. De acordo com o Livro de Estilo do *Público*, o provedor deve ser “uma pessoa de reconhecido prestígio, credibilidade e integridade pessoal e profissional”<sup>12</sup>. Esta função já foi ocupada por Jorge Wemans, Joaquim Fidalgo, Joaquim Furtado, Rui Araújo, Joaquim Vieira e José Queirós. Este cargo era desempenhado por José Manuel Paquete de Oliveira desde 2013, que faleceu a 11 de junho de 2016<sup>13</sup> e até à data não se sabe ainda quem executará esta função.

O *Público* tem duas redações: uma redação principal em Lisboa e uma delegação no Porto. Foi o primeiro jornal português a imprimir duas edições diferentes<sup>14</sup> para o Porto (a norte de Pombal) e para Lisboa (distribuído a sul de Pombal e arquipélagos). Entre as duas edições, a publicação difere unicamente nas páginas relativas à secção Local. De acordo com Carlos Daniel, no prefácio do livro *Jornalismo em Liberdade*, de João Figueira, este jornal veio instaurar uma alteração no panorama jornalístico:

“O *Público* marcou a mudança no ritmo da notícia em Portugal, como a TSF alterou o lugar do repórter. Na imprensa, a ordem noticiosa deixava de ter apenas a cadência semanal do Expresso e a informação diária tornava-se efetivamente nacional. O país que lia o JN a Norte e o DN ou o Correio da Manhã a Sul conhecia agora um jornal que assumia o risco de colocar novos temas em manchete e a despesa de ter redações efetivas no Porto e em Lisboa.” (Carlos Daniel *apud* Figueira, 2009: 12)

O *Público* tem um serviço de Intranet – cujas credenciais são facultadas aos estagiários no primeiro dia<sup>15</sup> – que funciona como uma rede de computadores privada e permite o acesso, entre outros serviços, às informações divulgadas pelas agências noticiosas (Lusa, AFP e

<sup>10</sup> <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-05-31-Diretora-do-Publico-sai-em-novembro>. Consultado a 31 de maio de 2016

<sup>11</sup> Estatuto do Provedor do Leitor do *Público*. In Livro de estilo do *Público*. Disponível em: [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/28-estatuto-p.html](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/28-estatuto-p.html)

<sup>12</sup> *ibidem*

<sup>13</sup> <https://www.publico.pt/sociedade/noticia/morreu-paquete-de-oliveira-provedor-do-leitor-do-publico-1734805>

<sup>14</sup> in Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2016. Consultado a 27 de fevereiro de 2016. Disponível em: [http://www.infopedia.pt/\\$publico](http://www.infopedia.pt/$publico)

<sup>15</sup> Foi-me facultado um e-mail de acesso ([claudia.silva@publico.pt](mailto:claudia.silva@publico.pt)) a partir do qual podia contactar fontes de informação. Também me foi dada uma lista com credenciais de acesso ao *Backoffice*, à GESCO, à Intranet do *Público*, e a *password* de acesso aos computadores e impressoras.



Reuters). Os jornalistas do quadro usam ainda este serviço para agendar serviços de fotografia e para marcar táxis a crédito.

### 1.1.2 Estrutura do jornal

A versão impressa do jornal sai diariamente e é composta por várias notícias, reportagens, artigos de opinião, entrevistas e destaques da atualidade nacional e internacional. Esporadicamente, são também publicadas “magnólias”. No meu primeiro dia de estágio, a secretária de redação Isabel Anselmo – que me recebeu no jornal – explicou-me que as magnólias eram as “flores que pontuam o jornal”. São reportagens sobre qualquer tema, apresentadas em papel de cor diferente.

Ao longo dos anos de existência do *Público*, vários suplementos foram surgindo e deixando de existir. Os suplementos *Ípsilon*, de cultura, e o *Inimigo Público*, de sátira e humor, são distribuídos com o jornal à sexta-feira. Ao sábado, é distribuída a *Fugas*, dedicada a viagens, lazer e gastronomia. Quando iniciei o estágio existia a revista 2, distribuída aos domingos. No entanto, face aos prejuízos do jornal, a publicação deixou de existir, tendo-se optado por remodelar o jornal de domingo para um espaço que acolhesse mais reportagens e trabalhos de investigação, relegando as notícias do dia para as últimas páginas.

#### Estrutura do jornal impresso:

- Primeira página;
- Destaque (dossier monotemático de entrada, previsto para cada edição do *Público*, aprofundando um tema da atualidade);
- Portugal (inclui política e sociedade);
- Local;
- Economia;
- Mundo;
- Cultura;
- Ciência;
- Classificados;
- Agenda cultural;
- Jogos;
- Desporto;
- Espaço Público (editorial e cartas à diretora);

- Opinião/Bartoon;
- Iniciativas;
- Última página.

#### Estrutura do website do Público:

- Portugal (Política, Sociedade, Educação, Saúde, Local, Justiça, Media);
- Economia;
- Mundo;
- Cultura-Ípsilon;
- Desporto;
- Ciência;
- Tecnologia;
- Opinião;
- Multimédia;
- Mais.



Fig. 1 – Estrutura do website do Público

### 1.1.3 Tiragem e circulação

A tiragem e a circulação ajudam a perceber quantos exemplares de uma determinada publicação impressa chega à população. A tiragem é equivalente à quantidade de jornais impressa na gráfica que é distribuída e a circulação corresponde à quantidade efetiva e comprovada de número de exemplares vendidos ou distribuídos aos leitores.

Comparativamente aos restantes jornais nacionais – segundo dados da APCT (Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação) de 2015 – o *Público* é o nono jornal com maior número de exemplares em circulação. Em primeiro lugar encontra-se o *Correio da*

*Manhã* (diário), seguido do *Expresso* (semanário) e do *Record* (diário de desporto). Acima encontra-se ainda o *Jornal de Notícias* (diário), *Destak* (diário gratuito), *Metro* (diário gratuito), *Sol* (semanário) e *O Jogo* (diário de desporto).

Em relação ao *Público* e ainda de acordo com dados da APCT<sup>16</sup>, no último bimestre de 2015 foi vendida uma média de 31.653 exemplares – circulação –, ainda que tenha sido impressa uma média de 32.753 – o correspondente à tiragem. No primeiro bimestre de 2016, a tiragem média do público foi de 33.035 e a circulação média de 31.009. Na última página de um dos jornais do *Público* surge a informação de que a tiragem média total de Fevereiro de 2016 foi de 32.904 exemplares.

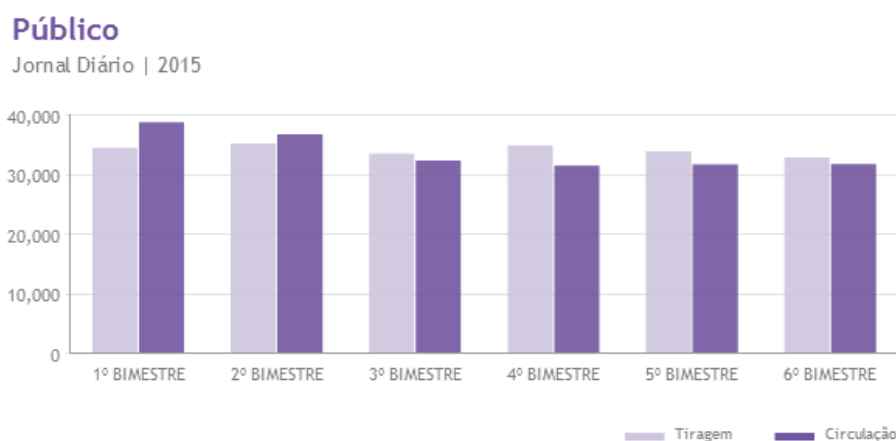


Fig. 2 - Gráfico da APCT relativo à tiragem e circulação do *Público* em 2015

Estes números têm vindo a decrescer ao longo dos anos: Em 1990, a circulação média do *Público* era de 41.694 e em 1993 era de 61.575. A partir de 2009, os valores começaram a fixar-se abaixo dos 40.000 exemplares (sempre tendo como objeto de análise o último bimestre de cada ano).

No relatório “A Imprensa em Portugal”<sup>17</sup> da OberCom (Observatório de Comunicação), relativo a outubro de 2015 é explanada a razão que conduz a uma menor tiragem e, conseqüente, a um valor inferior de circulação: “se o panorama atual indica menos exemplares vendidos, então importa reduzir também o número de exemplares em circulação para equilibrar os custos

<sup>16</sup> Dados disponíveis no *website* da APCT (Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem e Circulação): [http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php)

<sup>17</sup> “A Imprensa em Portugal. Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição”. Terceira edição. Coordenação científica de Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça. Outubro de 2015. OberCom

de produção” (2015: 12). É ainda mencionado que a queda no número de vendas destes jornais poderá estar relacionada com as prioridades orçamentais dos consumidores ao atribuírem “menos verba para os gastos em notícias em época de crise” (2015: 46).

Esta situação tem-se verificado em toda a imprensa portuguesa. De acordo com o mesmo relatório, entre 2008 e 2014, houve uma redução do número médio de exemplares impressos pagos na ordem dos 32%.

No entanto, estes valores não significam automaticamente que os portugueses leiam menos notícias do que o faziam outrora. Uma das explicações é apresentada por Karl Steurer que afirma que “embora seja importante, a circulação é uma ‘fraca’ variável preditiva ou explicativa da audiência” (*apud* Pinto, 2011: 34), já que um único exemplar de jornal pode ser lido por várias pessoas. Para além disso, houve, segundo os dados apresentados no relatório, um crescimento das audiências médias globais, o que pode significar que os portugueses leiam tantos jornais como no passado mas através de “formas alternativas que lhes permitam ler os jornais e notícias, sem ter de os pagar no formato e plataforma tradicionais” (2015: 41). Esta hipótese é corroborada com o aumento significativo do número de visualizações nos *websites* noticiosos.

Vejamos o caso do *Público*. De 2011 para 2012, as visitas ao *website* do *Público* passaram de 31.233 para 63.073; e este número subiu para 148.506 em 2013.

Ainda de acordo com o relatório supramencionado, na análise do número de jornais lidos – na forma de audiência estimada e comparando com o rácio do número total de páginas consultadas pelo total da população portuguesa que utiliza a Internet – chega-se à conclusão que o peso da consulta *online* é incomparavelmente superior ao peso da consulta em papel. Estatisticamente, “por cada jornal que é consultado no formato papel, estima-se que haja o equivalente a 253 consultas de páginas *online*” (2015: 56).

No que aos leitores diz respeito, “o *Público* penetra mais facilmente do que qualquer dos seus concorrentes diários nas classes ‘alta’ e ‘média-alta’” (Pinto, 2001: 45). Segundo dados da Marktest, o jornal consegue melhor trânsito entre os “quadro médios e superiores” e também entre os estudantes (*apud* Pinto, 2001: 44).

### Preço do jornal

Quase todas as publicações impressas em Portugal têm sofrido um aumento considerável do preço de capa. Em 2008, a edição de segunda a quinta-feira do *Público* tinha o

custo de 0.90€ e a edição de sexta-feira e fim-de-semana custava 1.40€. Num intervalo de 8 anos, houve um aumento na ordem dos 30 cêntimos, passando assim a edição de segunda a quinta-feira, em 2016, a custar 1.20€ e a de sexta-feira e fim-de-semana a ter o custo de 1.70€.

O *Público* é o jornal diário generalista nacional mais caro no mercado.

## 1.2. Estágio Curricular

O estágio curricular no jornal *Público* decorreu no âmbito da unidade curricular “Dissertação/Projeto/Estágio” (48 ECTS) pertencente ao ciclo de estudos do Mestrado em Comunicação e Jornalismo e teve a duração de três meses: teve início a 1 de outubro e término a 31 de dezembro de 2015.

Apesar de estar inicialmente previsto que estagiaria na secção de Sociedade ou Ciência, foi-me sugerido que ficasse na secção Local, já que a editora desta secção se encontrava em Lisboa, o que facilitava a comunicação. O estágio curricular foi assim realizado na secção Local, o que acabou por se revelar uma boa alternativa, já que me permitia sair mais frequentemente da redação em reportagem e fazer entrevistas.

A minha orientadora de estágio no *Público* foi a jornalista Ana Fernandes, editora da secção Local, tanto da edição de Lisboa como do Porto.

### 1.2.1. Disposição do espaço

A redação do *Público* em Lisboa situa-se no primeiro piso do Edifício Diogo Cão, na Doca de Alcântara. A redação é em estilo *openspace*, pelo que existem poucas divisórias, o que permite aos jornalistas estarem em permanente contacto e promove um estilo de trabalho aberto, com maior transparência.

À entrada da redação, encontram-se os profissionais de administração, recursos humanos e informática. Na segunda parte, estão os jornalistas agrupados em “ilhas” de trabalho de quatro pessoas, idealmente divididas por secções: Local, Política, Sociedade, Economia, Multimédia, Online, Mundo, Desporto, Ciência e Cultura. Neste segundo espaço está ainda a secção de infografia, paginação e fotografia, assim como o espaço de trabalho dos diretores-adjuntos e da secretária de redação.

Junto da secção Local está o gabinete da diretora – separado por uma parede de vidro. Existe ainda uma sala de reuniões onde é feita, todos os dias de manhã, uma reunião com os

diretores e editores de todas as secções, em videoconferência com a redação do Porto. Há também uma zona de impressoras e uma sala isolada em que se podem fazer entrevistas. Para além destes espaços de trabalho, há um bar e um refeitório no primeiro piso, uma sala para fumadores no segundo piso, assim como um espaço para café.

Nos primeiros dias de estágio, fiquei a trabalhar num lugar vago na ilha de Política – ao lado da de Local – tendo inclusive ajudado no tratamento de dados de alguns deputados para um artigo do jornalista Ricardo Garcia<sup>18</sup>. Considerei ser uma experiência positiva, já que nos encontrávamos perto da data das eleições legislativas e pude assistir a debates sobre este assunto. Na antevéspera das eleições legislativas, a jornalista Inês Boaventura referiu que a altura das eleições era aquela em que a redação do jornal mais se assemelhava “àquilo que costumamos ver em filmes e em séries”. No geral, uma das características da redação era o som constante do bater das teclas e o facto de raramente se encontrar silenciosa.

Nas semanas seguintes, fui alternando entre a ilha de Local e Sociedade, ficando geralmente instalada na secretária dedicada aos estagiários. Aquando da saída da jornalista de Local Marisa Soares do *Público*, em Novembro, passei a sentar-me na sua secretária, pertencente à secção Local, ficando assim na mesma zona que a minha orientadora, Ana Fernandes, e com os jornalistas José António Cerejo e Inês Boaventura.

### 1.2.2 O dia-a-dia na redação

Por norma, um dia de estágio começava às 11h (hora estipulada com a orientadora) e terminava às 19h. Houve, obviamente, exceções: dias em que entrava mais cedo ou saía mais tarde e dias em que saí ligeiramente mais cedo. Da minha estadia em jornais universitários, pensava que o jornal funcionava sempre até bastante tarde. No entanto, no primeiro dia, apercebi-me que havia jornalistas que começavam a sair cedo, por volta das 17h. Ainda assim, havia um número considerável de jornalistas que entrava muito cedo e outros que saíam a horas tardias.

Nos dias em que não tinha nenhum serviço marcado – algum evento que tivesse de fazer cobertura ou alguma entrevista marcada – chegava de manhã à redação e lia o jornal *Público* do dia, disponibilizado na redação. Posteriormente, procedia a pesquisas na Intranet do *Público*, nas agências noticiosas – neste caso, a Lusa, já que só fazia cobertura de acontecimentos em

---

<sup>18</sup> “Renovado, masculino e licenciado: eis o novo Parlamento” de Ricardo Garcia. Publicado a 5/10/2015. Disponível em: <https://www.publico.pt/politica/noticia/renovado-masculino-e-licenciado-eis-o-novo-parlamento-1710123>

Portugal – e via se existia algum assunto de particular interesse. Simultaneamente, lia *newsletters* de outros jornais e do próprio *Público* e consultava alguns *sites* noticiosos.

Esta rotina poderia ser quebrada caso ainda tivesse algum trabalho por completar do dia anterior, se sugerisse alguma ideia ou ainda no caso de a minha orientadora me indicar algum assunto para tratar. Fazia contactos, verificava frequentemente as agências noticiosas e acontecia também deslocar-me a locais para assistir a eventos, visitar locais ou entrevistar pessoas. Assim que concluísse a redação da notícia, colocava-a no *Backoffice* do *Público* para que a minha orientadora pudesse editar o texto.

### 1.2.3 Considerações gerais sobre o estágio – a minha experiência

Num dos primeiros dias em que me encontrava na redação, os estagiários foram convidados a assistir à reunião matinal – que acontece todos os dias úteis, por volta das 10h – com os todos os diretores e editores do jornal. A reunião é feita em videoconferência com a delegação do Porto. Nesta reunião, os jornalistas debatem não só a estrutura do jornal do dia seguinte como, em algumas delas, das edições de fim-de-semana ou mesmo de edições de ocasiões mais ‘especiais’. A secretária da redação, Isabel Anselmo, disse-me que o jornal do dia seguinte às eleições legislativas já andava a ser preparado há cerca de três semanas. Na reunião a que assisti, fez-se um *brainstorming* com ideias para a edição de final de ano (2015). Todos os editores traziam consigo um jornal do dia e contrastavam sugestões de novos artigos com edições anteriores. Definiram-se as páginas para cada secção, os destaques para a semana e questionou-se o porquê de as notícias sobre refugiados terem cessado quando a situação se tinha agravado.

O meu primeiro serviço fora da redação foi na Junta de Freguesia de Arroios, sobre o novo canal de televisão lançado pela freguesia. Fui sozinha para o local e, uma vez terminadas as entrevistas e sessão de apresentação, voltei para a redação para escrever a notícia. Ao chegar, a minha orientadora disse-me que uma das notícias que tinha escrito sobre um festival de caminhada tinha sido a mais lida durante toda a manhã. A notícia sobre o canal de televisão foi a primeira da minha autoria a sair na edição em papel.

Um dos pontos altos da minha estadia no *Público* foi a referência a uma notícia minha<sup>19</sup> pelo escritor Miguel Esteves Cardoso, no seu espaço diário de crónica intitulado “Ainda Ontem”, no *Público*, que pode ser consultada em anexo (Anexo XL). A crónica, chamada

<sup>19</sup> <https://www.publico.pt/ciencia/noticia/os-relogios-recuam-uma-hora-no-domingo-mas-porque-1712044>

“Sigamos o UTC”<sup>20</sup> dedicava-se às razões da alteração da hora que abordei na notícia sobre a alteração do fuso horário. Para além desta referência, alguns dos artigos que escrevi foram posteriormente publicados na página da *Fugas* ou do *P3*, tendo também chegado a fazer parte da *newsletter* do *Público*.

Ao longo do estágio fui melhorando muitas competências. Ao início, sentia-me incerta em relação a determinados assuntos ou condutas de ação e com o tempo esses comportamentos foram-se desenvolvendo e naturalizando. Recordo uma das vezes em que a minha orientadora estava de folga e disse a José António Cerejo, editor em substituição, que lhe enviaria as perguntas que preparara para uma entrevista sobre o alargamento do passeio marítimo de Oeiras. Respondeu: “Não é preciso. Já vi que sabes falar”. Outra competência que adquiri no estágio foi a capacidade de delinear rapidamente uma estrutura para o artigo, que me guiava na construção da notícia; durante algumas entrevistas, conseguia também ir percebendo, dentro daquilo que me era dito, o que era de interesse e merecedor de destaque.

Uma das considerações que fui formando ao longo do período de estágio foi a necessidade de, num oceano de informação em que as notícias são cada vez mais homogéneas, se primar por tirar partido pela exclusividade e relevância da informação que se tem. Foi aqui que senti que houve uma evolução na minha maneira de escrever e de construir uma notícia. No início, seguia-me muito pelas regras, pela estrutura básica da notícia. No entanto, fui percebendo que, por vezes, o que interessa é conseguir que a notícia se destaque sem perder a qualidade e que seja algo “original, inovador e de agradável leitura”, segundo registava nos diários de bordo.

Houve algumas ocorrências em que um artigo “caiu”, ou seja, não foi publicado. Uma das razões que podia levar à queda de um artigo poderia estar relacionada com as limitações de espaço e com a relevância das notícias. Uma das notícias que escrevi sobre os vencedores do orçamento participativo de Lisboa<sup>21</sup> estava prevista para sair na edição impressa do jornal, mas acabou por ser dada primazia a uma notícia mais importante no distrito de Évora. Como a cerimónia do orçamento participativo já tinha decorrido no dia anterior, a notícia de Évora foi publicada no jornal em papel. No entanto, a notícia do orçamento participativo foi publicada *online* na secção Local. Outra situação decorreu uns dias depois dos atentados em Paris, ao existirem algumas ameaças de bomba em Portugal; uma delas ocorreu no Liceu Francês, em Lisboa. Depois de me pedirem para averiguar a legitimidade da situação, liguei para a PSP e

---

<sup>20</sup> <https://www.publico.pt/sociedade/noticia/sigamos-o-utc-1712317>

<sup>21</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/dos-espacos-verdes-as-artes-e-aos-animais-lisboetas-escolheram-projectos-para-a-cidade-1715428>



disseram-me que se tratava de um falso alarme e nem se procedeu à escrita da notícia. Houve ainda um caso em que outros órgãos de comunicação social publicavam e abordavam temáticas de reportagem que se encontravam em desenvolvimento primeiro do que o *Público*, fazendo com que as reportagens perdessem o seu carácter de exclusividade e parecessem antes uma ideia copiada, apesar de ser feita uma abordagem diferente. Isto aconteceu com as reportagens da mercearia biológica Maria Granel (publicada anteriormente no *Observador*) e das lojas históricas (publicada no *Expresso*); aconteceu ainda com a Casa dos Penedos, à venda em Sintra, que não chegou a ser publicada.

Uma das primeiras ruturas que notei entre a teoria aprendida na universidade, também apreendida nos jornais universitários, e a redação do *Público* esteve relacionada com a gravação de entrevistas. Anteriormente, gravava sempre todas as entrevistas, procedia à sua transcrição e só depois fazia o tratamento da informação. Numa das primeiras ocasiões em que fiz uma entrevista, a minha orientadora referiu que devia optar por tirar notas, já que se perde muito tempo na transcrição das entrevistas; aconselhou a que fossem gravadas as entrevistas mais ‘complicadas’. No decurso do estágio, tanto na redação como fora dela, reparei que poucos eram os jornalistas que gravavam as entrevistas, privilegiando-se o método do bloco de notas e caneta. Para Montant, tanto o gravador como o bloco de notas “têm as suas vantagens e os seus inconvenientes. De maneira geral, nada substitui a tomada de notas, inteligente, seletiva, atenta. O uso do gravador (que geralmente bloqueia a espontaneidade da conversa) deve reservar-se para as entrevistas muito técnicas, cheias de números” (Montant, 2002: 29). O nível de exatidão do que é registado no gravador é, no entanto, bastante superior ao das notas tomadas pelo jornalista; em muitos casos, optei por uma via híbrida: registava o mais importante e gravava também as declarações das fontes de informação. Convém também referir que a opção de não gravar as entrevistas se coloca somente nos casos em que as declarações são utilizadas em notícias ou reportagens. No caso de se publicar uma entrevista na íntegra, esta deve ser sempre gravada, já que é impossível que o jornalista registre todas as frases e palavras do entrevistado com exatidão, conseguindo simultaneamente conduzir a entrevista.

Um dos trabalhos mais desafiantes foi a reportagem “Que futuro para as lojas do passado?”<sup>22</sup> em que se problematiza a sustentabilidade e eficácia do negócio das lojas históricas. Inicialmente, este trabalho estaria dividido em dois: o caso de Lisboa, feito por mim, com fotografias de Guilherme Marques, e o caso do Porto, feito pela estagiária da secção Local no

---

<sup>22</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/que-futuro-para-as-lojas-do-passado-1718844>

Porto, Joana Guimarães, com fotografias de Marco Duarte. No entanto, face à reestruturação gráfica do jornal de domingo, foi decidido que estes dois artigos se fundiriam num só. Como a Joana já tinha terminado o estágio, fiquei encarregue de juntar os dois textos num texto único de 20 mil caracteres e 5 páginas. Foi um processo moroso, já que os dois textos eram densos e tiveram de passar de uma estrutura individual a uma estrutura partilhada, pelo que se tornou perentório encontrar um fio condutor entre os dois. Contudo, foi muito gratificante poder ver a reportagem, fruto de semanas de entrevistas e de trabalho, na inauguração do novo jornal de domingo.

Durante a minha “estadia” no *Público*, fui propondo alguns temas que poderia desenvolver em notícias ou reportagens. Algumas não eram aceites – ou porque não pertenciam a Local, ou porque já se tinha abordado a questão há pouco tempo e ainda não havia desenvolvimentos ou porque simplesmente não tinham interesse – mas outras, como a criação do Museu de Leiria<sup>23</sup>, do Pai Natal gigante em Águeda<sup>24</sup> ou uma reportagem sobre o artista cinematográfico Pietro Proserpio<sup>25</sup>, foram aceites.

Alguns dos artigos que escrevi eram para ser inicialmente escritos por outros jornalistas do *Público* mas foram relegados para mim. Nesses casos, os jornalistas eram bastante prestáveis e explicavam-me o assunto e esclareciam qualquer dúvida que pudesse ter sobre o tema. No decorrer do estágio, tanto a minha orientadora como os restantes colegas do jornal foram-me dando dicas, orientações ou sugestões em relação aos artigos que ia escrevendo; contavam-me ainda histórias e curiosidades sobre as suas experiências enquanto jornalistas.

Em jeito de conclusão, considereei a minha experiência de estágio como sendo muito positiva e excedendo substancialmente as minhas expectativas. Tive a oportunidade de propor temas, de sair da redação e fazer um trabalho independente e melhorei muitas competências no que toca a conhecimento jornalístico e à convivência profissional. De igual modo, foi muito compensador a nível pessoal.

Terminei o estágio com a classificação final de 19.

---

<sup>23</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/do-passado-ao-futuro-o-museu-de-leiria-ja-tem-casa-definitiva-1714228>

<sup>24</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/o-pai-natal-gigante-de-agueda-e-tao-alto-como-um-predio-de-7-andares-1715698>

<sup>25</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/pietro-proserpio-o-geppetto-da-mecanica-1718294>

### 1.2.4 Tabela de artigos escritos e publicados

Na seguinte tabela encontram-se listados os artigos que escrevi durante a minha passagem pelo *Público*, tanto para o jornal como para o *website* do jornal. É apresentado o título do artigo, assim como a data de publicação, a secção em que foi publicado (maioritariamente Local) e se saiu na edição impressa ou não. Todo o conteúdo noticioso da minha autoria que foi publicado no jornal impresso encontra-se em anexo (Anexo III).

<b>Título do artigo</b>	<b>Data</b>	<b>Secção</b>	<b>Papel</b>
É uma cenoura que não é uma cenoura e até tem um festival na Covilhã	5/10/2015	Local	-
Aeroporto de Ponta Delgada recebe “passageiro um milhão”	7/10/2015	Local	-
Príncipe Real acolhe este sábado dezenas de actividades culturais	8/10/2015	Local	-
Novo livro ensina, passo a passo, a caminhar por montanhas, vales e ruelas	9/10/2015	Local	-
Hype Market, o mercado de todos para todos, regressa ao Arco do Cego	12/10/2015	Local	-
E se existisse um festival da caminhada? Está aí o Portugal Walking Festival	13/10/2015	Local	-
Para preservar a raça, surge o 1º Encontro Global do Cão da Serra da Estrela	14/10/2015	Local	-
Com uma máquina de costura antiga, coseu-se um projecto de solidariedade	15/10/2015	Local	-
Junta de Freguesia de Arroios lança canal de televisão que até terá aulas de mandarim	15/10/2015	Local	Sim
Estas crianças jogaram futsal para apoiar os animais	16/10/2015	Local	-
A empresa que está a construir a sua sede com pneus e latas usadas	20/10/2015	Local	-
Uma loja de rua para pessoas carenciadas em que não há dinheiro, só boa-vontade	22/10/2015	Local	Sim
Em 2017, a Câmara de Lisboa construirá nova mesquita, uma praça e um jardim na Mouraria	23/10/2015	Local	-
Os relógios atrasam uma hora no domingo. Mas porquê?	23/10/2015	Ciência	-
Porto vai acolher centenas de escuteiros estrangeiros e portugueses	23/10/2015	Local	-
Incêndio atingiu Casa do Pastel de Bacalhau em Lisboa	23/10/2015	Local	-

Sai a Economia, entram as Ciências Sociais – a renovação do campus de Campolide	26/10/2015	Local	Sim
A vila alentejana de Mora espera um <i>baby boom</i> em 2016	29/10/2015	Local	-
Câmaras municipais aprovam orçamentos referentes a 2016	30/10/2015	Local	-
Em Portugal, não há montanhas russas nem parques de diversões depois do Verão	3/11/2015	Local	Sim
Moradores da Fonte da Telha contestam demolições mas a câmara diz que é o melhor a ser feito	4/11/2015	Local	Sim
São 41 as autarquias que mais se preocupam com as famílias	5/11/2015	Local	Sim
Universidade Sénior muda-se para o centro comercial de Picoas	6/11/2015	Local	Sim
A feira em que só se vendem produtos em segunda mão e que saiam das malas dos carros	10/11/2015	Local	-
Vão ser contadas histórias de Natal na fachada do Arco da Rua Augusta	11/11/2015	Local	Sim
Do passado ao futuro: o Museu de Leiria já tem casa definitiva	12/11/2015	Local	-
Serviço de atendimento em língua gestual abre em Lisboa	13/11/2015	Local	-
É só carregar no botão: teleassistência dá resposta a idosos em caso de emergência	17/11/2015	Local	Sim
Encontrado o maior diamante do mundo dos últimos cem anos	19/11/2015	Economia	-
Oeiras lança ferramenta que explica aos cidadãos onde é aplicado dinheiro público	19/11/2015	Local	-
PSD apresenta providência cautelar par impedir a cobrança da taxa de protecção civil	20/11/2015	Local	-
Dos espaços verdes às artes e aos animais: lisboetas escolheram projectos para a cidade	24/11/2015	Local	-
Covilhã torna-se presidente da associação que preserva o “século das luzes”	24/11/2015	Local	-
Mil músicos desfilam em Lisboa para celebrar restauração da independência	25/11/2015	Local	Sim
O Pai Natal gigante de Águeda é tão alto como um prédio de sete andares	26/11/2015	Local	-

Moradores unem-se em protesto contra a falta de acessos na Estação de Benfica	26/11/2015	Local	-
Verba do Orçamento Participativo de Cascais passa de 1,5 para 4 milhões de euros	27/11/2015	Local	-
Maria Granel, a mercearia de produtos biológicos onde se compra “à medida”	28/11/2015	Local	Sim
Programa das festas apresentado no dia em que se acenderam as luzes de Natal	30/11/2015	Local	Sim
Câmara de Almada apresenta projecto ambiental na Cimeira do Clima	1/12/2015	Local	-
Uma casa adaptada e um assistente pessoal dará a estas pessoas uma vida independente	3/12/2015	Local	Sim
O eléctrico lisboeta que combina solidariedade e espírito natalício	4/12/2015	Local	-
Como um bairro problemático se transformou numa galeria de arte pública	6/12/2015	Local	Sim
Os presépios que reinventam a tradição	7/12/2015	Local	-
PEV e CDS pedem esclarecimentos sobre surto de esgana no canil de Lisboa	10/12/2015	Local	Sim
Chegou a Lisboa a aplicação de táxis europeia que aposta na formação dos taxistas	10/12/2015	Local	Sim
Primeiro agrupamento de escuteiros aéreos abre em Portugal	11/12/2015	Local	-
Na fundição que fabricou armas para a guerra colonial agora faz-se arte	12/12/2015	Local	-
Mulher desaparecida na serra da Estrela foi encontrada morta	17/12/2015	Sociedade	-
Mais de cem passarinhos apreendidos no Algarve	18/12/2015	Local	Sim
Um fim-de-semana dedicado aos sem-abrigo em Lisboa e no Porto	18/12/2015	Local	-
Táxis saem da zona de partidas do Aeroporto de Lisboa, ANTRAL contesta decisão	22/12/2015	Local	Sim
Que futuro para as lojas do passado?	3/01/2016	Local	Sim
Catamarã encalha no Montijo com 91 passageiro a bordo	5/01/2016	Local	-
Transformar os miradouros em arte é o objectivo deste concurso	5/01/2016	Local	-
Recuperado gabinete da rainha D. Amélia no Palácio da Pena	7/01/2016	Local	Sim

Nova raça de cães prestes a ser reconhecida	9/01/2016	Local	Sim
Pietro Proserpio, o Gepeto da mecânica que habita numa livraria da Lx Factory	10/01/2016	Local	Sim
Da feira popular aos negócios sociais: a reinvenção d'O Século	7/02/2016	Local	Sim

### 1.3. Metodologia do Relatório de Estágio

Para facilitar a redação do Relatório de Estágio, desenhei um modelo de ação que me permite recolher informações de natureza teórica e prática, procedendo posteriormente à sua análise e reflexão, organizando-as de acordo com o tema em que se inserem. Em simultâneo – e a partir das informações recolhidas –, foi feita a escrita do relatório de forma faseada, de acordo com os prazos definidos na planificação. No que às metodologias diz respeito, cumpriu-se a seguinte estrutura:

- Observação participante durante o estágio no *Público* e registo diário das tarefas realizadas;
- Leitura e análise crítica de bibliografia concordante com o tema proposto;
- Análise documental dos diários de bordo;
- Estudo de caso: a secção Local no jornal em papel e *online*;
- Redação do Relatório de Estágio.

#### Observação participante e registo diário das tarefas

Durante o período de estágio, para além da parte experimental que me foi concedida, pude proceder a uma observação participante e ao registo diário através de métodos narrativos. De acordo com Cristina Sales Baptista e Maria José Sousa, a observação é “uma técnica de recolha de dados que se baseia na presença do investigador no local de recolha” (Baptista e Sousa, 2011: 88).

No caso da observação participante, o observador integra o meio investigado, tendo assim acesso a dados que de outra forma não conseguiria e à vivência na primeira pessoa de determinadas situações do contexto a investigar. Assim, a observação participante é considerada “uma técnica de investigação qualitativa adequada ao investigador que pretende compreender, num dado meio social, um fenómeno que lhe é exterior” (Baptista e Sousa, 2011: 89), podendo-se designar a estas tarefas de “trabalho de campo”.

Simultaneamente ao processo de observação participante, fui registando diariamente informações relevantes sobre o local em que me encontrava a estagiar, assim como o registo de certas situações, práticas e opiniões.

### Leitura e análise crítica de bibliografia concordante com o tema proposto

De forma a contextualizar a investigação e a dar ao relatório de estágio um fundo científico, selecionei algumas obras úteis para a compreensão do tema e posterior redação do relatório. Assim, convém que analise não só elementos bibliográficos relativo ao tema do relatório mas também bibliografia mais abrangente, nomeadamente sobre jornalismo, comunicação e o panorama mediático português. A bibliografia pode variar entre livros, artigos científicos, jornais, revistas, publicações em *websites*, trabalhos académicos ou ainda conteúdo lecionado em aulas da licenciatura e mestrado. A leitura bibliográfica permitirá, então, adquirir conhecimento sobre a área de estudo e recolher informação pertinente ao âmbito do relatório.

De acordo com Cristina Sales Baptista e Maria José Sousa, a revisão bibliográfica dará à investigação uma importância comparativa e, portanto, deverá ser suficientemente abrangente, seletiva e analítica. É feita reflexão crítica integrada no relatório sobre a bibliografia estudada, assim como um contraponto com a minha opinião, cenários observados e experiências de estágio.

### 3. Análise documental dos diários de bordo

A terceira fase da metodologia é a análise dos diários de bordo, redigidos aquando do estágio, em que foi feita uma recolha dos dados de maior relevância para o relatório e utilizando essa informação de forma analista. Esta informação integrará o relatório de estágio sempre que se provar pertinente.

### 4. Estudo de caso: a secção Local no jornal em papel e online

A juntar ao estudo e reflexão da bibliografia e dos diários de bordo, decidi proceder a um estudo de caso que permita abordar um caso prático de como as notícias são dadas na secção Local do *Público* – tanto na vertente impressa como digital – e delinear um grau de comparação entre os dois meios. Com esta análise pretendo perceber algumas das alterações provocadas pela Internet através da análise de um número de variáveis. Tenciona-se ainda entender e qual o espaço que o jornalismo de proximidade ocupa no *Público*.

## 5. Redação do Relatório de Estágio

A partir dos métodos supramencionados, procedeu-se à redação do relatório de estágio. O relatório encontra-se dividido em quatro partes: contextualização do estágio e da entidade acolhedora, noções gerais para compreensão do tema, aprofundamento desse mesmo tema (as alterações impostas pelo novo meio cibernético no percurso da informação e nas práticas jornalísticas) e um estudo de caso.



## **Capítulo II**

### **Conceitos essenciais para a compreensão do tema**

## 2.1. Definição de jornalismo

O jornalismo é uma profissão intimamente ligada à informação e à forte presença que esta tem nas nossas vidas. Precisamos de informação (e de comunicação) em todos os aspetos da nossa vida. O jornalismo nasce aliado a estas duas características: a informação e a comunicação que, indissociáveis da nossa vida quotidiana, passam a tornar-se uma necessidade. Todavia, o jornalismo não surge como um mero exercício comunicacional e informativo. A sua relevância para as sociedades encontra-se sustentada em pilares mais fortes, ao oferecer ao cidadão conhecimento sobre a atualidade e sobre temas do seu interesse, saciando a sua necessidade de informação sobre aquilo que o rodeia.

Mar de Fontcuberta resume o jornalismo como sendo a “comunicação periódica a um público massivo ou especializado, através dos meios de comunicação social, de um facto que acaba de suceder, de ser descoberto ou que está previsto ocorrer num futuro mais ou menos próximo” (Fontcuberta, 2002: 15).

Assim, o jornalismo – mesmo não sendo a nível biológico uma necessidade – desempenha um papel muito importante no bom funcionamento das sociedades. Como comentavam Kovach e Rosenstiel, “as notícias satisfazem um impulso básico humano” pois satisfazem uma “necessidade intrínseca – um instinto – de saber o que se passa para além da sua própria experiência direta” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 5). Estes dois jornalistas afirmam ainda que a essência do jornalismo é contar histórias com uma finalidade: “facultar às pessoas a informação de que precisam para compreenderem o mundo que as rodeia” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 153), fornecendo, assim, informação de que os cidadãos precisam para serem livres e se autogovernarem.

Eduardo Cintra Torres considera que o jornalismo é uma atividade essencial da sociedade aberta, tendo como características próprias “o escrutínio, o debate, o choque de pontos de vista, a revelação” (Cintra Torres, 2009: 79). Também Mario Vargas Llosa explica que “a sua função [dos órgãos de comunicação social] é, também, orientar, assessorar, educar e esclarecer o que é certo ou falso, justo e injusto, belo e execrável do vertiginoso vórtice da atualidade” (Vargas Llosa, 2015: 54). O jornalismo apresenta-se assim não só como um distribuidor de informação mas como algo mais do que isso: trata-se de um ofício que pressupõe um conhecimento geral de vários temas da ordem do dia, assim como uma capacidade de investigar, pesquisar, selecionar, interpretar e enquadrar a informação.

É neste sentido que Walter Lippman afirma que as notícias do dia, “tal como chegam a uma redação, são uma mistura incrível de factos, propaganda, rumores, suspeições, chaves de interpretação, esperanças e medos, e o trabalho de seleccionar e ordenar as notícias é uma das tarefas realmente sagradas numa democracia” (*apud* Fernandes, 2011: 95). Lippman acrescenta que os jornais são a “bíblia das democracias”, metaforizando-os como sendo “o livro cuja leitura permite ao povo determinar a sua conduta” (*ibidem*).

O jornalismo e os seus vários suportes existem há já muitos anos, como veremos adiante. Apesar de a chegada da Internet, nos anos mais recentes, poder ter instaurado um novo método de ler notícias e de encarar o jornalismo, este continua a marcar presença tanto nos meios tradicionais como *online* e a provar ser importante para os cidadãos. Numa era em que o mundo está mais conectado do que nunca e em que existe uma sobrecarga de informação, o jornalista reforça o seu papel de mediador de assuntos e do que é ou não notícia, sendo-lhe concedido um outro nível de importância. Daí que a Internet não se apresente necessariamente como uma ameaça ao jornalismo (antes como um desafio), tendo colocado em risco, porém, o método tradicional de jornalismo e ao seu modelo de negócio, como veremos mais à frente neste relatório.

Numa das respostas de uma entrevista feita por João Figueira a Vicente Jorge Silva, um dos fundadores do *Público*, o jornalista refere que existe uma ideia romântica do jornalismo e que esta atividade deveria funcionar como um serviço. No entanto, Vicente Jorge Silva acredita que o jornalismo se tem vindo a deteriorar e que se transformou num comércio; o jornalista refere que um jornal para sobreviver tem de ter uma audiência fiel mas que em Portugal existe “o problema de os jornais ditos de referência não serem economicamente rentáveis” (Figueira, 2009: 140-141).

Ainda assim, é preciso ter em consideração que “o mundo do jornalismo é um microcosmo que tem as suas leis próprias e que é definido pela sua posição no mundo global, e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmo” (Bourdieu, 1997: 39), pelo que o campo do jornalismo pode ser influenciado por interesses alheios. Assim, dá-se valor ao jornalismo isento e de qualidade, com a função primária de informar, recordando que “a primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 36).

Em termos práticos, ao longo do estágio no jornal *Público*, uma das ideias que mais rapidamente se consolidou em mim foi a íntima relação que existe entre jornalismo e conhecimento. O jornalista tem a obrigação de estar bem informado (sobretudo no que toca aos

assuntos que vai abordar nas suas notícias), conseguindo, assim, fazer entrevistas de modo fiável, construir o texto noticioso e explicar e contextualizar de forma clara e eficaz a situação aos leitores.

Da minha experiência, antes de ir para um “serviço”, tinha o cuidado de fazer o ‘trabalho de casa’, como qualquer jornalista deve fazer: pesquisar sobre o assunto, saber mais sobre os intervenientes, nomes, cargos e situações anteriores. A preparação da entrevista por parte do jornalista é “indispensável para um bom conhecimento do assunto. O seu bom senso e a sua curiosidade – duas qualidades fundamentais do jornalista (juntamente com a humildade) – farão o resto no decurso da entrevista” (Montant, 2002: 22). Convinha ainda estudar as moradas e qual o melhor método de transporte e trajeto mais rápido. Não sendo de Lisboa mas estando a cobrir assuntos locais, muitas vezes tinha de aprender em horas e com recurso à Internet, jornais e relatos aquilo que os lisboetas sabiam de anos de vivência na cidade. Em suma, ser jornalista consiste também num processo de aprendizagem constante, numa tentativa de ser detentor do máximo de informação pertinente possível, de forma a conseguir trabalhar essa informação e apresenta-la ao público de forma clara.

A experiência e a memória também correspondem a dois elementos fulcrais no jornalismo. Tomo por exemplo o caso de uma notícia que escrevi sobre um incêndio que deflagrara num restaurante da baixa lisboeta<sup>26</sup>. Durante a correção do artigo, a minha orientadora acrescentou ao corpo da notícia que este estabelecimento tinha estado anteriormente envolto em polémicas, algo que não conseguira apurar.

### **2.1.1. Ciberjornalismo**

Uma das mais recentes vertentes do jornalismo que surgiu com a revolução digital é o jornalismo que é praticado na *web*, em formato digital, tomando partido das suas características e possibilidades – o ciberjornalismo. O ciberjornalismo faz uso das potencialidades da Internet que devem ser entendidas, segundo Zamith, não apenas como “as características do novo meio convergente (algumas das quais semelhantes às de outros meios de comunicação), mas as possibilidades que a rede global dá de se fazer algo verdadeiramente distinto do que se faz nos meios tradicionais (televisão, rádio e imprensa)” (Zamith, 2008: 18).

Apesar de todos os percalços que têm surgido, com diferentes ritmos de desenvolvimento e com avanços e recuos, o ciberjornalismo tem “vindo a consolidar-se como ramo jornalístico

---

<sup>26</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/incendio-na-rua-augusta-foi-extinto-e-nao-ha-vitimas-1712110>

específico, assente em novos formatos e linguagens, ainda que embrionárias” (Bastos, 2010: 15). Ao longo dos anos, tem-se verificado um aumento do jornalismo que é feito *online*, por vezes demarcado do seu suporte em papel e, noutros casos, ainda dependente dele.

O que distingue o ciberjornalismo do restante jornalismo é a sua “componente tecnológica enquanto fator determinante em termos de uma definição operacional” (Bastos, 2010: 23). Assim fica clara a ideia de que nem todo o jornalismo que surge *online* corresponde a ciberjornalismo, já que este deve ser produzido especificamente tendo em consideração as características do novo meio virtual e através de profissionais formados para este género de produções.

## 2.2. Contexto histórico: da imprensa à rádio, televisão e Internet

Na sua obra *Jornalismo*, Nélon Traquina relata que “o aparecimento dos primeiros jornais teve lugar no século XVII. *O Aviso de Augsburg*, Alemanha, é geralmente considerado como sendo o primeiro jornal, publicado em 1609” (Traquina, 2007: 176). Antes existiam as ‘folhas volantes’, uma forma pré-moderna de jornais, geralmente dedicados a um único tema e sem periodicidade definida. Em Inglaterra, surge em 1655 o *Oxford Gazette* (mais tarde passou a chamar-se *London Gazette*) e em França o primeiro jornal apareceu em 1631, intitulado *La Gazette*.

O primeiro jornal português surge em 1641, com o longo título de *Gazeta em Que se Relatam as Novas Todas Que Houve Nesta Corte e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641*, passando depois a chamar-se *Gazeta*. Esta publicação inaugurou “o jornalismo periódico em Portugal” e “foi publicada, com maior ou menos regularidade, até 1647” (Sousa, 2008: 4). Anteriormente já se tinham divulgado notícias “nas chamadas ‘relações’, embora estas não oferecessem o carácter de periodicidade que define o jornal”<sup>27</sup>.

Nas palavras de Tengarinha, o jornalismo em Portugal nasceu da junção de três fatores: “o progresso da tipografia, a melhoria das comunicações e das relações postais e o interesse do público pela notícia” (Tengarinha *apud* Santos, 2007: 16).

Segundo os jornalistas Kovach e Rosenstiel, o que consideramos de jornalismo moderno “começou a emergir nos primórdios do século XVII, literalmente em resultado de conversas mantidas, sobretudo, em locais públicos, como os botequins em Inglaterra” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 20). É ainda afirmado que os primeiros jornais surgiram a partir destes locais

<sup>27</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/imprensa-20121212-160235>

“quando tipógrafos empreendedores começaram a recolher nos botequins as informações sobre transportes marítimos, mexericos e debates políticos e a imprimi-los em papel” (*ibidem*).

Nelson Traquina acredita que as raízes do jornalismo que conhecemos hoje sejam um pouco mais tardias, remontando ao século XIX, altura em que se verificou um desenvolvimento na imprensa. Assim, “com a finalidade de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas em ‘factos’ e não em ‘opiniões’” (Traquina, 2007: 20). O Portal do Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS) apresenta uma retrospectiva histórica dos primórdios da imprensa em Portugal:

“O grande impulso do desenvolvimento do jornalismo em Portugal dá-se no século XIX. Em coerência com os princípios da Revolução Liberal de 1820, procede-se à abolição da censura até então exercida pela Inquisição ou pelo poder político, consagra-se constitucionalmente a liberdade de expressão, promulga-se a primeira Lei de Imprensa (Carta-de-Lei de 4 de Julho de 1821). A liberdade de imprensa é posteriormente consagrada na Constituição liberal de 23 de Setembro de 1822. É ainda no fervor revolucionário que, a 18 de Abril de 1835, se publica pela primeira vez, em Ponta Delgada (ilha de S. Miguel, Açores), o diário Açoriano Oriental. Trata-se do jornal mais antigo do país, sendo também considerado o segundo mais antigo da Europa.”<sup>28</sup>

A história da imprensa portuguesa está marcada, como em tantos outros países, pela fundação de novos títulos e pela extinção de jornais. No cenário português, a lista de publicações extintas é longa e conta com títulos como *O Século*, *O Diário de Lisboa*, *O Comércio do Porto*, *O Independente*, *Tal & Qual* ou *24 Horas*.

Para Nelson Traquina, foram os avanços na rapidez da transmissão da informação, nomeadamente a invenção do telégrafo em 1844 e do telégrafo por cabo em 1866, que ditaram uma nova era do jornalismo, mais global e mais ligada à atualidade (Traquina, 2007: 24).

Van Dijk acrescenta que duas décadas depois do telégrafo, “foram feitas as primeiras ligações de rádio por telegrafia sem fio usando frequências de rádio na atmosfera” (Dijk, 1999: 28), explicando que estas foram “as primeiras redes de telecomunicações e de comunicação de massas” (*ibidem*). Em Portugal, a primeira emissão experimental de rádio ocorreu em 1914, por iniciativa de Fernando Cardelho de Medeiros<sup>29</sup>. As emissões de rádio mais próximas daquilo que conhecemos hoje só foram emitidas dez anos mais tarde, aquando da criação do posto emissor da Rádio Lisboa. É em 1933 que se fazem as primeiras emissões experimentais da

<sup>28</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/breve-retrospectiva-historica-20130313-112923>

<sup>29</sup> Jorge Pedro Sousa (2008). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>

Emissora Nacional; mais tarde, em 1937 a emissora católica Rádio Renascença começa a emitir com regularidade em onda média<sup>30</sup>. Segundo o GMSC, no início de 1957 existiam no país cerca de 534 mil aparelhos de rádio, valor que ultrapassava um milhão e meio em 1975.

Já o aparecimento da televisão dá-se na década de 20 do século XX. Por iniciativa do Governo, é constituída, em 1955, a “RTP – Radiotelevisão Portuguesa, SARL”. As suas emissões regulares deram início à história do telejornalismo em Portugal (Sousa, 2008: 74), a 7 de março de 1957. Em 1968 começam as emissões do segundo canal da RTP e a 7 de março de 1980 a RTP começa a transmitir imagem a cores<sup>31</sup>. Com o fim do monopólio estatal, o exercício da atividade de televisão por entidades privadas passa a ser possível a partir de 1989, através de um concurso público. Assim, nasceram duas televisões privadas: a SIC (com início de emissão em outubro de 1992) e a TVI (com início de emissões em fevereiro de 1993).

Posteriormente, a Internet começou a ser desenvolvida na década de 60 nos Estados Unidos da América, em ambiente militar. Castells explica que “a criação e o desenvolvimento da Internet nas últimas três décadas do século XX resultaram de uma mistura sem precedentes da estratégia militar, da cooperação entre as cúpulas científicas, da iniciativa tecnológica e da inovação contra-cultural” (Castells, 2011: 54-55). A DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*, mais tarde ARPA), em 1969, “desenvolveu um plano de contingência para uma guerra nuclear, na forma de uma rede de computadores concebida para permitir que a informação existisse fora de um local central e vulnerável” (Hartley, 2004: 152). Esta primeira rede de comunicação chamada ARPANET foi “desenvolvida no secretismo das instalações militares americanas, com a ajuda de uma série de cientistas civis” (*ibidem*). A partir daí, esta rede foi-se expandindo a toda a comunidade, de forma gradual. Em 1973 foi estabelecida uma ligação internacional com o University College de Londres e em 1975 foi desenvolvido o primeiro programa de correio eletrónico. O principal impulso da Internet deu-se na década de 90, altura em que os jornais portugueses começaram a criar domínios na *web*.

### **2.2.1. Tecnologia a par da comunicação**

A palavra tecnologia tem origem no grego “tekhne”, que significa “técnica, arte, ofício” juntamente com o sufixo “logia” que significa “estudo”, sendo, assim, a aplicação prática de um conhecimento científico<sup>32</sup>. A tecnologia pode assim ser entendida como um mecanismo que

---

<sup>30</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/radio-20121212-160235>

<sup>31</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/televisao-20121212-160235>

<sup>32</sup> <http://www.significados.com.br/tecnologia-2/>

possibilita ao ser humano a realização de funções ao utilizar algo externo ao seu corpo. A tipografia ocupa um lugar importante no seu entendimento enquanto extensão do ser humano, como nos diz Marshall McLuhan:

“La typographie a été la première expérience de mécanisation d’un métier manuel et, à ce titre, elle constitue l’exemple par excellence, non pas de la découverte d’une connaissance nouvelle, mais de l’application pratique de connaissances déjà disponibles”. (McLuhan, 1962: 278)

A evolução dos meios de comunicação sempre foi acompanhada pelo uso das tecnologias e também dos seus desenvolvimentos. Helder Bastos conta que o jornalismo tem sido dependente da tecnologia ao longo da história, usando-a “para a recolha, edição, produção e disseminação da informação” (Bastos, 2010: 21), com o objetivo final de poder transmitir rapidamente a informação de forma perceptível. Como afirmam Reddick e King, “tal como o que aconteceu com as tecnologias do passado, a Internet e outras redes de informação *online* vão afetar profundamente a arte e o ofício do jornalismo” (*apud* Gomes, 2009: 60).

A nível prático, João Canavilhas acredita que este desenvolvimento dos media está também relacionado com os avanços ocorridos nos meios de difusão, apresentando o exemplo da rádio e da televisão, afirmando que “foi graças aos avanços técnicos na distribuição do sinal que estes meios conseguiram a cobertura total dos respetivos países por via hertziana e, mais recentemente, uma dimensão global por satélite” (Canavilhas, 2006 (2): 2).

### 2.2.2. O jornalismo português na Internet

Em Portugal, a RTP foi o primeiro órgão de comunicação social a registar oficialmente o seu domínio *online*<sup>33</sup>, em 1993. Dois anos depois, outros órgãos como o *Público*, o *Jornal de Notícias*, a *Lusa* e a TVI registavam também os seus domínios. Este processo foi-se repercutindo nos restantes serviços noticiosos, cessando no virar do século.

Fernando Zamith escreve que “o ano de 2001 marca o fim do *boom* dos sites noticiosos portugueses, com o aparecimento dos primeiros sinais de recessão, provocada, fundamentalmente por resultados económicos bastante abaixo dos esperados” (2008: 13). A 28 de março de 2001, o *Expresso Online* acaba com a atualização de notícias e despede 17 pessoas. No mesmo ano, o projeto *Imaterial.tv* acaba, não chegando a passar da fase experimental, o que resultou no despedimento de 40 jornalistas poucos meses depois.

---

<sup>33</sup> Helder Bastos (2010) *Ciberjornalistas em Portugal*. Página 229



O processo de adaptação dos jornais ao modelo *online* foi um processo conflituoso. Hélder Bastos considera que “em Portugal, a evolução no campo do ciberjornalismo foi lenta e pontuada por diversas frustrações” (Bastos, 2010b: 1). No artigo “Do jornalismo *online* ao webjornalismo: formação para a mudança” de João Canavilhas, o autor apresenta os quatro modelos de jornal *online* que existem. Numa primeira fase, deparamo-nos com a edição fac-símile, que consiste numa mera reprodução das páginas da versão impressa de um jornal, por digitalização ou PDF. Em segundo lugar, temos um modelo adaptado, com conteúdos iguais aos dos jornais em suporte de papel mas com um *layout* próprio, podendo nesta fase ser integrados *links* nos textos. O terceiro é o modelo digital, em que os jornais já têm um *layout* pensado e criado para o meio *online* e em que é possível utilizar o hipertexto, assim como a apresentação de notícias de última hora e comentários. Por último, o modelo multimédia, em que as publicações tiram máximo proveito das características do meio da *web*, como, por exemplo, a possibilidade de integrar som e vídeo, entre outros níveis de interatividade.

De entre os jornais exclusivamente *online*, dá-se destaque ao jornal *Diário Digital* e ao *Portugal Diário* que marcou presença online durante onze anos e foi encerrado pela Media Capital em 2011, tendo os jornalistas sido integrados na redação *online* da TVI24<sup>34</sup>. Outro exemplo mais recente e que tem tido sucesso até então é o *Observador*, uma publicação exclusivamente digital que teve início a 19 de maio de 2014.

### 2.2.3. Os *media* em convergência

Rui Miguel Gomes refere na sua obra *A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes* que o conceito de *media* é utilizado para designar o conjunto de meios de comunicação, imprensa, rádio, televisão e, mais recentemente, a Internet. Estes meios diferenciam-se entre si devido às “características inerentes à sua essência, mas ao mesmo tempo conseguem ser determinados pela sua própria interdependência e reciprocidade mediática confluindo num poder coeso” (Dahl *apud* Gomes, 2009: 15). Como é sabido, a história dos *media* tem sido marcada por uma constante inovação e evolução.

Antes da era da Internet, cada meio tinha a sua forma de transmissão. O jornal transmitia texto e fotografias, a rádio transmitia som e a televisão transmitia som, texto e imagem em movimento. Apesar de a televisão já convergir em si vários formatos, é com a chegada da Internet que todos estes meios se fundem num só e é hoje frequente ver *sites* noticiosos que

---

<sup>34</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/panorama-do-setor>

englobam todos estes formatos, num ambiente de multimedialidade. Ademais, a principal diferença entre a televisão e a Internet é que o consumidor passa a poder não só escolher o que quer ver como a poder interagir com o produto.

Encontramo-nos perante um fenómeno de convergência dos *media* em que a Internet passa a deter o monopólio tecnológico. Um exemplo desta convergência, apresentado por Cardoso, é o das rádios que passaram da vertente meramente auditiva para passar a ter nos seus *websites* conteúdo escrito e iconográfico, o que levou a que a imprensa se visse “desprovida do monopólio da escrita” (2009: 44).

A convergência é definida por Hartley como sendo “a fusão das tecnologias da telefonia, da computação e dos *media* (difusão) e, por conseguinte, a fusão dos negócios, dos mercados e das interações sociais a elas associadas” (Hartley, 2004: 59).

As estruturas tradicionais deixam assim de ter tanta relevância como tinham anteriormente, já que as indústrias e os mercados se fundem e os limites do que pertence a cada meio deixa de ser claro. A convergência implica uma reestruturação, já que cada meio deixa de se dedicar a um só formato e tem de arranjar forma de conseguir produzir outros conteúdos. Por outro lado, um mesmo conteúdo pode agora ser distribuído através de vários meios, pelo que o conceito de convergência se relaciona também com o conceito de multimedialidade, uma das características da Internet. Face à tendência para a disseminação dos mesmos conteúdos em múltiplas plataformas e dispositivos, Helder Bastos refere que “as melhores hipóteses de diversidade e enriquecimento da esfera pública através de produção de notícias digitais envolvem mais, e não menos, recursos. É por isso que, na base, a convergência de redações é um fenómeno que conduz à homogeneização” (Bastos, 2013: 7).

### **2.3. Características da Internet**

Para van Dijk, uma *network*, isto é, uma rede “é uma conexão entre pelo menos três elementos, pontos ou unidades” (Dijk, 1999: 28); se se tratasse apenas de uma conexão entre dois elementos seria uma relação. Esta definição avançada por van Dijk é, segundo o próprio, a mais abstrata possível e pode ser usada em redes físicas, sociais ou mediáticas. Este é o ponto de partida para entendermos a Internet: como uma rede.

No Livro de Estilo do *Público*, a Internet é definida como “uma grande rede mundial de computadores que comunicam entre si recorrendo a uma linguagem comum”. Castells considera que “a Internet é o tecido das nossas vidas. Não é o futuro. É o presente. A Internet é

um meio totalmente abrangente que interage com o conjunto da sociedade” (*apud* Gomes, 2010: 232).

Como todos os meios, também a Internet tem as suas próprias características e alguns elementos que a definem e a distinguem das restantes formas de rede e de comunicação. São estas características da Internet que permitirão que haja uma mudança e uma adaptação no campo jornalístico, criando algo diferente do que é produzido nos meios tradicionais juntando, simultaneamente, várias das características desses mesmos meios tradicionais.

As principais características da Internet são: a hipertextualidade, a multimedialidade, a instantaneidade, a interatividade, a ubiquidade, a personalização e a memória.

### **2.3.1. Hipertextualidade**

A ideia de hipertexto foi pela primeira vez descrita em 1945, pelo físico e matemático Vannevar Bush, num artigo intitulado “As We May Think”. Neste artigo, o autor dizia que “a maior parte dos sistemas de indexação e organização de informações em uso na comunidade científica são artificiais. Cada item é classificado apenas por uma única rubrica, e a ordenação é puramente hierárquica (classes, subclasses, etc) (...) Ora, a mente não funciona desta forma, mas sim através de associações” (*apud* Zamith, 28). Só vinte anos depois desta afirmação e na introdução da ideia é que surge o termo “hipertexto”, inventado por Ted Nelson para designar a escrita e a leitura não linear dos sistemas de computadores.

A hipertextualidade apresenta-se como uma característica capaz de estabelecer uma ligação entre diferentes conteúdos, através de *links*, ou elos de ligação. Em termos jornalísticos, o hipertexto permite aprofundar conhecimentos sobre um determinado assunto, dando ao leitor a possibilidade de seguir uma ligação e saber mais sobre aquilo que é do seu interesse. Assim, os textos jornalísticos podem perder a sua linearidade, já que a leitura da notícia pode ser quebrada a qualquer instante, se o leitor decidir seguir uma dessas hiperligações e não regressar à página original. Como afirma Levy, “navegar num hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso numa rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira” (*apud* Zamith, 2008: 28).

A hipertextualidade é geralmente apresentada como uma vantagem: permite enriquecer um texto com vários elementos, complementando-o sem ter a necessidade de o saturar com informação explícita. O leitor pode optar por passar para um novo nível de informação, caso o pretenda, mas também se pode deixar ficar pelo nível mais básico.

No entanto, neste contexto jornalístico pode surgir o verso da moeda: perante tantas possibilidades de remissão, o leitor pode acabar por se “perder”, sem saber ao certo o que é de interesse ou não; para além disso, pode não ler a notícia na íntegra e não reter pormenores importantes sobre o assunto.

Helder Bastos defende que esta desvantagem deve redobrar a atenção despendida com a estrutura noticiosa: “o hipertexto e a didática da redação jornalística reclamam o acentuar da atenção em relação à arquitetura do discurso, bem como ao estudo das chaves da sintaxe hipertextual, para organizar os nós de forma significativa e orientada para o leitor” (Bastos, 2010: 37).

Em suma, a hipertextualidade permite uma narrativa não-linear e remissiva, ao contrário do que era usual encontrar numa peça jornalística tradicional: uma narrativa linear e com informação hierarquizada.

### **2.3.2. Multimedialidade**

A multimedialidade, derivada de multimédia, surge como um aglomerado de vários media num só. Assim, numa única unidade de comunicação podem coexistir vários códigos de linguagem, sejam eles textuais, sonoros ou visuais.

Esta capacidade, que reside no ambiente digital, permite que seja apresentado num único meio (um computador, por exemplo) elementos como fotografias, texto, áudio, vídeos, infografias, etc. Nos *websites* noticiosos, é comum ver-se esta funcionalidade. No *site* do *Público*, por exemplo, existem várias notícias a que são associadas infografias, fotografias e vídeo. Em *websites* de rádios, para além da vertente de áudio, junta-se agora também o texto e a fotografia – impensáveis no seu modelo tradicional.

O termo “multimédia” é largamente utilizado atualmente “para se referir à comunicação que é mediada por tecnologias informáticas e que utiliza um repertório de gráficos, texto, som, animação ou vídeo”<sup>35</sup> (Hartley, 2004: 180). Este autor refere ainda que uma das características comum a elementos multimédia é a “aparência de coesão”, integrando experiências sensoriais num só meio.

A multimedialidade surge associada ao fenómeno de convergência; no caso jornalístico, este fenómeno pode ser percecionado em redações de diferentes suportes que se unem num só

---

<sup>35</sup> Hartley, John (2004). Comunicação, Estudos Culturais e Media: conceitos-chave. Quimera

meio, criando o mesmo conteúdo em plataformas distintas. Neste sentido, Hélder Bastos afirma que “a convergência de diferentes media numa mesma estrutura empresarial e a proliferação de empresas multimidiáticas, que lutam por um mercado cada vez mais competitivo, geraram uma tendência baseada no aproveitamento múltiplo dos mesmos recursos jornalísticos” (Bastos, 2010: 44).

### 2.3.3. Instantaneidade

A Internet é um meio em tempo real e de grande escala. Ao contrário do que acontece nos outros órgãos de comunicação social, em que existem horários predefinidos, a informação na Internet pode ser difundida quase instantaneamente e sem restrições horárias. Num jornal, por exemplo, um acontecimento que decorra depois do jornal estar impresso só sairá no jornal do dia seguinte. Um jornal impresso acaba, muitas das vezes, por ser um jornal com as notícias de ontem, ainda que os jornalistas nas redações se esforcem por produzir o jornal de amanhã. Num canal de televisão generalista, as notícias são geralmente dadas num bloco noticioso na hora de almoço e outro à noite, sendo somente interrompida a restante emissão em notícias de última hora de grande importância.

No meio *online*, a transmissão das notícias passa, assim, a ter um carácter instantâneo. Isto pode ser apresentado como uma vantagem, já que as notícias são dadas pouco após o momento de produção, a uma escala quase imediata. No entanto, podem também surgir algumas desvantagens, como a não confirmação de todas as informações e a veiculação de informação errada. Sandoval esclarece que o “inconveniente de perseguir esta instantaneidade é que, amiúde, não dá tempo a que a informação seja digerida sequer por aqueles que a apresentam e comentam” (Sandoval *apud* Bastos, 2010: 51).

Ademais, as redações tradicionais não estão preparadas para um fluxo de informação contínuo, principalmente no que toca ao período da noite, em que praticamente não existem jornalistas nas redações. Surge no ciberjornalismo o conceito de *deadline* contínuo em oposição ao *deadline* definido em suportes como o jornal e a televisão. Nelson Traquina refere que “a organização jornalística funciona dentro de um ciclo temporal” e que o “ciclo do ‘dia noticioso’ impõe limites à natureza das notícias” (Traquina, 2007: 149). Em termos logísticos, a instantaneidade como característica da Internet leva a que o tempo se assuma como uma das principais preocupações no âmbito jornalístico, havendo uma preferência pelas notícias “quentes”, recentes, e em primeira mão em contraposição às notícias “frias”.

Em relação a esta valorização do tempo, Schlesinger afirma que “é importante ter em conta que, embora os valores temporais existentes na produção das notícias tenham de facto a sua origem nas condições de mercado em que as notícias sempre se produziram, o que hoje encontramos como ênfase específica no trabalho rápido é produto de uma apropriação histórica desses valores, que fazem parte de uma cultura jornalística relativamente autónoma” (*apud* Traquina, 2007: 149-150).

De facto, o tempo sempre foi um fator de extrema importância no jornalismo. No entanto, esta característica da Internet que confere um imediatismo aos modos de produção e à divulgação de informação confere um novo plano temporal (mais acelerado, mais imediato) à área do jornalismo.

#### **2.3.4. Interatividade**

Apesar de já existir anteriormente, a interatividade foi um elemento amplificado pela Internet, sendo também uma das suas características.

A interatividade surge como uma possibilidade dos intervenientes do processo comunicativo – encontrem-se eles ao nível da produção, divulgação ou utilização – interagirem entre si e com o meio. De acordo com John Hartley, isto significa “o desenvolvimento da relação entre pessoa e computador, e com outros via computador” (Hartley, 2004: 148). Em termos jornalísticos, as notícias num meio *online* permitem ao utilizador que se sinta parte do processo, dando-lhe a possibilidade de as partilhar, de responder a inquéritos, de comentar as notícias e até de contactar o jornalista que as escreveu.

Para além disso, imaginando uma notícia multimédia, o utilizador passa a ser detentor da escolha do percurso que quer realizar, havendo uma maior interatividade que permite ao leitor interagir com vídeos ou ouvir registos de áudio no momento em que quer e pausá-los quando quer, algo que não aconteceria num método tradicional.

#### **2.3.5. Ubiquidade**

A ubiquidade é a possibilidade da Internet estar presente e de poder ser acedida em vários locais simultaneamente. Esta ação poderia já ser verificada com a rádio ou televisão, por exemplo, mas a um nível inferior.

Através da ubiquidade consegue-se o feito de abolir as fronteiras físicas. A rede está disponível em vários países, em vários suportes e pode ser acedida com poucas restrições a

nível físico, não se pautando por horários nem mecanismos (para além de um dispositivo e da presença da Internet).

Esta característica pode ser aprofundada nos anos que se avizinham através da Internet das Coisas (em inglês, *The Internet of Things*) que consiste na naturalização da Internet em objetos do dia-a-dia. Permite ao utilizador aceder remotamente aos dados fornecidos por dispositivos enquanto se encontra fora da sua zona de ação. É um sistema de dispositivos computacionais interligados e de máquinas mecânicas ou digitais, podendo ser objetos, animais ou pessoas, guarnecidas de um sistema de identificação único e também da capacidade de transferir dados através de uma rede, sem a necessidade de haver relações entre humanos ou entre humanos e computadores<sup>36</sup>.

### 2.3.6. Personalização

Alguns *sites* de informação e de serviços permitem ao utilizador que escolha alguns dos temas por que mais se interessa, apresentando assim um leque de produções de acordo com as suas preferências. Esta característica pode ser vista no Google News<sup>37</sup> ou na BBC<sup>38</sup>, por exemplo.

Como nos diz John Hartley, a personalização “é uma resposta a nichos de mercado cada vez mais fragmentados, através da qual os negócios estão a substituir velhas estratégias, organizadas em torno dos hábitos de consumo de massa” (Hartley, 2004: 203), fornecendo opções mais seletivas e personalizadas. O mesmo autor afirma ainda que os assinantes de serviços noticiosos *online*, por exemplo “podem agora individualizar aquilo que recebem, numa versão personalizada dos acontecimentos” (idem, 204).

Esta customização permite adaptar a distribuição de informação de acordo com o interesse do leitor, podendo ser feita através de *newsletters* e *feeds* de notícia (RSS). Também pode estar relacionada com informação fornecida pelo próprio utilizador ou pela recolha de dados, como, por exemplo, através de *cookies* (registos que ficam armazenados na *cache* do sistema com informação sobre o acesso ao site).

---

<sup>36</sup> <http://internetofthingsagenda.techtarget.com/definition/Internet-of-Things-IoT>

<sup>37</sup> <https://news.google.pt/>

<sup>38</sup> <http://www.bbc.co.uk/>

### 2.3.7. Memória

Importa ainda definir uma última característica da Internet, relacionada com a sua capacidade de armazenamento praticamente infinita, longe dos limites físicos que existem nos arquivos tradicionais. João Canavilhas explica que a Internet pode funcionar como “uma memória coletiva de cariz global e imediato” (Canavilhas, 2004: 2).

Para além das características dimensionais, este arquivo da *web* fica disponível para um maior número de utilizadores, tornando-se uma memória coletiva. Outra das vantagens é o baixo custo de manutenção de um sistema de arquivo digital.

No que toca à relação entre jornalismo e a memória da Internet, podemos estabelecer um processo de simbiose: por um lado, as produções jornalísticas ajudam a constituir esse arquivo, acrescentando novas informações e desenvolvimentos a nível quotidiano; por outro lado, a memória ajuda a produção jornalística, já que coloca ao dispor dos jornalistas uma enorme base de dados onde estão guardados eventos anteriores e conhecimentos que podem ser úteis na redação noticiosa.



## **Capítulo III**

**Desenvolvimento do tema – Alterações impostas pela Internet no percurso da informação e nas práticas de produção jornalística**

*“New roads are being built at tremendous speed and yet we hardly notice. After all, the countryside is not being cleared by bulldozers and covered with rails, canals or asphalt. There roads are for communication.”*

*Van Dijk, 1999*

### **3.1. Efeitos da Internet no Jornalismo: um novo paradigma da comunicação**

É natural que com o aparecimento da Internet se tenha notado uma mudança nos modelos de comunicação estabelecidos até então. Afinal, trata-se da criação de um novo meio de comunicação que converge em si vários media e que causou profundas alterações estruturais.

A introdução e a consolidação da Internet como um novo meio veio abalar as edificações comunicacionais a que estávamos habituados. De um modo geral, Helder Bastos afirma que “as empresas parecem nunca ter tido uma perceção clara da Internet e das suas implicações e, menos ainda, das estratégias a adotar consoante as circunstâncias e o momento histórico” (Bastos, 2013: 9).

O acesso à Internet tem vindo a aumentar gradualmente ao longo dos últimos anos em vários países e Portugal não é exceção. Segundo o relatório “Públicos e Consumos de Média”, desenvolvido pela ERC, “todos os indicadores de organismos nacionais e internacionais confirmam o aumento progressivo do acesso à Internet em Portugal”. Ainda assim, “Portugal está ainda aquém de alguns dos seus parceiros da União Europeia e de outros países desenvolvidos”. De acordo com os dados deste relatório, existe uma percentagem de 67% de utilizadores da Internet em Portugal, em comparação a níveis superiores por parte de países como a Dinamarca (90%) ou o Reino Unido (84%), estando, no entanto, num patamar superior ao de Itália (58%) ou do Brasil Urbano (46%), e em pé de igualdade com Espanha. Segundo Cardoso, Portugal “é um país que se encontra num processo de transição de uma sociedade industrial para uma sociedade informacional” (Cardoso, 2014: 125), quando olhado a partir de uma perspetiva de evolução de modelos de desenvolvimento.

No que aos hábitos de consumo dos internautas portugueses diz respeito, o relatório concluiu que as três principais funções usadas na Internet são: enviar e receber *emails* (92%), utilizar as redes sociais (88%) e contactar amigos (72%). Em quarto lugar a Internet é utilizada pelos portugueses para “ler notícias de imprensa no *Facebook*” (69%), existindo ainda 22% que veem ou ouvem programas de televisão ou rádio através da Internet. A grande maioria dos inquiridos neste relatório da ERC revela-se “muito interessado” ou “extremamente interessado” por conteúdos noticiosos.

Um dos resultados mais curiosos nas conclusões deste inquérito é que a frequência de consulta em meios *offline* (televisão, rádio e jornais) é superior à utilização de meios *online*. A maioria dos utilizadores em Portugal consulta notícias em meios tradicionais “várias vezes por dia” e/ou “uma vez por dia”. Já um em cada cinco inquiridos consulta notícias *online* “uma vez por dia” e cerca de um terço dos inquiridos fá-lo “várias vezes por dia”.

A apresentação destes resultados do relatório “Públicos e Consumos de Média” da ERC pretende fazer uma contextualização da realidade internautica em Portugal. Assim, de uma forma resumida, podemos observar que cerca de dois terços da população residente tem acesso à Internet, um número em processo de crescimento. O consumo de notícias é uma das atividades levadas a cabo pelos utilizadores na Internet, existindo um número significativo de pessoas que se revela interessado pela atualidade noticiosa. Ainda que o consumo de notícias feito *online* seja significativo, não ultrapassa o consumo noticioso feito através dos meios tradicionais, que combinam a televisão, a imprensa e a rádio.

No que a estes meios tradicionais diz respeito, e ainda que nos possa parecer que a mudança induzida pela Internet tenha sido feita a uma escala maior do que o que aconteceu com a rádio ou com a televisão, quase todas as inovações tecnológicas acarretam consigo um sentido de mudança em quem as percebe. Desde sempre tem havido a ideia de que uma inovação anula a anterior: passámos de pensar que a rádio acabaria com o jornal em papel à era do *video killed the radio star* e à ideia de que a Internet poderá aniquilar os restantes meios tradicionais como a imprensa e a rádio. Entrevistado por João Figueira, Vicente Jorge Silva acredita, no entanto, que a Internet e as novas tecnologias estão a ter mais impacto (sobretudo no domínio da imprensa) do que os media anteriores:

“Nem a rádio nem a televisão tiveram um impacto no papel da imprensa como está a ter a internet. É a informação imediata. Se quero saber o que se está a passar, não vou esperar pelo jornal de amanhã. Para já tenho rádio, depois posso ter a televisão mas também posso ir à internet, e vou, e vejo a edição eletrónica que está a ser atualizada ou faço uma pesquisa” (Figueira, 2009: 141).

A Internet não deve, segundo Cardoso, ser entendida como uma “descontinuidade tecnológica promotora de ruturas no jornalismo, mas sim, como uma inovação apropriada por essa profissão no contexto das experiências prévias de apropriações de outros media e necessidades profissionais supervenientes” (Cardoso, 2014: 261). A um nível de desenvolvimento das ciências, Mario Vargas Llosa acredita que a evolução feita no campo das ciências sociais é diferente da que é feita a nível das ciências exatas:

“As ciências progridem, como as técnicas, aniquilando o velho, antiquado e obsoleto, para elas o passado é um cemitério, um mundo de coisas mortas e superadas pelas novas descobertas e invenções. As letras e as artes renovam-se, mas não progridem, elas não aniquilam o seu passado, constroem sobre ele, alimentam-se dele e ao mesmo tempo alimentam-no” (Vargas Llosa, 2015: 68).

Esta citação aplica-se também no campo comunicacional. As novas descobertas e invenções fazem uso das inovações anteriores, conjugando-se com elas e, sobretudo, existindo em simultâneo. A imprensa, a rádio, a televisão e a Internet são meios distintos que coexistem nos dias de hoje, mesmo que em ambiente competitivo.

Esta ideia de convivência mediática faz-nos refletir sobre a forma como o jornalismo surge na era digital, já que na Internet, são conjugados vários elementos pré-existentes numa nova sociedade em rede. Assim, a comunicação e o jornalismo feitos nesta nova rede apoiam-se nos suportes e nas técnicas que já existiam anteriormente, provocando, simultaneamente, uma renovação dessas mesmas práticas e desses formatos. Para Cardoso, o modelo que existe nestas novas sociedades informacionais é “um modelo comunicacional que não substitui os modelos anteriores, mas que os articula, produzindo novos formatos de comunicação e também permitindo novas formas de facilitação de concessão de poderes e, assim, de autonomia comunicativa” (Cardoso, 2009: 17).

A Internet trouxe consigo uma nova linguagem e novas funcionalidades: o hipertexto, a transferência de ficheiros, a comunicação em tempo real, os motores de busca, o correio eletrónico, a partilha de documentos, a possibilidade de construir *websites*, de digitalizar conteúdos para a rede e tantas novas funcionalidades úteis e inovadoras para a prática jornalística e não só. Todas estas inovações presenteiam o jornalismo com novas ferramentas e um novo tipo de acesso à informação que contribuem enormemente para a rotina de produção noticiosa. Uma das claras vantagens do jornalismo na sua vertente digital em contraposição ao jornalismo impresso é a possibilidade de editar e de atualizar notícias em tempo real. Ward considera que houve um aumento substancial no acesso às fontes de informação, assim como à quantidade de informação a que o jornalista pode aceder; para além disso, existe outra vantagem apontada pelo autor no que à pesquisa diz respeito: “some of the benefits of online as a research tool derive from being able to do what you could before, only more extensively and quickly” (Ward, 2002: 19).

Também Rui Miguel Gomes afirma que a Internet mudou e tem vindo a marcar as vivências, práticas e experiências humanas, nomeadamente na área do jornalismo, em que o

autor considera que a “ação da rede foi mais avassaladora”, conduzindo a alterações “na forma, nos meios, conteúdos e, quiçá, na essência da profissão” (Gomes, 2010: 229).

No que às rotinas jornalísticas diz respeito, a socióloga Gaye Tuchman “verificou que a organização redatorial impunha um ritmo de trabalho incidindo em três campos concretos (espaço, tempo e fontes) e determinava a agenda do meio de comunicação” (Fontcuberta, 2002: 106). Num cenário tecnológico, Mar de Fontcuberta vê estas rotinas como “o preço da urgência imposta pelo trabalho com factos da atualidade” (*ibidem*). Rui Miguel Gomes defende que “a reconfiguração das práticas e da profissão apresenta-se, quiçá assustadoramente, inquestionável, nomeadamente no que concerne aos valores que permitiram e sustentaram a emergência do jornalismo como valor de proa social e contrapoder vigente” (Gomes, 2009: 67).

Como confirma McNair, as inovações tecnológicas e, sobretudo, a Internet, “marcam as práticas jornalísticas, acelerando ainda mais a velocidade dos processos de produção de notícia, corroendo as barreiras do tempo e do espaço, globalizando as notícias e as audiências” (McNair *apud* Traquina, 2007: 213). Esta é uma das características da comunicação feita através das novas redes: um ritmo célere e incessante da informação. Esta rutura no tempo, a quebra do ciclo temporal anterior – em que um jornal saía todas as manhãs e os noticiários passavam à mesma hora – foi uma das causas das alterações na prática jornalística e da criação de um *deadline* contínuo que, aliado à concorrência feroz faz com que a instantaneidade acabe “por ser hipervalorizada, sobrepondo-se, por vezes, a outros critérios fundamentais para a qualidade da notícia” (Bastos, 2013: 7). A oferta da informação excede em passos largos a sua procura:

“O verdadeiro problema não é a satisfação de necessidades de informação pré-existentes, mas o do alargamento considerável do campo da informação. Dito por outras palavras, a automatização, a organização, a sistematização de informações tradicionais e a criação de informações novas. A Web faz acreditar na urgência de satisfazer as necessidades de informação do público e na necessidade de toda a gente poder estar informada, a qualquer hora. Todavia, no conjunto, a oferta excede largamente a procura.” (Wolton, 1999: 84)

Outro dos efeitos colaterais deste novo ritmo de trabalho é a erosão da atividade de verificação dos factos, de extrema importância no jornalismo. Como explicam os autores Kovach e Rosenstiel:

“Os factos transformaram-se numa mercadoria facilmente adquirida, à qual apenas se muda a embalagem e a finalidade. Na era do ciclo noticioso de 24 horas, os jornalistas passam mais tempo a procurar algo para acrescentar às notícias existentes, geralmente interpretação, em vez de tentarem descobrir e verificar os novos factos de forma independente.” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 79).

A transformação do jornalista em mero intérprete da informação já disponível – ao contrário de criador de novos conteúdos noticiosos e de selecionador da informação relevante para o público – conduz a uma erosão da profissão e a uma perda da sua identidade jornalística. Helder Bastos questiona-se sobre se um profissional que se foque na “alimentação de fluxos contínuos de última hora, adaptação de conteúdos, *copy/paste*, moderação de comentários, edição multimédia, gestão de redes sociais” (Bastos, 2013: 9) corresponde verdadeiramente a um jornalista. Um jornalista é muito mais do que isso. Como nos diz Mário Mesquita, ainda que o jornalismo tenha na atividade informativa a sua principal razão de ser, não se restringe ao tratamento de informações, uma vez que o jornalista “analisa, comenta, exprime opiniões. Observa, interpreta e narra. Gere o acesso ao ‘espaço público’ de outras palavras consideradas legítimas: atores políticos e sociais, intelectuais, cidadãos em geral” (Mesquita, 2003: 72-73). Igualmente importante é a perceção do jornalista e dos jornais no novo mundo mediático da catadupa informativa. Manuel Castells explica a razão pela qual os jornais continuam a ter uma importância fulcral neste novo contexto mediático:

“Newspaper are not being undermined by the Internet because in a world of endless information, credibility is an essential ingredient for information-seekers. So, established newspapers have to be online in order to be always there ready for their readers, to keep them under their authoritative mantra. So doing, the newspapers hope that the physical contact with a very portable and user-friendly format of the printed newspaper will still fill a need, and ultimately benefit from its online ubiquitous presence.” (Castells, 2001: 198)

A marca de confiança atribuída ao jornalista e a empresas de comunicação social passa assim a ter uma importância acrescida no entendimento daquilo que é informação fidedigna. Este cenário é particularmente favorável num novo território mediático que, segundo Zamith, deixou de ser dominado pelos jornalistas. Para o autor, a antiga audiência “começou a abandonar o seu papel de mero agente passivo e a participar neste complexo processo de pesquisa, produção e difusão de informação/notícias através de fóruns, caixas de comentários, *sites* pessoais e coletivos, *weblogs*, *wikis* e outras ferramentas de expressão, ação, interação e participação, acessíveis a qualquer pessoa que entre na rede ubíqua que é a Internet” (Zamith, 2008: 11).

Existem, assim, dois pilares neste novo paradigma comunicacional de extrema influência no campo do jornalismo: o imediatismo e a interatividade. De acordo com Deni Elliott, “o desafio para os novos media credíveis é manter os padrões de reportagem que os distingam de fornecedores de informação de outro tipo e usar a nova tecnologia para realçar a voz, mesmo

que as vozes de outros ameacem minimizar a importância dos novos jornalistas” (Elliott *apud* Mesquita, 2003: 55).

Num dos primeiros dias de estágio, a jornalista Bárbara Wong explicou aos estagiários que, no *Público*, deveria existir um “pensamento multimédia” e que os jornalistas deviam primar sempre pelo imediatismo, dando ênfase a esta temática ao dizer que “é para hoje no papel, é para agora no *online*”.

Dahlgren (*apud* Bastos, 2010) refere que existem algumas mudanças cruciais a serem tidas em consideração quando se fala de ciberjornalismo e da influência que a Internet teve nas práticas jornalísticas. Em primeiro lugar, o autor refere que existe um aumento da quantidade e da densidade de informação disponível; em segundo lugar, verifica-se uma maior discrepância entre jornalismo e não-jornalismo; por último, é de realçar o generalizado declínio dos leitores entre as audiências dos meios de comunicação de massa.

Não foi só no domínio das rotinas de produção jornalística que a Internet veio provocar alterações substanciais. Também a forma como o leitor consome a informação mudou. Para Canavilhas, a prática jornalística foi alterada pela introdução de diferentes elementos multimédia mas, para o leitor, “é a forma de ler que muda radicalmente” (Canavilhas, 2001: 2), quebrando-se, segundo o autor, o hábito de leitura linear dada a natureza hipertextual do ambiente digital.

Um dos fatores que contribui para a Internet instigar um novo paradigma comunicacional é a forma como a comunicação se passa a fazer de muitos para muitos, em oposição ao anterior modelo em que a informação passava de um para muitos. Esta alteração, intimamente ligada aos processos de interatividade, quebra o anterior modelo de comunicação de massas em que existia uma predominância do emissor em relação ao recetor. Deste modo, pode haver uma transformação das audiências em agentes produtores, “estendendo a sua ação para lá da função de simples consumidores rendidos a um protótipo comunicacional de ‘um para muitos’ (Gomes, 2009: 66). Apesar desta reconfiguração, Gustavo Cardoso defende que a Internet é também um *mass media*, já que “não considerar estas tecnologias *mass media*, com base no facto de que não se destinam a um público vasto, é incorrer no erro de considerar o utilizador da Internet, ou telespectador, como um elemento passivo na equação comunicativa” (Cardoso, 2014: 187).

Na obra *Sociedade em Rede*, de Manuel Castells, é apresentado o paradigma da tecnologia da informação, que “ajuda a organizar a essência da transformação tecnológica atual à medida que ela interage com a economia e a sociedade” (Castells, 2011: 86). Segundo o autor, são

definidas cinco características neste paradigma: a sua matéria-prima é a informação; a capacidade de penetração dos efeitos das novas tecnologias, que permitem que os processos sejam diretamente moldados por este meio tecnológico; a lógica de redes cuja morfologia está bem adaptada à crescente complexidade de interação; é baseado na flexibilidade, com capacidade de reconfiguração; e, por último, a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado.

A Internet é um mecanismo com um enorme poder. Castells considera a Internet como sendo um instrumento de liberdade mas alerta que essa liberdade pode ser invertida: “The internet is indeed a technology of freedom – but it can free the powerful to oppress the uninformed, it may lead to the exclusion of the devalued by the conquerors of value” (Castells, 2001: 277). Vargas Llosa acredita que a Internet não é só uma ferramenta e que pode ter influência no uso que damos ao nosso próprio corpo e intelecto, funcionando como “um prolongamento do nosso próprio corpo, do nosso próprio cérebro, o qual, também, de uma maneira discreta, se vai adaptando pouco a pouco a esse novo sistema de se informar e de pensar, renunciando pouco a pouco às funções que este sistema faz por ele e, às vezes, melhor do que ele” (Vargas Llosa, 2015: 203).

### **3.2. O percurso da informação: a produção noticiosa**

As notícias são narrativas não-ficcionais da atualidade. Ainda que a subjetividade do jornalista possa pôr em causa a tão aclamada objetividade da informação inerente à prática jornalística, é seguro afirmar que as notícias pretendem ser uma representação da realidade. A objetividade traduz-se como sendo um “discurso onde as marcas do sujeito da enunciação são praticamente inexistentes” (Reis e Lopes, 1994: 305), com a pretensão de ser um discurso transparente e isento. Segundo a mais antiga teoria do jornalismo, a teoria do espelho, as notícias são como são porque a realidade assim as determina. Contudo, esta teoria pouca validade tem nos dias de hoje e torna-se necessário perceber que a realidade noticiosa será sempre uma representação da realidade de acordo com os sentidos do jornalista e de inúmeras variáveis que condicionam a transposição da realidade para a notícia como uma réplica exata. Os meios de comunicação transformaram-se, de acordo com Mar de Fontcuberta, em protagonistas ativos de um sistema social, passando também a ser considerados como “construtores, e não meros espelhos, de uma sociedade que os admitia como únicos referentes” (Fontcuberta, 2002: 14). As notícias assumem-se, assim, como uma realidade construída. Como defende Nelson Traquina, o jornalismo pretende mostrar a realidade ainda que esta seja “uma realidade muito seletiva, construída através dos óculos dos profissionais do campo jornalístico,



que reivindicam o monopólio de um saber, a definição e construção de notícias” (Traquina, 2007: 209).

Jorge Pedro Sousa define a notícia como sendo “um artefacto linguístico que representa determinados aspetos da realidade” e que “resulta de um processo de construção onde interagem fatores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico”, difundida por meios jornalísticos e que “comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia” (Sousa, 2002: 3). Como acrescenta Gaye Tuchman, “a produção das notícias está inserida num dado contexto” (Tuchman, 2009: 100).

O autor Jorge Pedro Sousa procura definir uma teoria do jornalismo ou da notícia, concebendo que uma teoria destas deve conseguir integrar diversos fenómenos do campo jornalístico, dando especial ênfase à notícia como resultado do processo de produção jornalística. Segundo o autor, “uma teoria do jornalismo deve explicar as notícias e os seus efeitos, qualquer que seja a notícia, o que remete para o carácter de universalidade da ciência” (Sousa, 2002: 2). A conclusão do autor é uma teoria unificada da notícia, com o seguinte enunciado:

“A notícia é o resultado da interação simultaneamente histórica e presente de forças com matriz pessoal, social (organizacional e extra-organizacional), ideológica, cultural do meio físico e dos dispositivos tecnológicos, tendo efeitos cognitivos, afetivos e comportamentais sobre as pessoas, o que por sua vez produz efeitos de mudança ou permanência e de formação de referências sobre as sociedades, as culturas e as civilizações.” (Sousa, 2002: 9-10)

A construção de uma notícia encontra-se dividida em várias fases: uma fase de recolha de informação, uma fase de seleção dessa mesma informação, uma fase de tratamento dos dados em posse do jornalista e uma fase de apresentação dessa informação em forma de produto jornalístico. Estes são os pilares essenciais, havendo, obviamente, outros fatores que pesam e repercussões para além das fases apresentadas – os efeitos da notícia.

O ponto inicial para a escrita de uma notícia é o acontecimento. Algo que é novidade e que merece ser noticiado. O reconhecimento daquilo que é ou não notícia é definido através de critérios de noticiabilidade, acompanhados de uma sensibilidade do jornalista para conseguir distinguir o que é merecedor de destaque e o que se constitui como notícia e como interesse público. A forma como o acontecimento é percecionado e de como a informação é selecionada é estudada no subcapítulo seguinte.

O tratamento dos dados recolhidos e a apresentação das informações através da estruturação e redação da notícia são também feitos de acordo com os critérios do jornalista. Existem, no entanto, algumas regras que regulam a forma como a notícia é feita. Uma das técnicas mais utilizadas na redação de notícias é o esquema da pirâmide invertida, que pressupõe a apresentação em primeiro lugar dos dados mais importantes do acontecimento. Além disso, o jornalista pode também estar condicionado pelo espaço que tem ao seu dispor – sobretudo no jornal impresso. E, acima de tudo, o jornalista tem sempre de ter em mente o Livro de Estilo do órgão de comunicação para que trabalha e o Código Deontológico dos Jornalistas, aprovado em 4 de maio de 1993.

Uma análise de todas as possibilidades do percurso da informação e dos efeitos possíveis seria extensiva para este relatório de estágio. Neste relatório, abordarei alguns dos elementos que se prendem com a produção noticiosa e não tanto com os seus efeitos, optando por investigar quais as alterações impostas pela Internet nestas rotinas de produção e as diferenças que se notam entre a produção feita para jornalismo de imprensa e ciberjornalismo.

### **3.3. Perceção do acontecimento**

O acontecimento costuma ser caracterizado como sendo, em primeiro lugar, tudo aquilo que sucede no tempo e, em segundo lugar, tudo o que é improvável, singular ou acidental (Morin *apud* Fontcuberta, 2002: 17). Aquilo que é considerado um acontecimento não é, no entanto, unânime: pode diferir de acordo com as épocas históricas e com as culturas. Para Morin de Fontcuberta, “cada sociedade, cada comunidade, tem conceitos diferentes sobre o acontecer, por isso o conteúdo dos meios de comunicação refletirá o conceito dominante de notícia nessa sociedade” (Fontcuberta, 2002: 17).

De um modo geral, pode-se definir que existe um conjunto de situações a partir das quais se pode perceber um determinado acontecimento passível de ser noticiado. Em primeiro lugar, o jornalista pode testemunhar, na primeira pessoa, um acontecimento e escrever sobre ele. No entanto, são raras as vezes em que é este o ponto de partida, já que os jornalistas – a não ser por mero acaso – tendem a estar num determinado local para fazer a cobertura do evento, conhecendo-o previamente.

Por outro lado, o jornalista pode presenciar situações do dia-a-dia que o inspirem a explorar uma certa temática, problematizando-a. Da mesma forma, o jornalista poderá ter ideias para uma reportagem ou uma notícia e partir para a prática, procedendo a uma pesquisa e algo que possa dar ao artigo um enfoque de atualidade.

Excetuando os casos supramencionados, os jornalistas apercebem-se, geralmente, de um acontecimento ou da ocorrência de algo digno de ser notícia a partir das suas fontes de informação, de correspondentes, das agências noticiosas e outros órgãos de comunicação ou de *press releases* e comunicados de imprensa. Uma das atividades levadas a cabo sobretudo nas agências noticiosas é a “ronda”, em que o jornalista liga para várias autoridades (como a polícia ou os bombeiros) para saber se existem eventos a registar.

Cristina Ponte revela que o carácter cíclico das notícias e a reduzida ambiguidade na seleção do que é ou não notícia resulta de “rotinas de planificação assentes em perspetivas do mundo que determinam quais os locais estratégicos onde procurar informação, e em processos decisórios da mútua influência entre os media e as fontes” (Ponte, 2004: 110).

Nos últimos anos, com a integração da Internet tanto nas redações de jornais como na vida quotidiana dos cidadãos, passou a ter-se um novo nível de obtenção de informação: as redes sociais e a participação dos cidadãos *online*, como em caixas de comentários, fóruns ou mesmo ao contactarem o jornalista por correio eletrónico. Ainda assim, as redes sociais – que abordaremos mais adiante – passaram a ser um polo de nova informação, tanto para estar ao corrente de novos acontecimentos e obter informação, como para divulgar conteúdo noticioso.

### 3.3.1. Os valores-notícia

Neste mar de acontecimentos e de potenciais notícias, o jornalista tem de ter o discernimento para conseguir distinguir o que é relevante do que não é. Gaye Tuchman afirmara que “pareceria que a perspicácia noticiosa é o conhecimento sagrado, a capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas” (*apud* Traquina, 2007: 172).

Esta capacidade mencionada por Tuchman acaba por se revelar como um saber instintivo e não reflexivo. Mas, para além deste ‘faro jornalístico’, existe um padrão geral nas notícias, que se deve à existência de critérios de noticiabilidade. Segundo Nelson Traquina (2007: 173), a noticiabilidade é o “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia”.

Em 1965, Galtung e Ruge<sup>39</sup> introduziam a ideia de valor-notícia no processo de seleção da informação, tendo feito um levantamento desses principais valores, em oposição à

---

<sup>39</sup> SOUSA, Jorge Pedro (2008). *Os Estudos Jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-estudos-jornalisticos-apos-1950.pdf>. Página 18 e 19.

subjetividade do jornalista como principal mecanismo de seleção de notícias. Ainda que alguns autores afirmem que os valores-notícia são bem mais complexos e diversos do que a lista de Galtung e Ruge, estes critérios de noticiabilidade são tidos no estudo do jornalismo como os “clássicos”. São eles:

1. O momento e a frequência do acontecimento;
2. Intensidade ou magnitude do acontecimento;
3. Clareza;
4. Consonância com as expectativas;
5. Proximidade;
6. Proeminência social das pessoas envolvidas;
7. Proeminência das nações envolvidas;
8. Composição tematicamente equilibrada do noticiário;
9. Desenvolvimento de assuntos anteriores;
10. Inesperado;
11. Personificação;
12. Negatividade.

O primeiro conceito de frequência está relacionado com o tempo que é necessário para que um acontecimento ganhe visibilidade e adquira significado. Outra das características temporais que importam para esta categoria é a dimensão de atualidade – quanto mais atual for um determinado acontecimento, mais ele será passível de ser notícia.

Como o nome indica, a intensidade ou a amplitude de um acontecimento estão relacionadas com o quão intenso e extenso revela ser. Quantas mais pessoas estiverem envolvidas e quantas mais pessoas forem afetadas por esse acontecimento, maior a probabilidade de se vir a tornar notícia.

A clareza está relacionada com uma percepção facilitada. É-nos mais fácil perceber um acontecimento se este for claro e se não suscitar dúvidas em relação ao seu significado, sendo uma história com factos explícitos e fontes bem identificadas.

Segundo os autores, a consonância com as expectativas pode ser na ordem do desejo ou da previsão. Em suma, uma ocorrência poderá mais facilmente tornar-se notícia se corresponder ao que tem sido notícia e se vai ao encontro das expectativas dos jornalistas. Há também uma tentativa de criação de um sentido de coerência num contexto de notícias de teor caótico.

A proximidade está ligada ao quadro contextual tanto do leitor como do jornalista. Quanto mais próximo ocorrer um acontecimento, seja a nível geográfico, cultural, ou até afetivo, maior será a possibilidade de vir a ser notícia.

Em relação à proeminência social das pessoas e das nações envolvidas existe um certo nível de ‘elitização’, sendo este nível mais noticiável do que o que possa acontecer em meios que não correspondam a este sistema. Aquilo que aconteça a uma celebridade ou num país como os Estados Unidos da América ou a França, por exemplo, tem mais possibilidades de se tornar notícia do que o que pode acontecer a um cidadão de um país do terceiro mundo.

A composição tematicamente equilibrada do noticiário é, essencialmente, a escolha de um determinado acontecimento por saber que ele equilibrará a agenda temática de um noticiário ou de um jornal. É mais provável que se escolha um acontecimento que compense e diversifique a estrutura do noticiário do que um que a desestabilize.

No desenvolvimento de assuntos anteriores eleva-se a probabilidade de um acontecimento ser notícia caso seja o desenrolamento de algo anteriormente noticiado ou caso possa ser enquadrado numa ocorrência anterior.

O inesperado, o inédito ou a imprevisibilidade de um acontecimento têm a ver com a rutura de um domínio de acontecimentos antevistos e previsíveis. Uma ocorrência surpreendente ou extraordinária e de dimensão assinalável é, geralmente, assumida como notícia.

A personificação implica um tratamento da informação de forma particular, apresentando um caso de uma pessoa envolvida, como ilustração de um determinado acontecimento. Geralmente acontece num contexto de dramatização, em que a personagem é apresentada como vítima e como um exemplo de uma situação mais ampla.

A negatividade é o que dá mote à expressão “bad news is good news”<sup>40</sup>. Quanto maior o teor de negatividade associado a uma ocorrência, maior a sua probabilidade de resultar em notícia. Como demonstra Traquina, “a morte é um valor notícia fundamental para esta comunidade interpretativa, e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas dos jornais ou nos ecrãs de televisão” (2007: 187).

---

<sup>40</sup> Más notícias são boas notícias.

Importa referir que estes valores não surgem individualmente, podendo um acontecimento estar relacionado com vários destes critérios. Por norma, com quantos mais critérios se identificar, maior será a sua relevância e potencial noticioso.

Nelson Traquina refere que a maior partes destes valores notícia faz alusão a uma “normalidade” como ponto de referência fundamental e que é a rutura dessa “normalidade” que faz com que certos eventos sejam considerados notícia. São os momentos em que “o feitiço da realidade é quebrado pela queda de uma ponte, pela erupção de um vulcão ou pela morte de um herói” (Traquina, 2007: 204). O investigador faz ainda menção ao professor de jornalismo Mitchell Stephens que identificou algumas qualidades do que tem vindo a ser classificado como notícia ao longo da história: o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte e a celebridade.

Mauro Wolf faz a distinção entre os valores notícia de seleção e de construção, que não se apresentam discriminados nos valores apresentados por Galtung e Ruge. Os de seleção são utilizados no momento de perceber qual o acontecimento passível de se transformar em notícia de entre todos os acontecimentos; os de construção “funcionam como linha-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nessa construção” (Wolf *apud* Traquina, 2007: 186).

Também Nelson Traquina categoriza os valores-notícia de acordo com o seu entendimento, agrupando-os em valores de seleção (substantivos e contextuais) e valores notícia de construção.

Nos de seleção, relativos aos critérios substantivos, Traquina define a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o tempo, a notabilidade, o inesperado e o conflito. Relativamente aos critérios contextuais destaca a disponibilidade, o equilíbrio, a visualidade, a concorrência e o dia noticioso. Já os de construção são a relevância, a amplificação, a simplificação, a personalização, a dramatização e a consonância.

Ainda que se possam traçar as linhas gerais do que pode ser considerado notícia, são muitos os fatores que pesam sobre este processo e importa referir que não há consenso na comunidade jornalística em relação aos valores-notícia. Os valores-notícia podem ser afetados pela subjetividade do jornalista ou pela linha editorial do jornal. Segundo Nelson Traquina, outro ponto que merece destaque é “o de os valores-notícia estarem enterrados nas rotinas jornalísticas” (2007: 202). O autor defende que “os contactos constantes entre as fontes e os jornalistas podem influenciar a perceção do jornalista quanto ao valor-notícia do acontecimento

e dos assuntos” (*ibidem*). Também David Manning White chegou à conclusão de que o processo de seleção do que é ou não notícia era pessoal e arbitrário e que as decisões tomadas pelo jornalista são altamente subjetivas e dependentes de juízos de valores baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do jornalista que faz a seleção da informação.

De acordo com o Livro de Estilo do *Público*, a avaliação de uma informação deve ser feita tendo em atenção “o valor intrínseco da informação, a possibilidade de ser comprovada e a idoneidade da fonte”.

### **3.4. Fontes de informação**

As fontes de informação são essenciais na produção jornalística, sendo presença habitual em todo o tipo de géneros jornalísticos. Sofia Santos acredita que “sem fontes não há jornalismo, porque a imprensa se limitaria a noticiar os raros acontecimentos que os seus repórteres pudessem presenciar” (Santos, 2007: 40). Para Mar de Fontcuberta, “a relação entre os meios e as fontes é uma das mais complexas e estruturantes de todo o processo de produção de notícias” (Fontcuberta, 2002: 46), acrescentando que um meio de comunicação sem fontes é um meio estático e sem desenvolvimentos.

Começamos por definir fonte de informação. Em teoria, qualquer pessoa ou entidade pode ser considerada uma fonte de informação desde que o que diga seja verdadeiro e esteja relacionado com o caso a ser noticiado. De acordo com Rogério Santos, por “fonte de informação considera-se a entidade, instituição, organização, grupo ou indivíduo, porta-voz ou representante que presta informações ou fornece dados ao jornalista, planeia ações ou descreve factos, ao avisar o jornalista da ocorrência de realizações ou relatar pormenores de um acontecimento” (Santos *apud* Gomes, 2009: 41). Traquina corrobora, afirmando que “uma fonte é um indivíduo que o jornalista observa ou entrevista, e que fornece informações. Potencialmente, pode ser qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou testemunha de determinado acontecimento ou assunto” (Traquina, 2007: 116).

Importa ainda referir que as fontes de informação não têm de ser necessariamente humanas: podem ser documentos ou comunicados. Ademais, podem também ser ações ou acontecimentos que o jornalista presencia e relata.

No Livro de Estilo do *Público*, a definição de fonte é um pouco mais restrita e humana. É referido na publicação que só deve ser considerada fonte a pessoa a quem é reconhecida “competência e seriedade para prestar informações”, sendo ainda exposto que a avaliação das

informações fornecidas pela fonte deve ser feita a partir do seu valor intrínseco, da possibilidade de a confirmar e da idoneidade da fonte.

No que concerne às fontes de informação, é aconselhado no Livro de Estilo a que os jornalistas mantenham uma relação assídua com as suas fontes, estabelecendo “contactos regulares, boas relações em postos-chave e iniciativa junto de entidades que possam constituir-se como fonte de informação e/ou ponto de partida para uma investigação jornalística”.

### **3.4.1. As fontes de informação e a Internet**

Com a emergência das novas tecnologias, surgiu a possibilidade de contactar fontes através do correio eletrónico mas também de redes sociais, caixas de comentários e existe ainda a hipótese de o jornalista não interagir diretamente com a fonte mas obter informações através de *blogs*, de motores de busca, de outros *sites* e das redes sociais.

Uma das mudanças promovidas pela *web* consideradas mais fulcrais no que toca ao envolvimento entre jornalistas e fontes de informação é precisamente o correio eletrónico, ou *e-mail*. Esta nova funcionalidade permite ao jornalista entrar em contacto mais rapidamente com uma fonte de informação, permitindo simultaneamente que o contacto seja igualmente feito na direção inversa. O correio eletrónico “extremou a diminuição de distâncias, aumentou a rapidez de contacto e deu, inclusive, credibilidade à comunicação virtual” (Gomes, 2009: 106).

Esta é, para Dominique Wolton, uma das aplicações mais sedutoras da nova era informatizada, considerando o correio eletrónico e as funções de tratamento de texto anexas um trunfo já que permitem “escrever, corresponder-se, arquivar, apagar, sem limite, sem esforço, em contínuo, fora dos constrangimentos do tempo e do espaço” (Wolton, 1999: 78).

Num estudo desenvolvido por Rui Miguel Gomes, concluiu-se que “a maior parte dos jornalistas utiliza os contactos pessoais como fontes de informação nas suas peças jornalísticas, seguindo-se a consulta a outros meios de comunicação social” (Gomes, 2009: 90) o que, para o autor, significa que a Internet não substituiu por completo os meios de contacto tradicionais no acesso às fontes de informação. Esta resposta vem reforçada por parte dos próprios jornalistas: grande parte dos profissionais inquiridos no estudo acredita que “a Internet não substitui os meios tradicionais de contacto com as fontes de informação, mas considera que a rede diversifica as fontes de informação e facilita o contacto com as mesmas” (*idem*: 91).



Durante o estágio no *Público*, utilizei frequentemente o correio eletrónico como forma de contacto. Todavia, muitas vezes esse contacto era estabelecido para que pudesse ser indicado um contacto telefónico ou marcada uma entrevista presencial. O *e-mail* era ainda utilizado para confirmar presenças em eventos ou para trocar informações com os restantes jornalistas da redação.

Para Helder Bastos, a passagem do jornalismo para o meio digital fez com que existisse um efeito negativo colateral no que toca ao “cultivo de fontes próprias, um processo que exige disponibilidade, tempo e contactos pessoais regulares” o que faz com que esta ação de cultivo das fontes seja “relegada para segundo plano, quando não esvaziada por completo, face às múltiplas urgências do imediato” (Bastos, 2013: 2).

Em 2008, Helder Bastos fez um inquérito a vários ciberjornalistas portugueses, de forma a perceber as suas características, formação e práticas jornalísticas. Os resultados deste inquérito são apresentados na sua obra *Ciberjornalistas em Portugal* (2010). Quando questionados sobre as ferramentas que mais utilizavam para estabelecer contacto com as fontes de informação, a maioria dos ciberjornalistas respondeu que usava o telefone (98,4%), seguindo-se o *e-mail* (92,2%) e, por fim, o *Chat* ou o *Messenger* (21,9%) (Bastos, 2010: 224).

Ainda que tanto o correio eletrónico, como as caixas de comentários e as redes sociais venham alargar a possibilidade de interação entre jornalistas e utilizadores, 53% dos ciberjornalistas admitiu passar menos de uma hora em contacto com os leitores enquanto 43,9% refere passar “tempo nenhum” (Bastos, 2010: 225).

Os dados obtidos no Relatório “Públicos e Consumos de Média” da ERC, demonstram, de igual modo, que apenas uma pequena percentagem dos leitores de notícias utiliza as funcionalidades de contacto ao órgão de comunicação social: só 6% dos inquiridos referiram já ter contactado por via direta o autor ou o órgão de comunicação por causa de um conteúdo noticioso, na maioria dos casos com a intenção de concordar ou discordar do ponto de vista do autor.

Na sequência desta interação diminuta, Hélder Bastos assinala um paradoxo, já que os jornalistas “querem saber ao minuto a adesão dos leitores a esta ou aquela notícia” mas parecem, no entanto, “investir pouco tempo e esforço na interatividade com os leitores/utilizadores” (Bastos, 2013: 10).

### 3.5. *Press Releases*

O *press release* é uma importante técnica de assessoria de imprensa. Catenaccio define os *press releases* como sendo “pequenos pedaços de escrita emitidos por empresas ou instituições para comunicar informação interessante para a comunicação social e para o público em geral” (*apud* Ribeiro, 2014: 4), sendo geralmente um texto já preparado com o intuito de diminuir o processo de adaptação a notícia.

Apesar de não ter surgido com a *web*, a chegada da Internet e o uso do correio eletrónico como ferramenta indispensável para os jornalistas fez com que aumentasse o número de *press releases* que chega às redações por via digital. Vasco Ribeiro refere que “a distribuição do *press release* é efetuada por correio eletrónico com a antecedência necessária ao seu eventual agendamento, cobertura e publicação” (2014: 13). De acordo com a minha experiência de estágio, alguns *press releases* vêm já com um arquivo de imagens ou fotografias anexado, assim como de citações de uma entidade relacionada com o acontecimento ou com a organização em causa; ambos prontos a utilizar.

Sendo distribuído em massa para vários órgãos de comunicação social, este é um dos fatores que contribui para a homogeneidade de conteúdos nos *media*. Um dos problemas do uso indiscriminado e sem adaptação dos *press releases* é a sua potencial natureza facciosa. São escritos pela entidade visada, sem a imparcialidade associada ao jornalismo e só apresentando uma visão do acontecimento. Paola Catenaccio considera que “embora aparentemente informativos, os *press releases* carregam uma implícita finalidade autopromocional”, pois a informação veiculada “provém de uma fonte interna da organização, que é o objeto da própria projeção” (*apud* Ribeiro, 2014: 14). Em alguns casos, pode verificar-se a utilização de linguagem promocional e palavras amplificadoras geralmente usadas em contextos publicitários.

Pelo que aprendi no estágio, o *press release* deve funcionar como ponto de partida para a elaboração de uma notícia e nunca como produto final. No mínimo, deve-se optar por pesquisar mais sobre o assunto em causa, acrescentando pormenores relevantes e contactar fontes. Uma notícia que tenha como ponto de partida um *press release* não tem necessariamente de ser sobre o que foi originalmente apresentado como relevante: é o jornalista que decide o que tem interesse público.

É fácil cair-se na armadilha de publicar dados sem confirmar, o que pode levar a que se publiquem textos com indícios promocionais ou incompletos. Não se pretende aqui apresentar

o *press release* como um inimigo do jornalismo, antes pelo contrário. O *press release* pode ser um poderoso aliado da atividade jornalística, fornecendo pistas e informações relevantes. Deve, no entanto, ser utilizado com cautela e tendo noção dos riscos que acarreta ao poder veicular informação errada ou parcial. Mário Mesquita atenta que “a informação jornalística é mais rápida, fragmentária, incompleta”, o que faz aumentar a incerteza e faz com que o jornalista, por vezes, avance com “informação unilateral, porque não lhe é possível aplicar, no novo quadro político e tecnológico, as regras tradicionais” (Mesquita, 2003: 55).

No seu estudo sobre *press releases*, Vasco Ribeiro refere que certas estratégias de relações públicas, nomeadamente a assessoria de imprensa, “vieram profissionalizar e aumentar a promoção das empresas e das instituições através dos *media*” (2014: 3). Isto acontece, segundo Ericson (*apud* Ribeiro, 2014: 3) ao “fornecer informações parciais pelo uso de ‘citações citáveis’; ao utilizar a redundância para limitar a discussão pública sobre um determinado assunto” ou através da utilização de “factos principais e citações apresentadas como factuais”. Esta redundância e natureza pouco factual dos acontecimentos explica a razão pela qual alguns dos *press releases* com que trabalhei durante o estágio, com mais de duas páginas, fossem facilmente resumidos em dois ou três parágrafos (ainda que os *press releases*, em teoria, devam ser curtos).

Vasco Ribeiro faz um esclarecimento relevante sobre o uso do termo *press release* no contexto português, no qual existem outros termos como ‘comunicados de imprensa’. Explica que “nas regras de assessoria de imprensa há uma grande distinção entre um ‘comunicado’ e um ‘*press release*’”. O comunicado “não é redigido em estilo jornalístico, não obedece às convenções jornalísticas” e é geralmente usado para “assumir uma tomada de posição formal sobre um assunto público” (Ribeiro, 2014: 3), podendo ser assinado pelas cúpulas ou gabinetes jurídicos. Já o *press release* é assumido como um texto jornalístico.

### **3.6. Agências de notícias**

As agências de notícias são empresas de comunicação que assumem um papel intermediário entre um determinado acontecimento e os órgãos de comunicação social, sendo feita uma transmissão de informação. De modo a assegurar uma cobertura eficaz de vários pontos do país ou de uma determinada região, as agências noticiosas têm um grande número de correspondentes. Assim, as agências são um fator importante para que um jornal de âmbito nacional – como o *Público* – consiga obter informações de zonas em que não haja correspondentes do jornal.

As agências noticiosas apresentam, conforme designado na redação, *takes*, “telexs” ou “despachos”. Estas peças jornalísticas são, por norma, curtas e podem surgir num formato de notícia ou breve. Apresentam novidades sobre um determinado assunto, assim como citações e, por vezes, na parte final, algumas frases de contextualização.

Em Portugal, a primeira agência noticiosa surge a 31 de Dezembro de 1944: a Agência Noticiosa Lusitânia; em 1947, é criada outra agência, a ANI (Agência Noticiosa da Informação). Segundo informação recolhida no Portal da Comunicação Social<sup>41</sup>, estas duas agências serviram de veículo a propaganda do Estado Novo. Por despacho ministerial, o encerramento da Lusitânia é declarado a 19 de Novembro de 1974; já a ANI é dissolvida e todo o seu ativo e passivo é transferido para a ANOP (Agência Noticiosa Portuguesa). A ANOP “veio a constituir-se como uma fonte de informação fundamental para a maioria dos *media* portuguesas, nomeadamente da imprensa”<sup>42</sup>, tendo passado posteriormente por uma fase conturbada e sido declarada extinta em 1984. A 12 de Dezembro de 1986 é constituída uma nova agência, com a denominação de “Agência LUSA – Cooperativa de Interesse Público de Responsabilidade Limitada”, ou, na sua forma abreviada, “LUSA – C.I.P.R.L”. O nascimento da Lusa preconiza a existência de uma só agência a nível nacional em que estão associados “o Estado e uma cooperativa aberta à generalidade dos órgãos de comunicação social portugueses”<sup>43</sup>. A Lusa inicia a sua atividade a 1 de janeiro de 1987<sup>44</sup>.

No *Público*, uma das maneiras utilizadas para aceder às informações das agências de notícias é através da Intranet do jornal, podendo-se aceder a despachos da *AFP*<sup>45</sup>, *Reuters*<sup>46</sup> e *Lusa*.

Durante o estágio, contactei maioritariamente com a vertente escrita (por vezes são disponibilizados serviços multimédia, como áudio ou vídeo) das produções da Agência Lusa, já que se referem principalmente ao contexto nacional e eu encontrava-me na secção Local. Os *takes* da Lusa eram agrupados em várias categorias (como Desporto, Economia, Política) e indicavam, no início, o local noticiado e a data.

<sup>41</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/agencias-noticiosas-20121212-160235>

<sup>42</sup> *ibidem*

<sup>43</sup> Resolução do Conselho de Ministros n.º 84/86 - Constituição da Agência LUSA, in <http://www.gmcs.pt/pt/resolucao-do-conselho-de-ministros-n-8486-de-28-de-novembro-arquivo>

<sup>44</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/agencia-lusa>

<sup>45</sup> AFP – Agence France-Press. Agência de notícias francesa, com sede em Paris.

<sup>46</sup> Reuters é uma agência de notícias sediada em Londres e considerada a maior agência internacional do mundo.

No que diz respeito à assinatura das notícias, o Livro de Estilo do *Público* indica que “os textos baseados em despachos de agências devem ser assinados de acordo com o tipo de contribuição das agências e do redator que elaborou a notícia”. Deste modo, os textos das agências utilizados na íntegra eram assinados pela agência em questão e, nos casos em que o jornalista complementasse a peça, por ter “conhecimentos, experiência ou informações novas (e não só “background”) deve referir a(s) agência(s) utilizada(s) no corpo da notícia”, de forma proporcional à sua contribuição, de acordo com o Livro de Estilo. Nesta publicação é ainda referido que “o plágio é terminantemente proibido”.

No relatório “Estudo prospetivo para o futuro imediato das Agências de Notícias”, publicado pela OberCom, são-nos apresentados os resultados de um inquérito feito a jornalistas, relativo às agências noticiosas. As respostas deste inquérito dão a conhecer que as agências de notícias continuam a ser a principal fonte noticiosa dos jornalistas, sendo que 62,5% dos inquiridos diz utilizar informação oriunda destas agências.

Em Portugal, muitos órgãos de comunicação social têm acesso às informações das agências noticiosas, sobretudo a *Lusa*. Ao usarem-nas frequentemente – seja publicando os textos na íntegra, seja ao retirarem informações –, começa a existir uma mesma gama de conteúdos em vários órgãos de comunicação social. Isto resulta numa homogeneização de conteúdo (já que a agenda e os assuntos são os mesmos para todos) mas também numa homogeneização do formato jornalístico, já que os despachos são, por vezes, publicados em vários órgãos sem alterações significativas. Helder Bastos considera que dar primeiro as notícias e só depois as confirmar se tornou num péssimo hábito dos jornalistas. Na maior parte das vezes, o material usado nas notícias de ‘última hora’ provém das agências noticiosas, entrando automaticamente nos *websites*, muitas vezes sem qualquer tipo de tratamento, o que resulta em “dois problemas em simultâneo: o da verificação nula e o da validação cega” (Bastos, 2013: 3).

Como exemplo apresento um despacho da *Lusa*<sup>47</sup> (divulgado em vários órgãos de comunicação) sobre as demolições na Fonte da Telha, em Setúbal. O despacho da Lusa fazia dar razão aos pescadores pois não se falava na ilegalidade das habitações e na razão que justificava a não demolição de três dos estabelecimentos, razão que levou a que a Câmara de Almada emitisse um comunicado de esclarecimento.

---

<sup>47</sup> Despacho disponível em: [http://24.sapo.pt/article/lusa-sapo-pt\\_2015\\_11\\_01\\_1506676311\\_pescadores-e-moradores-de-almada-contestam-demolicoes-na-fonte-da-telha](http://24.sapo.pt/article/lusa-sapo-pt_2015_11_01_1506676311_pescadores-e-moradores-de-almada-contestam-demolicoes-na-fonte-da-telha)

Ao sair uma notícia de última hora, muitos jornais chegam a publicar exatamente o mesmo texto, até com o mesmo título. É certo que alguns podem ser complementados com hiperligações de notícias anteriores ou com outras informações mas, regra geral, o conteúdo e o corpo da notícia é o mesmo em diversos meios de comunicação. De acordo com Rui Miguel Gomes, “é evidente que o jornalista, nas rotinas diárias, abdica do presencialismo do acontecimento para, de algum modo, apurar ou observar um evento, deixando, frequentemente, esta missão para outros meios que disponibilizam as informações recolhidas na rede” (Gomes, 2009: 90). Um jornalista sedentário, que trabalha maioritariamente a partir da sua secretária, acaba por muitas vezes relegar uma das suas funções enquanto jornalista – a de recolher informações – para outros meios de comunicação. No estudo de Rui Miguel Gomes, os jornalistas de imprensa concordam com a existência de um sedentarismo nas redações, sendo que “têm na rede um aliado de peso no combate às deslocações dos profissionais aos locais do acontecimento, e conseqüentemente à diminuição dos custos inerentes a tal mobilidade” (Gomes, 2009: 98). Este autor questiona-se ainda sobre a importância deste fenómeno na atividade jornalística dos próximos anos:

“Esta é porventura uma das questões mais sensíveis que se colocam ao jornalismo do futuro. A emergência da rede como ferramenta preponderante nas atividades pessoais, em particular no jornalismo, suscita paulatinamente uma excessiva dependência dos jornalistas face à Internet naquilo que diz respeito às suas rotinas diárias, facto que tem vindo a colocar em xeque a mobilidade e conseqüente acompanhamento presencial do jornalista face a determinado evento ou acontecimento” (Gomes, 2009: 104).

Voltemos às agências noticiosas propriamente ditas. Da minha perceção do estágio no *Público*, os despachos das agências noticiosas eram maioritariamente utilizados *online* para eventos de última hora ou em assuntos que não apresentavam particular relevância e em que não adiantaria despender meios – fossem eles dinheiro, jornalistas ou tempo – a aprofundar o assunto. No entanto, quase todas as notícias de última hora, se importantes, eram retomadas por jornalistas do *Público*, mesmo que tivessem sido inicialmente avançadas por uma agência de notícias.

Por várias vezes, era-me pedido que adaptasse os *takes* de uma agência noticiosa – quase sempre da Lusa – para o *website* do *Público*. Assim, podia alterar o título da notícia de acordo com o grau de interesse, escrever uma entrada consoante o tema da notícia e corrigir a nova grafia para a antiga, ainda vigente no *Público*. Podia ainda optar por fazer eu os contactos e redigir uma notícia da minha autoria. Ao longo do estágio, fui-me apercebendo de que, para

conseguir sugerir boas histórias – e, sobretudo, exclusivas –, deveria tentar distanciar-me das informações fornecidas pelas agências de notícias.

Considero ser interessante apresentar aqui a opinião de Pierre Bourdieu, que acreditava que o jornalismo não se encontrava num processo de divergência, mas de convergência, nomeadamente no que toca a conteúdos: “Para ser o primeiro a ver alguma coisa, o jornalista está mais ou menos disposto a tudo e, como os jornalistas se copiam mutuamente, ao tentarem todos eles ultrapassar os outros, para fazerem primeiro que os outros, ou para fazerem de modo diferente dos outros, acabam por fazer todos a mesma coisa” (*apud* Traquina, 2007: 197).

Sendo este relatório uma análise sobre a forma como a Internet alterou as rotinas de produção noticiosa, é importante ressaltar que as agências noticiosas não surgiram com a Internet. Na verdade, existem no contexto jornalístico há mais de 150 anos<sup>48</sup>.

No entanto, no contexto atual, em que a Internet joga um importante papel, as agências noticiosas ganharam uma outra dimensão e um outro nível de visibilidade. Por um lado, temos o imediatismo a que a Internet “obriga”, havendo um interesse crescente em que a notícia seja dada o mais rapidamente possível. Como diria Pierre Bourdieu, “na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as notícias, a concorrência em torno da clientela tende a assumir a forma de uma concorrência pela prioridade, quer dizer pelas notícias mais novas” (Bourdieu, 1997: 85).

A rapidez com que a uma notícia é dada num *site* informativo é apresentada como uma vantagem pela lógica de mercado: em primeiro lugar, pelo maior número de visualizações e partilha; em segundo lugar, por criar no leitor a sensação de confiança, de que o *site* está em permanente atualização e de que as notícias são dadas em primeira mão.

Sendo esta uma das vantagens, já vimos que um dos pontos negativos é a homogeneidade de conteúdos entre diferentes órgãos de comunicação. É por isso que Pierre Bourdieu refere que “a concorrência, longe de ser automaticamente geradora de originalidade e de diversidade, tende muitas vezes a favorecer a uniformidade da oferta” (Bourdieu, 1997: 86). Dominique Wolton, na sua obra *Pensar a Comunicação*, explica que existe uma desproporção entre o reduzido número de jornalistas das agências na origem das informações e no volume de informações que circulam no mundo. À data, o autor referia que existiam “menos de vinte mil

---

<sup>48</sup> Relatório “Estudo prospectivo para o futuro imediato das Agências de Notícias”. Coordenação científica de Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça, Janeiro de 2016. Publicações OberCom. Página 8.

jornalistas, se somarmos as três grandes agências ocidentais (*Associated Press, Reuter, AFP*) que criam a esmagadora maioria das informações retomadas pelos *media* do mundo inteiro” (Wolton, 1997: 226).

Wolton acredita ainda que, se vários jornalistas, de diferentes órgãos de comunicação, notarem que reagiram de igual modo ou derem uma notícia com uma abordagem semelhante tendem a pensar que viram o essencial do acontecimento. O autor propõe ainda uma explicação para a homogeneização de conteúdos jornalísticos:

“Eis o que explica que a imprensa tenha tendência, apesar das suas diferenças, para tratar ao mesmo tempo e quase da mesma maneira, os acontecimentos e os problemas, antes de passar, como um pardal esvoaçante, de um assunto a outro. (...) num universo sobreinformado, também é preciso ver no facto uma marca da inevitável ortodoxia que é um meio tanto de se protegerem da desordem do mundo como de o ordenar. Falar ao mesmo tempo da mesma coisa, da mesma maneira, já não é, forçosamente, uma prova de verdade.” (Wolton, 1997: 228)

Outra das desvantagens que pode surgir neste contexto é a disseminação de informação errada ou parcial, que pode facilmente passar de uma agência de comunicação para vários jornais, rádios, *websites* e televisões. De forma a combater a desinformação, é aconselhado no Livro de Estilo do *Público* que se utilizem “mecanismos de objetividade”, como a “pluralidade das fontes, investigação” e a “ausência de ideias preconcebidas”.

### 3.7. Redes Sociais

Com o surgimento e evolução da Internet, surgiram também as redes sociais, que têm sido associadas a uma crescente expansão nos anos mais recentes.

De acordo com os dados do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias de 2015, divulgado pelo INE<sup>49</sup>, 70% das famílias portuguesas têm acesso à Internet em casa, tratando-se, na maioria dos casos, de banda larga. Segundo estes mesmos dados, referentes a 2015, 70% dos utilizadores da Internet participam em redes sociais.

Já no documento de apresentação do relatório “Os Portugueses e as Redes Sociais 2015”<sup>50</sup>, da Marktest, é referido que 94% dos utilizadores de redes sociais têm conta no *Facebook*, sendo esta a principal rede deste âmbito em Portugal, seguida pelo *Youtube*, com

---

<sup>49</sup> Destaque "A participação em redes sociais é mais frequente em Portugal no que na UE - 2015. Publicado a 17 de novembro de 2015 no website do INE. Disponível em [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=224732582&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=224732582&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt)

<sup>50</sup> Documento de apresentação do relatório “Os Portugueses e as Redes Sociais 2015”. Disponível em [http://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Folheto\\_redes\\_sociais\\_2015.pdf](http://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Folheto_redes_sociais_2015.pdf)



41%. Seguem-se, respetivamente, o *Google +*, o *LinkedIn*, o *Instagram*, o *Twitter*, o *Hi5* e o *MSN*. No relatório “Públicos e Consumos de Média” desenvolvido pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), é divulgado que a partilha de notícias em redes sociais é uma prática comum entre os portugueses, sendo que mais de metade partilha notícias nestas redes semanalmente.

Atendendo ao elevado número de utilizadores das redes sociais, também o jornalismo se tenta adaptar a este meio, criando páginas e perfis nestas redes para partilha de conteúdos. A título de exemplo, o jornal *Público* marca presença no *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Instagram*, *Youtube* e *Google+*.

O jornal oferece ainda ao leitor possibilidade de subscrever uma *newsletter*, recebendo-a todas as manhãs, por volta das 09h. Este serviço consiste num *e-mail* em que são apresentadas as notícias do dia, todas produzidas pelo jornal. A *newsletter* está dividida em seis partes: “Em destaque”, “Opinião”, “Mais populares”, “Escolhas do Editor”, “Boa vida” e “Multimédia”. Apenas os títulos são apresentados (com uma fotografia, em alguns casos) e são acompanhados de uma hiperligação para o artigo no *website* do *Público*. Outros jornais como o *Observador*, o *i* ou o *Jornal de Notícias* têm também esta funcionalidade, com algumas diferenças entre si. Uma das mais óbvias diferenças que se podem traçar entre a *newsletter* do *Público* e do *Observador*, por exemplo, é que a do *Observador* assume-se mais como um agregador de conteúdos, apresentando artigos e textos não só do próprio jornal como de outros.

No relatório “Públicos e Consumos de Média” é referido que existem “atores que se posicionam como grandes agregadores de conteúdos noticiosos, com um extraordinário potencial de alcance em termos de audiências, mas sobre o qual os órgãos de comunicação social têm pouco controlo”; estes atores afetam a cadeia de difusão de notícias. Exemplos destes agregadores são o *Google News* e o *Sapo Notícias*, que reúnem notícias de outros órgãos de comunicação social nas suas páginas *web*.

Voltando às redes sociais propriamente ditas, é possível afirmar que apesar de os meios de comunicação se tentarem implementar neste sistema, não detêm a hegemonia da informação. Isto porque qualquer pessoa pode publicar novidades, informações pertinentes e divulgar acontecimentos relatados na primeira pessoa: em suma, o domínio da partilha de conteúdos deixa de pertencer unicamente aos órgãos noticiosos. Existem ainda páginas em redes sociais com grande poder de alcance dado o seu elevado número de seguidores que veiculam informações sobre a atualidade noticiosa ou mesmo sobre os próprios órgãos de comunicação

social. Um destes exemplos é a página do *Facebook* intitulada “Os truques da imprensa portuguesa”<sup>51</sup> que se assume como uma página que denuncia “os truques e as manhas da imprensa comprometida com agenda” e que “não é nem pretende ser um instrumento de informação”, já que afirmam não pertencer a nenhum órgão de comunicação social, nem possuir estatuto editorial, nem responder perante a lei da imprensa.

Ao estabelecer uma analogia com a prensa de Gutenberg, José Manuel Fernandes afirma que também “a Internet e as redes sociais permitem que muito mais gente seja capaz de comunicar mais depressa e com mais pessoas, mas isso não implica que a informação que circula seja melhor e mais útil” (Fernandes, 2011: 90). O jornalista alerta ainda que a presença da Internet e das redes sociais nos pode dar a perigosa ilusão de que o jornalismo pode vir a ser dispensável.

No relatório supramencionado desenvolvido pela ERC verifica-se, a partir da análise das respostas a um inquérito, que “mais de três em cada cinco inquiridos identificam os media sociais como um dos seus recursos noticiosos”, fazendo com que as redes sociais sejam apresentadas, neste contexto, como a “segunda plataforma noticiosa” mais importante, ultrapassando por um ponto percentual os jornais impressos.

No relatório, esta presença das redes sociais no consumo de notícias é apresentada como sendo o “dado mais expressivo da mudança operada pelo digital”. É ainda indicado que as redes sociais se encontram em pé de igualdade com a televisão no que toca a “atualizações de notícias que mereçam constantes desenvolvimentos”.

Na redação do *Público*, ainda que não existisse uma política que privilegiasse as redes sociais, existiam alguns indicadores que demonstravam uma especial atenção relativamente a esta temática. Em primeiro lugar, existia na redação um ecrã em que era exibido o número de visitantes no *website*; por baixo desse número, encontrava-se uma lista com as notícias mais populares do momento. Por outro lado, tanto a *newsletter* como a própria página *online* do *Público* têm um espaço dedicado a exibir as notícias mais populares do dia. Existe, ainda, em cada notícia um contador com o número de partilhas no *Facebook*, *Twitter* e *Google +*, acompanhado de um “botão” que possibilita a partilha. Por último, aquando da publicação de uma lista com os melhores trabalhos do *Público* de 2015, foram selecionados pelos editores alguns dos trabalhos mais importantes do ano, e foi também publicado um separador com as

---

<sup>51</sup> <https://www.facebook.com/ostruques>

notícias mais populares: as mais lidas, as mais partilhadas e as mais comentadas<sup>52</sup>. Dentro das mais partilhadas, incluía-se uma notícia que escrevi sobre um projeto que disponibilizou casacos pelas ruas de Lisboa, para quem deles precisasse<sup>53</sup>.

### *As mais partilhadas*



Fig. 3 – Notícias mais partilhadas no especial do *Público* “O Melhor de 2015”

Existem casos em que os próprios acontecimentos que ocorrem nas redes sociais passam a ser noticiados. Em títulos mais sensacionalistas, é comum verem-se notícias sobre o que determinada celebridade publicou num dos seus perfis sociais, sejam fotografias ou alguma novidade pessoal ou profissional. Quando se trata de páginas oficiais, o que é dito numa publicação de um perfil social de um indivíduo pode ser utilizado como declaração numa notícia. Há ainda casos mais densos em que o que é noticiado está intrinsecamente ligado à rede social em si. Dou o exemplo do *Público* que, ao atingir um milhão de seguidores no *Facebook* publicou uma imagem (que se pode ver em baixo) em que avisava os seguidores que tinham atingido a meta de um milhão de fãs e que isso seria notícia:

<sup>52</sup> <http://www.publico.pt/especial-2015/as-mais-populares>

<sup>53</sup> <https://www.publico.pt/local/noticia/casacos-pendurados-pelas-ruas-de-lisboa-vao-agasalhar-quem-precisa-1717177>



Fig. 4 – Imagem partilhada no *Facebook* do *Público* ao atingirem 1 milhão de seguidores

Posteriormente, foi publicada uma reportagem<sup>54</sup> que conta a vida da pessoa que fez o clique do milhão: Cristina Castro, uma *designer* que se encontra atualmente a desenvolver um inventário de doces. A reportagem em texto é acompanhada de um vídeo e foi também publicado um comentário em separado da diretora Bárbara Reis, em que explica a razão de ser daquela história<sup>55</sup>: “O nosso “negócio” é jornalismo. Sabemos escrever notícias e contar histórias. E sim, acreditamos – na boa tradição do jornalismo americano – que todas as pessoas têm uma história para contar, por mais normal que seja a sua vida”, explica Bárbara Reis. Acrescenta que, em 2009, decidiram criar um editor de comunidades do *Público* e que, em seis meses, passaram de 16 mil seguidores para 100 mil. Já nessa altura, foi publicada uma notícia com o título “PÚBLICO atinge os 100 mil seguidores no *Facebook*”<sup>56</sup>. Para além do que foi publicado *online*, este acontecimento teve ainda grande destaque na edição impressa do jornal, sendo manchete no jornal de 29 de maio de 2016:

<sup>54</sup> <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/cristina-uma-historia-doce-num-milhao-1733309?frm=ult#>

<sup>55</sup> <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/nao-ha-vidas-normais-1733382?frm=ult>

<sup>56</sup> <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/publico-atinge-os-100-mil-seguidores-no-facebook-1471672>



Fig. 5 – Capa do *Público* de 29 de maio de 2016

Outro exemplo de um evento que aconteceu nas redes sociais e acabou em notícia foi a partilha em massa nas redes sociais de uma notícia do *Público* datada de 2001 em que se falava na possibilidade de José Mourinho vir a ser treinador do clube de futebol Sport Lisboa e Benfica. Foi assim escrita uma notícia que desmentia o facto de a notícia de 2001 se aplicar a 2015. Nesta notícia – intitulada “Não, José Mourinho não está a caminho do Benfica” e assinada por Pedro Guerreiro, gestor de comunidades do *Público* – fica uma recomendação a todos os leitores:

“Resta por fim sublinhar que o PÚBLICO não quis em algum momento induzir os leitores em erro. E vale a pena repetir duas recomendações tantas vezes esquecidas: leia o artigo antes de o comentar e partilhar, e não se esqueça de verificar a data de publicação da notícia.”<sup>57</sup>

A 12 de abril de 2016, o *Facebook* integrou na sua aplicação para *smartphones* o programa *Instant Articles*<sup>58</sup>. Esta nova função facilita a leitura de notícias nos telemóveis, resolvendo o problema do carregamento lento das páginas em dispositivos móveis. De acordo

<sup>57</sup> <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/nao-jose-mourinho-nao-esta-a-caminho-do-benfica-1717856>

<sup>58</sup> “Opening Up Instant Articles to All Publishers” in Facebook Media. <https://media.fb.com/2016/02/17/opening-up-instant-articles/>

com as estatísticas apresentadas pelo *Facebook*, com esta nova funcionalidade são lidos mais 20% de artigos, em média, e existe uma redução de 70% na probabilidade de o leitor abandonar a página do artigo<sup>59</sup>, já que a velocidade de carregamento é superior à antiga.

Esta inovação surge numa altura em que o consumo de notícias nas redes sociais é elevado e pode ser uma boa solução para as empresas de jornalismo, que podem apresentar os seus conteúdos de forma simples e um maior nível de interatividade. No início de 2015, a aplicação social *Snapchat* – que tem o principal objetivo de partilhar fotografias e vídeos entre amigos por breves segundos – apresentou uma nova funcionalidade<sup>60</sup>. A aplicação integrou um separador chamado *Discover* em que alguns órgãos de comunicação (como a *CNN*, o *Daily Mail* e a *National Geographic*) apresentam, diariamente, uma seleção dos artigos mais importantes do dia num formato divertido.

Emily Bell, num artigo intitulado “How Facebook Swallowed Journalism”, defende que as redes sociais não só engoliram o jornalismo, como engoliram tudo. A investigadora refere que existiram dois acontecimentos a que prestámos menos atenção do que devíamos: em primeiro lugar, a perda de controlo na distribuição das notícias por parte das publicações e, em segundo lugar, o resultado inevitável que advém da primeira, isto é, o aumento do poder das empresas de médias sociais.

Assim, o jornalismo desenvolvido no seio da internet e das redes sociais é acompanhado de uma dicotomia entre o poder que é conferido aos jornalistas por estes meios e a transformação do jornalismo numa economia não viável. Num artigo de opinião de José Pacheco Pereira, intitulado “Sobre a Crise dos jornais”, publicado no *website* do jornal *Público*, o professor universitário refere que um dos motivos para a erosão da profissão de jornalista é a atribuição de estatuto noticioso às redes sociais,

“sem a mediação e edição jornalística, e àquilo que se chama indevidamente “jornalismo do cidadão” cuja principal característica é não ser jornalismo. Isto não significa que não haja notícias nas “redes sociais” ou nos blogues, o que se passa é que para passarem a ser notícias têm que ser sujeitas ao trabalho de edição e contexto de alguém que é suposto ter uma carteira profissional para exercer jornalismo.”<sup>61</sup>

Exemplificando com o caso da Primavera Árabe, em que os egípcios utilizaram a internet e as redes sociais de forma a se oporem ao regime, José Manuel Fernandes afirma que estes

<sup>59</sup> Dados recolhidos de “Instant Articles”: <https://instantarticles.fb.com/>

<sup>60</sup> <http://www.theverge.com/2015/1/27/7919809/snapchat-launches-discover-feature-ad-support>

<sup>61</sup> José Pacheco Pereira. Sobre a Crise dos jornais (1) Publicado a 02 de Janeiro de 2016. <https://www.publico.pt/portugal/noticia/sobre-a-crise-dos-jornais-1-1718917?page=-1>

novos meios de interação “estão a revolucionar não apenas a forma como os cidadãos obtêm informação, mas também a maneira como formam as suas opiniões, se mobilizam e exercem os seus direitos” (Fernandes, 2011: 87).

Importa, então, refletir sobre a utilidade do jornalismo nestes cenários. Fernandes afirma que as revelações da *Wikileaks*, por exemplo, “não teriam impacto, nem seriam úteis para os cidadãos em geral, sem todo o trabalho realizado pelos jornais que trataram da informação em bruto” (Fernandes, 2011: 87).

Mais recentemente, deu-se o caso dos *Panama Papers*, em que foi divulgado a um grupo de jornalistas (para interpretação) 11,5 milhões de documentos e informações relativos a corrupção e fuga ao fisco. A investigação durou um ano e envolveu 378 jornalistas de 107 meios de comunicação em 77 países<sup>62</sup>. Estes jornalistas pertencem ao jornal alemão *Süddeutsche Zeitung* e ao Consórcio Internacional de Jornalistas de Investigação (CIJI), em que se incluem alguns jornalistas portugueses. Também neste caso o tratamento dos dados em bruto por parte dos jornalistas foi fulcral para o entendimento do caso e para que se pudesse ter noção da sua dimensão.

### **3.8. Esquemas de produção noticiosa: a pirâmide invertida**

Uma das mais conhecidas e utilizadas técnicas de estruturação de notícias é a pirâmide invertida. Helder Bastos defende que este modelo “continua a ser o padrão redatorial utilizado de forma maioritária por jornalistas de todo o mundo. Se é certo que a convivência dos meios impressos com os audiovisuais atenuou a rigidez daquela estrutura, continua a ser norma generalizada na elaboração de notícias” (Bastos, 2010: 41).

Esta arquitetura noticiosa nasceu durante a Guerra da Secessão, nos EUA. As notícias e as crónicas de guerra eram enviadas pelos jornalistas através do telégrafo, que tinha pouca fiabilidade técnica ou cujos postes poderiam ser destruídos pelas tropas. “Para assegurar iguais condições de envio, jornalistas e operadores de telégrafos estabeleceram uma regra de funcionamento que não prejudicasse o trabalho dos profissionais da informação: cada jornalista enviaria o primeiro parágrafo” (Canavilhas, 2006b: 5) e só depois o restante, numa outra ronda. Esta regra de funcionamento obrigou os jornalistas a alterarem a técnica de redação mais utilizada até então – a cronológica.

---

<sup>62</sup> “Afiml o que é o Panama Papers”, Dinheiro Vivo. Por Ana Baptista. Notícia publicada a 04/04/2016. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/outras/afiml-o-que-e-o-panama-papers/>

A pirâmide invertida é, segundo o livro de estilo do jornal *Público*, “uma técnica de construção de notícias em que a informação é dada no início e os elementos informativos vão decrescendo de importância ao longo do texto”. Esta técnica que hierarquiza a informação de acordo com a sua relevância permite que o mais importante seja logo apresentado ao leitor e permite ainda que – perante a necessidade de cortar caracteres – se elimine somente a informação acessória dos últimos parágrafos.

Em várias notícias que redigi durante o período de estágio, aconselhavam-me a que seguisse o modelo de pirâmide invertida – sobretudo se a notícia fosse publicada em papel – de modo a que se pudessem cortar caracteres sem que a notícia perdesse substância. Além disso, a notícia poderia ser utilizada não só na versão impressa como também no *website*, com pequenas adaptações. As notícias publicadas em papel eram, por vezes, alvo de alterações nos títulos das notícias ou em cortes de texto, devido a limitações de espaço. No *online* – apesar de haver um número de caracteres predefinido para o título e entrada – tal não acontecia.

Em relação aos títulos das notícias: tanto os títulos como as designações utilizadas eram elementos frequentemente alterados e que podiam causar polémicas. É preciso ter em consideração de que “é através do título que normalmente recebemos a primeira impressão de uma notícia” (Fontcuberta, 2002: 91). Os títulos cumprem, por norma, três objetivos: “anunciar e resumir a informação contida na notícia; convencer do interesse daquilo que se conta; e terem vida própria, libertarem-se da informação que resumem e serem inteligíveis por si próprios” (*ibidem*). Algumas das mais frequentes razões que conduziam à alteração do título eram a tentativa de diminuir caracteres, a redução da ambiguidade ou o esforço para o tornar mais atrativo. Como foi referido anteriormente, as designações utilizadas nos títulos, são, por vezes controversas. Destaco três situações que decorreram durante o período de estágio e que causaram alguma contestação: em primeiro lugar, a utilização da denominação de “ex-namorada de Sócrates” em referência à jornalista Fernanda Cândia<sup>63</sup>; em segundo, a caracterização da nova Ministra das Finanças, Francisca Van Dunem, como “a primeira mulher negra a chegar a ministra”<sup>64</sup>; por último, um caso fora do *Público* – no *Correio da Manhã*, foi

---

<sup>63</sup> <https://www.publico.pt/sociedade/noticia/cancio-processa-correio-da-manha-por-divulgacao-de-conversas-do-caso-socrates-1711988>

<sup>64</sup> <https://www.publico.pt/politica/noticia/francisca-van-dunem-a-primeira-mulher-negra-a-chegar-a-ministra-1715451>



utilizado o título “Costa chama cega e cigano para Governo”<sup>65</sup>, que fez com que fossem apresentadas 175 queixas sobre o título à ERC<sup>66</sup>.

Apesar de me terem indicado, por várias vezes, que seguisse o modelo de pirâmide invertida, também me chegou a ser pedido que não me focasse tanto na questão burocrática dos eventos e na sua programação; isto acontecia sobretudo quando a notícia em questão sairia um ou dois dias depois do evento, por questões técnicas. Era preferível fazer uma abordagem distinta e que pegasse no acontecimento de forma a abordar uma temática mais importante e intemporal, continuando a estar, ainda assim, intrinsecamente ligada ao evento em si.

Nelson Traquina refere que “o relato estritamente cronológico do acontecimento deu lugar a outro relato em que a utilização de um lead se tornou prática corrente no jornalismo americano, demonstrando o crescente sentimento de autoridade por parte dos jornalistas, ao decidirem quais são os elementos do acontecimento mais importantes e que merecem figurar no lead” (Traquina, 2007: 44).

A técnica foi batizada de ‘pirâmide invertida’ por Edwin L. Shuman. Como o nome indica, estabelece uma analogia com uma pirâmide ao contrário, com a base na parte superior e o cume na zona inferior, dividida horizontalmente em três segmentos. No primeiro, correspondente à zona superior, é apresentado o lead, em que se referem as informações mais relevantes e em que se responde às perguntas “Quem?”, “O quê?”, “Quando?” e “Onde?”. O segundo segmento corresponde ao corpo da notícia, isto é, o desenvolvimento do que foi referido no lead. A informação vai sendo apresentada gradualmente, decrescendo de importância. No último segmento são apresentados detalhes da notícia com um grau de relevância inferior.

---

<sup>65</sup>[http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/politica/detalhe/executivo\\_integra\\_ex\\_autarca\\_cigano\\_e\\_cega.html](http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/politica/detalhe/executivo_integra_ex_autarca_cigano_e_cega.html)

<sup>66</sup> <https://www.publico.pt/politica/noticia/erc-recebe-175-queixas-sobre-capa-do-correio-da-manha-1715800>

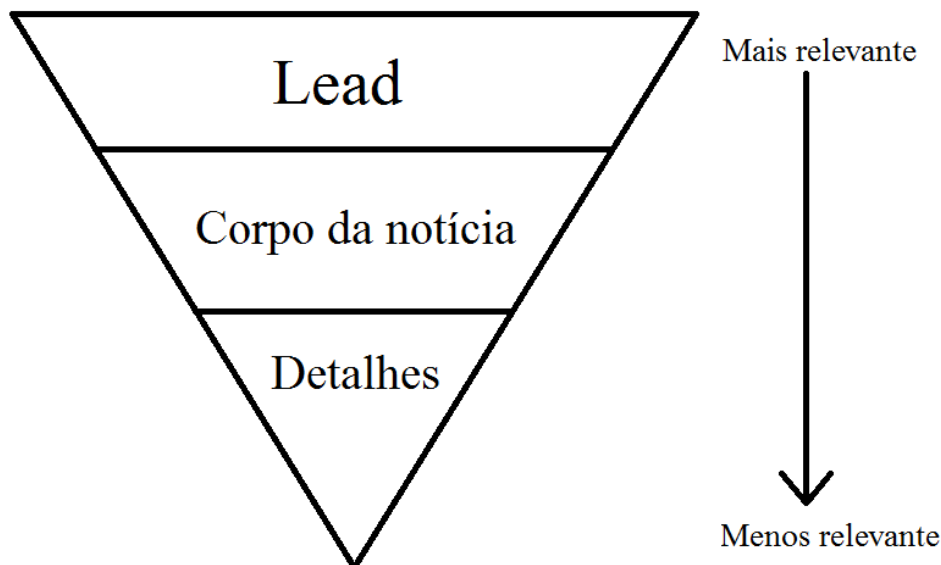


Fig. 6 – Estrutura da pirâmide invertida

Este é o modelo mais usado na construção de notícias, principalmente nos meios tradicionais, e há quem o continue a defender mesmo num contexto digital. Rosental Alves, por exemplo, explica que já desde 1996 que Jakob Nielsen defende que “a pirâmide invertida continua a ser a mais adequada técnica de construção de notícias na web” (Bastos, 2010: 42), já que permite aos ciberleitores captar o essencial da notícia no lead, num meio em que se muda de páginas muito rapidamente.

Há quem considere também que a pirâmide invertida pode rejuvenescer “com os cibermeios, para continuar vigente ainda que com características diferentes, que se adaptam ao novo espaço e à sua exigência de fragmentar informação” (Edo *apud* Bastos, 2010: 43). Para além de Edo, também Marcos acredita que a pirâmide invertida não foi delegada para segundo plano mas sim “adaptada a um novo universo hipertextual e multimediático que caracteriza a informação na web” (Marcos *apud* Bastos, 2010: 43). Este autor propõe o conceito de “pirâmide convergente”<sup>67</sup> (*apud* Zamith, 2004: 5), em que se complementa a tradicional estrutura de pirâmide invertida com elementos multimédia.

No entanto, alguns autores têm vindo a questionar a utilidade da pirâmide invertida no ciberjornalismo, como veremos no módulo seguinte.

<sup>67</sup> Fernando Zamith, “Pirâmide invertida na ciber notícia: a resistência de uma técnica centenária”. BOCC: Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zamith-fernando-piramide-invertida-cibernoticia.pdf>

### 3.8.1. A pirâmide deitada

Uma das razões que leva à recusa da utilização da pirâmide invertida na Internet é a forma como esta impede um bom uso de um dos conceitos essenciais no jornalismo *online* – o hipertexto. Sendo uma estrutura fechada, a pirâmide invertida pode ser um meio redundante e previsível, pois a “notícia configura-se como uma sucessiva amplificação de dados, sem lugar para o enredo” (Salverría *apud* Bastos, 2010: 42). Salverría argumenta ainda que “um meio hipertextual como a *web* exige começar a utilizar formatos que aproveitem a possibilidade de fragmentar o discurso informativo, e de criar, portanto, níveis de profundidade documental. E a pirâmide invertida, um formato intrinsecamente monolítico, não facilita esse trabalho” (*apud* Zamith, 2004: 7).

A pirâmide invertida pode tornar-se, assim, uma limitação ao desenvolvimento informativo e estrutural da notícia. Canavilhas (*apud* Bastos, 2010: 42) defende que a técnica da pirâmide invertida limita o jornalismo – principalmente quando nos encontramos perante notícias que não sejam de última hora – já que essa técnica se encontra estruturalmente associada ao suporte do papel, que tem características diferentes da *web*.

No seu artigo “Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada”, João Canavilhas sugere uma nova estrutura de produção de notícia: a pirâmide deitada. Um dos primeiros argumentos que refere para a necessidade de uma nova estrutura é o facto de, nas edições *online*, o espaço ser tendencialmente infinito, podendo haver cortes “por razões estilísticas, mas não por questões espaciais” (Canavilhas, 2006b: 7). O autor considera que o jornalista passa a ter a possibilidade de oferecer ao novo leitor novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimédia, organizados em camadas de informação.

João Canavilhas refere que no webjornalismo “a quantidade (e variedade) de informação disponibilizada é a variável de referência, com a notícia a desenvolver-se de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (Canavilhas, 2006b: 13), como se pode ver na imagem seguinte<sup>68</sup>:

---

<sup>68</sup> Esquema retirado de “Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada” de João Canavilhas (2006b), página 14.

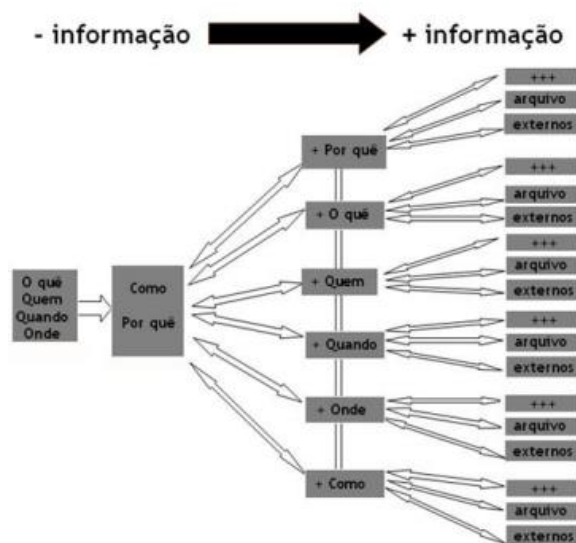


Fig. 7 – Sequência da informação

João Canavilhas propõe, assim, um modelo de pirâmide deitada, em que é dada ao leitor a “possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia” (2006b: 14), de acordo com o seu interesse.

Em suma, a pirâmide deitada faz com que uma notícia seja dividida em vários blocos de texto ligados através de *links* que remetem para mais informações e para um aprofundamento do tema em questão. Neste novo modelo, o autor propõe quatro níveis de leitura: a unidade base, o nível de explicação, o nível de contextualização e o nível de exploração.

Em primeiro lugar, a unidade base, corresponde ao lead e responde ao essencial da notícia. O nível de explicação responde ao ‘porquê?’ e ao ‘como?’, complementando a primeira unidade. O nível de contextualização oferece mais informação (em qualquer formato) sobre cada um dos elementos apresentados na primeira unidade. Por fim, o nível de exploração estabelece uma ligação entre a notícia e arquivos internos ou externos. Estes níveis agrupam-se na pirâmide deitada da seguinte forma<sup>69</sup>:

<sup>69</sup> Esquema retirado de “Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada” de João Canavilhas (2006b), página 15.

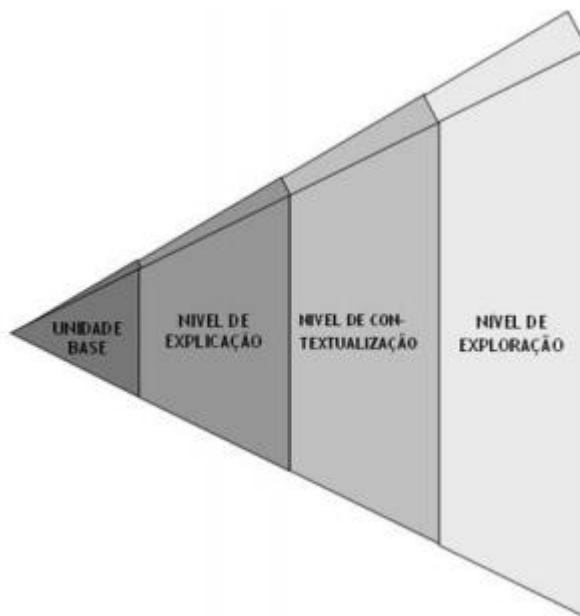


Fig. 8 – Modelo de pirâmide invertida proposto por João Canavilhas

A pirâmide deitada faz uso de uma das potencialidades da Internet: a memória, um sistema infundável de armazenamento, em que pode ser recuperada qualquer informação que possa estar relacionada com o assunto abordado na notícia. Isto nunca poderia acontecer no jornal em suporte de papel, uma vez que o espaço é limitado. Para além disso, ainda que a informação na forma de hipertexto e de arquivo esteja disponível numa notícia estruturada de acordo com a pirâmide deitada, isto surge apenas como uma possibilidade, sendo o leitor quem define o seu rumo de leitura.

A escolha do modelo de estruturação da notícia mais apropriada a seguir ainda não é consensual. Assim, deve caber ao jornalista a decisão de decidir qual o modelo pelo qual deve optar, dependendo do conteúdo, do género de notícia e também do tipo de material jornalístico que tem ao seu dispor. A questão da utilidade da pirâmide invertida não se aplica a reportagens ou a entrevistas, por exemplo, sendo mais uma das características das notícias ditas ‘banais’. Zamith acredita que esta problemática relativa ao método estrutural a utilizar se deve cingir e ser centrada, sobretudo, “na notícia ‘pura e dura’, direta, rápida, ‘forte’ e marcadamente factual e objetiva” (*apud* Bastos, 2010: 47).

### 3.9. O novo papel do jornalista

A chegada da Internet pode condicionar o anterior papel do jornalista, pressupondo agora que estes tenham de se tornar multifuncionais. Que sejam capazes de produzir conteúdo jornalístico em diversos formatos, dada a convergência do meio internautico, que sejam capazes

de adaptar o seu discurso aos diferentes meios de transmissão e que sejam capazes de tirar partido das funcionalidades deste novo meio. Para além disto, muitos ciberjornalistas poderão ter de acumular funções, ao ter de assumir o papel de investigador, de jornalista e criador de notícias, de editor de vídeo e som, de programador ou de gestor de comunidades, e ter ainda de difundir o conteúdo noticioso nos *websites* e redes sociais. Hélder Bastos explica que “a figura do jornalista multimédia foi caricaturada como uma espécie de homem-orquestra, um super-homem da informação capaz de elaborar uma mesma informação válida para suportes e meios tão díspares como o telefone WAP, o diário digital, a rádio, a televisão e o jornal de papel” (Bastos, 2010: 102).

Encontramo-nos, assim, perante um jornalista que se deve apresentar como polivalente para que possa vingar no novo meio convergente que é a Internet. Contudo, não se pode esperar delegar um sem número de novas funções a um jornalista e esperar que este permaneça o mesmo, a produzir informação da mesma forma que o fazia outrora. Na passagem que houve do jornalismo tradicional para o ciberjornalismo existiu, de acordo com Helder Bastos, uma diluição. De acordo com o autor, as características da Internet fizeram com que os media se reconfigurassem de forma a corresponder às exigências do novo meio o que levou a uma gradual diluição dos pilares essenciais do jornalismo e a uma sobrevalorização de aspetos acessórios. Bastos considera que o trabalho de produção jornalística foi uma das práticas mais diluídas nesta passagem já que os jornalistas tendem a ser enquadrados “num conjunto de rotinas de produção, mais de carácter técnico do que propriamente jornalístico” (Bastos, 2013: 2). Estas novas rotinas afastam o jornalista “da possibilidade de recolher informações pelos seus próprios meios, de seleccioná-la, de redigi-la, de coloca-la em contexto, de preparar os seus textos ou montar as suas peças” (*ibidem*); o jornalista vê-se assim desprovido das suas principais armas de informar e, sobretudo, de exercer a sua missão para com o público.

O domínio geral de várias funcionalidades pode também querer dizer que não exista um conhecimento aprofundado de cada uma delas, havendo mais superficialidade do que jornalismo de excelência. Nas palavras de Gradim, é esta noção de *top quality journalism* “que fica ameaçada com a emergência do profissional tudo-em-um, que produzirá, na maioria dos casos, jornalismo medíocre” (*apud* Bastos, 2010: 102). Mar de Fontcuberta acredita que “a progressiva presença da técnica faz que, muitas vezes, o jornalista esteja mais preocupado com a forma do que com o conteúdo. Se a isto adicionarmos as restantes rotinas profissionais, encontramos um cenário onde a informação perde terreno, as notícias não são confirmadas e as

agendas são cada vez menos plurais, tanto em assuntos como em fontes. Um panorama onde o jornalismo se deteriora” (Fontcuberta, 2002: 108).

Conforme indicado no relatório “Highlighting Media & Journalism Futures 2030”, o jornalista profissional poderá vir a tornar-se num elemento de recolha e de refinação dos conteúdos já existentes do que propriamente produtores de nova informação (2015: 38). Ora, o jornalista que se apresente como um mero agregador de conteúdos e não produza novos produtos noticiosos deixa de ser um jornalista e, a sua falta de produção noticiosa, conduz, a longo prazo, a um deterioramento da atividade jornalística.

Este domínio generalizado pressupõe que o jornalista seja detentor não só de conhecimento de vários sectores técnicos como também de variadas áreas de conhecimento, podendo ter de abordar notícias de temas distintos, conforme seja necessário. Esta tendência é contrariada no jornal *Público*, em que me foi explicado que existem jornalistas especializados, em contraste ao jornalista ambivalente supramencionado. A jornalista Bárbara Wong, numa das reuniões iniciais, explicara que esta especialização permite aos jornalistas do *Público* escreverem com segurança, oferecendo aos leitores uma contextualização rigorosa do tema, já que o leitor não tem obrigação de ter esse conhecimento de *background*, competindo esse trabalho de explicação e enquadramento ao jornalista.

Na profissão jornalística, podem-se definir duas tipologias: o jornalista especialista e o jornalista generalista. Resumidamente, as características que diferem estes dois tipos são: o “acontecimento sistemático e sempre renovado das formas de conhecimento da realidade e das formas de a relatar” e a “experiência profissional suficientemente vasta e aprofundada na sua área de especialização para, em todas as atuações, garantir a adequada e fluida aplicação da forma jornalística e das formas específicas, bem como o profundo conhecimento dessa área” (Fontcuberta, 2002: 102).

A anterior função do jornalista como *gatekeeper* foi também alvo de uma transformação e adaptação ao novo formato da *web*. A teoria do *gatekeeper* foi avançada na década de 1950 por David Manning White. Segundo postulado neste sistema, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, portões, que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, ou seja, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não (Traquina, 2007: 77).

O *gatekeeper*, perçecionado por alguns autores como estando em vias de desaparecimento, é no entanto visto como uma função em desenvolvimento e que dificilmente se extinguirá do panorama jornalístico nos anos vindouros, dada a sua importância na seleção de conteúdo relevante. No relatório “Highlighting Media & Journalism Futures 2030”, é-nos dito que: “(...) the role of media and journalism as a gatekeeper of facts and curator of the contents will be accentuated. The tasks for media and journalism will be numerous and there will be need for the field – but in entirely new formats and practices” (2015: 29); os jornalistas emergem, assim, como curadores da informação, sintetizando o caos informativo em pedaços coerentes. Também Kovach e Rosenstiel concordam com esta ideia de curador da informação, defendendo que “o novo jornalista já não decide o que o público deve saber. Ajuda-o, antes, a ordenar as informações” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 23), o que não implica um simples acréscimo de uma interpretação ou análise ao relato das notícias. Em contraste a esta ideia de que o jornalista deve oferecer uma interpretação do acontecimento e ser curador da informação em vez de seu produtor, importa rever a opinião de Dominique Wolton, que crê que o facto (o acontecimento em si) pesará sempre mais no âmbito do jornalismo do que a sua análise:

“A grandeza do jornalismo está em preferir um acontecimento a uma análise, pois é essa a essência do seu ofício; mas, ao mesmo tempo, os acontecimentos só têm valor quando acompanhados pela análise e, como hoje, em dia há cada vez mais análises suscetíveis de se transformarem informações, compreendemos de que modo a relação, sempre difícil, entre facto e análise, pende a favor do primeiro” (Wolton, 1997: 228)

A teoria do *gatekeeper* pode perder alguma significância já que o jornalista não tem total domínio de toda a informação que passa para o público: se um jornal decidir não publicar uma informação, outro jornal poderá fazê-lo. Nos dias de hoje, para além de outro jornal poder fazê-lo há ainda a possibilidade de qualquer outra pessoa poder difundir essa informação desde que a ela tenha acesso – algo facilitado com as novas tecnologias da informação.

Ainda que o papel do jornalista possa passar por uma fase turbulenta de indefinição no novo meio *online*, a sua função acabará por ser, na essência, a mesma de antes: um profissional que selecione a informação de acordo com o seu interesse para o público, que a trate, contextualize e apresente de forma clara, ainda que esteja mais atento ao crescente fluxo de informação e que possa tomar partido das novas funcionalidades da *web*. Na opinião de Cardoso, outra das características do novo jornalista é a sua identidade validada, que funciona como marca de confiança:

“Arriscaria afirmar que o que nos diz é que o jornalista, lentamente, entrou de novo num processo de valorização profissional, enquanto alguém que, pela sua ética pode ser considerado de confiança, porque



o que ele escrever, disser ou filmar terá um valor diferente de muito do que é atualmente publicado.”  
(Cardoso, 2009: 48)

A atualização permanente do conteúdo noticioso e o acesso a um número elevado de informação propiciados pelo novo meio digital podem, também, resultar em excessos por parte dos jornalistas. Alguns destes excessos, indicados por Dominique Wolton, são a tirania do acontecimento, o assédio mediático sobre determinados acontecimentos ou personalidades, em detrimento de áreas inteiras da realidade que são deixadas em silêncio; a obsessão das revelações, dos segredos e dos desvendamentos; o fascínio pela urgência e pelas situações de crise, que correspondem aos estereótipos da cultura do meio jornalístico; o silêncio sobre os efeitos da lógica impiedosa da concorrência, entre outros (Wolton, 1997: 229). Numa outra obra, *E Depois da Internet?*, Wolton afirma que a instrumentalização da comunicação “em tecnologias cada vez mais sofisticadas foi operando transformações radicais no seu estatuto e fê-la entrar na era dos interesses e dos lucros” (Wolton, 1999: 7).

Face a estes excessos, à lógica de mercado e à falta de um modelo de negócio viável, o jornalista pode acabar por ceder a um jornalismo sensacionalista ou virado para o entretenimento. Como afirma Mário Mesquita, “a introdução de novos ritmos e de novas velocidades na divulgação das notícias” conduz a uma “subordinação cada vez mais acentuada das mensagens mediáticas a uma lógica de espectacularização” (Mesquita, 2003: 83).

A impregnação do entretenimento nos serviços de informação pode assumir vários contornos. Nas redes sociais, as páginas de serviços noticiosos apresentam, por vezes, títulos *clickbait* de forma a incentivar o clique na notícia e a gerar mais visualizações na página; nos noticiários e jornais acontece ser dado ênfase a notícias superficiais em detrimento de notícias mais densas. Há casos em que se nota uma clara preferência pelas *soft news* em vez das *hard news*, sendo que algumas dessas *hard news* são, também elas, apresentadas de forma simplificada e ligeira. Vargas Llosa considera que o jornalismo atual tem, por iniciativa própria, seguido “o mandato cultural imperante, procura entreter e divertir informando, com o resultado inevitável de fomentar, graças a essa subtil deformação dos seus objetivos tradicionais, uma imprensa também *light*, leve, amena” (Vargas Llosa, 2015: 50).

Esta cultura do espetáculo e a busca incessante pelo entretenimento pode ter na nossa sociedade consequências inesperadas, segundo Mario Vargas Llosa: “a banalização da cultura, a generalização da frivolidade e, no campo da informação, que prolifere o jornalismo irresponsável da bisbilhotice e do escândalo” (Vargas Llosa, 2015: 32). No seio desta cultura

de entretenimento, o jornalista deve esforçar-se por manter um jornalismo de qualidade, imparcial, não subjacente a interesses socioeconómicos e políticos, nem a uma lógica de mercado que transforma a informação numa mercadoria subjugada a pressões externas. Para mais, um jornalismo de qualidade deve dar voz a todos os cidadãos, a várias causas e a vários sectores e temas, não escondendo do cidadão assuntos de interesse público, por muito aborrecidos que possam aparentar ser.

### 3.10. Modelo de negócio

A sustentabilidade da atividade jornalística na *web* e fora dela tem vindo a ser posta em causa. Se por um lado tomamos o jornalismo como algo essencial a uma sociedade que vive em democracia ou simplesmente como uma atividade fulcral na vida quotidiana, por outro lado a sua sobrevivência económica passa por uma fase turbulenta.

Numa era anterior à Internet, o modelo de negócio do jornalismo foi o mesmo durante décadas: os jornais eram financiados pela publicidade e pelas pessoas que compravam os jornais, conseguindo contrabalançar-se os custos de produção com as receitas obtidas. De um modo geral, o modelo de negócio de uma empresa deve funcionar como um vínculo entre a estrutura organizativa da empresa, a sua estratégia e as infraestruturas e sistemas, o que permite criar uma compreensão partilhada da ação da empresa que gera receitas líquidas<sup>70</sup>. Por norma, os modelos de negócios nos jornais impressos resultam do pagamento de um valor pelos exemplares das publicações, das assinaturas e das receitas de publicidade.

No entanto, com a chegada da Internet, o panorama mudou e tem havido uma procura intensa por um modelo de negócio eficaz para o ciberjornalismo. A produção jornalística que era feita para ser comprada em formato de papel passou a estar disponível *online*, sem qualquer custo para além do *hardware* – um *modem* de Internet e um dispositivo que permita o acesso, como os computadores e, mais tarde, os *tablets* e *smartphones*. Na Internet, conforme mencionado anteriormente neste relatório, deixa de existir a comunicação de um para muitos, isto é, um negócio assente na distribuição por parte de um emissor do mesmo conteúdo para um público de massas. Também a publicidade na *web* tem um custo reduzido quando comparado com os valores pagos em jornais. De acordo com o relatório da OberCom de outubro de 2015, um dos desafios para o jornalismo digital é a necessidade de reajustar o valor acrescido da publicidade *online*, devendo fazer-se uma revalorização do preço da publicidade no meio

---

<sup>70</sup> Relatório “Modelo de negócio em tempos de tensão digital: Perspectivas de renovação no caso da imprensa”. Maio de 2013. Coordenação Científica de Gustavo Cardoso. Publicações OberCom

digital para preços mais elevados, através de uma evolução sustentada (2015: 61). Numa reunião que decorreu durante o período de estágio, uma das editoras *online* do *Público*, Bárbara Wong, referiu que a “a publicidade no *online* é o futuro”, explicando que o jornal subsiste primariamente da publicidade, assim como dos assinantes. Para João Figueira, o *Público*, embora sofra com a crise geral, “expressos na crescente diminuição nas vendas e na publicidade, consegue manter-se devido à atitude de resistência de Belmiro de Azevedo e da sua Sonae que, não obstante os prejuízos acumulados do jornal, lhe garantem a subsistência” (Figueira, 2012: 69).

As divergências entre o modelo anterior que vigora nas publicações impressas e a necessidade de um novo modelo que tenha em consideração as características da Internet, torna evidente que a rentabilização feita na era da Internet não se possa fazer nos mesmos moldes do modelo tradicional.

Existiram já várias tentativas para contrariar esta tendência, como a criação de *paywalls*, o bloqueio ao acesso de informação em *websites* (remetendo para a edição impressa) e a procura de formas alternativas de financiamento. Tudo isto para que o sector se mantivesse atrativo e para que as pessoas escolham pagar por um sistema de informação. Numa sociedade em rede, é fácil perceber a ideia de que será dispensável pagar pela informação quando essa mesma informação pode ser obtida em outros *sites* a custo zero, ainda que a forma como essa informação seja dada possa diferir:

“The simple reason that newspaper circulations and television news ratings are falling is that we can get the same or similar content online, at times convenient to us and free. We’ve stopped paying for news because the very dynamic of convergence culture – the collision of old and new media – has made it possible.” (Hirst, 2011: 171)

Ainda que a ideia de que a *web* tenha revolucionado o pagamento da informação persista, Cardoso defende que a questão da gratuitidade da informação não surgiu com a Internet, já que a televisão e a rádio nos proporcionaram informação praticamente gratuita durante mais de 50 anos (Cardoso, 2009: 20). No princípio do século XXI assistiu-se também ao aparecimento da imprensa gratuita, destacando-se as publicações *Metro* e *Destak*. Contudo, estes dois títulos são exceções num cenário em que a maioria das edições impressas pressupõe o pagamento por parte do consumidor.

O que existe é, precisamente, a transposição de um modelo em que o conteúdo jornalístico das publicações impressas era pago, para um formato que não pressupõe o seu pagamento – a

Internet. Esta transposição acarreta consigo uma perda de financiamento e é essa uma das causas da rutura do modelo de negócio *online*.

Uma das variáveis analisadas no relatório “Públicos e Consumos de Média” era o pagamento de notícias *online*, em que se valida que o número de inquiridos que alguma vez pagara para aceder a algum tipo de conteúdo noticioso *online* era praticamente nulo. Este resultado é considerado “um dos dados mais preocupante para as organizações de notícias”, já que revela que “pagar para ter notícias *online* está ainda muito longe de fazer parte dos hábitos de consumo de notícias da esmagadora maioria dos públicos portugueses”.

Apesar de o número de pessoas que pagam por notícias *online* ser bastante reduzido, existe uma diferença entre a tendência para pagar por conteúdo noticioso dependendo do formato – neste caso o jornal impresso e as notícias online. Cerca de um quinto dos utilizadores de Internet inquiridos respondeu que, na semana anterior ao dia do questionário, pagou por jornais impressos, o que indica “uma predisposição diferente em relação ao pagamento de notícias em função do meio em questão”.

Questionados sobre a sua propensão para pagar por conteúdos noticiosos *online* no futuro, três em cada quatro inquiridos consideram improvável ou muito improvável vir a fazê-lo (74%). Um em cada quatro diz ser pouco provável (23%) e apenas uma percentagem muito reduzida considera essa possibilidade muito provável (3%). O relatório da ERC conclui que existe ainda “muito caminho a percorrer para que o pagamento pelo consumo de notícias *online* se torne um hábito entre os leitores de notícias portugueses”.

Daí que uma boa alternativa para incentivar o pagamento por conteúdo *online* passe por que os órgãos de comunicação primem pela qualidade, rigor e exclusividade, tornando a informação que disponibilizam merecedora de pagamento. Ainda assim, não bastam estes elementos para criar um valor acrescentado ao produto informativo que faça com que o consumidor escolha pagar. É necessário que os portais de informação consigam oferecer uma vasta seleção de artigos, aumentando a sua variedade e quantidade. Contudo, esta tendência pode ser anulada pela simples presença gratuita de informação noutros órgãos de comunicação.

Ademais, a crise associada ao jornalismo poderá estar relacionada não necessariamente com o modelo de negócio em si mas com a perceção da atividade jornalística:

“Mais: os cidadãos, ao acreditarem que podem aceder diretamente a toda a informação, para mais de forma gratuita, passaram a olhar de forma diferente para os media tradicionais. Isto significa que os problemas económicos sentidos por muitas empresas do sector não derivam apenas da crise de um modelo

de negócio com mais de dois séculos, mas também, senão principalmente, da percepção de que o jornalismo já não é tão importante como era enquanto mediador das relações entre cidadãos e o poder.” (Fernandes, 2011: 98)

Cardoso acredita que a possível substituição do modelo de jornalismo vigente e da reorganização dos *mass media* encontra um campo fértil para germinar porque a expansão da Internet coincide também com um momento de profunda crítica ao funcionamento do jornalismo e a uma percepção negativa da profissão na Europa (Cardoso, 2014: 263). Para além do valor atribuído à profissão de jornalista, é preciso relativizar também o valor atribuído à informação, que se encontra intrinsecamente ligado à sua mercantilização. Para Camponez, deve-se tentar perceber até que ponto é que o jornalismo se apresenta capaz de se proteger dos efeitos de mercado, de forma a evitar a transformação da informação em mera mercadoria. O autor crê que o desafio neste contexto “reside na dificuldade da determinação do seu valor [da informação] relativamente às restantes mercadorias materiais” (Camponez, 2011: 164). De facto, a informação não pode ser tida como uma mercadoria ou como um produto igual aos demais. Tem características específicas, ao ser perecível, por exemplo, e não pode estar sujeita à lógica de mercado pois corre o risco de perder uma das características imprescindíveis na prática jornalística: a verdade. Bourdieu observou que “os jornalistas e os jornais ‘sérios’ estão a perder a sua aura e se veem eles próprios obrigados a fazer concessões à lógica do mercado e do marketing” (Bourdieu, 1997: 88).

De forma a perspetivar a disrupção existente na indústria dos jornais, o jornalista Florian Steglich criou um quadro em que analisa de um modo geral a crise nos modelos de negócios dos jornais<sup>71</sup>. No quadro, são representadas e interligadas as maiores tendências na indústria do jornalismo. O autor reconhece que o diagrama é uma simplificação exagerada da realidade, ainda que a considere necessária em termos práticos.

---

<sup>71</sup> Gráfico disponível em <https://medium.com/@fst/disruption-in-the-newspaper-industry-f821aab38d26#.u15m53wg5>.

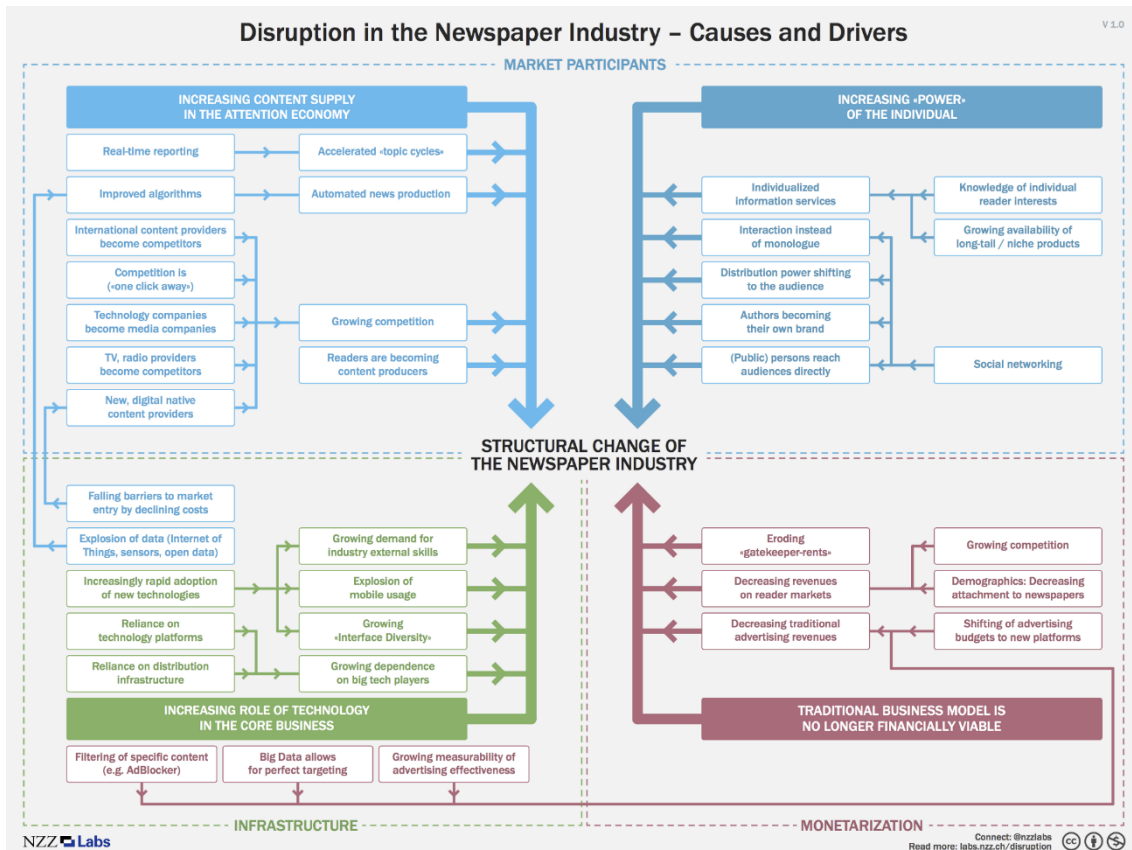


Fig. 9 – Diagrama sobre a disrupção no modelo de negócio do jornalismo impresso

No quadro acima, foram identificados quatro pilares essenciais que estão na origem da mudança estrutural nos modelos de negócios da atividade jornalística: o aumento da oferta de conteúdos na era da *attention economy*<sup>72</sup>, o crescente poder do indivíduo, a crescente importância da tecnologia no negócio de base e o facto de o modelo tradicional já não ser financeiramente viável.

Este diagrama é um elemento necessário para percebermos quais os fatores que jogam e que contribuem para a dificuldade em encontrar um modelo de negócio sustentável e para perceber quais as dificuldades que devem ser contornadas. Convém referir que o próprio facto de não existir um modelo de negócio concreto pode conduzir a que seja mais difícil que venha a encontrar-se um. A lacuna gerada por ainda não existir consenso em relação a qual o modelo de negócio mais eficaz traduz-se numa falta de interesse por parte dos investidores.

<sup>72</sup> A *attention economy* predefine que a atenção dos consumidores é um recurso escasso, daí que a informação deva ser adaptada a um nível de atenção reduzido e a uma baixa propensão de consumo de conteúdos mais densos.

Numa entrevista a Bárbara Reis no Jornal da Uma da TVI de dia 18 de Março de 2016 – aquando do término da edição em papel do *Diário Económico* – a diretora do *Público* afirma que não existe atualmente um modelo de negócio viável e que o fim da edição impressa do *Diário Económico* não é prova de que o jornalismo está a acabar. “O jornalismo é hoje tão ou talvez até mais necessário do que era antes da era digital. E por outro lado o jornalismo com a era digital, com as ferramentas que o digital nos dá, consegue até ser mais relevante e ser melhor em muitos aspetos”, declara Bárbara Reis na entrevista.

### 3.11. Futuro do jornalismo

Muito se tem profetizado sobre o futuro do jornalismo. As opiniões dividem-se e há quem acredite que o seu fim está próximo, outros defendem que o jornalismo é mais necessário hoje do que alguma vez o fora e que não está nem perto de acabar. Mais consensual parece ser a ideia do fim do jornal em papel. A verdade é que sobre o futuro não temos certezas e podemos tão-somente ter em consideração indicadores do cenário atual, o passado e a evolução desta profissão para problematizar e pôr em perspetiva sobre qual a função do jornalista no futuro. Eduardo Cintra Torres explica a razão pela qual tentar antever o futuro pode ser problemático:

“Escrever sobre o futuro é uma tentação, por vezes uma maravilha, mas no meio científico e académico pode ser um perigo e um erro. Um perigo, porque o futuro é, por natureza, imprevisível. Um erro, porque não compete aos analistas e cientistas prever o que têm a obrigação de saber que não podem prever.”  
(Cintra Torres, 2009: 71)

Ainda assim, a questão do futuro do jornalismo impõe-se. Por um lado, por existir a necessidade de antever o futuro desta profissão de modo a encontrar formas de o garantir. Por outras palavras, a análise de tendências e de previsões sobre a forma como se fará jornalismo no futuro pode-nos ajudar a evoluir o jornalismo que temos hoje, nomeadamente no entendimento dos formatos que aparentam ser mais eficazes e na perceção da forma como a informação chega ao público.

Há muitos fatores que pesam no futuro do jornalismo, como o papel da Internet e subsequente interatividade e personalização de conteúdos, assim como a necessidade da descoberta de um modelo de negócio eficaz para esta atividade. Certo é que não é possível definir um único resultado possível porque o jornalismo do futuro, tal como o jornalismo de hoje, não se cinge só a um modo de ação. Podemos encontrar jornalismo em vários formatos e que veiculam diferentes tipos de conteúdo, difundindo diferentes géneros jornalísticos. Podemos, no entanto, delinear um traço geral do que poderá acontecer.

No relatório sobre consumos de média da ERC, por exemplo, encontramos a crescente probabilidade de o consumo de notícias passar por dispositivos móveis, para além das televisões, rádios, jornais e computadores. É-nos assim dito que “as vantagens do pequeno, prático e portátil, propiciadas pelos novos dispositivos móveis, apresentam-se como determinantes para o futuro do consumo de notícias”, sendo importante analisar os efeitos de tal expressão já que “dispositivos utilizados não são, como se sabe, indiferentes à forma como os públicos contactam com as notícias”.

Na revista *Yorokubo*, um artigo sobre o jornalismo feito através da aplicação para telemóveis *WhatsApp* apresenta-nos o *Quartz*, um guia digital de informação económica. Este mecanismo permite aos seus utilizadores que recebam mensagens na aplicação *WhatsApp* sobre a atualidade económica, mensagens curtas e apresentadas de forma original, sob a forma de uma conversa da aplicação. Uma das novidades do *Quartz* é a possibilidade de interação. Se o utilizador receber uma informação do seu interesse poderá responder “Conta-me mais” e receberá mais detalhes sobre o acontecimento. Dentro das 160 pessoas que trabalham na redação (que se afirma empenhada nas redes sociais) não existe distinção entre os jornalistas e os gestores de comunidades. Na altura das eleições legislativas de 2015, o jornal português *Expresso* lançou uma funcionalidade do género no *Whatsapp*<sup>73</sup> e no *Snapchat*<sup>74</sup>, permitindo aos utilizadores destas redes que obtenham informação deste órgão de comunicação. Este género de aplicações e de presença *online* pode tornar-se muito vantajoso não só em diários como no caso do *Expresso*, um semanário, já que o leitor deixa de receber a informação de semana a semana para a poder receber a qualquer instante.

Numa entrevista à TVI, a diretora do *Público*, Bárbara Reis afirmara que o fim de uma edição em papel de uma publicação noticiosa não é “o fim do mundo” e que nos últimos dez anos desapareceram cerca de 50% dos jornais em banca. Como a própria afirma, o fim de uma edição em papel não significa que esta deixe de ter sucesso ou que não sobreviva através de outros meios, como através de um *website* e de outras funcionalidades da rede. O jornalismo faz-se noutros suportes e esses suportes podem ser mais lucrativos do que o jornalismo que é feito em papel. É este o caso do *Público*. De acordo com um relatório da ERC sobre consumos de media, dentro de todo o universo de leitores do *Público* (em papel e *online*), 80% leem as notícias *online* e apenas 20% o fazem em suporte de papel, o que pode ser indicador de um bom

---

<sup>73</sup> <http://expresso.sapo.pt/legislativas2015/2015-09-02-Whatsapp-Expresso-Legislativas-2015.-Saiba-tudo-para-nao-perder-pitada-1>

<sup>74</sup> <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2015-09-03-Expresso-lanca-canal-no-Snapchat-guia-para-aceder-e-nunca-mais-querer-sair>



futuro na *web* para o jornal *Público*. Os dados obtidos no relatório “Públicos e Consumos de Média” corroboram esta ideia, ao verificar que em Portugal “os jornais impressos (e em particular as suas marcas de origem em papel) detêm um potencial de agregação de públicos em plataformas digitais muito superior ao dos restantes meios tradicionais”.

Também nas conclusões do relatório da OberCom de Outubro de 2015 sobre a imprensa em Portugal<sup>75</sup> é referido que o jornalismo de imprensa é um sector “que não se encontra num processo de enfraquecimento mas sim de reajustamento”, acompanhado de uma migração para o *online*.

No relatório “Highlighting Media & Journalism Futures 2030 – Survey on weak signals and emerging issues” (Taylor et al., 2015) é apresentado um panorama do jornalismo e dos *media* em 2030, através do contributo de vários jornalistas e profissionais dos *media*. Uma das linhas gerais destacadas é a contemplação do jornalismo em processo de transformação:

“It is becoming more ethical, independent, collaborative, and networked, with better quality and better informed premises. Further, journalism riding in the same arena as gossip and automated information publication has to enhance its journalistic quality in order to differentiate itself and underline its authenticity” (Taylor et al., 2015: 5)

“Respondents depicted a highly evolved media and journalism landscape. In 2030, Media is undergoing a state of change becoming more customizes toward individual, massive data driven, and more intertwined within society.” (*idem*: 11)

Outra tendência que pesa na atividade futura do jornalismo é o crescente fluxo de informação. No mesmo relatório supramencionado é referido que as novas evoluções no campo tecnológico que permitem destruir as barreiras da linguagem ao traduzirem automaticamente as notícias podem vir a ter um grande impacto, juntando grandes quantidades de informação ao oceano de notícias e acontecimentos com que nos deparamos quotidianamente. Este fluxo informativo que surge com uma rapidez vertiginosa poderá estar relacionada com a crise do jornalismo que, “conforme diagnosticou Deni Elliot, revela-se igualmente num “confronto de paradigmas” em que os “rituais da objetividade” cedem lugar à velocidade da circulação da informação” (Mesquita, 2003: 55).

Nesta imensidade de informação em que se torna difícil distinguir qual a informação relevante e necessária da informação supérflua, poderá ser dado valor aos agregadores de

---

<sup>75</sup> A Imprensa em Portugal. Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição”. Terceira edição. Coordenação científica de Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça. Outubro de 2015.

conteúdos ou a mecanismos que permitam selecionar as notícias mais importantes. Falámos já das *newsletters*, que enviam diariamente um *e-mail* com as notícias mais importantes do dia, e existem já outros casos que optam por esta via agregadora de conteúdos. Aplicações como a Sapo Jornais (também disponível *online*<sup>76</sup>) que reúne as capas dos jornais do dia e notícias de vários órgãos de comunicação ou o *site* Hoje<sup>77</sup>, que se define como sendo o “organizador da atualidade”. Dentro deste *site*, podemos inclusive escolher entre “hard news” e “soft news”. Um fator positivo e que pode pesar para a sustentabilidade do jornalismo no futuro é o facto de, em ambos os *websites*, o leitor ser redirecionado para o website do jornal, atribuindo assim crédito à sua fonte original e permitindo que seja o próprio jornal a ter tráfego e visualizações.

A juntar ao gradual aumento de fontes de informação proveniente de vários meios, tem surgido uma preocupação com o jornalismo cidadão. Ainda assim, convém ter em mente que o jornalista é treinado para ter um tato e sensibilidade própria de forma a conseguir perceber o que é e o que não é notícia, acompanhado da capacidade de conseguir traduzir o acontecimento em informação útil para o público, fazendo o tratamento dos dados que tem em sua posse e pesquisa e aprofundamento do tema. Assim, o jornalismo cidadão não deverá ser um grande entrave para o exercício do jornalismo, já que o jornalismo cidadão não é, em si, jornalismo. Perante a instrumentalização tecnológica podemos ser levados a crer que qualquer pessoa tem a possibilidade de produzir conteúdo jornalístico. No entanto, como refere Eduardo Cintra Torres: “É tentador pensar que todos seremos criadores de *media* só porque – tecnologicamente – podemos ser. Mas também é tentador pensar que todos seremos canalizadores, jardineiros, pintores de paredes, marceneiros. E, no entanto, continuaremos a pagar as contas quando precisarmos desses especialistas” (Cintra Torres, 2009: 78).

Perante a necessidade de o jornalismo se afirmar através da sua qualidade e distinção, o investigador Hélder Bastos indaga sobre o seguinte objeto de discussão: “Resta saber se o jornalismo e os jornalistas conscientes do seu importante papel social estão interessados em reafirmar os seus valores de sempre ou vão, por falta de força, vontade ou alternativas, assistir à crescente diluição da sua razão de ser” (Bastos, 2013: 11).

De um modo geral – e dentro das limitações de não poder prever o futuro – será seguro afirmar que o jornalismo persistirá, apenas de um modo diferente. O jornalismo encontra-se em fase de transição. O suporte que o hospedou durante séculos – o papel – dá provas de estar a ser

---

<sup>76</sup> <http://jornais.sapo.pt/>

<sup>77</sup> <https://hoje.li/>

cada vez menos consultado, em detrimento das páginas da Internet. O importante é que, mesmo que o suporte em que se faz o jornalismo se altere, não seja mudada a sua essência e a sua missão.

## Capítulo IV

**Estudo de caso: o jornalismo de proximidade na edição impressa e  
*online***

## 4.1. Jornalismo local e regional

O jornalismo local caracteriza-se por ser a produção noticiosa dedicada a um certo local ou região. De acordo com o relatório da ERC “A Imprensa Local e Regional em Portugal”<sup>78</sup>, a imprensa regional pode ser descrita como sendo “as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respetivas comunidades regionais e locais”, mas que também “dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redatorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico”.

João Carlos Correia identifica algumas das características do jornalismo local regional, nomeadamente a “fraca relação com a publicidade”, a “forte ligação entre as elites locais e os media”, a “presença de largos espaços concedidos à opinião e às colaborações externas” e o “conhecimento recíproco e partilhado por parte de produtores e de públicos recetores das mensagens sobre os factos e realidades que estão na base das mensagens jornalísticas” (Correia *apud* Camponez, 2002: 94).

No artigo 14º da Lei de Imprensa, relativo a “publicações de âmbito nacional, regional e destinadas às comunidades portuguesas”, estas publicações são definidas como sendo de âmbito regional devido às suas características do seu “conteúdo e distribuição”<sup>79</sup>. Num excerto do preâmbulo do Estatuto da Imprensa Regional é definido que:

"A imprensa regional desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo"<sup>80</sup>

Já noutra relatório da ERC, intitulado “Públicos e Consumos de Média”<sup>81</sup>, é feita uma análise do interesse dos leitores nos tipos de notícias. Em Portugal, numa hierarquização do interesse pelo tema do produto noticioso, as “notícias locais sobre a minha cidade” surgem em terceiro lugar e as “notícias sobre a minha região” em quarto lugar. As que geram maior interesse são as “notícias nacionais” e as “internacionais”. Ainda que se denote um interesse

---

<sup>78</sup> Relatório “A Imprensa Local e Regional em Portugal”, produzido pela ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social). 14/11/2011. Disponível em <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/media-locais>

<sup>79</sup> Lei de Imprensa, art. 14º, n.º2. Disponível em <http://www.gmcs.pt/pt/lei-n-299-de-13-de-janeiro-lei-de-imprensa>

<sup>80</sup> <http://www.gmcs.pt/pt/decreto-lei-n-10688-de-31-de-marco-estatuto-da-imprensa-regional>

<sup>81</sup> Relatório “Públicos e Consumos de Média” da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. 2015

por este tipo de notícias, de acordo com os dados da lista, verifica-se que “as notícias de proximidade (locais e regionais) tendem a ser mais importantes nos restantes países do que em Portugal”<sup>82</sup>.

Convém estabelecer uma distinção entre os conceitos de “local” e “regional”. Muitos autores não reconhecem uma diferença entre os dois termos mas, apesar de estarem relacionados, não são sinónimos. O termo “local” refere-se a uma zona menor do que o termo “regional”. “Local” pode ser relativo a uma aldeia, a uma vila ou a uma cidade, enquanto “regional” se refere, como o próprio nome indica, a uma região. Sofia Santos acrescenta ainda que o jornalismo regional, ao contrário do que acontece no jornalismo local, nacional e internacional, “carece da competência de um serviço redatorial específico na zona de difusão ou de vocação do jornal” (Santos, 2007: 45).

Para os efeitos deste relatório, pouca distinção é feita entre um e outro termo, já que no *Público*, na secção Local, tanto se abordam temas locais como regionais. Uma outra designação que integra ambos os termos – regional e local – é “jornalismo de proximidade”. Camponez afirma que o termo de proximidade pode ainda ser entendido “numa dimensão essencialmente estratégica, quer seja como valor-notícia orientador dos critérios noticiosos do jornalista, quer ainda como um produto comercial” (Camponez, 2011b: 35).

Num contexto mediático cada vez mais global, surge um interesse pela “comunicação social identitária, regional e local, enquanto meio privilegiado na afirmação e no fortalecimento de comunidades e/ou de culturas locais” (Camponez, 2002: 30). A proximidade é um dos elementos chave no jornalismo, sendo uma das características que mais interesse suscita nos leitores.

Ainda que esta vertente do jornalismo seja maioritariamente praticada em jornais regionais, também existem casos em que integra secções de jornais generalistas. É este o caso do *Público* que, apesar de se tratar de um jornal generalista nacional, apresenta uma secção dedicada a temas locais, tanto na edição impressa como na edição *online*. A secção Local integra o jornal desde a sua génese.

É esta secção que justifica a divisão que existe no jornal *Público* em papel, entre a Edição do Porto e a Edição de Lisboa. Por norma, as notícias locais do Norte não interessarão tanto a alguém que habite na região Sul e vice-versa. Assim, a Edição do Porto só difere nas páginas

---

<sup>82</sup> *Idem*, página 22.

da secção Local da Edição de Lisboa, sendo o restante conteúdo do jornal igual em ambas as edições. Na versão do Porto são publicadas maioritariamente notícias do Norte e na de Lisboa são publicadas notícias do Sul e das regiões autónomas. Segundo me foi dito durante o estágio, a linha de divisão entre as duas edições é traçada na horizontal na zona de Pombal. Mesmo havendo esta distinção local, todas as notícias são disponibilizadas *online*, permitindo o acesso a qualquer leitor interessado.

No artigo “A Informação de proximidade no jornalismo *online*”, de Suzana Barbosa, é referido que também outros jornais como o *Washington Post*, o *The New York Times* e o *Chicago Tribune* “têm espaços dedicados à cobertura local e à publicação de conteúdos direcionados à própria cidade onde estão baseados” (Barbosa, 2002: 7).

Na altura da remodelação gráfica do *Público*, em março de 2012, a editora de Local, Ana Fernandes, escrevia que “desde a sua fundação que o PÚBLICO sempre deu uma atenção muito especial aos problemas locais, mais próximos dos cidadãos, aqueles que têm a ver com a sua rua, a sua terra, as suas rotinas diárias, as suas vivências”<sup>83</sup>. Considerava que é nesta secção Local que se aprende “que por mais pequeno que pareça o problema, por menor que aparente ser a iniciativa, é com estes pedaços de vida que construímos e percebemos a realidade que nos rodeia”.

A secção Local do *Público* faz parte da categoria “Portugal”, ainda que, no papel, tenha um lugar demarcado. Ao longo dos anos, esta secção tem vindo a sofrer algumas alterações. Inicialmente, a secção Local fazia parte de um caderno distinto dentro do caderno principal com uma dimensão considerável, por vezes superior a dez páginas. Ao longo dos anos, a secção foi sofrendo cortes no número de jornalistas que dela faziam parte.

## 4.2. Estudo de caso

Para melhor entender a dinâmica do jornalismo local no jornal *Público*, procedi, numa primeira instância, a uma análise documental de 65 jornais recolhidos durante o período de estágio. Através da análise de diferentes variáveis, pretende-se interpretar os resultados de forma a saber qual o espaço que o jornalismo local ocupa no jornal, quais as regiões mais noticiadas e quem produz mais notícias (jornalistas do quadro, correspondentes, estagiários ou agências noticiosas).

---

<sup>83</sup> <http://blogues.publico.pt/publicolab/2012/03/04/local-uma-aposta-para-continuar/>

Em segundo lugar e em oposição à primeira análise, é também feito um estudo das notícias publicadas *online* num período de 65 dias na página da secção Local no *website* do *Público*. Por razões técnicas, a quantidade de variáveis analisadas é inferior à da análise anterior e o principal objetivo é estabelecer uma comparação entre a edição impressa e *online*, no que toca às regiões noticiadas e ao número de notícias publicadas por dia, assim como à autoria da notícia.

#### 4.2.1. Análise documental de jornais

Para melhor entender as características da produção jornalística da secção Local, foi feita uma análise de algumas variáveis a partir de uma amostra da edição impressa de jornais do *Público*, recolhidos durante o período de estágio.

Foi analisado um total de 65 jornais do *Público*, Edição Lisboa, com datas entre 1 de outubro de 2015 e 10 de janeiro de 2016. A amostra é não consecutiva, sendo que foram maioritariamente analisados jornais de dias úteis (de segunda a sexta-feira), existindo também alguns jornais de sábado e de domingo. A razão da predominância dos dias úteis prende-se com o facto de terem sido estes os dias em que tinha acesso aos jornais na redação do *Público*, sendo que, por vezes, aos fins-de-semana, não conseguiria ter acesso ao jornal correspondente por me encontrar fora da região de Lisboa.

A partir da análise dos 65 jornais, foram definidas e estudadas as seguintes variáveis: número de páginas do jornal, número de páginas da secção Local, número de artigos em Local, tipologia do artigo, área de incidência das notícias, autor da notícia e tema da notícia.

A secção Local foi definida para ordem de estudo por ter sido a secção em que decorreu o estágio.

##### Número de páginas do jornal

De acordo com os jornais observados, o *Público* tem, em média, 49 páginas. A moda<sup>84</sup> é 48, o que significa que 48 é o número de páginas mais recorrente nos jornais analisados. Por norma, os jornais da semana têm 48 páginas, enquanto os de fim-de-semana (e sexta-feira) têm mais algumas. Existem ainda alguns casos em que o jornal tem menos páginas do que as indicadas no valor correspondente à média e à moda.

---

<sup>84</sup> A moda é o valor que surge com mais frequência num conjunto de dados.



### Número de páginas da secção Local

Em média, existem 1,79 páginas por cada edição do *Público* no período estudado. A moda, número de páginas mais frequente, é 2. O valor mínimo observado foi 1 e o máximo 3.

Tendo calculado o número médio de páginas de Local e o número médio de páginas do *Público*, chega-se à conclusão que, em média, 3,61% do jornal corresponde à secção Local. Há que ter em consideração que nem todas as páginas do *Público* (aqui contabilizadas na íntegra) correspondem a conteúdo jornalístico: há páginas dedicadas a jogos, agenda cultural ou publicidade, por exemplo.

### Número de artigos em Local

Por cada edição dos jornais analisados, foram publicados, em média, 2,4 artigos<sup>85</sup> na secção Local. O máximo de artigos jornalísticos encontrado foi 6 e o mínimo 1.

### Tipo de artigo

Dos 156 artigos identificados, 124 são notícias, 20 são reportagens (em que se incluem dois grandes trabalhos de investigação) e 12 são breves. Não foi encontrada nenhuma entrevista. Estes dados podem ser um tanto subjetivos dada a linha ténue que por vezes separa trabalhos de investigação/reportagens de notícias.

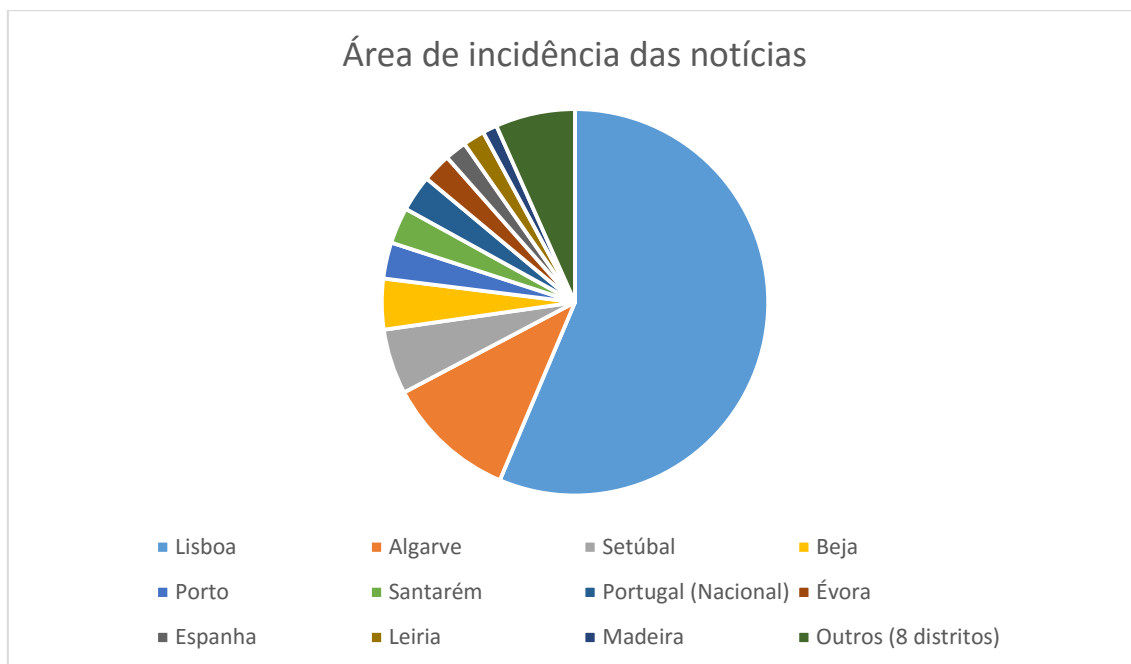
De todo o conteúdo jornalístico analisado da secção Local, 79,4% corresponde a notícias, 12,82% a reportagens e 7,69% a breves. A baixa percentagem de reportagens também poderá estar relacionada com o facto de terem sido maioritariamente analisadas edições da semana, sendo que muitas reportagens são “guardadas” para serem publicadas nas edições de fim-de-semana.

### Área de incidência das notícias

Das notícias presentes na amostra, fez-se uma análise quantitativa do número de notícias relacionadas com cada distrito português. Para além dos distritos, existe uma categoria de Portugal (Nacional), já que algumas notícias abordavam temas gerais, relacionadas com todo o país e ainda uma sobre Espanha.

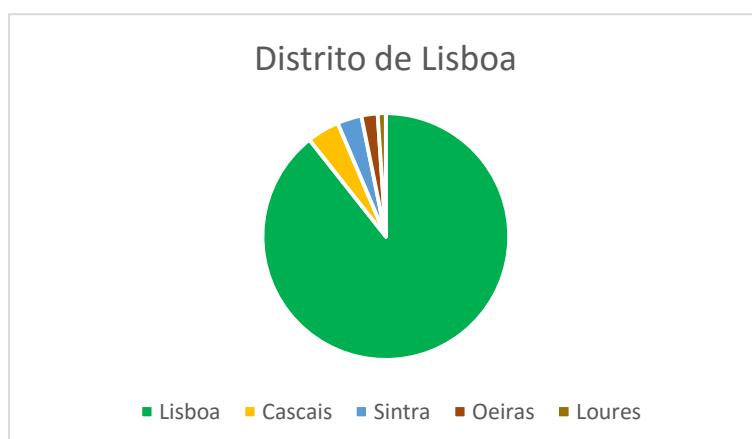
---

<sup>85</sup> 156 artigos identificados a dividir pelo número de edições analisadas (65).



Como se pode constatar no gráfico, há um grande número de notícias relativas ao distrito de Lisboa (56,62%). Segue-se o Algarve (10,84%) e Setúbal (5,42%) – em Setúbal, grande parte das notícias eram sobre Almada. Na categoria “Outros” inserem-se os distritos de Braga (1,20%), Chaves (1,20%), Portalegre (1,20%), Aveiro (0,6%), Coimbra (0,6%), Bragança (0,6%), Viana do Castelo (0,6%) e o Arquipélago dos Açores (0,6%). Dentro desta categoria, não é de admirar o baixo número de artigos respeitantes à zona norte, já que, por norma, são publicadas na Edição Porto. No entanto, Portalegre e os Açores fazem parte da Edição Lisboa e têm uma reduzida percentagem de cobertura.

Como se pode verificar, há grande predominância de notícias relacionadas com o distrito de Lisboa. Dentro do distrito de Lisboa – em que estão inseridas 94 notícias – fez-se a análise dos concelhos mencionados nas notícias, de forma a perceber que áreas eram mais referidas nas notícias, como se pode ver no seguinte gráfico:

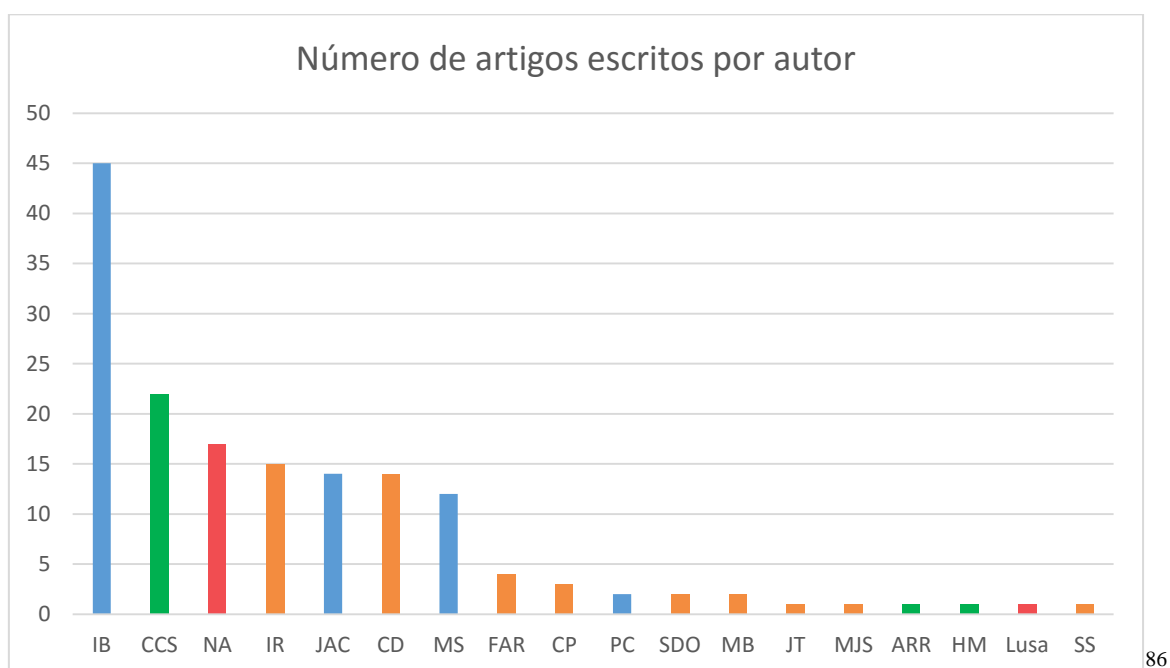


A grande maioria das notícias (89,4%) refere-se ao concelho de Lisboa. Dos restantes concelhos, foram encontradas notícias sobre Cascais (4,26%), Sintra (3,2%), Oeiras (2,1%) e Loures (1,06%).

### Autor da notícia

Dos artigos analisados, a jornalista com mais artigos assinados é Inês Boaventura (45). Por mim, foram assinados 22 artigos. Em terceiro lugar, surgem 17 artigos não assinados (a maior parte corresponde a breves). Na lista, aparecem outros jornalistas como Idílio Revez (15 artigos), José António Cerejo (14), Carlos Dias (14) e Marisa Soares (12). A jornalista Marisa Soares saiu da redação do *Público* em Novembro.

De todos os autores destacam-se as seguintes categorias: jornalistas do quadro (46,5%), jornalistas estagiários (15%), jornalistas correspondentes (27%), agências de notícias e notícias não assinadas (11,3%). No gráfico, as categorias aparecem representadas pelas cores azul, verde, laranja e vermelho, correspondentemente.

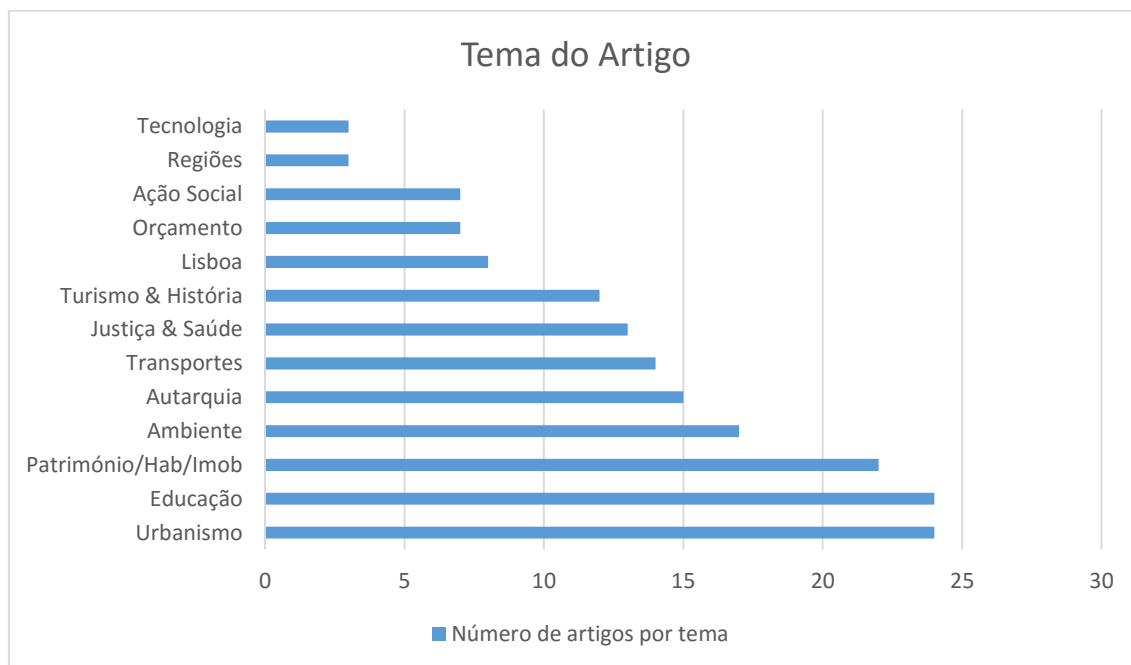


Daqui se conclui que na versão impressa do *Público*, principalmente no que corresponde à secção Local, é dada primazia aos artigos escritos por jornalistas e correspondentes e não por agências noticiosas.

<sup>86</sup> Da esquerda para a direita: Inês Boaventura, Claudia Carvalho Silva, Não Assinado, Idílio Revez, José António Cerejo, Carlos Dias, Marisa Soares, Francisco Alves Rito, Carlos Cipriano, Patrícia Carvalho, Sara Dias Oliveira, Márcio Berenguer, Jorge Talixa, Maria José Santana, Ana Rita Rogado, Hugo Morgadinho, Lusa, Samuel Silva.

### Tema da notícia

Dividindo as notícias por temas, sendo que costumam estar indicados a vermelho no próprio texto e agrupando-as em temas mais gerais, os temas mais recorrentes são Educação e Urbanismo (14,2% cada), seguido de Património/Habitação/Imobiliária (13%).



#### **4.2.2. Análise dos artigos publicados *online* na secção Local**

Para estabelecer uma relação entre a análise documental de jornais impressos e as notícias que são publicadas *online*, procedeu-se a uma análise das notícias publicadas no *website* do *Público* na página da secção Local<sup>87</sup>. A análise foi feita tendo por base um período de 65 dias – a mesma quantidade de jornais analisados – e pretende analisar as principais diferenças na cobertura *online* no que toca ao autor da notícia, ao número de notícias publicadas por dia e à área de incidência da notícia.

É preciso ter em consideração que a análise *online* difere da análise documental de jornais do *Público* por incluir notícias tanto da Edição Lisboa como da Edição Porto. Assim, será de esperar um maior número de notícias relativas à zona norte do que na anterior análise. Tendo acesso à totalidade de notícias publicadas a nível nacional, pretende-se verificar se é dada uma cobertura unânime a todas as regiões do país. No que toca aos jornalistas e aos autores da

<sup>87</sup> <http://www.publico.pt/portugal/local>

notícia, pretende-se analisar se existem jornalistas e correspondentes suficientes para cobrir de forma satisfatória os vários pontos do país ou se é dada predominância às agências de notícias.

Assim sendo, e dado o considerável número de dados disponíveis *online* e difícil acesso à base de dados, seja pela impossibilidade de definir um período de análise no arquivo do *Público* e pelas restrições ao acesso a todas as notícias, foram definidas três variáveis para análise: o número de notícias publicadas por dia, o autor da notícia e a zona correspondente à notícia.

#### Número de notícias publicadas

Nos 65 dias analisados, foi publicado um total de 429 notícias na secção Local. Por dia, o número mais baixo registado foi de uma notícia (em feriado) e o mais alto foi de 13 notícias. Em média, foram publicadas 6,6 notícias por dia durante o período de análise.

#### Autor da notícia

De todas as notícias analisadas, a maior percentagem delas (32%) é assinada pela agência de notícias Lusa, com 146 notícias. Seguem-se as jornalistas Inês Boaventura (10,52%) com 48 artigos assinados e Patrícia Carvalho (10,08%), da delegação do Porto, com 46 notícias. As notícias assinadas *online* como “PÚBLICO” correspondem às não assinadas no jornal.

Na tabela seguinte pode-se constatar por quem foram assinadas as notícias, assim como a percentagem a que correspondem dentro do corpo de análise:

<b>Autor</b>	<b>Número de notícias</b>	<b>Percentagem</b>
Lusa	146	32%
Inês Boaventura	48	10,52%
Patrícia Carvalho	46	10,08%
Claudia Carvalho Silva	36	7,89%
Abel Coentrão	25	5,48%
Joana Guimarães	24	5,26%
PÚBLICO	21	4,60%
Carlos Dias	19	4,16%
Idálio Revez	17	3,72%
Sara Dias Oliveira	15	3,28%
Samuel Silva	12	2,63%
José António Cerejo	11	2,41%
Marisa Soares	9	1,97%
Sandra Rodrigues	8	1,75%
Carlos Cipriano	4	0,87%
Ângelo Teixeira Marques	3	0,65%
Margarida Gomes	3	0,65%

Maria José Santana	2	0,43%
Ana Fernandes	1	0,21%
Mariana Oliveira	1	0,21%
Rita Neves Costa	1	0,21%
Márcio Berenguer	1	0,21%
Jorge Talixa	1	0,21%
Francisco Alves Rito	1	0,21%
Ana Cristina Pereira	1	0,21%

Nesta lista, temos uma notícia escrita pela editora de Local, Ana Fernandes, que geralmente não escreve notícias, coordena a secção. Ademais, temos o grande repórter José António Cerejo que dedica mais tempo a trabalhos de investigação, o que pode resultar, quantitativamente, num menor número de artigos a longo prazo. Há ainda o exemplo dos correspondentes Maria José Santana (Aveiro) e Márcio Berenguer (Madeira) que apresentaram menos do que três notícias durante o período de análise, o que pode influenciar a análise das áreas referidas nas notícias. Na lista encontram-se também duas estagiárias (Claudia Carvalho Silva e Joana Guimarães) mas também jornalistas que, por norma, escrevem noutras secções (Margarida Gomes, por exemplo, escreve para Política).

#### Área de incidência das notícias

Tal como aconteceu na análise de jornais impressos, também Lisboa foi um dos distritos mais noticiados, num total de 124 notícias. No entanto, esta liderança é agora acompanhada do distrito do Porto, com 125 notícias. A discrepância entre estas duas cidades e as restantes zonas do país é significativa, sendo que a região que se encontra em terceiro lugar é Faro, com 31 notícias relativas a esta zona.

<b>Região</b>	<b>Número de notícias</b>	<b>Percentagem</b>
Porto	125	27,47%
Lisboa	124	27,25%
Faro	31	6,81%
Braga	18	3,95%
Aveiro	17	3,73%
Portugal	17	3,73%
Viseu	12	2,63%
Coimbra	11	2,41%
Açores	11	2,41%
Setúbal	10	2,19%
Beja	10	2,19%
Madeira	8	1,75%
Santarém	8	1,75%
Leiria	7	1,53%

Guarda	6	1,31%
Bragança	6	1,31%
Viana do Castelo	6	1,31%
Évora	5	1,09%
Portalegre	4	0,87%
Vila Real	4	0,87%
Guimarães	4	0,87%
Região Sul	4	0,87%
Espanha	3	0,65%
Castelo Branco	2	0,43%
Região Norte	1	0,21%
Europa	1	0,21%

Como se pode ver, ainda que a secção Local se destine maioritariamente a regiões demarcadas de Portugal, houve casos de notícias relativas a Espanha e também à Europa, ainda que em menor número.

#### 4.2.3. Interpretação de resultados

A média de páginas da secção Local publicadas em cada edição é de 1,79 páginas, o que corresponde a, em média, 3,61% do conteúdo do jornal. Ainda que não se trate de um valor elevado, a secção Local apresenta conteúdos diariamente e ocupa um espaço proporcional tendo em conta o espaço ocupado pelas demais secções e espaços de lazer do jornal.

Por cada jornal do *Público* em papel são publicados em média 2,4 artigos na secção Local, em contraste com uma média de 6,6 notícias por dia na secção *online*. Aqui podemos problematizar a questão da limitação de espaço que existe no jornalismo impresso que não se coloca no suporte digital. O máximo de artigos publicados no jornal foi de 6 peças (incluindo breves) enquanto na versão *online* se contabilizou um máximo de 13 notícias num único dia. Outra condicionante na versão impressa é o espaço dedicado à publicidade. Se não houver alternativa e um anúncio publicitário tiver de vigorar na secção Local, o espaço disponível para publicação de conteúdo noticioso diminui, o que pode levar a que um artigo não saia ou a que o seu número de caracteres sejam reduzidos.

Num período de 65 dias, vários coincidentes, foi publicado um total de 156 artigos, em contraste com 429 notícias publicadas *online*, um número consideravelmente maior. Assim, foram publicadas mais 303 notícias *online* do que na versão impressa, o que corresponde a um aumento da oferta de produção noticiosa *online* de 66%. Importa aqui referir que estes resultados não são tão flagrantes se tivermos em consideração que a secção *online* acolhe

notícias tanto da Edição Lisboa como da Edição Porto. Assim, e dado que todas as notícias publicadas no jornal impresso são posteriormente publicadas na *web*, a secção *online* de Local abriga todas as notícias do jornal tanto da Edição Porto como da Edição Lisboa, a que são ainda acrescentadas notícias que não chegam a sair no jornal em suporte de papel.

No que diz respeito à área de incidência das notícias, convém ressaltar o que foi explicado anteriormente: desde o início se previra que a edição *online* apresentasse um maior número de notícias, em parte por ter notícias relativas a todas as regiões portuguesas: norte, centro, sul e ilhas, regiões estas que se encontram separadas em duas edições impressas diferentes, como já vimos anteriormente. Assim, a área de incidência das notícias publicadas *online* é de âmbito nacional sendo, conseqüentemente, maior do que a área de incidência das notícias analisadas nos jornais, já que estes se restringiam à Edição Lisboa.

Na análise documental de jornais impressos, verificou-se que existe uma hegemonia da cobertura feita no distrito de Lisboa. Uma análise mais aprofundada permitiu perceber que dentro da cobertura feita no distrito de Lisboa (56,6% a nível geral), o próprio concelho de Lisboa ganha a passos largos aos restantes concelhos, com 89,4% das notícias dedicadas a este município.

Nas restantes zonas noticiadas na Edição Lisboa, a região do Algarve foi a segunda mais noticiada (10,8%), com um resultado significativamente inferior ao de Lisboa, e em terceiro lugar estava posicionado o distrito de Setúbal (5,42%), com um grande número de notícias sobre Almada. Mesmo o distrito do Porto, pertencente à Edição Porto, vigorava em quinto lugar nas regiões mais abordadas em notícias, à frente de distritos como Santarém, Évora ou Leiria, estes pertencentes à Edição Lisboa.

Já na edição *online*, a hegemonia regional é dividida entre o distrito do Porto e de Lisboa, com 27,47% e 27,25% de cobertura, respetivamente. Somados estes dois valores, chegamos à conclusão de que mais de metade de toda a cobertura noticiosa feita na secção *online* de Local corresponde a notícias ou sobre Lisboa ou sobre o Porto. Ainda que se compreenda que sejam estas as duas principais cidades de Portugal e que estejam nelas sediadas as redações do *Público*, esta discrepância de resultados entre as duas cidades e as restantes regiões de Portugal é expressiva e traduz uma disparidade em termos de cobertura noticiosa. Estes resultados são similares em outros diários nacionais; como afirma Carvalheiro, “é preciso dizer que alguns *media* ditos nacionais não passam, na verdade, de órgãos de comunicação regional – de Lisboa e do Porto” (Carvalheiro, 1996). Também Sofia Santos afirma que, “feitas as contas, o que



existe em Portugal é uma imprensa concentrada nas principais cidades” (Santos, 2007: 28). Na opinião de João Mesquita, “só por comodidade é que podemos falar na existência no nosso país de uma imprensa nacional” (*apud* Camponez, 2002: 107); o autor considera ainda que os títulos “a que normalmente atribuímos o qualitativo de imprensa nacional nem por isso deixam de ter um carácter eminentemente nacional” (*ibidem*).

Para além da cobertura por parte dos jornalistas, também os leitores se dividem maioritariamente por estas duas cidades. José Silva Pinto refere na sua obra *Comunicasos* que, “calculada a média dos diversos títulos considerados, verifica-se que os distritos de Lisboa e do Porto ‘leem’ em conjunto cerca de 57 por cento dos jornais distribuídos no continente”, (Pinto, 2001: 30). Mesmo existindo muitas variáveis que possam exercer influência neste valor, o resultado pode ser ambíguo, já que não se consegue perceber se os leitores não compram os jornais por pouco falarem das suas regiões ou se os jornalistas não escrevem sobre essas regiões por saberem que têm uma pequena audiência. Consegue-se também delinear dois motivos que não coincidem com as duas hipóteses anteriores: o jornalista deve escrever de acordo com o que é relevante e não seguindo uma lógica de audiências; já os leitores também se devem interessar por assuntos nacionais e não somente regionais.

Na obra de José Silva Pinto são-nos apresentados dados que revelam que 43,5% da audiência do *Público* encontra-se na Grande Lisboa, conseguindo um resultado similarmente satisfatório no Grande Porto. Ainda que em menor escala, há também um consumo significativo deste jornal no Litoral Norte e no Interior Norte.

Voltando à análise do estudo de caso, é também de notar a escassa cobertura dada às regiões autónomas de Portugal, tendo o Arquipélago dos Açores 2,41% do total de cobertura *online* o Arquipélago da Madeira 1,75% dessa mesma cobertura *online*, tendo resultados igualmente baixos nos jornais impressos. De resto, outras regiões com parca cobertura no período analisado são Castelo Branco, Guimarães, Vila Real e Portalegre.

O tema dos artigos publicados – analisado unicamente na versão impressa – revela que no jornalismo local existe uma cobertura de temas muito diversos, ao contrário do que acontece em outras secções do jornal (como economia, ciência ou política) que noticiam temas mais específicos. Existem outras duas secções que fazem uma cobertura abrangente: Sociedade, que redige sobre temas nacionais e Mundo, que funciona como que uma secção local a nível global.

No que concerne à autoria das notícias publicadas pode-se traçar uma tendência tanto na *web* como na edição impressa. No jornal impresso, é dada prioridade aos jornalistas do *Público*,

optando-se por publicar notícias que não sejam provenientes de agências noticiosas. Na edição impressa da região Sul, a jornalista Inês Boaventura destaca-se por ser a principal autora das notícias publicadas, com 45 notícias. Em terceiro lugar surgem as notícias não assinadas, maioritariamente breves, que correspondem *online* às notícias assinadas pelo *Público*. Enquanto a Lusa – a agência noticiosa mais utilizada na secção Local – mal ocupa um espaço na autoria de notícias publicadas em papel, a tendência contrária verifica-se na publicação *online*. A agência Lusa é, na versão digital, a principal autora de notícias publicadas, distanciando-se em 21,48 pontos percentuais da segunda jornalista com mais artigos assinados – Inês Boaventura.

É provável que o uso frequente de notícias assinadas pela Agência Lusa na secção *online* se prenda com a tentativa de dar cobertura a todas as regiões do país. Ainda assim, e pelos dados obtidos anteriormente, há muitas regiões que pecam por falta de cobertura jornalística, com escassos artigos sobre a região. Este resultado pode ser explicado pela ausência de notícias das agências sobre a região, pela pouca importância dada a notícias dessa zona e pela falta de jornalistas correspondentes do *Público* que pudessem preencher essa lacuna.

Aqui pesa outra questão: a falta de jornalistas. Será mais difícil fazer cobertura de uma determinada região se não existirem jornalistas suficientes para o fazerem ou que se possam deslocar até ao sítio em questão. Já esta falta de jornalistas está intimamente ligada a uma outra questão de índole económica: os cortes no financiamento dos jornais, que resultam em menos jornalistas e menos condições de trabalho. Dentro destas condições de trabalho temos casos de cortes salariais, sobrecarga laboral (os jornalistas têm de produzir o mesmo volume de notícias mesmo com menos pessoas a trabalhar), o que pode resultar em menos tempo para verificar as informações e fazer pesquisas, uma das razões que alimentam a ameaça que enfrenta o jornalismo de investigação. O tempo é fulcral na atividade jornalística e a sua escassez origina, por sua vez, uma carência nos níveis de qualidade do que é produzido nas redações.

## Conclusões

O crescente uso da Internet é uma realidade incontestável. Há cada vez mais pessoas a utilizarem este novo meio para as mais variadas atividades, desde a adesão a redes sociais ao consumo de notícias *online*. Por outro lado, o número de exemplares vendidos das publicações impressas tem vindo a diminuir, podendo ditar o fim dos jornais no formato em que subsistiram durante séculos. No entanto, o facto de os leitores deixarem de preferir a versão do jornal em papel não significa que o papel do jornalismo tenha decrescido: ganha importância neste cenário, continuando a funcionar como um selecionador e criador de informação fidedigna.

Muitos utilizadores têm vindo a procurar formas alternativas de obterem informação sem que tenham de pagar por ela. Na Internet, dada a natureza gratuita de quase todos os *sites* noticiosos, conseguem-no. O jornalismo feito na *web* não tem ainda um modelo de negócio definido que se revele eficaz. A solução passa ou por incentivar os utilizadores a pagar pelo serviço – tendo, para isso que existir um serviço merecedor de pagamento – ou por formas alternativas de financiamento que não pressuponham o pagamento por parte do utilizador, como uma revalorização da publicidade *online*.

As potencialidades da *web* abalaram o modelo de jornalismo tradicional e permitiu-lhe que se expandisse para novos horizontes, fazendo uso das novas e numerosas funcionalidades de um meio convergente. Ainda assim, o processo de transição para o modelo digital foi um processo lento e ainda hoje não se dá uso a todas estas funcionalidades que poderiam enriquecer o jornalismo. O *Público*, apesar de ter uma redação informatizada e de ter uma forte presença multimédia, continua a ser um jornal muito ligado à sua componente tradicional, havendo muitos artigos publicados *online* que em nada diferem da sua publicação em papel. Muitas destas notícias consistem ainda somente de texto e de fotografia.

No que à produção noticiosa diz respeito, este relatório fez uma contextualização do percurso da informação e da forma como a Internet se integrou nestas rotinas informativas. Desde a perceção de um acontecimento – que agora passa a poder fazer-se através das redes sociais, de correio eletrónico ou das agências de notícias *online* – à construção da notícia – que passa, por sua vez, a poder integrar elementos multimédia e a ter uma natureza hipertextual – o percurso informativo mudou com a chegada e assimilação da Internet. Assim, é seguro afirmar que a Internet alterou as práticas jornalísticas desde níveis mais básicos – como a marcação de táxis ou de serviços de fotografias através da Intranet ou a simples confirmação de dados *online*

– até níveis mais complexos de adaptação do conteúdo noticioso ao novo meio hipertextual e multimédia.

Porém, não foram só estas rotinas que mudaram. Também o papel do jornalista passou a ser mais abrangente e a integrar novas funções que lhe permitam trabalhar neste novo meio. Num crescente fluxo informativo propiciado pela era digital, o jornalista acaba, muitas vezes, por funcionar como um curador da informação e não como um criador de conteúdo; nas vezes em que continua a produzir conteúdo, o ritmo ininterrupto do tempo faz com que a verificação e a validação dos factos seja relegada para segundo plano. Tudo isto pode afetar a qualidade do jornalismo e destruir o seu carácter distintivo enquanto profissão, pelo que o jornalista deve sempre prezar pela qualidade e autenticidade do que produz, não cedendo a pressões externas.

Da minha experiência de estágio no *Público* pude ter uma visão mais realista do mundo do jornalismo em contexto profissional e do mercado de trabalho, assim como das rotinas e técnicas destes profissionais. Foi uma experiência enriquecedora, tanto a nível pessoal como a nível técnico e de conhecimento. Mesmo num cenário enegrecido e mais conturbado, este período de experimentação e de avaliação fez-me ter esperança na existência de um jornalismo de qualidade num cenário de crise e da sua crescente importância nos dias de hoje.

No estudo de caso das diferenças entre a publicação *online* e impressa de artigos relativos à secção Local, pôde-se verificar que existe uma clara hegemonia na cobertura das cidades de Lisboa e do Porto, não existindo um alcance proporcional em relação a todas as regiões de Portugal. Na vertente *online*, existe também uma óbvia predominância dada a artigos da agência noticiosa Lusa, ainda que no jornal seja dada primazia a artigos produzidos pelos jornalistas do *Público*. Estes resultados podem ser justificados pela insuficiência de jornalistas que consigam fazer uma cobertura eficaz de todas as regiões do país, assim como da falta de financiamento para deslocações e pela imposição do imediatismo e das notícias dadas em primeira mão. Tudo isto pode resultar numa homogeneização de conteúdos e num jornalismo mais superficial, havendo pouco tempo e poucas condições para que se façam pesquisas, confirmações e jornalismo de investigação. Como nos diz Dominique Wolton, “sabemos tudo, de todos os cantos do mundo, sem ter tempo de compreender, ou de respirar e sem saber, afinal, o que predomina, se é o dever de informar, a loucura da concorrência ou o fascínio pelos meios técnicos, ou os três ao mesmo tempo” (Wolton, 1997: 224).

O cenário idílico de resolução passaria pela contratação de mais jornalistas, pelo maior financiamento dos órgãos de comunicação social e pelo tempo proporcionado para se fazer

investigação e produzir conteúdo original e de qualidade. No entanto, no panorama atual, este cenário torna-se quase impossível e os jornalistas e as redações têm de encontrar formas de contornar esta situação de crise. Seja através da publicação de artigos de agências noticiosas, pelo contacto regular com as fontes de informação ou por uma dedicação extrema para conseguir conciliar a falta de tempo para a investigação com a necessidade de cobertura noticiosa de outros eventos, o jornalismo tem sobrevivido e, certamente, continuará a fazê-lo – resta saber a que custo.

### **Referências bibliográficas**

BAPTISTA, Cristina Sales e SOUSA, Maria José (2011) *Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios*. Pactor

BARBOSA, Suzana (2002) *A informação de proximidade no jornalismo online*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-proximidade-online.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-proximidade-online.pdf)

BASTOS, Hélder (2010). *Ciberjornalistas em Portugal. Práticas, Papéis e Ética*. Coleção Média e Jornalismo. Livros Horizonte, Lisboa.

BASTOS, Hélder (2010b) *Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>

BASTOS, Helder (2013) *A diluição do jornalismo no ciberjornalismo*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>

BOURDIEU, Pierre (1997) *Sobre a Televisão*. Celta Editora

BUÑUEL, LUIS. (2008) *Mi Último Suspiro*. Edição original datada de 1982. Debolsillo

CAMPONEZ, Carlos (2002) *Jornalismo de proximidade: Rituais de Comunicação na imprensa regional*. Edições Minerva Coimbra.

CAMPONEZ, Carlos. (2011) *Deontologia do Jornalismo*. Coimbra, Almedina.

CAMPONEZ, Carlos (2011b) “Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo” in *Ágora: Jornalismo de proximidade:*

*limites, desafios e oportunidades*. Coordenação científica de João Carlos Correia. Livros LabCom.

CANAVILHAS, João (2001) *Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf)

CANAVILHAS, João (2004). *A Internet como Memória*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>

CANAVILHAS, João. (2006) *Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>

CANAVILHAS, João (2006b) *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf)

CARDOSO, Gustavo (2009) “Da Comunicação em Massa para a Comunicação em Rede” in *Media, Redes e Comunicação: Futuros Presentes*. OberCom/Quimera

CARDOSO, Gustavo (2014) *Os Media na Sociedade em Rede*. 2ª edição. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa

CARVALHEIRO, José Ricardo (1996) *Os media e os poderes locais*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Disponível em [bocc.ubi.pt/pag/carvalheiro-ricardo-Media-poder.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalheiro-ricardo-Media-poder.html)

CASTELLS, Manuel (2001) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford, University Press.

CASTELLS, Manuel (2011). *A Sociedade em Rede. Volume I: A era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. 4ª edição. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

CINTRA TORRES, Eduardo (2009) “Utopia, determinismo e usos sociais daquilo a que chamamos media” in *Media, Redes e Comunicação: Futuros Presentes*. OberCom/Quimera

DIJK, Jan van (1999) *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: SAGE Publications

FERNANDES, José Manuel (2011). *Liberdade e Informação*. Fundação Francisco Manuel dos Santos, Lisboa.

FIGUEIRA, João (2009). *Jornalismo em Liberdade*. Almedina

FIGUEIRA, João (2012) *A Imprensa Portuguesa (1974-2010)*, Angelus Novus

FONTCUBERTA, Mar de (2002). *A Notícia: pistas para compreender o mundo*. 2ª edição. Coleção Media e Sociedade. Notícias Editorial

GOMES, Rui Miguel. (2009) *A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes*. Coleção Média e Jornalismo. Livros Horizonte, Lisboa.

GOMES, Rui Miguel (2010). “O Papel da Internet no Contacto entre Jornalistas e Fontes de Informação nas Redações Portuguesas”. In *Do Chumbo à Era Digital: 13 leituras do Jornalismo em Portugal*, organizado por Nelson Traquina. Páginas 229 a 247. Coleção Média e Jornalismo. Livros Horizonte, Lisboa

HARTLEY, John (2004) *Comunicação, estudos culturais e media: conceitos-chave*. Quimera

HIRST, Martin (2011) *News 2.0 – Can journalism survive the internet?* Allen & Unwi

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004). *Os elementos do jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto, Porto Editora.

MESQUITA, Mário (2003) *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Minerva, Coimbra.

MCLUHAN, Marshall (1962) *La Galaxie Gutenberg I – la genèse de l’homme typographique*. Éditions Universitaires Jean-Pierre Delarge-Mame. Idées/Gallimard.

MONTANT, Henri (2002) *A entrevista escrita e o perfil*. Editorial Inquérito

PINTO, José Silva (2001) *Comunicasos*. Verbo

PONTE, Cristina (2004) *Leitura das Notícias: contributos para uma análise ao discurso jornalístico*. Livros Horizonte

REIS, Carlos e LOPES, Cristina (1994) *Dicionário de Narratologia*. Coimbra, Almedina.

RIBEIRO, Vasco. (2014) *O peso do Press Release no processo de produção de notícias*. Universidade do Porto. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-vasco-2014-peso-do-press-release.pdf>

SANTOS, Sofia. (2007) *Imprensa Regional: temas, problemas e estratégias de informação local*. Coleção Media e Jornalismo. Livros Horizonte, Lisboa

SOUSA, Jorge Pedro (2002) *Construindo uma teoria do Jornalismo*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-multifactorial-jornalismo.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-multifactorial-jornalismo.pdf)

SOUSA, Jorge Pedro (2008). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>

SOUSA, Jorge Pedro (2008b). *Os Estudos Jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-estudos-jornalisticos-apos-1950.pdf>.

TRAQUINA, Nelson. (2007) *Jornalismo*. Quimera, Lisboa

TUCHMAN, Gaye (2009) “As notícias como realidade construída” in *Comunicação e Sociedade* de João Pissarra Esteves, 2ª edição. Livros Horizonte. Páginas 93-106

VARGAS LLOSA, Mario (2015) *A Civilização do Espetáculo*. Quetzal Editores

WARD, Mike (2002) *Journalism Online*. Oxford, Focal Press.

WOLTON, Dominique (1997) *Pensar a Comunicação*. DIFEL – Difusão Editorial.

WOLTON, Dominique (1999) *E Depois da Internet?* DIFEL – Difusão Editorial

ZAMITH, Fernando (2008) *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto, Edições Afrontamento.

Livro de Estilo do *Público*. Edição de Fevereiro de 1998. Disponível online em [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/)

TVI (2016). “Jornal da Uma”. Entrevista feita pela jornalista Cristina Reyna a Bárbara Reis. 18 de março de 2016

Relatório “Públicos e Consumos de Média – O Consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países” (2015), organizado pela ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social) e coordenado por Telmo Gonçalves



Relatório “A Imprensa em Portugal. Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição”. Terceira edição. Coordenação científica de Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça. Outubro de 2015. OberCom

Relatório “A Imprensa Local e Regional em Portugal”, produzido pela ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social). 14/11/2011. Disponível em <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/media-locais>

Relatório "Estudo Prospetivo para o Futuro Imediato das Agências de Notícias" Janeiro de 2016. Coordenado por Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça. Publicações OberCom.

Relatório “Modelo de negócio em tempos de tensão digital: Perspectivas de renovação no caso da imprensa”. Maio de 2013. Coordenação Científica de Gustavo Cardoso. Publicações OberCom

Relatório “Highlighting Media & Journalism Futures 2030 – Survey on weak signals and emerging issues.” (2015), Amos Taylor, Sirkka Heinonen, Juho Ruotsalainen e Marjukka Parkkinen. Finland Futures Research Center.

ABAD, Mar. “El periodismo en la era WhatsApp” Revista *Yorokubo*, nº73 de 2016. Página 47.

BELL, Emily. “How Facebook Swallowed Journalism” 8 de março de 2016. *European Journalism Observatory*. Disponível em: <http://en.ejo.ch/short-stories/facebook> Consultado a: 11 de abril de 2016

PEREIRA, José Pacheco. "Sobre a crise dos jornais (1)". 02 de janeiro de 2016. *Público*. Disponível em: <https://www.publico.pt/portugal/noticia/sobre-a-crise-dos-jornais-1-1718917> Consultado a: 14 de janeiro de 2016

STEGLICH, Florian. "Disruption In the Newspaper Industry - a Framework". 10 de agosto de 2015. *Medium*. Disponível em <https://medium.com/@fst/disruption-in-the-newspaper-industry-f821aab38d26#.lxfik150k> Consultado a: 7 março 2016

# **ANEXOS**

## Cartão de Estágio


**PRESS**  
Imprensa



Nome/Name/Nom:  
CLÁUDIA  
CARVALHO SILVA




O Portador  
Claudia Carvalho Silva

O Director  


Emitido em 1/10/2015

Válido até 31/12/2015

 Rua Viriato, 13 1069-315 LISBOA  
PÚBLICO - Comunicação Social, S.A.  
www.publico.pt  
CONTRIB. 502 265 094

## Notícias publicadas

15 de outubro de 2015

PÚBLICO, QUI 15 OUT 2015 | LOCAL | 15

## Junta de Freguesia de Arroios lança canal de televisão que até terá aulas de Mandarim

**Comunicação**  
Cláudia Carvalho Silva

A Arroios TV pretende criar uma melhor relação de comunicação com a população e vai incluir um festival de cinema

A nova plataforma de comunicação da Junta de Freguesia de Arroios, o canal Arroios TV, arranca hoje com uma emissão em directo às 10h no Largo do Intendente. São cerca de 48 mil euros investidos neste novo projecto que tem como objectivo “dar a conhecer a freguesia no seu todo e promover a inclusão”, explica a presidente da junta lisboeta, Margarida Martins, na sessão de apresentação realizada ontem.

“Esta televisão é uma causa”, afirma Margarida Martins, referindo que o canal permitirá divulgar “uma freguesia com muita história e valor arquitectónico” e ajudar na resolução de problemas. A freguesia de Arroios acolhe numa extensão de 2,3 quilómetros pessoas de 79 nacionalidades. “A multinacionalidade dá muita riqueza à cultura”, diz a presidente da junta, acrescentando que “estas disparidades são importantes e é preciso sensibilizar a sociedade para a inclusão”.

A programação do canal será diversificada: haverá programas para crianças, perguntas e respostas com a presidente, aulas semanais de Mandarim, filmes para divulgar o comércio local, um programa de gastronomia e dicas de cidadania e protecção civil. Apesar de as reuniões da Assembleia de Freguesia serem abertas à população, a equipa espera conseguir transmiti-las em directo no canal de forma “a promover uma cidadania activa e a receber críticas construtivas”, refere Margarida Martins. O orçamento para o projecto da Arroios TV ronda os 48 mil euros: 35 mil para a aquisição de equipamentos, dez mil para o estúdio, localizada no pólo dos Anjos, e 2350 euros para a anuidade do canal MEO.

Não há uma equipa própria para a Arroios TV, esta será composta por pessoas que trabalham simultaneamente noutros projectos e se voluntariaram para ajudar. Muitos deles são jovens em estágio profissional e formam “uma equipa pequena mas consistente”, nas palavras de Margarida Martins. A transmissão do canal será feita de segunda a sexta-feira, das 10h às 18h, e haverá repetições



Dar mais informação aos fregueses é o objectivo da junta de Arroios

aos fins-de-semana. A Arroios TV será inicialmente transmitida nos pólos que a junta tem na freguesia mas em breve será alargada a outros locais, como os mercados. A transmissão pode ser vista no canal Meo 5050 ou em [www.kanal.pt/5050](http://www.kanal.pt/5050).

O canal Arroios TV pretende reforçar a sua componente internacional ao incorporar o projecto de cinema Arroios Film Festival 2016, que decorrerá de 1 a 8 de julho do próximo ano e cujo mote será a inclusão nas suas mais variadas formas. “Iremos conciliar a multiculturalidade e o cinema”, refere o responsável pelo evento, Francisco Gamito, revelando que esperam conseguir trazer a Portugal a mais jovem laureada do Prémio Nobel da Paz, Malala Yousofzai, e o realizador iraniano Reza Hajipour. Os filmes submetidos a concurso deverão ser curtas-metragens, com a duração máxima de 30 minutos nos géneros de ficção, documentário ou animação e têm de ter sido realizadas depois do ano 2000. O melhor filme receberá o prémio Best Film Arroios Fest Award, no valor de 3000 euros, e os três outros prémios, no valor de 1500 euros, serão entregues ao melhor filme de cada um dos géneros a concurso. Ainda não se sabe o valor exacto do financiamento do projecto nem o local em que decorrerá, sendo que o cenário mais plausível é em dois cinemas da freguesia. **Texto editado por Ana Fernandes**

### Divulgar o orçamento participativo

Um dos conteúdos transmitidos na Arroios TV está relacionado com o orçamento participativo da freguesia, uma iniciativa em que os fregueses ajudam a definir as prioridades de investimento dos recursos e sugerem propostas que seguem para votação. A fase de votação da primeira edição do orçamento participativo já está concluída e “as dez propostas finais serão implementadas até ao final de Dezembro”, refere a responsável pela iniciativa, Márcia Bernardo. O valor máximo a investir em cada iniciativa é de 5000 euros e qualquer pessoa pode apresentar propostas, mas só os eleitores da freguesia de Arroios podem votar nelas. O projecto

mais votado é “informação complementar no âmbito da toponímia”, em que se pretende associar uma imagem ou uma frase aos nomes das ruas de Arroios. Existem outras iniciativas, como um projecto de arte urbana, recolha de óleo e lâmpadas, colocação de cinzeiros pela freguesia, campanha informativa sobre a praga dos pombos ou um parque de estacionamento para bicicletas. De acordo com Márcia Bernardo, as transmissões sobre o orçamento participativo na Arroios TV vão permitir “educar e dar a conhecer aos habitantes esta iniciativa” e possibilitar uma melhoria da qualidade de vida na freguesia.

## Ex-autarca de São Domingos de Benfica e pai absolvidos da acusação de corrupção

**Justiça**  
José António Cereja

Tribunal considerou que a acusação contra dirigente do PSD e outros não foi provada. Só um antigo fiscal da junta foi condenado

Um antigo presidente da Junta de Freguesia de São Domingos de Benfica e actual vice-presidente do PSD de Lisboa, Rodrigo Gonçalves, e o seu pai, Daniel Gonçalves, presidente da Junta das Avenidas Novas, foram ontem absolvidos dos crimes de corrupção passiva de que tinham sido acusados pelo Ministério Público (MP). Condenado a quatro anos de prisão no âmbito do mesmo processo foi um antigo fiscal da Junta de São Domingos de Benfica, Carlos Valente, que se encontra no estrangeiro.

De acordo com a sentença, resumida oralmente pela juíza da 1.ª Secção Criminal de Lisboa, não foram provados os factos imputados pelo MP aos dois dirigentes do PSD. O tribunal absolveu igualmente, pelo mesmo motivo, o construtor civil Armando Pinto de Abreu e Albino da Silva, antigo presidente da Associação de Moradores de São Domingos de Benfica. O Ministério Público dispôs de um prazo de 30 dias para recorrer.

Os factos remontam aos anos 2005 e 2006 e prendem-se com o destino dado a dois subsídios, no total de 75 mil euros, atribuídos pela Câmara de Lisboa e pela Junta de São Domingos àquela associação para obras num infantiário. Conforme o PÚBLICO noticiou em 2008, o fiscal Carlos Valente convenceu Albino da Silva a entregar-lhe o subsídio de 50 mil euros com o argumento de que as obras seriam realizadas directamente pela empresa Better Building, de Pinto de Abreu, antes contratada pela autarquia para remodelar a sua sede.

“A junta é que me encomendou a obra do infantiário da associação”, disse ao PÚBLICO o empresário, em 2008, garantindo que Rodrigo Gonçalves tinha conhecimento dessa situação. O autarca, porém, sempre negou ter tido qualquer interferência no pedido de devolução do subsídio e na entrega das obras do infantiário à Better Building, responsabilizando o fiscal que ele contratara e que militava na secção do PSD a que presidia. Na versão de Gonçalves, que nunca apresentou queixa contra o fiscal, nem lhe instaurou qualquer processo disciplinar, Valente foi por

ele intimado, quando soube do caso, a devolver o dinheiro à associação e a pedir a demissão. O dinheiro nunca foi devolvido, as obras nunca foram concluídas, o infantiário nunca reabriu e a associação foi extinta. Mas o fiscal demitiu-se e emigrou.

No final das investigações da PJ, no ano passado, o MP concluiu que as coisas não se tinham passado como dizia Gonçalves, sustentando que as obras da sede da junta tinham sido adjudicadas à Better Building a troco de um suborno de perto de sete mil euros. Este valor teria sido entregue por Pinto de Abreu a Carlos Valente, que por sua vez o teria feito chegar a Daniel Gonçalves para este entregar ao filho. Feitas as contas, o MP concluiu também que o fiscal se apropriou de 21.500 euros dos 50 mil que a associação lhe tinha devolvido e que Albino da Silva teria usado em seu proveito perto de 5500 euros, pelo que foi acusado de peculato.

No final do julgamento, o tribunal entendeu, com base na convicção que formou durante a audiência, que não se tinha provado nem o pa-



Rodrigo Gonçalves diz que foi feita justiça e que agora vai refazer a sua imagem e credibilidade

gamento dos sete mil euros por Pinto de Abreu, nem a entrega deste valor a Rodrigo Gonçalves através do pai. Quanto a Albino da Silva, concluiu que os 5500 euros tinham sido usados ao serviço da associação.

Absolvidos estes quatro arguidos, o tribunal condenou Carlos Valente, por abuso de confiança e tráfico de influências, a uma pena de quatro anos de prisão, suspensa por igual período, na condição de o arguido entregar os 21.500 euros à associação. Alertada por uma das advogadas dos arguidos para o facto de esta ter sido entretanto extinta, a magistrada referiu que esse valor seria entregue ao tribunal, decidindo-se posteriormente o seu destino.

À saída do tribunal, Rodrigo Gonçalves, que é deputado municipal e assessor do gabinete dos vereadores do PSD na Câmara de Lisboa, afirmou que foi feita justiça. “Estive dez anos à espera, mas foi feita justiça. Vale a pena acreditar na justiça, mesmo que demore. Agora é refazer a minha vida, a minha imagem e a minha credibilidade, que foram destruídas”, declarou.

23 de outubro de 2015

18 | LOCAL | PÚBLICO, SEX 23 OUT 2015

## Uma loja de rua para pessoas carenciadas onde não há dinheiro, só boa-vontade

**Solidariedade**  
Cláudia Carvalho Silva

**The Street Store vai realizar-se pela primeira vez em Portugal. O evento acontecerá em quatro cidades ao mesmo tempo**

É uma loja de rua onde a necessidade é a moeda de troca de quem lá vai. *The Street Store*, um conceito que surgiu na África do Sul, é uma loja que pretende dar aos sem-abrigo e às pessoas carenciadas a possibilidade de "comprarem" e escolherem roupa com toda a dignidade. O evento vai decorrer amanhã, em simultâneo em quatro cidades portuguesas: Lisboa, Porto, Coimbra e Braga, das 9h às 19h. "Há muita gente que precisa da nossa ajuda", refere a mentora do projecto em Portugal, Mafalda Lobato.

Esta iniciativa dá às pessoas carenciadas "uma opção de escolha, similar ao que acontece nas lojas", diz André Rebelo, responsável pela iniciativa na cidade de Braga. Mafalda Lobato explica como funciona a *Street Store*: as pessoas chegam, é feita uma triagem daquelas que precisam de ajuda das que estão ali só por curiosidade. Depois, aquelas que realmente necessitam e são carenciadas poderão andar pela loja e escolher as suas próprias roupas, sendo que podem levar até 10 peças.

"As peças estarão dispostas em cabides e mesas e a Junta do Areeiro disponibilizou-nos tendas, já que se prevê que chova", refere a estudante, acrescentando que pretendem expor tudo aquilo que foi doado. Haverá mantas, calças, casacos, produtos de higiene, sapatos, livros, roupa de bebé, vestidos, e tentarão dar preferência à roupa de Inverno. Para além disto, em Lisboa, haverá também serviços complementares de cabeleireiro, sendo que pretendem ter serviços de saúde nas próximas edições e nas outras cidades. Estes serviços complementares são uma novidade em relação às edições da *The Street Store* no estrangeiro. A Comunidade Vida e Paz, em Lisboa, juntou-se à causa e ajuda em questões de logística, sendo que andou a distribuir panfletos ontem e hoje com informações sobre o evento.

*The Street Store* foi fundada em Janeiro de 2014, na África do Sul, em colaboração com a Associação Napier Haven Night Shelter. Como consideraram que a questão dos sem-abrigo não é um problema uni-



Além de roupa, haverá também serviços de cabeleireiro

camente sul-africano, os mentores decidiram partilhá-lo com o mundo e já se realizaram mais de 300 lojas de rua por países como as Honduras, o Brasil, o Canadá, Israel, Austrália, EUA, Noruega e Índia, entre outros, aos quais se junta agora Portugal. Em Maio, Mafalda Lobato, estudante de Medicina Veterinária de 22 anos, viu um vídeo da *The Street Store* e decidiu aplicar o conceito em Portugal, mais motivada ainda por não ter obtido resposta de instituições de solidarie-

**Estará na Praça de Londres em Lisboa, na Praça da Alegria no Porto, no Largo do Romal em Coimbra e na Praça Conde de Agrolongo em Braga**

dade nas quais queria fazer voluntariado. "Entrei nisto sozinha", refere a estudante, mas conta agora com uma equipa fixa e espera conseguir "aumentar a rede". "Inicialmente, o projecto era só para os sem-abrigo, mas decidimos abri-lo a todas as pessoas carenciadas", refere, explicando que haverá roupas de bebé e criança e até artigos para animais.

Mafalda Lobato afirma que em Lisboa já têm mais de 40 voluntários dispostos a participar no evento de sábado. As candidaturas foram feitas online e também houve quem a contactasse directamente de modo a poder integrar o projecto. "Estamos todos a começar do zero, nenhum de nós participou em actividades do

género anteriormente", afirma a organizadora do evento no Porto, Cátia Brandão. Os voluntários da cidade de Mafra juntar-se-ão ao evento em Lisboa, já que um projecto na cidade, apesar de ter sido combinado, acabaria por não compensar, revela Paula Mendes, responsável pelas doações em Mafra. "Seria um evento com pouca adesão por parte dos sem-abrigo, não por parte das ofertas", refere, explicando que todas as doações foram encaminhadas para Lisboa.

Esta é a primeira edição da *The Street Store* em Portugal, mas a organização espera poder replicá-la no futuro. "Tencionamos repetir a actividade no primeiro trimestre de 2016 e aumentar esta rede de voluntariado", refere Mafalda Lobato, observando que gostariam de criar uma base de dados, de modo a poderem falar directamente com as pessoas carenciadas e entregar em mão aquilo de que precisam. Paula Mendes, de Mafra, sublinha a necessidade de serem criados "núcleos específicos, como um gabinete de comunicação e uma área de logística", tendo em vista facilitar o contacto com as entidades ou com os meios de comunicação social. "Somos só pessoas que têm boa-vontade mas que também têm outras ocupações e têm de conseguir conciliar tudo", acrescenta.

Esta iniciativa de voluntariado decorrerá em simultâneo em quatro cidades portuguesas, mas esperam conseguir alargar a sua área de intervenção nas próximas edições. Em Lisboa, a *Street Store* estará na Praça de Londres, no Porto na Praça da Alegria, em Coimbra no Largo do Romal e em Braga na Praça Conde de Agrolongo, em frente à Igreja do Pópulo. **Texto editado por Ana Fernandes**

## O autocaravanismo descontrolado tem os dias contados nas falésias de Sines

**Campismo**  
Carlos Dias

**A excessiva concentração de autocaravanas na costa alentejana impõe que a autarquia regulamentasse a sua presença**

A Assembleia Municipal de Sines aprovou o Regulamento Municipal para o Licenciamento da Actividade de Acampamentos Ocasionais, que entrou em vigor a 16 de Outubro, para "ordenar" práticas que representam "triscos para o ambiente e a paisagem", justifica o preâmbulo do documento.

Em relação ao campismo, a Câmara de Sines admite que o problema se encontra "controlado". O mesmo não se pode dizer relativamente ao autocaravanismo, uma prática que é visível ao longo de toda a costa portuguesa e também em Sines. A elevada concentração de viaturas "tem gerado situações de conflito, de que será exemplo paradigmático o núcleo urbano de Porto Covo", acentua.

Com o novo regulamento, a autarquia pretende licenciar o autocaravanismo "fora dos locais adequados à sua prática", mediante "parecer favorável da autoridade de saúde e da autoridade policial", mas assumindo não pretender "eliminar a presença de turistas que se deslocam em autocaravanas no município de Sines". Apenas pretende "disciplinar" a sua prática, assume. Os acampamentos de ciganos nómadas não estão abrangidos, desde que não ultrapassem as 24 horas de duração.

O teor do regulamento suscitou, de imediato, um comunicado da Federa-

ção Portuguesa de Autocaravanismo (FPA) a contestar a procedimento da autarquia, acusando-a de "confusão abusiva e oportunista" ao "impor limitações" à prática de uma actividade que tem reflexos positivos na economia portuguesa.

Todos os anos, milhares de caravanas deixam por ano no comércio e na restauração do país "mais de uma centena de milhões de euros", assinala a FPA, que não deixa de reconhecer a necessidade de existirem "regras para o autocaravanismo itinerante", mas critica as condições que o regulamento exige para a obtenção das respectivas licenças.

Pedir uma licença camarária, prossegue o comunicado, exige a "aprovação da autoridade policial e do delegado de saúde", imposição que "é incompatível com o autocaravanismo que, pelas suas características itinerantes, não tem, na generalidade dos casos, um planeamento com antecedência que permita tempo para o requerer". A federação presume que "o espírito do legislador estaria a pensar em eventos com duração e planeamento diferentes de um mero estacionamento com eventual pernoita, para um descanso, uma refeição ou uma visita à localidade, sempre de curta duração", não ultrapassando as 72 horas.

A concelhia de Sines do CDS-PP também se insurge contra o novo regulamento aprovado pela Câmara de Sines. Em comunicado, considera o seu articulado "inútil na sua essência", assinalando que "os poucos espaços existentes fazem com que haja a continuidade da quebra das regras, com especial incidência da zona de Porto Covo". O CDS-PP antecipa ainda um cenário de fracasso na aplicação do regulamento.



É comum a presença de autocaravanas em Porto Covo

29 de outubro de 2015

PÚBLICO, QUI 29 OUT 2015 | LOCAL | 17

## Sai a Economia, entram as Ciências Sociais – é a renovação do campus de Campolide

**Universidade**  
Cláudia Carvalho Silva

O projecto pretende criar espaços de ligação à cidade e integrar a FCSH num novo edifício ainda por construir

O projecto de requalificação do Campus de Campolide da Universidade Nova de Lisboa, que irá ser apresentado hoje na reitoria da universidade, permitirá “abrir o campus à cidade e, por outro lado, integrar a FCSH [Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]”, refere a arquitecta responsável pelo projecto, Teresa Nunes da Ponte. Em sentido contrário está a Faculdade de Economia (Nova School of Business and Economics), que sairá para um novo campus em Carcavelos, a ser construído até 2017.

“O que estamos a fazer é a reordenar o campus”, refere o reitor, António Rendas, acrescentando que esta reestruturação permitirá “receber mais umas dezenas de milhares de estudantes, funcionários e docentes”. Para além disto, o reitor sublinha que esta requalificação pretende criar uma ponte para a cidade, nomeadamente através da construção de uma grande via que permitirá a ligação da Avenida Miguel Torga ao Palácio da Justiça. A circulação entre a Praça de Espanha, o Parque Eduardo VII e a Rua Marquês da Fronteira será facilitada através desta reforma viária.

A arquitecta refere que “esta requalificação é muito importante porque vai dar uma nova imagem a este campus”, existindo também uma forte componente na relação das unidades orgânicas da Universidade Nova com os territórios da Área Metropolitana de Lisboa. O reitor confirma, referindo que o impacto se nota em duas dimensões: dentro da universidade e, por outro lado, no impacto relativo à cidade.

O dia escolhido para a apresentação do projecto não foi feito ao acaso: 29 de Outubro é o dia da Universidade Nova. A exposição do projecto permanecerá no local durante algumas semanas, mas depois circulará “dentro das várias unidades orgânicas da Universidade Nova” com o objectivo de recolher contributos que possam enriquecer a proposta, declara o reitor.

A exposição conta com um vídeo filmado no campus em que são so-



Antevisão das propostas para a requalificação do campus

brepostas imagens de como será o local depois da requalificação. Haverá também uma apresentação da planta do projecto em painéis gráficos.

Teresa Nunes da Ponte diz que “um dos objectivos do projecto é arranjar espaços que convidem ao convívio informal” e revela que serão feitos atravessamentos ao nível do piso térreo do antigo colégio dos Jesuítas em que estão previstos espaços de estudo abertos 24 horas, uma biblioteca central, restaurantes, cafetarias, lojas e reprografias. Nos exteriores, pretende-se que haja a criação de percursos que funcionem como elementos de ligação entre os diversos edifícios, como a reitoria, uma nova cantina, residência e esplanada. O relvado central será transformado numa clareira entre orlas arborizadas com acesso facilitado para cadeiras de rodas, bicicletas ou carrinhos de bebé.

### Avenida de Berna em aberto

A transferência das instalações da FCSH será feita para um novo edifício que ainda não está construído, mas já “tem um embrião desenvolvido pelo arquitecto Alberto Souza Oliveira”, indica Teresa Nunes da Ponte. O edifício ficará na área sul do campus. A FCSH encontra-se actualmente localizada na Avenida de Berna, em Lisboa. Quando se transferir para o campus de Campolide, o espaço ficará desocupado e não se sabe ainda qual a sua utilização futura. O reitor explica que “a afectação do espaço não está ainda definida mas será feita em estreita articulação com a Câmara Municipal de Lisboa”.

O campus ocupa cinco hectares, “o que é uma área bastante razoável para o centro de Lisboa”, observa a

arquitecta. Quanto ao investimento, Teresa Nunes da Ponte refere que ainda é “prematura” falar no assunto, já que estão em fase de estudo e ainda faltam os projectos de arquitectura e arquitectura paisagista. Também o reitor refere que ainda é cedo para “avançar com um valor em concreto”.

O Plano de Pormenor de Reabilitação Urbana do Campus de Campolide foi aprovado no ano passado pela câmara. A previsão é que a partir de Janeiro do próximo ano estejam reunidas as condições para dar início à renovação dos espaços verdes.

No final de 2016, espera-se que estejam prontos os projectos de execução de arquitectura e de arquitectura paisagista, necessários para o lançamento do concurso público para a execução da obra. António Rendas afirma que o projecto estará completo “com a saída da Faculdade de Economia para Carcavelos em 2017”.

Actualmente, a Faculdade de Economia da Nova, Nova SBE, encontra-se instalada no antigo colégio dos Jesuítas, mas assim que se mudar para o campus em Carcavelos, haverá uma redistribuição das áreas do antigo colégio.

“É uma zona muito rica em termos de arquitectura e tem estruturas de ferro de finais de século XIX”, diz a arquitecta, acrescentando que também será criada uma sala polivalente que poderá ser utilizada para exposições, sessões de cinema, conferências, concertos ou encontros, sendo que a restante área será destinada às faculdades que ficam no campus: a de Direito, a FCSH e a IMS (Information Management School). **Texto editado por Ana Fernandes**

## Maré viva varre costa alentejana e leva praia fluvial de Odeceixe

**Algarve**  
Idália Revez

A areia desapareceu, mas pode ser que regresses na Primavera. Depois da tempestade, os turistas voltaram aos banhos de mar

Odeceixe foi uma das praias mais castigadas pela forte ondulação que se fez sentir em toda a costa ocidental do Algarve, nos últimos dias. O mar, com ondas de quatro metros, varreu o areal de uma ponta a outra e levou uma parte significativa dos inertes, artificialmente colocados no Verão passado para dar mais espaço aos banhistas. Ontem, tudo voltou à normalidade: na mesma semana em que começou a cair neve na serra da Estrela, no Algarve os turistas atiravam-se ao mar, com a água a 20 graus – quase à mesma temperatura do ar.

O vice-presidente da Câmara de Aljezur, José Gonçalves, foi ver o que restava da intervenção feita pela Sociedade Polis Litoral do Sudoeste Alentejano na praia de Odeceixe. “Nada de especial, isto faz parte da dinâmica costeira”, comentou. Depois da tempestade, chega a calma e, na praia já recomposta, um casal de estrangeiros praticava ioga, fazendo “saudações ao sol”.

O autarca, em declarações ao PÚBLICO, defende a necessidade de dar continuidade ao projecto de requalificação de Odeceixe e completar a intervenção na praia, construindo paliçadas e um passadiço para ajudar a reconstruir a duna. A



Depois da tempestade, os turistas voltaram aos banhos

dúvida, acrescentou, está em saber qual a melhor altura para fazer as obras: “O Inverno ainda só agora começou, não sabemos o que está para vir.”

O que se passou na costa vicentina, diz o presidente da Administração Hidrográfica do Algarve (ARH), Sebastião Teixeira, foi uma “situação normal, embora pouco frequente”. A forte ondulação coincidiu com uma maré de águas vivas e isso fez com que uma parte das recargas de areias tenha desaparecido. O areal de Odeceixe emagreceu quase um metro.

Um outro caso de destruição foi o que se passou na praia Dona Ana, em Lagos – uma obra que gerou muita polémica por causa da artificialização de uma das praias mais bonitas da região. “Temos de deixar o mar fazer o seu trabalho”, observa Sebastião Teixeira, adiantando que foi calculado uma sobrecarga de 15% a 25% de areia para antecipar o seu desaparecimento no primeiro Inverno após a intervenção. Por outro lado, adiantou, a praia também deverá rodar 5 a 10 graus no sentido do ponteiro dos relógios, de modo a que o leixão que foi construído fique dentro de água.

Em Odeceixe, António Filipe, engenheiro químico, reformado, é dos veraneantes habituais. “Conheço esta praia há 52 anos e assisti às muitas transformações que sofreu.” Por isso não ficou surpreendido por ver o mar galgar a praia e chegar até ao rio. A praia fluvial, criada artificialmente no último Verão com recargas de areia onde antes existiam pedras, escorregou para o leito da ribeira. No passado, disse, “já existiu ali praia, depois desapareceu”. O ecossistema tem vindo a sofrer alterações que não se explicam apenas pela erosão marítima. Antes das plantações dos eucaliptos na serra de Monchique, observou este engenheiro, chegava grande quantidade de água à ribeira e isso deixou de acontecer, tendo consequências a vários níveis. “Ainda conheci arrozais, plantados aqui nesta várzea”, exemplificou.

O vice-presidente da câmara promete lutar para voltar a repor a praia fluvial. “Queremos ter no próximo ano duas bandeiras azuis nesta praia, uma do lado do mar e outra do rio.” O director da ARH promete que as obras de requalificação desta zona balnear vão ser retomadas até final do ano. E o mau tempo? “Pois é sempre um risco, mas não se pode fazer no Verão.”

30 de outubro de 2015

PÚBLICO, SEX 30 OUT 2015 | 17

### Despacho não fala em tuk tuk

**D**Toda a gente conhece como "tuk tuk" os "triciclos ou ciclomotores" usados na "actividade de animação turística" a que se refere o despacho de Fernando Medina. Mas porque será que a expressão "tuk tuk" nunca é utilizada pelo autarca? A explicação já dada pelo próprio é a de que as normas camarárias não se aplicam apenas a esses triciclos, mas a uma gama alargada de veículos definidos apenas como "especialmente adaptados" para a "realização de circuitos turísticos". As cautelas do autarca poderão, no entanto, explicar-se com a advertência dirigida há meses ao seu gabinete por Renato Ladeiro, um empresário de Coimbra que, segundo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), detém o "direito exclusivo" de usar a marca *Tuk Tuk* em Portugal para identificar aqueles veículos. De acordo com o empresário, que tem em tribunal dezenas de processos contra empresas do ramo, o uso dessa designação por terceiros atenta contra os seus direitos de propriedade, uma vez que ele é o único titular daquela marca desde que a registou em seu nome, em 2011, no INPI. A questão não é, porém, pacífica e tem sido objecto de interpretações distintas nos tribunais e o INPI ainda não esclareceram em definitivo. **J.A.C.**

houve uma "audição das freguesias abrangidas e de empresas representativas do sector".

#### Criticas dos operadores

O presidente da Associação Nacional de Empresários de Tuk Tuk criticou entretanto, em declarações à Lusa, a actuação do município, acusando-o de "ingerência". "Isto é um absoluto disparate. É uma ingerência da Câmara de Lisboa numa actividade privada que não tem autoridade para regular", afirma Paulo Oliveira. O empresário diz ainda que a associação tem "acompanhado,

juridicamente, toda esta situação", acrescentando que "o despacho do senhor presidente não terá a última palavra".

"Não são de excluir acções para transmitir o nosso descontentamento [inclusive a nível judicial], mas a seu tempo serão divulgadas", avisa Paulo Oliveira, segundo o qual o despacho no centro da polémica foi produzido "de forma unilateral". O empresário rejeita ainda que a actividade dos veículos com aqueles com que a sua empresa trabalha seja "o mal da cidade".

Já Ricardo Carvalho, da Eco Tuk Tours, lamentou, em declarações ao PÚBLICO, que empresas como a dele, que utilizam apenas veículos eléctricos, "levem por tabela", mesmo não contribuindo para o ruído e a poluição. "Devia haver uma diferenciação entre os veículos a diesel e os eléctricos", defende, acrescentando que vai pedir uma reunião com a câmara para estudar formas de adaptação às restrições.

"Respeitamos as novas regras, mas vamos ter de reformular os *tours*", antecipa. O que mais o preocupa não é tanto a proibição de circular no interior do Bairro Alto, onde não costuma ir apanhada com os turistas, nem no Castelo, onde já não vai por ser "uma grande confusão".

O problema, diz, está em Alfama, onde mesmo agora os veículos da Eco Tuk Tours não costumam entrar nas ruas mais estreitas, mas as novas regras são ainda mais limitadoras. "Talvez façamos um complemento a pé, estacionando nas imediações, para tentar minimizar a falha", admite Ricardo Carvalho, sublinhando que os turistas pedem para conhecer o bairro com mais pormenor. "Mas não sei se vai correr bem", acrescenta, considerando que este será "o verdadeiro teste para ver quem sobrevive".

O empresário teme também o impacto das novas regras no comércio local, uma vez que os condutores dos triciclos motorizados vão deixar de poder largar passageiros à porta de muitos estabelecimentos que recomendam.

Por seu turno, o presidente da Junta de Freguesia de Santa Maria Maior aplaude a medida da câmara. "Sempre me bati por isso", afirma Miguel Coelho, sublinhando que "há ano e meio" que tenta convencer o município da necessidade de apertar as regras para travar o "pesadelo" em que vivem os moradores. Agora, "é preciso fiscalizar", avisa o autarca socialista.

## Passoio marítimo vai ser aumentado

Oeiras  
Cláudia Carvalho Silva

As obras de extensão do Passoio Marítimo de Oeiras arrancam a 9 de Novembro e terão a duração de 360 dias. O novo segmento tem quase dois quilómetros, está orçado em cerca de 2,5 milhões de euros e fará a ligação entre a Baía dos Golfinhos, em Caxias, e a Praia da Cruz Quebrada, perto do Parque Desportivo do Jamor. Esta é a terceira fase do projecto do Passoio Marítimo de Oeiras, que compreende a construção de uma ciclovia e cujo objectivo final é "ligar toda a costa oeirense, de Oeiras a Algés", explica a assessora de imprensa da Câmara de Oeiras.

Esta empreitada corresponde ao terceiro acrescento do passoio marítimo, que será construído numa extensão de 1990 metros, com o valor de adjudicação de 2.535.088 euros. O troço terá a largura mínima de 7,5 metros, estando cinco metros destinados à circulação pedonal e os restantes 2,5 metros reservados para a ciclovia. De acordo com a autarquia, um dos objectivos da empreitada é criar uma zona "aprazível para actividades de lazer e desporto".

O passeio marítimo abrange, actualmente, 40% da frente ribeirinha. No final desta obra, totalizará 5840 metros de extensão não contínuos, pois existe uma interrupção entre Paço de Arcos e Caxias. Esta zona ainda não se encontra ligada, porque se encontra em "fase de estudo, já que se reveste de uma complexidade maior", afirma a assessora de imprensa, acrescentando que a autarquia espera conseguir, futuramente, resolver esse problema.

A primeira fase deste percurso ribeirinho foi concluída em Abril de 2002, com a criação de um troço de 2300 metros, desde o Forte de São Julião da Barra até à Praia de Santo Amaro de Oeiras. A segunda fase, acabada em 2009, teve o custo de cinco milhões de euros e estabeleceu a ligação entre Santo Amaro de Oeiras e a Praia de Paço de Arcos, num total de 1450 metros.

A razão para as obras terem início em Novembro está relacionada com o prazo do concurso público. A câmara esclarece que "o processo terminou há pouco, pelo que só agora se poderá avançar com a obra". Durante os 360 dias de duração dos trabalhos, o acesso da população ao troço estará interdito. **Texto editado por José António Cerejo**

**TEATRO MUNICIPAL JOAQUIM BENITE**  
CRIAÇÃO  
TEATRO DA CORNUCÓPIA  
COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA

# HAMLET

De William SHAKESPEARE  
Tradução de Sophia de Mello BREYNER  
Encenação de Luis Miguel CINTRA

**Até 15 NOV**  
QUA e QUI // 20H00  
SEX e SÁB // 21H00  
DOM // 16H00  
Espaço ATL disponível

**O TEATRO (COIMBRA)**  
**AS TRÊS IRMÃS (MAKING OF)**  
A partir de Anton TCHECOV  
Enc. de Marco António RODRIGUES

**6, 7 e 8 NOV**  
SEX e SÁB // 21H30  
DOM // 16H00  
Espaço ATL disponível

GOVERNO LUSO PORTUGAL | INSTITUTO NACIONAL DE GESTÃO DE ARTES ESCENICAS | ALMADA - COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA

Tel.: 21 273 93 60  
www.ctalmada.pt

SÉRIE ESPECIAL

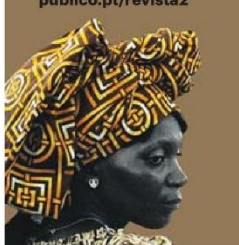
# RACISMO EM PORTUGUÊS COMO FOI, COMO É?

Um grande P

Cinco países. Cinco viagens. Cinco reportagens. Angola, Guiné, Moçambique, Cabo Verde e São Tomé. Os portugueses foram mais brandos e menos racistas, como o luso-tropicalismo nos quis fazer acreditar? A Revista 2 explora um país por mês até Março.

publico.pt/revista2

DOMINGO ANGOLA 2



3 de novembro de 2015

PÚBLICO, TER 3 NOV 2015 | LOCAL | 13

## Maioria de esquerda rompe com a direita em Faro em defesa de um parapléjico

Algarve  
Idílio Revez

Um jovem pretende construir uma moradia em zona REN. A oposição aprovou, mas o presidente da câmara foi para tribunal

Na Câmara de Faro, os vereadores da oposição (PS e CDU) – em maioria no executivo – uniram-se contra a coligação de direita para aprovar a construção de uma casa em zona de Reserva Ecológica Nacional (REN), destinada a um parapléjico. O presidente da câmara, Rogério Bacalhau (PSD), derrotado, queixou-se ao tribunal por considerar “nulo” o acto administrativo, que teve parecer técnico desfavorável. As razões “humanitárias” e o direito constitucional à habitação, invocados pelo requerente, não demoveram a coligação de direita (PSD/CDS-PP/MP/PPM), que entendeu ter prioridade o cumprimento dos regulamentos.

A pretensão urbanística – construção de uma moradia T2 em substituição de uma velha casa já existente, com 31,18 metros quadrados – viola, segundo pareceres técnicos, o Plano Director Municipal (PDM). O requerente é Filipe Nascimento, de 38 anos – um engenheiro que ficou dependente de uma cadeira de rodas em consequência de uma grave acidente de moto numa prova de rali. O projecto destina-se à construção de uma casa, adaptada à mobilidade reduzida, situada próximo da casa dos pais (em quem vive há dez anos, em Estói), para ter a necessária ajuda em caso de emergência.

Na reunião de câmara, no final da semana passada, o vereador do PS, Paulo Neves, voltou à carga com este assunto. O autarca, que foi cabeça de lista nas últimas eleições, propôs que o município promovia a limitação da REN (independentemente da revisão do PDM, em curso há mais de um ano), uma vez que não se trata de caso único. “Não podemos estar aqui a deliberar como se estivéssemos num jogo de faz-de-conta”, disse. O que está em causa, justificou, não é avaliar de forma abstracta. Exemplificou: “Aprovámos a construção de uma *stand* de automóveis numa zona de pré-parque da ria Formosa, como base num projecto que seria para observação de aves”. Mas não se ficou por aqui nas denúncias. “Há ainda aquela po-

çilga, licenciada depois de ter sido declarada de interesse público municipal”, acrescentou.

Rogério Bacalhau concordou com a necessidade de existir uma “revisão das leis, não apenas da REN mas também da Reserva Agrícola Nacional (RAN) para adequar os instrumentos de ordenamento do território às novas exigências. “Nisso estamos do mesmo lado, divergimos é na forma de lá chegar”, afirmou, referindo-se ainda aos núcleos urbanos das ilhas-barreira, cujo perímetro a oposição pretende ver delimitados sem que tenha de esperar pela revisão de um PDM, em vigor há 20 anos.

A Câmara de Faro, tal como a maioria dos municípios algarvios, não usou da prerrogativa que lhe confere a resolução do Conselho de

# 31,18

O projecto prevê a construção de uma moradia T2 em substituição de uma velha casa já existente, com 31,18 metros quadrados

Ministros n.º 81/2012, para propor ao Governo a delimitação da REN. Essa situação, criticou Paulo Neves, leva à apreciação dos projectos de uma “forma casuística”. Por comparação com o projecto de Filipe Nascimento, apontou outra situação ambígua: “Numa propriedade, situada ao lado desta [sitio das Peleiras, Estói] está a ser construída uma casa nova.” Por isso, questionou os critérios técnicos ou científicos que presidem à classificação desta parcela como pertencente à

REN. “Muitas das vezes é apenas a grossura do traço do desenho no mapa”, comentou. Rogério Bacalhau defendeu-se alegando que não está em causa a sua opinião pessoal, mas o cumprimento dos regulamentos urbanísticos. “É uma questão de lei”, enfatizou. Não foi referido, mas ficou no ar o exemplo de Macário Correia, que perdeu o mandato na Câmara de Faro por ter licenciado obras contra o parecer dos técnicos, quando era presidente da Câmara de Tavira.

Por seu lado, o vereador da CDU, António Mendonça apelou ao executivo para que olhe as pareceres técnicos com sentido crítico. “Não me candidatei para ser burocrata”. A este propósito puxou pelo parecer, negativo, emitido pela direcção regional da cultura, acerca de uma construção na zona velha da cidade, que estava na ordem de trabalhos.

O presidente da câmara reconheceu ser “inconclusivo” o juízo de valor, atendendo à forma como estava redigido. Por isso, mandou o assunto baixar à reapreciação. No processo de Filipe Nascimento, aquando da votação em 12 de Março de 2015, quando a oposição fez valer a força da maioria, o autarca comunista declarou que votava favoravelmente, dado a “excepcionalidade do requerente, associada ao facto de não estar em causa qualquer interesse público relevante”. O advogado José Morais, em defesa do cliente, resumiu: a queixa sobre um acto que se afigura nulo ao presidente da câmara resultou do “facto de não ter conseguido impor a sua vontade [à oposição]”. O conflito aguarda julgamento no Tribunal Administrativo e Fiscal de Loulé.



O presidente da câmara não se conforma com a decisão da maioria

## O novo edifício de habitação no Cinema Europa vai dar tecto à cultura

Lisboa  
Cláudia Carvalho Silva

A construção de um espaço cultural com biblioteca no prédio foi financiada pelo Orçamento Participativo. O espaço inaugura-se em 2016

O novo edifício do Cinema Europa – agora dedicado à habitação depois de o antigo ter sido demolido em 2010 – terá no seu piso térreo uma área cultural que integrará uma biblioteca e uma sala polivalente. Este novo local pretende servir a população e “preservar a memória do Cinema Europa do ponto de vista cultural”, refere Pedro Cegonho, presidente da Junta de Freguesia de Campo de Ourique. O protocolo de delegação de competências para a utilização do espaço foi assinado ontem.

A assinatura do protocolo passa a gestão do espaço para a Junta de Freguesia de Campo de Ourique e serve como contratualização para realizar a obra de instalação do espaço cultural. O protocolo foi assinado no Edifício Cinema Europa, que fica no gaveto da Rua Francisco Metrass e da Rua Almeida e Sousa. Estiveram presentes o presidente da Câmara de Lisboa, Fernando Medina, e a vereadora da cultura, Catarina Vaz Pinto.

“Nesta zona não há nenhuma biblioteca que sirva a população”, afirma Pedro Cegonho, acrescentando que existe uma grande comunidade escolar nas redondezas e uma grande parte da população está reformada, razão que torna este equipamento uma mais-valia. “O principal objectivo é que todos possam usufruir deste espaço”, acrescenta.

O presidente da junta explica que a biblioteca será “a âncora do projecto”, pretendendo-se que seja “moderna, com acesso a novas tecnologias”, com *wi-fi* público, uma zona de estar, um espaço de leitura para adultos e outro para crianças. O espaço também terá uma sala polivalente com uma “estrutura muito flexível para programas de tipologias diferentes”, refere o autarca. “Pode albergar uma exposição de pintura, concertos, actividades de formação ou mesmo uma reunião de condomínios se não tiverem espaço onde reunir-se”, exemplifica. O equipamento será inaugurado em 2016.

O Cinema Europa foi projectado pelo arquitecto Raul Martins e inaugurado no final de 1930. Encerrou passado pouco tempo e em 1936 é re-



A escultura de baixo-relevo de Euclides Vaz foi mantida

aberto depois de uma remodelação do arquitecto José Carlos Silva.

Em 1958, o edifício é demolido e é construído no mesmo local o novo Cinema Europa, inaugurado em 1966 com projecto de Antero Ferreira e escultura de baixo-relevo da deusa Europa do escultor Euclides Vaz. Nesta altura, funcionou como cinema, mas também como estúdio para concursos televisivos.

Fechou portas em 1981, mas só em 2004 se fez a desafecção do espaço. Em 2010, foi demolido e no seu lugar é construído um novo edifício de habitação, a cargo da construtora Granvale, que manteve a figura de baixo-relevo na fachada do edifício. O piso térreo foi adquirido em Dezembro de 2013 pela Câmara de Lisboa, um processo feito no âmbito de licenciamento no valor de 1,4 milhões de euros.

O movimento cívico SOS Cinema Europa surge em 2005, mobilizado com o objectivo de criar um equipamento cultural no rés-do-chão do novo edifício. O grupo apresentou uma proposta ao Orçamento Participativo de 2009/2010 da CML, tendo sido a segunda proposta mais votada.

Foi atribuída uma verba de 690 mil euros para a concretização do projecto: 498 mil servirão para a obra de execução e 176 mil para a aquisição de bens móveis e de mais de 8000 livros. Qualquer valor restante será utilizado na compra de mais livros.

O grupo SOS Cinema Europa ajudará na gestão do plano cultural. Apesar de ainda não haver um plano de actividades definido, o presidente da junta acredita que vão conseguir apresentar “uma grande oferta cultural”. **Texto editado por Ana Fernandes**



4 de novembro de 2015

PÚBLICO, QUA 4 NOV 2015 | LOCAL | 17



**“O regresso da feira popular é o sonho de muitos e muitos lisboetas”**

**Fernando Medina**  
Presidente da CML



ai passar para a sua terceira casa na cidade

## Em Portugal, não há montanhas-russas nem parques de diversões depois do Verão

**Cláudia Carvalho Silva**

Portugal é o único país europeu que não tem montanha-russa em funcionamento. A única que existe a nível nacional está no Aquashow, um parque aquático no Algarve, que só abre durante a época balnear. Apesar de existirem muitos parques aquáticos, não existem soluções para quem procure um parque de diversões perto da capital ou fora dos meses de Verão. A solução mais viável acaba por ser deslocar-se a um dos parques de atrações em Espanha. Luís Fernandes, presidente da APED (Associação Portuguesa de Empresas de Diversão), diz que a razão para a falta de espaços de diversão em Portugal passa pela falta de apoios.

Nesta altura, “não há nenhuma montanha-russa em funcionamento”, afirma Luís Gonçalves. As empresas de diversão têm de pagar impostos, com o valor do IVA a 23%, e têm de pagar a renda do espaço por metro quadrado. “Cada câmara pede o que quer, o problema em Portugal é que não há uma política central de regulação”, afirma, explicando que algumas autarquias pedem três a quatro euros por metro quadrado quando uma montanha-russa pode chegar a ter dois mil metros quadrados.

O tempo também é contabilizado e pago. As montanhas-russas ficam durante cerca de um mês no local e o processo de montagem demora uma semana e o de desmontagem outra. A isto, junta-se o valor da aquisição do equipamento (que pode variar entre os 700 mil e o milhão de euros), as despesas de manutenção e a falta de apoios.

Em Portugal, sob a designação “parques de diversões”, surgem vários parques mas só um tem atrações do género da Feira Popular e dos parques internacionais, embora grande parte das atrações seja dedicada a crianças e não haja nenhuma montanha-russa. É o Magikland, o sucessor da Bracalândia, agora localizado em Penafiel. É o único parque de diversões fixo e não aquático em Portugal, mas encerra de Outubro a Fevereiro.

A única montanha-russa de Portugal, a do Aquashow, foi considerada a maior da Europa até ser ultrapassada

por uma dinamarquesa em 2014. O parque aquático só está aberto nos meses de Verão e encerra de Outubro a Abril.

Existem pelo menos doze parques aquáticos em Portugal, em oposição a um único parque de diversão. Luís Fernandes explica que isto acontece pois os parques de diversões não recebem qualquer tipo de apoio. De qualquer modo, explica que o que o assusta “não é o investimento, mas a sobrevivência num mercado de exploração e burocracia”.

Com o anúncio da reabertura da Feira Popular de Lisboa em Carnide, Luís Fernandes espera que “seja desta” que a feira sobreviva. Acredita que Portugal tem capacidade de resposta para ocupar estes terrenos “com ajuda de um controlo público e não só privado”.

O presidente da associação diz que, apesar de “nenhuma empresa ter capital de rentabilidade sozinha”, no caso da Feira Popular, o negócio é possível se for dividido por várias entidades. E afirma que nas duas principais cidades portuguesas, a existência de parques de diversões

e de montanhas russas seria uma opção “sustentável”.

“Não significamos nem 1% no mercado europeu de diversões”, refere Luís Fernandes, acrescentando que nos outros países europeus existem ajudas e alguns países os empresários são auxiliados em “mais de 30% do capital”.

Para quem procura parques de diversões em Portugal nesta época do ano, “não há alternativa”, afirma o responsável. Ou se opta pelas feiras tradicionais, que ocorrem mais no Verão, ou a opção mais perto fica em Espanha.

Na infografia nesta página, foram excluídos os parques aquáticos e de actividades radicais espanhóis, ambos existentes em número superior aos portugueses. Em contraste com o único parque de diversão português, existem nove em Espanha e todos com montanhas-russas. É um valor desproporcional mesmo tendo em conta as diferentes dimensões dos países. Só em Barcelona existem dois parques de diversões; em Lisboa e no Porto, zero. **Texto editado por Ana Fernandes**

### e a Feira Popular vai para Carnide

mais informação e alertam para impactos na zona

nomeadamente em termos de trânsito e de ruído. A esse respeito, o autarca lembra que a nova feira popular será “um foco gerador de ruído” e irá implicar um acréscimo do tráfego automóvel na zona.

Também António Prôa, do PSD, se diz “preocupado” com o impacto que a instalação da feira popular terá no território. “É preciso saber que cuidados haverá com os moradores”, frisa, sublinhando a necessidade de se compatibilizar a instalação do novo equipamento com o seu “descanso”.

O autarca quer também perceber “que estudos foram feitos”. “Isto é apenas uma ideia ou é uma ideia consistente?”,

pergunta, defendendo ainda a urgência de haver esclarecimentos sobre qual é o investimento que a câmara prevê fazer neste projecto e sobre o prazo em que se propõe concretizá-lo.

António Prôa dá ainda nota de “alguma insatisfação” pelo facto de Fernando Medina ter “sonogado informação aos órgãos do município” e ter escolhido anunciar a nova localização da feira popular em conferência de imprensa. “Em qualquer caso, é uma boa notícia, que infelizmente demorou muito”, conclui, lamentando que não tenha sido ainda encontrada uma solução para o Parque Mayer. **I.B.**

### Espanha tem (quase) o monopólio dos parques de diversão na Península



Fonte: PÚBLICO

5 de novembro de 2015

14 | LOCAL | PÚBLICO, QUI 5 NOV 2015

# Moradores contra demolições mas câmara diz que é o que tem de ser feito

As habitações da Fonte da Telha serão demolidas para que seja feita uma reordenação do território, uma decisão que está a gerar protestos entre moradores e comerciantes. Serão realojados, garante a autarquia

**Fonte da Telha**  
Cláudia Carvalho Silva

Grande parte dos edifícios da Fonte da Telha será demolida para que possa haver uma requalificação urbanística daquela zona. De acordo com documentos divulgados pela Câmara de Almada, o principal problema destas habitações tem que ver com “a instabilidade da arriba fósil e a proximidade do mar”. Os moradores e comerciantes da Fonte da Telha não estão satisfeitos com a decisão e não querem perder as suas casas e estabelecimentos comerciais. Ontem, a Câmara de Almada anunciou em nota de imprensa que compreende as preocupações dos habitantes, mas garante que estes “muito beneficiarão com a melhoria das condições gerais” do território na Fonte da Telha.

São cerca de 400 pessoas que moram nas habitações cuja demolição está prevista no plano de pormenor da Fonte da Telha. A câmara sublinha que se trata de uma proposta “em fase de apreciação e discussão pública”, em que podem ser feitas alterações de modo a incluir “contributos relevantes”.

Neste plano de pormenor está previsto o realojamento dos moradores, mas também a reconstrução de alguns dos estabelecimentos comerciais em locais apropriados, em conformidade com o plano de ordenamento da orla costeira Sintra-Sado. O futuro local de alojamento que será feito na Fonte da Telha terá como destinatários a “comunidade piscatória pré-existente” e prevê a construção de 70 casas. Todos os que não se enquadrem nesta categoria serão realojados fora da área de intervenção, em habitações municipais.

Para quem queira manifestar a sua opinião sobre o plano de pormenor, haverá uma sessão pública que se realizará hoje, às 21h, no Auditório Costa da Caparica, dentro do Centro Comercial O Pescador. Nesta reunião será apresentada e discutida a proposta de plano de pormenor da Fonte da Telha, cuja fase de discussão termina a 12 de Novembro, data correspondente aos 90 dias depois da sua divulgação em *Diário da República*.

Os moradores vão aproveitar es-



O futuro local de alojamento na Fonte da Telha terá como destinatários a “comunidade piscatória pré-existente” e prevê 70 casas

**São cerca de 400 pessoas que moram nas habitações cuja demolição está prevista no plano de pormenor da Fonte da Telha**

ta fase de discussão pública para contestarem as demolições. Tem havido alguma indignação devido à autorização da permanência de alguns estabelecimentos comerciais, mesmo estando mais perto da linha do mar.

Esses três serviços de apoio à praia – o Bambu Bar, o Rampa e o Lareira – não serão demolidos por já terem

seido construídos cumprindo as indicações do plano de ordenamento da orla costeira de Sintra-Sado. Os outros sete locais de comércio, entre os quais o Retiro dos Pescadores, serão demolidos e reconstruídos em zonas mais altas, de modo a evitar problemas devido à instabilidade desta zona litoral.

Entre os principais objectivos deste plano de pormenor, que tem uma área de intervenção de 85 hectares, está também o reordenamento da circulação viária, a qualificação do perímetro urbano, a criação de espaços de estacionamento, a definição da localização dos apoios de praia e a renaturalização do espaço entre a arriba e o cordão dunar.

Através do seu departamento de comunicação, a Câmara de Almada diz compreender as preocupações dos moradores, mas reitera que a ausência de intervenção naquela

parcela do território “não serve os reais interesses dos residentes, dos comerciantes e dos pescadores”.

A autarquia afirma a sua determinação em assegurar a “conservação do valioso património humano, cultural e económico ali existente”, sendo para isso necessária a “criação de condições para que no futuro a comunidade se possa manter junta”. O plano de pormenor antecipa a construção de uma “malha urbana qualificada, adequada ao realojamento da comunidade piscatória residente e à valorização da respectiva actividade”.

De acordo com os termos de referência do plano de pormenor, a área da zona da Fonte da Telha foi “objecto de uma ocupação urbana ilegal”, maioritariamente nas décadas de 70 e 80. Segundo o mesmo documento, este “aglomerado de edificações”, que se estende por cerca de dois qui-

lómetros, corresponde a uma área “urbanisticamente desqualificada e paisagisticamente degradada”, para além das condições instáveis do mar e da arriba.

O projecto está orçado num total de 29,5 milhões de euros e só as demolições terão um custo de 3,9 milhões. Para as expropriações dos terrenos (onde será construído o novo núcleo urbano) estão reservados outros 3,9 milhões de euros e o realojamento fora da Fonte da Telha custará 2,7 milhões. A fase de edificação, que prevê a construção de uma igreja e de uma escola de desportos náuticos, está avaliada em 8,2 milhões de euros. Já a renaturalização terá um custo de 1,6 milhões e permitirá a recuperação do sistema dunar através da plantação de espécies que permitem reter as areias. **Texto editado por Ana Fernandes**

6 de novembro de 2015 – Edição Porto

18 | LOCAL | PÚBLICO, SEX 6 NOV 2015

## Reaver concessão da água custa 87 milhões de euros à Câmara de Barcelos

**Autarquias**  
Samuel Silva

**Autarquia aprovou “acordo de princípio” com privados por um valor que é menos de metade da cláusula de resgate do contrato original**

A Câmara de Barcelos vai ter que pagar, até ao próximo mês de Janeiro, 87 milhões de euros ao consórcio privado que gere a água e saneamento no concelho, de modo a reaver a propriedade da rede concessionada em 2004. A verba acordada representa menos de metade da cláusula de resgate do contrato original e da indemnização para o reequilíbrio financeiro da empresa que a autarquia tinha sido obrigada a pagar por decisão judicial. Não é ainda o ponto final na polémica, mas o presidente do município, Miguel Costa Gomes, acredita que abriu “um caminho” para resolver o problema.

O acordo entre a autarquia e o consórcio privado, detido a 75% pela AGS – uma empresa que pertence ao grupo Somague mas foi vendida no ano passado a uma firma japonesa – recebeu “luz verde” dos vereadores do executivo municipal de Barcelos, numa reunião extraordinária que se realizou ontem. Este entendimento tem ainda que ser validado pela assembleia municipal e receber visto prévio do Tribunal de Contas, antes de poder ser concretizado.

A câmara sabe, no entanto, que vai precisar de recorrer à banca para cumprir este acordo. Na reunião de ontem foi igualmente aprovado o recurso a um empréstimo bancário por um período de 20 anos. Essa será a única forma de a autarquia conseguir cumprir o pagamento dos 87 milhões de euros ao consórcio privado que ainda detém a concessão da Águas de Barcelos. A câmara barcelense tem um orçamento para 2016 de pouco mais de 60 milhões de euros e receitas próprias anuais à volta dos 50 milhões de euros.

Numa conferência de imprensa após a reunião do executivo, o presidente da câmara valorizou o acordo alcançado. “Aquilo que se conseguiu são valores substancialmente mais baixos do que aquilo que foram as sentenças judiciais”, defende Miguel Costa Gomes.

O contrato de concessão da água e saneamento de Barcelos tinha

uma cláusula de resgate de 190 milhões de euros. Quando a empresa privada deu início a um processo de indemnização para reequilíbrio económico-financeiro da concessão – evocando as perdas geradas pelo facto de não terem sido cumpridas as estimativas de consumo que constavam do acordo original – um tribunal arbitral obrigou o município a pagar 172 milhões de euros ao concessionário. A decisão foi entretanto confirmada pelo Tribunal Central Administrativo do Norte. Neste momento, está ainda em apreciação no Supremo Tribunal Administrativo um recurso da autarquia. “Mesmo que o contrato fosse eventualmente considerado nulo, a rede nunca seria entregue ao município a custo zero”, esclarece também Costa Gomes. A autarquia teria sempre que indemnizar o privado pelos investimentos feitos na rede de água e saneamento desde 2004. Um valor que, de acordo com o presidente da câmara barcelense, está acima dos 87 milhões de euros agora acertados.

A Águas de Barcelos tem a concessão da água e saneamento no concelho desde 2004 – num acordo assinado pelo executivo municipal então liderado pelo social-democrata Fernando Reis. Entretanto, uma inspeção da IGAL (Inspeção-Geral da Administração Local), de 2011, detectou ilícitos de natureza administrativa, contra-ordenacional e criminal por parte do anterior presidente e da técnica da autarquia Perfeita Fernandes. O resultado da inspeção foi remetido para o DCIAP, que abriu um processo-crime para averiguar suspeitas de crimes de falsificação de documentos, tráfico de influências, participação económica em negócio e corrupção passiva em acto ilícito.



Concessão atribuída em 2004

## São 41 as autarquias que mais se preocupam com as famílias

**Observatório**  
Claudia Carvalho Silva

**Há 32 municípios que há três anos consecutivos se destacam no apoio às famílias. E por isso vão hastear uma bandeira**

As câmaras de Cascais, Braga e Vila de Rei são algumas das autarquias que se destacam pela tomada de medidas que facilitam a vida às famílias que vivem nos seus concelhos. Em Vila de Rei, por exemplo, há uma rede de transporte gratuito para toda a população e o jardim-de-infância também é grátis, assim como o ATL. Em Braga, há uma tarifa familiar de água, oferta de material escolar e passes gratuitos para todos os estudantes. São 41 os municípios portugueses reconhecidos como “Autarquia Familiarmente Responsável”, uma distinção atribuída pelo Observatório de Autarquias Familiarmente Responsáveis.

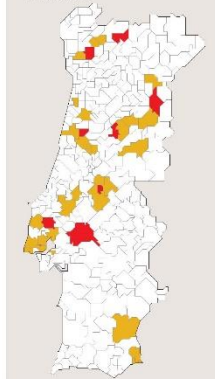
Nos inquéritos feitos pelo observatório às autarquias são “avaliadas todas as políticas familiares do município” e não só aquelas destinadas a agregados carenciados ou numerosos, explica Isabel Paula Santos, coordenadora do observatório.

O Observatório foi criado em 2008, pela Associação Portuguesa de Famílias Numerosas (APFN), de forma a dar resposta a todas as famílias e não só àquelas com mais de três filhos. O objectivo do observatório é acompanhar, divulgar e galardoar as melhores práticas das autarquias portuguesas no que toca à responsabilidade familiar. Apesar de a entrega dos prémios só ser feita a 18 de Novembro, na Associação Nacional dos Municípios em Coimbra – uma das autarquias galardoadas –, os vencedores foram anunciados ontem, na sede da Associação Portuguesa de Famílias Numerosas. Os 41 municípios receberam uma bandeira verde de autarquia familiarmente responsável.

Entre as autarquias distinguidas, as que se destacam há mais tempo são as de Águeda, Montijo, Coimbra, Sintra, Vila Real de Santo António, Torres Novas, Vila de Rei, Póvoa de Lanhoso, Santarém, Torres Vedras e Vila Franca de Xira. Ana Cid Gonçalves, secretária-geral da APFN, realça que nos municípios galardoados se nota que “o esforço permanece e que existem sempre propostas inovadoras”.

### Municípios com melhores medidas para as famílias

Autarquias premiadas:  
■ 3 ou mais anos consecutivos ■ menos de 3 anos



Fonte: Observatório das Autarquias Familiarmente Responsáveis

Isabel Paula Santos exemplifica que existem 44 autarquias com bancas de troca de manuais escolares e várias estão a aplicar descontos no IMI para famílias numerosas – em Mação chega aos 50% para quem tem três ou mais filhos. Em alguns municípios existe um “bilhete família” para transportes ou para actividades culturais em que se paga um valor fixo mensal independentemente do número de pessoas que constituem o agregado familiar. “São medidas que não custam muito às autarquias, mas que fazem toda a diferença para as famílias”, refere a coordenadora do observatório.

Os inquéritos foram preenchidos por 104 autarquias, entre Março e Maio de 2015. O preenchimento é feito online e não é obrigatório, daí que a associação não tenha dados sobre as políticas destinadas às famílias de todas as autarquias portuguesas.

A coordenadora do observatório refere que “as autarquias que participam têm dado um feedback extremamente positivo e afirmam que o inquérito acaba por ser um instru-

mento de diagnóstico interno”. A partir das respostas, são analisadas as políticas em II áreas, como o apoio à maternidade e paternidade, serviços básicos, habitação e urbanismo, transportes e as medidas de conciliação entre trabalho e família.

### Uma questão de justiça

A “necessidade de remover as penalizações” aplicadas a famílias através de certas taxas, sem existir uma consideração pelo número de elementos do agregado familiar, é um dos problemas que o observatório considera cruciais. “Há pessoas que deixam de ter acesso a bens necessários pelo seu custo”, refere Isabel Paula Santos, realçando que o preço de um bem acaba por ser multiplicado pelo número de pessoas do agregado sem que haja uma capitação do salário dos progenitores.

A tarifa da água e o IMI (Imposto Municipal sobre Imóveis) são exemplos desta “penalização pelo mesmo consumo *per capita*”. No caso da água, uma família com seis elementos pagará uma taxa mais elevada do que uma família com duas pessoas, mesmo que o consumo individual seja o mesmo, porque se considera um luxo o consumo de água em excesso a partir de uma determinada quantidade numa mesma habitação.

É esta a razão para que a Associação Portuguesa das Famílias Numerosas defenda a criação de uma tarifa familiar da água, como existe na Câmara Municipal de Braga e em outras 139 autarquias, ainda que poucas tenham medidas semelhantes para os resíduos sólidos. Ana Cid Gonçalves afirma que “não se trata de beneficiar as famílias, mas de uma questão de equidade e justiça”.

De acordo com os dados da APFN, quatro em cada 100 famílias portuguesas são numerosas (com três ou mais filhos). A média entre estas famílias é de três filhos, mas há quem ultrapasse largamente este número: a campeã registada pela associação é constituída por 17 filhos. Ana Cid Gonçalves conta que existe “um preconceito em relação às famílias numerosas, por se considerar que são ora muito pobres, ora muito ricas”, e que tem de haver um processo de “desmistificação” numa altura em que a baixa taxa de natalidade em Portugal é muito preocupante.

Ana Cid Gonçalves acredita que “as medidas mais eficazes são as que são construídas para um ciclo de vida” e não as que se focam unicamente no nascimento. **Texto editado por Ana Fernandes**

6 de novembro de 2015 – Edição Lisboa

PÚBLICO, SEX 6 NOV 2015 | LOCAL | 19

## São 41 as autarquias que mais se preocupam com as famílias

**Observatório**  
Claudia Carvalho Silva

Há 32 municípios que há três anos consecutivos se destacam no apoio às famílias. E por isso vão hastear uma bandeira

As câmaras de Cascais, Braga e Vila de Rei são algumas das autarquias que se destacam pela tomada de medidas que facilitam a vida às famílias que vivem nos seus concelhos. Em Vila de Rei, por exemplo, há uma rede de transporte gratuito para toda a população e o jardim-de-infância também é grátis, assim como o ATL. Em Braga, há uma tarifa familiar de água, oferta de material escolar e passes gratuitos para todos os estudantes. São 41 os municípios portugueses reconhecidos como "Autarquia Familiarmente Responsável", uma distinção atribuída pelo Observatório de Autarquias Familiarmente Responsáveis.

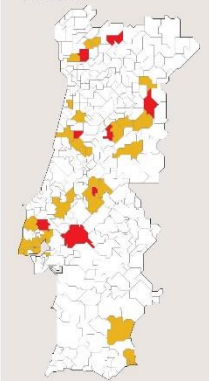
Nos inquéritos feitos pelo observatório às autarquias são "avaliadas todas as políticas familiares do município" e não só aquelas destinadas a agregados carenciados ou idosos, explica Isabel Paula Santos, coordenadora do observatório.

O Observatório foi criado em 2008, pela Associação Portuguesa de Famílias Numerosas (APFN), de forma a dar resposta a todas as famílias e não só aquelas com mais de três filhos. O objectivo do observatório é acompanhar, divulgar e galardoar as melhores práticas das autarquias portuguesas no que toca à responsabilidade familiar. Apesar de a entrega dos prémios só ser feita a 18 de Novembro, na Associação Nacional dos Municípios em Coimbra – uma das autarquias galardoadas –, os vencedores foram anunciados ontem, na sede da Associação Portuguesa de Famílias Numerosas. Os 41 municípios receberam uma bandeira verde de autarquia familiarmente responsável.

Entre as autarquias distinguidas, as que se destacam há mais tempo são as de Águeda, Montijo, Coimbra, Sintra, Vila Real de Santo António, Torres Novas, Vila de Rei, Póvoa de Lanhoso, Santarém, Torres Vedras e Vila Franca de Xira. Ana Cid Gonçalves, secretária-geral da APFN, realça que nos municípios galardoados se nota que "o esforço permanece e que existem sempre propostas inovadoras".

### Municípios com melhores medidas para as famílias

Autarquias premiadas:  
3 ou mais anos consecutivos 1 ou 2 anos consecutivos



Fonte: Observatório das Autarquias Familiarmente Responsáveis

Isabel Paula Santos exemplifica que existem 44 autarquias com bandas de troca de manuais escolares e várias estão a aplicar descontos no IMI para famílias numerosas – em Mação chega aos 50% para quem tem três ou mais filhos. Em alguns municípios existe um "bilhete família" para transportes ou para actividades culturais em que se paga um valor fixo mensal independentemente do número de pessoas que constituem o agregado familiar. "São medidas que não custam muito às autarquias, mas que fazem toda a diferença para as famílias", refere a coordenadora do observatório.

Os inquéritos foram preenchidos por 104 autarquias, entre Março e Maio de 2015. O preenchimento é feito online e não é obrigatório, daí que a associação não tenha dados sobre as políticas destinadas às famílias de todas as autarquias portuguesas.

A coordenadora do observatório refere que "as autarquias que participam têm dado um feedback extremamente positivo e afirmam que o inquérito acaba por ser um instru-

mento de diagnóstico interno". A partir das respostas, são analisadas as políticas em 11 áreas, como o apoio à maternidade e paternidade, serviços básicos, habitação e urbanismo, transportes e as medidas de conciliação entre trabalho e família.

#### Uma questão de justiça

A "necessidade de remover as penalizações" aplicadas a famílias através de certas taxas, sem existir uma consideração pelo número de elementos do agregado familiar, é um dos problemas que o observatório considera cruciais. "Há pessoas que deixam de ter acesso a bens necessários pelo seu custo", refere Isabel Paula Santos, realçando que o preço de um bem acaba por ser multiplicado pelo número de pessoas do agregado sem que haja uma capitação do salário dos progenitores.

A tarifa da água e o IMI (Imposto Municipal sobre Imóveis) são exemplos desta "penalização pelo mesmo consumo *per capita*". No caso da água, uma família com seis elementos pagará uma taxa mais elevada do que uma família com duas pessoas, mesmo que o consumo individual seja o mesmo, porque se considera um luxo o consumo de água em excesso a partir de uma determinada quantidade numa mesma habitação.

É esta a razão para que a Associação Portuguesa das Famílias Numerosas defenda a criação de uma tarifa familiar da água, como existe na Câmara Municipal de Braga e em outras 139 autarquias, ainda que poucas tenham medidas semelhantes para os resíduos sólidos. Ana Cid Gonçalves afirma que "não se trata de beneficiar as famílias, mas de uma questão de equidade e justiça".

De acordo com os dados da APFN, quatro em cada 100 famílias portuguesas são numerosas (com três ou mais filhos). A média entre estas famílias é de três filhos, mas há quem ultrapasse largamente este número: a campeã registada pela associação é constituída por 17 filhos. Ana Cid Gonçalves conta que existe "um preconceito em relação às famílias numerosas, por se considerar que são ora muito pobres, ora muito ricas", e que tem de haver um processo de "desmistificação" numa altura em que a baixa taxa de natalidade em Portugal é muito preocupante.

Ana Cid Gonçalves acredita que "as medidas mais eficazes são as que são construídas para um ciclo de vida" e não as que se focam unicamente no nascimento. **Texto editado por Ana Fernandes**

## Feira do Cavalo Lusitano junta-se à festa de São Martinho

**Golegã**

A 40.<sup>a</sup> edição da Feira Nacional do Cavalo e a 17.<sup>a</sup> Feira Internacional do Cavalo Lusitano começam hoje, na Golegã, distrito de Santarém, aliando à centenária e típica Feira de S. Martinho o desporto equestre e o negócio de equinos.

Rui Medinas, presidente da Câmara da Golegã, disse à Lusa que o certame tem vindo a contar com uma presença crescente de visitantes provenientes não só de todo o país como de vários pontos do mundo. Além de turistas atraídos pelas características da Feira de S. Martinho, que traz à vila o cheiro da castanha assada e da água-pé, tem sido crescente o número de espectadores nas inúmeras provas equestres e de compradores, em particular interessados no cavalo puro-san-

gue lusitano, afirmou o autarca.

O certame, que decorre até dia 15, arranca hoje às 8h com o Concurso Nacional Especial de Saltos de Obstáculos, realizando-se à tarde o Concurso de Atragem Nacional – Prova de Ensino e a Taça de Portugal de Equitação de Trabalho – Prova de Ensino.

Para amanhã estão agendados, para o Largo do Arneiro, Centro de Alto Rendimento e Quinta da Labruja, o Concurso de Resistência Equestre, a Taça de Portugal de TREC (passeio) – Prova de Orientação, Taça de Portugal de Equitação de Trabalho – Prova de Maneabilidade, a Gala Equestre São Martinho 2015 (à noite), o Concurso Nacional Especial de Saltos de Obstáculos e o Concurso de Atragem Nacional – Prova de Maratona.

No dia 11, Dia de São Martinho, realiza-se o tradicional cortejo dos Romeiros de São Martinho.

**TEATRO MUNICIPAL JOAQUIM BENITE**

TEATRO DA CORNUCÓPIA  
COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA

**HAMLET**  
De William SHAKESPEARE  
Tradução de Sophia de Melo BREYNER  
Encenação de Luis Miguel CINTRA

Até 15 NOV  
QUA e QUI // 20H00  
SEX e SÁB // 21H00  
DOM // 18H00  
Espaço ATL disponível

O TEATRÃO (COIMBRA)

**TRÊS IRMÃS (MAKING OF)**  
A partir de Anton TCHECOV  
Encenação de Marco António RODRIGUES

HOJE // 21H30  
AMANHÃ // 21H30  
DOM // 18H00  
Conversa com o público  
Amanhã às 18H00  
Espaço ATL disponível

COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA

**O MANDARIM**  
A partir de Eça de QUEIROZ  
Encenação de Teresa GAFEIRA

11 a 22 NOV  
SEX // 21H30  
SÁB // 18H00 e 21H30  
DOM // 18H00  
Espaço ATL disponível

Tel.: 21 273 93 60  
www.ctalmada.pt

7 de novembro de 2015

PÚBLICO, SÁB 7 NOV 2015 | 17

## Ajudas do Governo não chegaram aos comerciantes

**Albufeira**  
Idálio Revez

**A câmara vai aprovar, na próxima semana, um fundo de três milhões de euros, para realizar obras públicas**

As promessas de ajuda do Governo para minimizar os prejuízos da cheia em Albufeira não chegaram aos comerciantes. “É lamentável, as verbas dos três fundos [aprovados na quinta-feira, em Conselho de Ministros] só se destinam a cobrir os danos públicos”, disse o presidente da Associação de Comerciantes de Albufeira, Luís Alexandre, antes de uma reunião com os deputados do PS eleitos pelo Algarve. Quem acionou os seguros – e há muitos empresários que não tinham cobertura de riscos – está a ficar perplexo com o valor das indemnizações. Ao proprietário de uma moto que custou cerca de sete mil euros, exemplificou, “o seguro ofereceu 150 euros”.

O montante dos danos ainda está a ser apurado, mas os trabalhos de reparação das infra-estruturas públicas estão em curso. O vereador da Câmara de Albufeira Fernando Anastácio (PS) adiantou que “existe um consenso, a nível partidário”, para a criação de um fundo municipal no valor de três milhões de euros”. A deliberação será tomada na reunião de câmara da próxima semana. O representante da Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), Júlio Arez, adiantou que, até 31 de Dezembro, os empresários poderão recorrer a uma linha de crédito, disponibilizada pelo Turismo de Portugal. Por seu lado, o deputado José Apolinário comprometeu-se a levar as reivindicações dos empresários às entidades com poder de decisão “para que as ajudas cheguem, também, aos empresários”. Além do Turismo de Portugal, o IAPMEI é outra das entidades às quais se exige uma intervenção no processo para que haja um “plano de revitalização das actividades económicas”.

Luís Alexandre concorda com as prioridades que foram definidas no encontro, mas voltou a insistir na necessidade de corrigir o que foi mal feito em termos urbanísticos. “As obras da Polis foram uma calamidade”, enfatiza. O secretário de Estado do Ambiente, Pedro Lemos, durante a visita que fez ao local a meio da se-



**Albufeira foi atingida pelas cheias há uma semana**

mana, admitiu que Albufeira possa vir a ser considerada como “zona de risco de inundação”, juntando-se às outras 27 localidades já referenciadas no país, segundo uma lista elaborada pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA). Para que tal venha a suceder é necessário proceder a estudos, mas também algumas medidas práticas – criação de sistema de alarme prévio, bem como “eventualmente, a realocação de alguns estabelecimentos que estejam em zona de risco”, adiantou. A artéria que hoje se designa por Avenida da Liberdade – uma das mais atingidas – era no passado recente uma ribeira.

A norte da rotunda das Descobertas, a câmara construiu, há seis anos, um passeio ribeirinho, transformando uma linha d’água num túnel de cimento. Na altura, a então presidente da Administração da Região Hidrográfica (ARH), Valentina Calixto, mandou embargar as obras por falta de licenciamento. Em causa, detectou a dirigente regional (actual directora do Parque Natural da Ria Formosa), estava o risco das cheias. A obra, adjudicada por 7,25 milhões de euros, disse, poderia “vir a agravar a situação de inundações, que sucedem com frequência na Baixa da cidade”. A previsão confirmou-se no fim-de-semana passado. O então presidente da câmara, Desidério Silva (actual presidente da Região de Turismo do Algarve), defendeu a obra como estruturante para o desenvolvimento do concelho e para turismo. Além disso, aludiu, “a água da ribeira não tinha qualidade e a linha d’água estava transformada numa lixeira”. Nesse caso, respondeu Valentina Calixto, “o que se deve fazer é tratar a água, não é entubar [a ribeira]”.

## Universidade sénior foi para o centro comercial

**Lisboa**  
Claudia Carvalho Silva

**O Picoas Plaza recebe não só a Unati mas também uma delegação da autarquia e um gabinete de enfermagem**

A Universidade das Avenidas Novas para a Terceira Idade (Unati) mudou de casa e está, desde ontem, instalada num centro comercial, o Picoas Plaza, na Rua Tomás Ribeiro, em Lisboa.

A Unati foi lançada em 2014 e encontrava-se sediada na Rua Filipe Folque. A mudança de instalações deve-se ao facto de o antigo espaço não reunir “as condições necessárias”, de acordo com o presidente da Junta das Avenidas Novas, Daniel Gonçalves. “Não foi fácil encontrar o lugar certo”, acrescenta, explicando que o conseguiram “porque a motivação é imensa”.

Este ano, já se inscreveram mais de 120 pessoas e as aulas começaram a 12 de Outubro.

O preço da inscrição individual é de 70 euros anuais, mas um casal que se inscreva em conjunto paga apenas 90 euros por ano. Os alunos podem inscrever-se em seis cadeiras anuais (práticas ou teóricas).

Nesta universidade destinada aos mais velhos, os estudantes podem escolher de entre 42 cursos como pintura, acordeão, ioga, ciências da terra, danças de salão ou história de arte. Podem ainda aprender cinco línguas: alemão, inglês, italiano, francês ou espanhol.

Para além deste equipamento, o primeiro piso do Picoas Plaza acolherá também outras duas valências da junta de freguesia: uma delegação da autarquia com balcão de atendimento e um gabinete de enfermagem.

Em breve abrirá “um gabinete de estomatologia e um gabinete de clínica geral”, revela Daniel Gonçalves.

Para o presidente da junta, com estas mudanças o local reúne num “único espaço o acesso a valências fundamentais” destinadas à população da freguesia de Avenidas Novas.

Na inauguração estiveram presentes, além do presidente da junta, dois dos embaixadores da universidade: o actor Octávio de Matos e a escritora Alice Vieira. **Texto editado por Ana Fernandes**

# JAMIE OLIVER DECLARA GUERRA AO AÇÚCAR

Alexandra Prado Coelho entrevistou o chef que quer mudar o mundo

LEIA AMANHÃ  
REVISTA  
2



Leia também em:  
[publico.pt/revista2](http://publico.pt/revista2)

12 de novembro de 2015

16 | LOCAL | PÚBLICO, QUI 12 NOV 2015

## Almodôvar consegue aprovar orçamento

**Alentejo**  
Carlos Dias

Depois de um primeiro chumbo, PS e PSD entenderam-se e o documento passou

Depois do contencioso aberto com o "chumbo" do Orçamento e das Grandes Opções do Plano para 2016 pelo executivo municipal de Almodôvar em 30 de Outubro, as organizações do PS e do PSD alcançaram o consenso mínimo para os documentos serem aprovados na reunião extraordinária realizada antontem.

O vereador social-democrata Ricardo Colaço absteve-se e os documentos passaram com o voto de qualidade do presidente da câmara, António Bota (PS). Os dois vereadores do movimento Independentes por Almodôvar votaram contra.

António Sebastião, eleito por esta força política e anterior presidente da Câmara de Almodôvar, insistiu que o conteúdo das propostas de Orçamento e Grandes Opções do Plano para 2016 "não correspondem aos interesses das populações", lamentando que as propostas que o movimento apresentou não tenham tido acolhimento.

António Bota assumiu o seu desconforto com a posição novamente expressa pelo movimento Independentes por Almodôvar, ao insistir nos mesmos argumentos para "dificultar o trabalho do executivo" quando o que está em causa, na sua opinião, "é o bem-estar da população".

Depois da reprovação do Orçamento e Grandes Opções do Plano, os dirigentes concelhios do PS e PSD retomaram as negociações em busca de um entendimento "mínimo" que acabou por ser alcançado. Ricardo Colaço justificou a mudança de posição na sua página do Facebook tendo em conta a "governabilidade" do município, apesar de reconhecer que há "poucas diferenças" entre as duas versões dos documentos agora aprovados, onde está contemplada "a maioria das propostas apresentadas" pelo seu partido.

O problema está nas dotações orçamentais que são necessárias para materializar as propostas avançadas pelo PSD, que pecam por serem insuficientes, observa o vereador do PSD.



A intenção da autarquia é disponibilizar casas a menos de 505 euros para famílias de classe média

## Casas com renda acessível nos planos da Câmara de Lisboa para o Vale de Santo António

**Habitação**  
Inês Boaventura

Autarquia resolveu litígio de anos e retomou os terrenos localizados junto à Avenida Mouzinho de Albuquerque

Com a abstenção de todos os vereadores da oposição, a Câmara de Lisboa deu luz verde à devolução à Sociedade de Construções João Bernardino Gomes do valor que esta tinha adiantado ao município por conta de uma aquisição de terrenos, no Vale de Santo António, que não chegou a concretizar-se. Agora que este litígio chegou ao fim, a câmara admite consagrar os terrenos na freguesia da Penha de França ao programa de renda acessível que foi anunciado por Fernando Medina em Abril.

Como o PÚBLICO noticiou, a proposta que foi discutida ontem em reunião camarária prevê o pagamento pela autarquia de 46 milhões de euros àquela sociedade. A maior parte desse valor (44,729 milhões) corresponde ao montante que tinha sido adiantado ao município na sequência de contratos de promessa de compra e venda celebrados em 2004 e em 2005, havendo que acrescentar 1,3 milhões de euros referentes ao pagamento de juros.

Na proposta, que foi aprovada com os votos favoráveis da maioria e a abstenção do PSD, PCP e CDS, o presidente da câmara, Fernando Medina, sublinha que o acordo alcançado com a Sociedade de Construções João Bernardino Gomes "permite libertar o município de um litígio de anos". A grande questão que se coloca agora é perceber qual é o destino que o município vai dar aos terrenos, localizados junto à Avenida Mouzinho de Albuquerque.

Segundo o PÚBLICO apurou, a intenção de Fernando Medina é utilizá-los na concretização do programa de renda acessível que anunciou em Abril, quando tomou posse como presidente da câmara. Aquilo que se pretende com esse projecto é colocar no mercado habitações, tanto novas como requalificadas, com rendas mensais inferiores a 505 euros, dirigidas a famílias de classe média.

A apresentação desse programa deverá, segundo declarações anteriores do autarca socialista, ocorrer até ao final deste ano, mas sabe-se já que um dos locais em que a autarquia pretende concretizá-lo é a Colina de Santana. Mais concretamente as ruas de São Lázaro e das Barracas, para as quais já foi aprovada a delimitação de uma área de reabilitação urbana.

Na reunião da Assembleia Municipal de Lisboa que se realizou antontem, o vereador do Urbanismo revelou uma outra localização em estudo

para o programa de renda acessível: a zona do Bairro das Furnas, junto a Sete Rios. De acordo com o autarca, essa ideia só poderá concretizar-se quando se der a saída do local das instalações da União Zoófila.

Agendadas para a reunião camarária de ontem estavam várias propostas relacionadas com a futura Feira Popular de Lisboa, uma referente às obras previstas para o Pavilhão Carlos Lopes e outra relativa ao lançamento de um concurso para a renovação do Jardim da Praça do Império. Todas elas foram adiadas para uma reunião extraordinária que se realizará amanhã.

Discutida e aprovada por unanimidade, depois de terem sido introduzidas várias alterações ao documento original, foi uma moção do CDS sobre o Eixo Central, entre o Marquês de Pombal e Entrecampos. No documento, assinado pelo vereador João Gonçalves Pereira, diz-se que a câmara irá ponderar a divulgação, no prazo de 90 dias, dos tarifários para moradores que forem negociados pelo município com os proprietários de parques de estacionamento junto à área que vai ser intervencionada. Questionado sobre se acreditava no projecto da câmara para o Eixo Central poderá ainda sofrer alterações, que vão ao encontro das propostas por si apresentadas, o autarca diz que sim. "Tenho sempre esperança. Ainda por cima sou católico".

## Espectáculo de vídeo no Terreiro do Paço

**Natal**  
Cláudia Carvalho Silva

Os espectáculos diários contarão histórias de Natal na fachada do Arco da Rua Augusta

De 11 a 20 de Dezembro, o Terreiro do Paço volta a iluminar-se com a projecção de um espectáculo gratuito de *videomapping*, para um público de todas as idades. Todos os dias, à semelhança do que acontece nos calendários do advento, abre-se uma porta mas em vez de se receber um chocolate é contada uma história. A contagem decrescente até ao Natal é projectada na fachada do Arco da Rua Augusta e cada sessão tem a duração aproximada de 15 minutos.

Paula Oliveira, directora executiva da Associação de Turismo de Lisboa, diz, em comunicado, que este espectáculo "leva a todos os espectadores o encanto tão especial e característico desta quadra". Acrescenta que "este tipo de iniciativas pretende surpreender turistas e lisboetas e divulgar o que de melhor se faz na capital portuguesa".

A narrativa audiovisual terá como principal tema a "magia e encantos da época natalícia" e contará com elementos como uma banda de bonecos antigos, patinadores de gelo, globos de neve, pautas de música e um castelo de doces. São utilizadas cores fortes que se traduzem num universo visual esteticamente atractivo.

As projecções serão feitas três vezes por dia: às 19h, às 20h e às 21h. O espectáculo, intitulado *As Portas Encantadas*, é produzido pela Oskar & Gaspar e é promovida pela Associação de Turismo de Lisboa, em parceria com a EGEAC e com a Câmara Municipal de Lisboa.

Serão colocados 12 projectores de luz na fachada do Terreiro do Paço oposta ao Tejo para reforçar o impacto visual e iluminar a praça várias vezes durante o espectáculo.

O conceito de *videomapping* designa a projecção de vídeo em edificações de grandes dimensões.

Em Dezembro de 2014, já se realizou um espectáculo semelhante, no mesmo local, intitulado *O Fabuloso Desejo de Natal*, na altura a cargo do atelier Oculo. Têm ocorrido outras projecções em diferentes alturas do ano, concretamente nas festas da cidade. **Texto editado por Ana Fernandes**

14 de novembro de 2015

PÚBLICO, SÁB 14 NOV 2015 | LOCAL | 17

## Excursão todo-o-terreno atravessa linha férrea operacional

**Alentejo**  
Carlos Cipriano

**Infraestruturas de Portugal quer “apurar responsabilidades” da travessia de via férrea por caravana todo-o-terreno**

Um vídeo no YouTube mostra uma caravana de veículos todo-o-terreno a atravessar a linha férrea em Vale do Peso (concelho do Crato), fora de qualquer passagem de nível e recorrendo a troncos de árvores e pedras para facilitar a passagem os veículos.

O local deste atravessamento – que faz parte de um percurso de entusiastas dos veículos todos-terreno a atravessar a linha férrea em Vale do Peso (concelho do Crato), fora de qualquer passagem de nível e recorrendo a troncos de árvores e pedras para facilitar a passagem os veículos.

Contactada pelo PÚBLICO, a Refer (agora denominada Infraestruturas de Portugal) diz que “tem conhecimento da situação reportada no vídeo publicado no canal YouTube, tendo promovido a avaliação exacta do local, confirmando-se este ser no ramal de Cáceres, o qual actualmente não tem serviço comercial de transporte”.

A empresa considera que esta prática “compromete a segurança da circulação dos veículos ferroviários de inspecção, que ali circulam, bem como a segurança dos próprios intervenientes nos

atravessamentos, pelo que estão a ser desenvolvidas as diligências necessárias junto das autoridades policiais, com vista a apurar responsabilidades”.

O vídeo, com a duração de quatro minutos e meio, mostra a passagem de cinco jeeps e de uma moto todo-terreno. A maioria dos veículos tem dificuldades em atravessar a linha, sendo obrigados a várias tentativas para conseguir galgar a trincheira e passar por cima dos carris. Um deles permanece um minuto e quatro segundos em cima da via férrea e a moto só passa depois de o condutor se apelar e a empurrar. O vídeo é cortado no momento em que há ainda pelo menos mais duas viaturas a prepararem-se para atravessar a linha.

O ramal de Cáceres é uma linha de 85 quilómetros entre Torre das Vargens (concelho de Ponte de Sor) e Beirã (Marvão) que dá ligação à fronteira espanhola de Valência de Alcântara.

No âmbito do PET (Plano Estratégico de Transportes) foi encerrada em Agosto de 2012, mas a Refer manteve-a operacional, fazendo inspecções com dresines (veículos de serviço) para se inteirar do bom estado dos equipamentos. Para todos os efeitos é a ligação mais curta entre Lisboa e Madrid, pelo que a sua reabertura não está totalmente excluída.

Na passada terça-feira, a “posição conjunta” assinada entre o PS e o PEV previa “o desenvolvimento da rede ferroviária nacional, nomeadamente de passageiros”.



Imagem do vídeo que está disponível no YouTube

## Serviço de atendimento camarário em língua gestual abre no Campo Grande

**Lisboa**  
Claudia Carvalho Silva

**O serviço da Câmara de Lisboa requer marcação prévia e é inaugurado na segunda-feira**

Um novo serviço de atendimento em língua gestual da Câmara Municipal de Lisboa vai abrir segunda-feira, 16 de Novembro, dia em que se assinala o Dia Nacional da Língua Gestual. A apresentação será feita no átrio do Edifício Central do Muni-

cípio de Lisboa, no Campo Grande, pelas 9h30 e contará com a presença do vereador dos Direitos Sociais, João Afonso.

O serviço, prestado através de marcação prévia, conta com a participação da Federação Portuguesa das Associações de Surdos, com a qual a Câmara de Lisboa tem já um protocolo em curso. Na abertura desta nova valência, será feito o primeiro atendimento a um cidadão por um intérprete de língua gestual portuguesa.

Este programa insere-se no esforço da autarquia de Lisboa de ter uma ligação cada vez mais directa

com os seus munícipes, nomeadamente com a comunidade surda. Esta relação já fora afirmada com a tradução em língua gestual das reuniões públicas da câmara, lançada em Maio deste ano, tanto para quem assiste nos Paços do Concelho como para quem vê através da Internet.

Segundo dados da Associação Portuguesa de Surdos, estima-se que existam cerca de 120 mil pessoas com algum grau de perda auditiva em Portugal e cerca de 30 mil surdos falantes nativos de língua gestual portuguesa.

Este programa insere-se no esforço da autarquia de Lisboa de ter uma ligação cada vez mais directa

**Texto editado por Ana Fernandes**

A COLLECTION OF US

5 GERAÇÕES DE MALHAS  
5 GERAÇÕES DE HISTÓRIAS

UNITED COLORS OF BENETTON.

WE BENETTON WOMEN EMPOWERMENT PROGRAM

#collectionofus

HOJE, SÁBADO 14 DE NOVEMBRO, CONTAMOS CONSIGO!

VENHA DESCOBRIR A SUA SURPRESA!  
CANDY PARTY ÀS 16H DJ SET ÀS 18H

RUA GARRETT, 83  
CHIADO - LISBOA

18 de novembro de 2015

PÚBLICO, QUA 18 NOV 2015 | LOCAL | 19

## É só carregar no botão: idosos em situação de emergência têm ajuda imediata

Lisboa  
Cláudia Carvalho Silva

O serviço de teleassistência municipal permite manter a autonomia dos idosos nos seus domicílios garantindo resposta rápida

João Antunes de Oliveira e Maria Guilhermina são casados e moram sozinhos em Benfca. Maria Guilhermina, de 76 anos, tem problemas de mobilidade e o seu marido, de 84, também já não tem as forças necessárias para a auxiliar. Ontem abriram as portas de sua casa para que fosse instalado o serviço de teleassistência disponibilizado pela Câmara de Lisboa a quem tenha mais de 65 anos ou 60% de deficiência. O serviço é constituído por um telefone simplificado, com teclas grandes e alta voz, e por um pendente com um botão de emergência.

“Já me sinto mais segura”, confessa Maria Guilhermina pouco depois de os Bombeiros Sapadores de Lisboa lhe instalarem o aparelho. “Se o tivesse há mais tempo, teria conseguido carregar no botão no dia em que caí, há uns meses”, acrescenta, explicando que tem artrrose no joelho e que o marido teve dificuldade em conseguir levá-la. Os três filhos vivem em São João da Talha, Campo de Ourique e Almada, pelo que seria difícil prestar auxílio de forma rápida numa situação de emergência. “Insisti para que instalassem o aparelho; assim sinto-me mais seguro e sei que estão mais acompanhados”, diz José Carlos Oliveira, um dos filhos.

Para além do dispositivo instalado em casa deste casal, existem cerca de 400 já colocados em habitações lisboetas e mais de 300 ainda se encontram disponíveis para quem deles venha a necessitar, explica ao PÚBLICO Pedro Silva, subchefe do Regime de Sapadores Bombeiros (RSB) de Lisboa. “As pessoas podem solicitar o aparelho e o NISAC [Núcleo de Intervenção Social e Apoio ao Cidadão] preenche a folha de adesão e vê se a pessoa reúne os requisitos necessários”, acrescenta. Apenas é necessário que o utente tenha mais de 65 anos e que tenha uma linha telefónica da rede fixa.

Paulo Almeida, subchefe do RSB, esclarece que, quando o serviço de emergência é acio-



O serviço está disponível 24 horas por dia, durante toda a semana

nado, a chamada é encaminhada para a protecção civil, que se encontra numa sala de operações conjunta onde também estão os bombeiros e a polícia municipal. Para accionar o alarme, o idoso deve carregar durante cinco segundos no botão de emergência ou no botão SOS no telefone. A partir desse momento, é feita uma chamada para o utente e, caso não haja

**Existem cerca de 400 aparelhos de teleassistência já colocados em habitações lisboetas e mais de 300 ainda se encontram disponíveis para quem os queira requerer. O serviço é gratuito**

resposta, é contactada a rede informal – constituída por familiares ou vizinhos com chave de casa – e é enviada uma viatura de emergência para o local. “Mais rápido do que isto não pode ser”, conclui o subchefe. O serviço está disponível 24 horas por dia, durante toda a semana. Em caso de engano, a chamada de emergência pode ser cancelada até 15 segundos depois de ter sido realizada.

O pendente com o botão de emergência tem um conjunto de precauções. Paulo Almeida explica

ao casal: “Só se usa em casa, não se pode molhar, nem se pode dormir com ele”, de forma a evitar que o alarme seja accionado inadvertidamente ou que possa magoar alguém na cama. Maria Guilhermina fica com o pendente por ter mais complicações de mobilidade. Enquanto lho coloca ao pescoço, o subchefe insiste que deve pôr o “colar” assim que se levante de manhã e sempre que chegue a casa depois de se ausentar.

Para complementar os serviços de urgência, existe uma rede de voluntariado, constituída por pessoas reformadas, que se oferecem para ligar uma vez por semana para casa de quem usufrui deste serviço. Podem falar um pouco, fazer alguma companhia, perguntar se está tudo bem ou mesmo dar os parabéns ao utente no seu dia de aniversário. Se não houver resposta do utilizador após sucessivas tentativas de contacto, uma equipa dirige-se ao local para averiguar se não existem complicações.

O serviço de teleassistência, promovido pelo pelouro de Direitos Sociais da Câmara de Lisboa, foi apresentado em 2012 e entrou em funcionamento em 2013, através de um protocolo com a Fundação PT. Tanto o serviço como a sua instalação são gratuitos. A explicação aos utentes do uso do aparelho é feita de forma adaptada, tendo em conta as suas capacidades cognitivas.

Como o dispositivo necessita de rede eléctrica para funcionar, podem ser colocadas pilhas recarregáveis, de modo a que os utentes estejam contactáveis, mesmo em caso de falha de energia. **Texto editado por Ana Fernandes**

## À terceira avaliação, ninguém destrona Lisboa na sociedade da informação

Tecnologia  
Sara Dias Oliveira

O Índice Digital Regional é um instrumento que pretende comparar a sociedade de informação nas regiões do país

A região de Lisboa mantém total supremacia no Índice Digital Regional (IDR) de 2014 e continua folgadoamente na linha da frente no acesso e utilização de novas tecnologias.

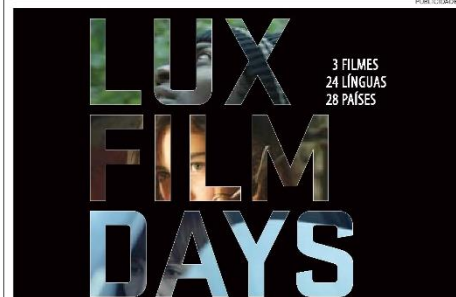
A diferença é significativa quando o assunto é sociedade da informação e do conhecimento e tudo o que isso implica. Lisboa não sai do primeiro lugar nos quatro itens analisados no IDR – contexto, infra-estrutura, utilização e impacto –, tal como nos anteriores índices relativos aos dois últimos anos. De 2013 para 2014, o mapa não se altera. Lisboa surge em primeiro, a região centro em segundo, o Alentejo em quinto e nos últimos lugares voltam a aparecer as ilhas dos Açores em sexto e a Madeira em sétimo. Na terceira avaliação, não há região que destrone Lisboa e o Norte mantém a quarta posição, ficando praticamente a meio da tabela.

Mas nem sempre foi assim. No primeiro IDR, com dados de 2012 e conhecido em 2013, o Norte estava um lugar mais abaixo, em quinto, e

o Algarve surgia mais acima, em segundo. O centro recupera um lugar e sobe de terceiro para segundo e o Alentejo desce de quarto para quinto. As ilhas trocam de posição: os Açores passam de sétimo para sexto e a Madeira de sexto para sétimo.

“Este ano, todas as regiões viram o seu desempenho aproximar-se da média nacional, em parte decorrente da descida do score da região de Lisboa, ainda que a distância desta região em relação às restantes se mantenha em níveis muito elevados”, sublinha Luís Miguel Ferreira, professor de Matemática, um dos autores deste estudo. No respectivo mapa de desempenho das sete regiões do país, Lisboa é a única que ultrapassa a linha da média nacional e é também a única que surge na primeira posição nos quatro sub-índices que compõem o IDR. Em termos de performance nesta área, o Norte é a região que demonstra uma maior recuperação comparativamente aos anos anteriores. Os Açores, a Madeira e a região centro recuperam ligeiramente e do lado oposto estão o Alentejo e o Algarve que perderam terreno de 2012 para 2014.

O IDR é um instrumento que pretende compreender e comparar a sociedade de informação nas sete regiões NUT II do país. Trata-se de um índice composto que surge na Universidade do Minho, no âmbito da tese de doutoramento de Luís Miguel Ferreira.



### CINEMATECA

Sala N. Félix Ribeiro  
19 Novembro 21:30  
Rua Barata Salgueiro, 39 Lisboa  
Porto de Honra às 21h00

### MUSTANG

de Deniz Gamze Ergüven  
Turquia, França, Alemanha, 2015  
94 min / legendado eletronicamente em português | M/12





21 de novembro de 2015

PÚBLICO, SÁB 21 NOV 2015 | 25

## PSD põe taxa de protecção civil em tribunal

Lisboa  
Cláudia Carvalho Silva

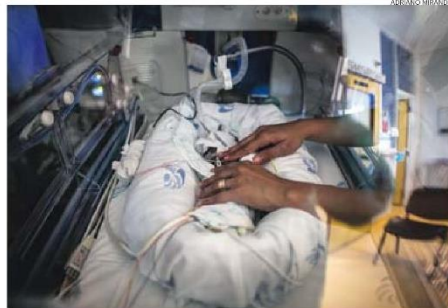
Partido diz que medida é ilegal por se tratar de um imposto e não de uma taxa e serve para “aumento de receitas” da câmara

Uma providência cautelar foi apresentada ontem no tribunal administrativo para impugnar a cobrança da taxa municipal de protecção civil (TMPC) de Lisboa. O grupo do PSD da Assembleia Municipal de Lisboa, liderado por Sérgio de Azevedo, apresenta motivos como a “inconstitucionalidade” pela dupla taxação aos proprietários que já pagam IMI, a ausência de contrapartida no pagamento da taxa e o facto de a protecção civil ser “um direito de todos”.

A taxa, que se destina a “apoiar o funcionamento dos serviços ligados à protecção civil”, nomeadamente o Regimento dos Sapadores Bombeiros, faz com que as pessoas individuais paguem uma média de 35 euros por ano, mas o valor é significativamente superior quando os imóveis se encontram degradados ou devolutos ou quando se dedicam a “actividades ou usos de risco acrescido”, como as redes de distribuição de gás, água e electricidade (50 mil euros) ou postos de combustível (20 mil euros).

Na providência cautelar, são discriminados os argumentos contra a taxação de protecção civil. “Estamos perante um verdadeiro imposto sob a ‘capa’ astuciosa de uma taxa”, lê-se, com a explicação de se trata de um imposto “por dela [da taxa] não resultarem utilidades divisíveis e pelo facto de o valor da taxa não ter equivalência”, já que o serviço prestado pela protecção civil já é financiado. Não existe, portanto, “o carácter bilateral” que é comum às taxas.

Ademais, “mesmo que a taxa servisse para custear os serviços de protecção civil, nomeadamente os bombeiros sapadores, a receita esperada seria muito superior ao custo”. Como no orçamento da autarquia para 2016 estão reservados 3,8 milhões para este sector, a questão coloca-se “sob a égide da legalidade” pois os “valores não podem sair da rubrica prevista do orçamento”. A Associação Lisboense de Proprietários apresentou também uma acção judicial, em Outubro, para travar a taxa, por considerar que é inconstitucional. **Texto editado por Ana Fernandes**



No Hospital de Faro, nascem 150 bebés prematuros por ano

## Semana dedicada aos prematuros termina em festa

Faro  
Idália Revez

Centro Hospitalar do Algarve promove convívio, em ambiente de “recordar é viver” o que significa nascer antes do tempo

Joana está com os olhos colados ao seu bebé — Laura nasceu de 26 semanas. Nos últimos dias, a menina sofreu um pequeno percalço, que a obrigou a ficar três dias ventilada. Nos cuidados intensivos do Departamento Materno-Infantil do Centro Hospitalar do Algarve (CHA), Laura é o centro das atenções, por ser, nesta altura, o bebé mais prematuro. À sua volta, pais, enfermeiros, médicos, falam todos tão baixinho que a voz até parece fazer gotinhas de ternura suspensas no ar. “Eles ouvem e sentem tudo o que se passa a sua volta”, avisa a enfermeira Elsa Silva, lançando um olhar de 360 graus sobre tudo o que se passa em redor. “Hoje tenho o bebé mais instável”, a Laura.

Joana, de 28 anos, sorri, para a sua menina. Os tubos de oxigénio ligam Laura à vida, mas é a energia que a mãe lhe transmite pelo olhar que a mantém atenta e desperta para o mundo exterior. “Canto e falo com ela, como fazia quando a tinha na barriga”. Cá fora, discute-se os preparativos da festa que hoje decorre no Parque Ribeirinho de Faro — uma Marcha pela Prematuridade, que vai terminar com um lanche-convívio onde os pais vão partilhar as experiências que tiveram com os seus filhos que nasceram antes do tempo. No Hospital de Faro, nascem, em média, centena e meia de bebés

prematuros por ano. *Pequenos Pés, Grandes Passos* é o nome de nome do projecto que, desde 2006, aproxima a comunidade clínica e os familiares dos recém-nascidos. O objectivo é recriar, no espaço hospitalar, um ambiente de carinhos e afectos para que os bebés sintam o menos possível o choque da vida fora do útero.

A festa que começa às 14h30, no Parque Ribeirinho, encerra a semana que o CHA dedicou à prematuridade depois das comemorações do Dia Mundial no dia 17. O convívio faz-se das pequenas (grandes) histórias que se contam, ao sabor das palavras e sentimentos. Elsa Silva é a enfermeira responsável pela formação do NIDCAP — Newborn Individualized Development Care and Assessment Program, na área da Neonatologia.

O programa procura destacar a importância dos cuidados individualizados aos recém-nascidos. A falta de profissionais no CHA, também nesta área, faz-se sentir no serviço. “Estou a ouvir o alarme de bomba a tocar”, diz Elsa Silva, partindo para acudir a uma situação de emergência. Neste serviço, existem quatro enfermeiros para cuidar de 11 bebés, e só um não nasceu prematuro. As tarefas são múltiplas: mudam fraldas, vigiam cateteres, tubos de oxigénio e tudo o que seja necessário para criar uma atmosfera agradável aos bebés. O toque é o sinal de afecto que está sempre presente neste “cantinho” do hospital onde os pais desempenham um papel insubstituível. Laura vai duas vezes por dia visitar a filha. Quando fala, diz, “ela abre os olhos”. O bebé, agora com 28 semanas, pesa 840 gramas e reage a todos os estímulos. Já deu o salto para a outra margem — o toque da pele com a pele na mãe deu-lhe novo alento.

# Vamos voar?

ASSISTA AO VÍDEO EM [publico.pt/multimedia/vamos-voar](http://publico.pt/multimedia/vamos-voar)

À boleia do Festival Internacional de Balões de Ar Quente, sobrevoamos o Alto Alentejo. Vimos casas feitas miniaturas e (quase) tocámos nas folhas das árvores. Lá em cima, o silêncio. Voe conosco.

• 1300 m  
ALTITUDE MÁXIMA

• 1:46:17  
TEMPO DE VOO

• 21,3 km/h  
VELOCIDADE MÁXIMA

• 19 km  
DISTÂNCIA

26 de novembro de 2015

PÚBLICO, QUI 26 NOV 2015 | 15

## Mil músicos desfilam em Lisboa para celebrar restauração da independência

**Comemoração**  
Claudia Carvalho Silva

O desfile filarmónico fará com que o trânsito na Avenida da Liberdade fique impedido das 13h às 19h no próximo domingo

No próximo domingo, a Avenida da Liberdade pára para ver a banda passar ou, mais precisamente, as bandas. São mais de mil músicos de 15 distritos portugueses que desfilarão em Lisboa para comemorar o 1 de Dezembro – apesar de o encontro se realizar no dia 29 –, dia da restauração da independência portuguesa em 1640.

O desfile filarmónico tem início na Estátua dos Combatentes da Grande Guerra, às 15h, desce pela Avenida da Liberdade e termina na Praça dos

Restauradores. É neste local que é feita uma interpretação conjunta do Hino da Maria da Fonte, do Hino da Restauração e do Hino Nacional, sob direcção do maestro da Banda de Música da Força Aérea, o tenente-coronel Elio Murcho, que desde 2005 exerce as funções de superintendente da banda de música e das fanfarras deste ramo das Forças Armadas.

Para além da banda de música da Força Aérea, tocará o Grupo Coral dos Mineiros de Aljustrel e 28 bandas filarmónicas de distritos como Aveiro, Castelo Branco, Faro, Setúbal, Viana do Castelo e Vila Real. A iniciativa resulta de uma parceria entre as bandas, o movimento 1.º de Dezembro e a EGEAC (Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural).

A cerimónia obriga a alterações no trânsito na Avenida da Liberdade, pelo que a via estará cortada à circulação entre a Rua Alexandre Herculano

e o Rossio, entre as 13h e as 19h do dia 29 de Novembro.

Os hinos tocados no fim do desfile filarmónico são representações musicais de revoluções ocorridas em Portugal. O Hino da Maria da Fonte foi composto pelo maestro Ângelo Frondoni aquando da revolta da Maria da Fonte, que ocorreu no Minho, em 1846, contra a governação de Costa Cabral.

Já o Hino da Restauração é uma das 14 composições musicais da peça dramática *1640 ou a Restauração de Portugal*, que se estreou em 1861. O hino teve tanto sucesso que deixou de ser tocado somente na peça e passou para fora dos teatros. A partir daí, começou a ser ouvido nas celebrações do dia da restauração da independência, assinalando o fim do reinado espanhol em Portugal, conseguido através de um golpe palaciano. **Texto editado por Ana Fernandes**

**InShadow** 29 NOV 08-10 DEZ 2015  
77º FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO, PERFORMANCE E TECNOLOGIAS

**TEATRO DO BAIRRO**

27 NOV	28 NOV	29 NOV
ENTRADA LIVRE	ENTRADA LIVRE	ENTRADA LIVRE
18H <b>COMPETIÇÃO DOCUMENTÁRIOS</b> Dancing in Jaffa Nita Medina [E, L, UA]	18H <b>COMPETIÇÃO DOCUMENTÁRIOS</b> Before We Go Jorge Leon [E]	16H30 <b>DOCUMENTÁRIO</b> Temporários Enfado de um Enfado Ul' Deder [E]
21H <b>COMPETIÇÃO DOCUMENTÁRIOS</b> Skin of the Other Juana Ortega [E] Viva Matern Bruno Noll [E] <i>Além da criação em fluxo</i> Luís Gustavo Morganti [E]	21H <b>COMPETIÇÃO DOCUMENTÁRIOS</b> Movement (Revolution Africa John Foster & Abu Jovgan LUA) Max Gilling Bobby and Producer Elio dos Santos [E]	17H <b>DEBATE</b> Teatro Grot & Comédios
22H30 <b>PERFORMANCE</b> Equilíbrio Resolvo Sara Morasso & Cristina Rizzo - I Gambia [E]	22H30 <b>LIVE ACT</b> Sampledillos Tiggy Paves & Silvio Resca [E]	18H <b>COMPETIÇÃO DOCUMENTÁRIOS</b> Pátria Teresa & Brastel [E, UA] The Chronographer Mute ES Andreas Söderberg & Björn Erikson [E]

WWW.VOARTE.COM

## Ponha à prova os seus sentidos

### Vinha Paz Colheita 2013

A colheita deste ano já terminou e os cestos da vindima estão arrumados. A região em destaque esta semana é o Dão, directamente da Quinta da Leira e da Quinta da Tremoa, situadas no coração mais profundo da região, apresentamos um vinho tinto aveludado e consistente, com uma cor rubi intensa onde prevalecem as notas de frutos vermelhos.



**+8,50€**  
**SEXTA, 27 NOV**  
COM O PÚBLICO  
**P**



30 OUT Quinta dos Roques Branco 2014 Encruzado 12,50€ | 06 NOV Dona Matilde Tinto 2010 8,90€ | 13 NOV Kompassus Tinto Reserva 2013 13€  
20 NOV Herdade de São Miguel Magnum Colheita Seleccionada 2014 (1,5L) 8,99€ | 27 NOV Vinha Paz Colheita 2013 8,50€ | 04 DEZ Herdade da Farizoa Reserva 2012 9,90€ | 11 DEZ Pios Tinto 2013 10,50€ | 18 DEZ Santos Jorge Tinto 2013 6,80€

Collecção de 8 vinhos. PVP unit.: variável. Preço total da colecção: 79,09€. Periodicidade semanal à sexta-feira. De 30 de Outubro a 18 de Dezembro de 2015. Limitado ao stock existente. A compra do produto implica a aquisição do jornal. É proibida a venda de álcool a menores de 16 anos. Seja responsável, beba com moderação.

28 de novembro de 2015

14 | LOCAL | PÚBLICO, SÁB 28 NOV 2015

## Maria Granel, a mercearia de produtos biológicos onde se compra “à medida”

É tudo vendido a granel na nova loja de Alvalade. É uma mercearia como “as de antigamente”, mas com um toque moderno, onde químico não entra. E os clientes só levam mesmo quanto querem

**Lisboa**  
Claudia Carvalho Silva

Tem chás, sementes, frutos secos, cogumelos, preparados de arroz, mel, gomas. São produtos a granel e biológicos, os dois factores que dão a esta mercearia o título de pioneira nacional na actividade. Na Maria Granel, pode-se levar o recipiente de casa ou usar um da loja e só se leva a quantidade desejada, nem que seja só um bocadinho para experimentar.

O som ambiente é de sementes e cereais a caírem nos sacos e nos frascos. Catarina Palma, com alguns frutos secos num saquinho e curcuma noutra, conta ao PÚBLICO que é a primeira vez que vem à Maria Granel, que abriu a 16 de Novembro. “Gostei tanto que até já me inscrevi para trabalhar aqui”, brinca, acrescentando em tom sério que o que lhe despertou curiosidade na loja foi o conceito de *fair trade*, “de poder comprar as coisas na quantidade pretendida”.

A mercearia fica em Alvalade, na Rua José Duro, perto da Avenida da Igreja. Os responsáveis pelo projecto são Eunice Maia e Eduardo. Ele é economista, ela é professora de Português e Literatura; ele vem dos Açores e ela do Minho. São casados e fizeram uma aposta num “projecto a dois”, tanto no que lhes concerne, como nos dois elementos que uniram: os produtos vendidos a granel e que têm origem nas hortas e campos que não usam químicos.

Na Maria Granel até as gomas são biológicas: há umas vegetarianas, feitas com gelatina de origem vegetal e também há a Doctor Gummy, uma goma sem açúcar, adoçante, glúten, lactose, aromas, corantes ou conservantes. Aldara e André descobriram a loja na Internet e decidiram visitar para perceber que produtos estão à venda. “As gomas, pelo menos, levamos de certeza”, ri André, sublinhando que pretendem regressar.

Helena Cruz, cliente da mercearia, foi cativada pela “grande variedade de produtos”, razão que, afirma, a fará continuar a voltar à loja. Dos mais de 240 produtos ali disponíveis, só seis não são biológicos, mas ainda assim são feitos através de processos artesanais. Um dos exemplos é o chá açorianco da Gorreana, presente nas prateleiras “por motivos afectivos”, brinca Eduardo.



Além de os produtos serem biológicos, o facto de não existirem embalagens contribui para um consumo sustentável

Há gengibre, caju com molho de soja, millet, quinoa, uma montra só de especiarias, na qual a diferença de preço “é flagrante”, quando este é comparado com o dos frascos vendidos nos supermercados, diz Eduardo. Há misturas de cereais, de frutos secos ou de farinhas para fazer pão.

Há uma “parede de arroz” em dispensadores, onde se pode encontrar arroz selvagem, perfumado, integral, vermelho, risoto “e ainda há espaço para mais”, diz Eunice. Agora, os donos da Maria Granel procuram ir ao encontro das necessidades do cliente, procurando disponibilizar os produtos com maior procura. “Na semana passada tivemos imensa solicitação de matcha [chá verde em pó] e já fizemos a encomenda”, exemplifica Eunice. Nas categorias de produtos mais procurados destacam-se os exóticos e os superalimentos – alimentos com elevado teor de nutrientes

e benefícios para a saúde, como as sementes de chia ou goji.

### Voltar aos velhos tempos

Esta “é uma homenagem às mercearias tradicionais”, explica Eunice, referindo-se ao nome escolhido. “Maria”, por ser um nome tipicamente português, e “Granel”, para que se possa “recriar o conceito e dar-lhe uma vertente inovadora e adaptada aos tempos modernos”.

O casal começou a pensar no projecto em 2013, ao ver lojas do mesmo género noutros países europeus. A ideia original era vender azeite a granel, mas teve de ser posta de parte, porque “o azeite tem uma legislação mais restritiva do que os outros produtos”, explica Eduardo, acrescentando que esta intenção original tem potencial e que ainda espera conseguir vir a contornar a situação.

Face ao desaparecimento da venda

a granel, Eunice e Eduardo decidiram reaproveitar a tradição antiga. Os produtos estão colocados em dispensadores automáticos ou em caixas transparentes, com doseadores. Os clientes servem-se sozinhos em todos os produtos à excepção do mel. O preço é apresentado ao quilo, mas existem balanças para que o cliente possa saber quantos grammas leva.

Escreto a giz, nas paredes, as vantagens oferecidas pela loja são claras: “Aqui não há químicos, todos os nossos produtos são biológicos” ou “consumo responsável – zero desperdício”. Eunice acrescenta que não há quantidade imposta e que as pessoas podem trazer as suas próprias embalagens. Eduardo conta, com entusiasmo, que as pessoas têm aderido a esta iniciativa e que há já quem traga vários frascos de casa.

Os donos da Maria Granel têm uma relação directa com os fornecedores,

mas lamentam que em Portugal a agricultura biológica ainda não exista a grande escala. “Tentamos sempre garantir os produtos a nível nacional, mas, se não conseguirmos, recorremos à importação”, explica Eunice. Eduardo adianta que os produtos biológicos, apesar de terem potencial de crescimento, “têm sido conhecidos com um maior custo” e, nesta mercearia, tentam desmistificar essa associação, fazendo com que sejam “produto acessíveis a todos”.

Para além da ideia do azeite, a dupla pensa ainda criar um espaço onde possam vender detergentes biológicos também a granel. A partir de Janeiro de 2016, organizarão *workshops* que aliam “saber e sabor”, diz Eunice. Serão as Quintas da Maria e a ideia é mostrar como se confeccionam alguns alimentos de forma saudável, com degustações. **Texto editado por Ana Fernandes**

1 de dezembro de 2015

PÚBLICO, TER 1 DEZ 2015 | LOCAL | 15

## Programa das festas apresentado no dia em que se acenderam as luzes de Natal

**Lisboa**  
Cláudia Carvalho Silva

Os eventos da quadra natalícia representam um investimento de 820 mil euros e duram mais três dias, até 3 de Janeiro

São dezenas de concertos, eventos de dança e teatro, espectáculos de *videomapping* e as tradicionais iluminações festivas que assinalam o Natal em Lisboa. Promovida pela Câmara de Lisboa, foi ontem apresentada a programação de Natal e Ano Novo, sendo que a grande novidade é o alargamento da duração das iniciativas ligadas ao *réveillon* de um para quatro dias. Fernando Medina, presidente da Câmara de Lisboa, refere que estes eventos são “de grande diversidade e abertos a todos”.

O orçamento destinado às iluminações de Natal é de 320 mil euros, o mesmo valor dos últimos dois anos. Já os quatro dias de festa do final do ano representam um custo de 500 mil euros.

O acréscimo de três dias aos festejos de fim de ano permitirá que haja um leque de “músicos com enorme transversalidade”, explica Luís Represas, em representação dos artistas que actuarão na passagem de ano. No Terreiro do Paço, a noite de 31 de Dezembro contará com a presença do grupo Trovante e de Richie Campbell. No dia 1 estará em palco a fadista Carminho, tendo como convidado o cantor António Zambujo. A 2 de Janeiro, actuam os D.A.M.A. e, no dia 3, a Banda Sinfónica da PSP. Pedro Santana Lopes, provedor da Santa Casa da Misericórdia – uma

das entidades que apoiam os festejos –, considera que este evento é “a garantia de uma festa para quem não pode ter outra”.

Uma das principais atrações da programação apresentada é a grande árvore de Natal que, este ano, está instalada no Rossio, local em que o presidente da câmara inaugurou as iluminações natalícias, pelas 18h de ontem. A iluminação é composta por mais de 2,1 milhões de lâmpadas – maioritariamente LED, para menor gasto energético – espalhadas por 34 praças, ruas e avenidas. “É isto que dá vida às festas de Natal da cidade de Lisboa”, diz Fernando Medina, acrescentando que a concretização deste evento permite “aumentar a ligação das pessoas com a cidade e criar espaços de convívio e de família”.

Vitor Costa, director da Associação de Turismo de Lisboa, considera que o programa de Natal é “muito atractivo e muito importante para o turismo”, já que ajuda a combater os problemas de sazonalidade que fazem com que o número de visitantes decresça em Dezembro e Janeiro.

Para além do mercado de Natal, que decorre de 8 a 24 de Dezembro na Praça do Município, haverá feiras na Avenida da Liberdade, no Rossio, Restauradores e na Rua Augusta. Carla Salsinha, presidente da União das Associações de Comércio e Serviços afirma que “todos estes eventos trazem gente para ver as iluminações”, o que se traduz num “momento simbólico para o comércio de Lisboa”. Haverá ainda uma pista de gelo entre 11 de Dezembro e 10 de Janeiro. Nesta mesma praça serão projectados todas as noites espectáculos de *videomapping*, às 19, 20 e 21 horas. **Texto editado por José António Cerejo**



Nas iluminações deste ano, haverá 2,1 milhões de lâmpadas



A câmara quer tornar a iluminação pública mais eficiente, com o apoio de fundos comunitários

## Depois dos semáforos, Lisboa quer tornar mais eficiente a iluminação pública

**Energia**  
Inês Boaventura

As lâmpadas incandescentes dos cerca de 8500 semáforos da cidade foram substituídas por ópticas LED

Chegou ao fim a substituição das mais de 20 mil lâmpadas incandescentes dos semáforos de Lisboa por ópticas LED, que vai permitir à câmara poupar cerca de 850 mil euros por ano na factura da electricidade. “O passo seguinte”, diz o vereador da Energia, será a iluminação pública.

Ontem de manhã, enquanto decorria em Paris a sessão de abertura da Cimeira do Clima, a Câmara de Lisboa assinalava o final da operação de substituição das lâmpadas dos seus semáforos. Um processo que se iniciou em Agosto e que abrangeu todos os dispositivos da cidade (tanto os que regulam o tráfego automóvel como os que regulam a circulação pedonal), num número superior a 8500.

A conclusão dos trabalhos foi assinalada no Campo Pequeno, local onde o vereador da Energia sublinhou que este “foi um bom negócio para todas as partes”. Para a câmara, que vai reduzir a sua factura anual de perto de 1,1 milhões de euros, e

para o agrupamento formado pelas empresas GalpPower e VivaPower, que concretizou o programa de introdução de medidas de eficiência energética no sistema semaforístico do município.

Como notou o vereador José Sá Fernandes, foi esse agrupamento, e não a câmara, que assumiu o investimento de cerca de um milhão de euros agora concluído. As duas empresas, explicou, serão ressarcidas desse valor ao longo de dois anos, o que significa que nesse período o corte na factura energética da autarquia será de 20%, após o que subirá para “cerca de 90%”.

“É um projecto importante para a cidade, seguramente. Os números estão aí: 850 mil euros de poupança por ano é muito dinheiro”, afirmou por sua vez o representante da Galp Energia, José Costa Pereira. O responsável destacou ainda que embora a sua empresa já tenha promovido a substituição de lâmpadas incandescentes de semáforos por ópticas LED “noutras cidades” do país esta foi a primeira vez em que foi adoptado o modelo de negócio já referido.

Lembrando que na semana passada a câmara iniciou um processo de plantação de mais de 28 mil árvores em Lisboa, a concluir em menos de um ano, Sá Fernandes considerou que foram dados “dois passos muito significativos” na batalha contra

as alterações climáticas. O “passo seguinte”, acrescentou, será na iluminação pública.

O autarca reconhece que esse é um dossier “mais complexo” do que o dos semáforos, uma vez que entre os mais de 60 mil candeeiros dispersos pelas ruas da capital “há uma diversidade enorme de alturas, necessidades e intensidade de luz”.

“O investimento para a cidade inteira é bastante grande”, reconheceu, sem avançar um número. Por isso, aquilo que Sá Fernandes propõe é que a introdução de medidas de eficiência energética na iluminação pública comece em Telheiras e em “grandes avenidas”, como a Segunda Circular e a Avenida Marechal Gomes da Costa.

A expectativa do vereador da Estrutura Verde e da Energia é que seja possível obter financiamento comunitário para este projecto. “Espero que o novo Governo, ao contrário do anterior, perceba que o investimento nas cidades é prioritário, em termos de poupança de energia”, afirmou.

Em relação à referida plantação de árvores, são 28.167 o número de exemplares que a câmara quer plantar até Março: uma por cada bebé nascido no concelho entre 2010 e 2014. A grande maioria das árvores, perto de 26 mil, ficará em espaços verdes, sendo as restantes plantadas em caldeiras.

4 de dezembro de 2015

14 | LOCAL | PÚBLICO, SEX 4 DEZ 2015

## Uma casa adaptada e um assistente pessoal tornam estas pessoas livres

As casas ainda não estão devidamente adaptadas, mas os assistentes pessoais já estão a ser entrevistados. Ontem, Dia da Pessoa com Deficiência, já não se falou só de problemas, concretizaram-se respostas

**Projecto Vida Independente**  
Claudia Carvalho Silva

Escolher a hora a que nos podemos levantar, a que podemos comer ou tomar banho não parece ser um grande desafio, mas há pessoas para quem o é – por dependência de familiares ou do horário de outros. Mas não tem de ser assim. Na sequência do projecto-piloto Vida Independente, promovido pela Câmara de Lisboa, iniciou-se a partir de ontem uma nova etapa na vida de cinco pessoas com deficiência: passam a ter a possibilidade de escolher o seu próprio assistente pessoal e a ter direito a uma casa adaptada às suas necessidades. Esta é uma maneira de oferecer às pessoas uma alternativa à institucionalização e de lhes proporcionar a “liberdade de escolher a vida que querem fazer ao longo de cada dia”, de acordo com João Afonso, vereador dos Direitos Sociais da autarquia.

Madalena Brandão e a sua irmã gémea Carina, duas das seleccionadas, começaram a fase de entrevistas a assistentes mas não encontraram até ao momento “alguém que tivesse disponibilidade horária compatível”. Filomena Carvalho, também escolhida, ainda não escolheu o seu assistente pessoal nem realizou entrevistas, mas afirma que o principal critério de selecção será a “empatia”, já que “o resto vem com o tempo”. Dos cinco participantes seleccionados para integrar o projecto, só um já escolheu a pessoa que lhe prestará apoio.

“Não queremos médicos nem enfermeiros, é indiferente se é analfabeto ou licenciado, precisamos é de alguém que seja os nossos braços e as nossas pernas”, assegura Eduardo Jorge, que se encontra, actualmente, a trabalhar e a residir numa instituição. É protagonista do documentário *O que é isso de vida independente?*, apresentado parcialmente na cerimónia, realizado pela jornalista do PÚBLICO Vera Moutinho, também moderadora do debate. A garantia da liberdade de escolha do assistente pessoal por parte da pessoa com deficiência, com os seus próprios critérios, era um dos factores mais importantes deste projecto-piloto.

Filomena Carvalho vive numa casa que não está adaptada às suas neces-



Madalena Brandão e a sua irmã gémea Carina são duas das seleccionadas do projecto-piloto

sidades: não tem elevador, só escadas. Para resolver este problema, que não é exclusivo de Filomena, a câmara disponibilizou três habitações municipais. “As casas ainda não estão prontas”, explica a secretária da direcção, Carla Branco, esclarecendo que “os projectos de adaptação estão em curso e poderão demorar por volta de quatro meses”.

Diogo Martins, presidente do Centro de Vida Independente (CVI), refere que, apesar de a localização das casas ter sido uma decisão da câmara, não se encontram “propriamente no centro da cidade, mas o importante é que tenham condições a nível de transportes adaptados e serviços”. As habitações são ajustadas de acordo com a necessidade de cada utilizador e Madalena Brandão explica ao PÚBLICO que têm de ser feitas alterações em relação “à acessibilidade, ao acesso às casas de banho ou aos armários da cozinha”, por exemplo.

Para se candidatar a estas casas, eram consideradas as pessoas inca-

pacitadas que tivessem entre 18 e 64 anos, morassem ou trabalhassem em Lisboa e que fossem capazes de, posteriormente, avaliarem e descreverem as suas condições de vida para a realização de um estudo científico. Este projecto pretende verificar as alterações nos utilizadores “a nível de melhoria de autonomia e da realização de objectivos pessoais, profissionais ou familiares”, esclarece Diogo Martins. Decorrerá num período mínimo de dois anos, durante o qual o modo de vida dos cinco participantes será analisado por investigadores.

O presidente do CVI considera que duas das grandes razões que motivaram as candidaturas a assistente pessoal – receberam cerca de cem propostas – foram a procura de emprego e o sentido de realização pessoal, “por se sentirem bem ao ajudar outros”.

**Uma alternativa aos lares**

Um dos problemas debatidos no salão nobre dos paços do concelho es-

**Dos cinco participantes seleccionados para integrar o projecto, só um já escolheu a pessoa que lhe prestará apoio. “Não queremos médicos nem enfermeiros, é indiferente se é analfabeto ou licenciado, precisamos é de alguém que seja os nossos braços e as nossas pernas”, asseguram**

tá relacionado com a institucionalização e os rendimentos que são atribuídos a pessoas com deficiência. “A institucionalização acontece com regularidade e em situações que não são aceitáveis”, explica Diogo Martins. Como explicação para isto, Jorge Falcao, deputado do Bloco de Esquerda, aponta questões políticas, enquanto Eduardo Jorge fala em falta de sensibilidade. “O lar é uma estrutura para idosos, não é nem será o local adequado para mim. Não estamos contra os lares, só contra a obrigatoriedade de ir”, acrescenta Eduardo Jorge.

A institucionalização custa cerca de 950 euros ao Estado, e ainda é cobrado 90% do rendimento do utente em questão. Além disso, não há a possibilidade de se pagar directamente à pessoa para que seja ela a decidir como quer ser tratada. Mesmo no projecto-piloto, tem de ser o CVI a pagar directamente ao assistente pessoal porque se o utilizador “recebesse o rendimento, eram-lhe cortados os apoios sociais”, explica Diogo Martins. João Afonso reitera a ideia de que “o rendimento mínimo de subsistência tem de ser calculado de outra forma”.

Na hora de se tirar a fotografia “de família”, em vez de se ouvir o típico “os mais altos, atrás”, ouviu-se: “Os que têm cadeira de rodas que levantam, para trás”. Registados ficaram os sorrisos nas caras de quem tem hoje a possibilidade de organizar a sua vida de forma autónoma com a noção de que há ainda um longo percurso que as cadeiras de rodas terão de galgar. “Não nos podemos esquecer de quem ainda não tem uma vida independente”, avisa o presidente do CVI, Diogo Martins. “Não queremos ser só nós a desenvolver este trabalho, há outras associações e entidades que nos podem ajudar a levar isto para a frente”, acrescenta este responsável, lembrando que estão à procura de parcerias para dar continuidade ao projecto.

Esta é já a terceira vez que se reúnem no salão nobre dos paços do concelho. Da primeira vez, há dois anos, debateram o que era a vida independente, partilharam anseios, desejos e problemas, em 2014 apresentaram o projecto-piloto e este ano puseram em prática o conceito de vida independente. **Texto editado por Ana Fernandes**

5 de dezembro de 2015

PÚBLICO, SÁB 5 DEZ 2015 | LOCAL | 13



lá vivem. As pequenas conquistas foram surgindo na pós-classificação, ainda que Paulo Ferrero admita que "as práticas corrigidas são fruto da denúncia dos moradores". Desde a criação de uma "zona 30" (faixas de rodagem com velocidade máxima de 30 km/hora) até à plantação de novas árvores após as obras do metro de Lisboa, as soluções surgiram a cada problema comunicado.

Os técnicos do Departamento do Património Cultural admitem que "foram estudados esboços de regulamentos" para aplicar no bairro classificado, mas não existiram avanços significativos. "Os preceitos podiam tornar-se redundantes num regulamento, porque são aplicados por quem licencia e por quem tem de apreciar os pedidos de alteração", justifica João Reis. Ambos garantem que a Câmara Municipal de Lisboa já colocou uma série de con-

dicionantes aos proprietários com consequências onerosas, porém relembram: "o interior das habitações não foi objecto de classificação".

O gabinete do vereador do Urbanismo, Manuel Salgado, informa que um manual de boas práticas está a ser preparado para o Bairro Azul, contudo não foi possível apurar em que tipo de directrizes e pontos se vai focar ou quando está prevista a sua finalização.

#### Um bairro para o presente

É a música de Frank Sinatra que sonoriza o pequeno café da Rua de Fialho de Almeida, chamado Mousse de Chocolate. Os vitrais no tecto e a cor vermelha do espaço remetem o cliente para os anos 30, exactamente o que Maria Antónia pretendia quando abriu o estabelecimento em 2007. "Disse ao arquitecto que queria a decoração na época do bairro, nada de termolaminados", afirma.

Os 45 anos de residência no Bairro Azul são suficientes para comprovar que muita coisa mudou e não foi para melhor. Maria Antónia assistiu ao desaparecimento do comércio tradicional para a proliferação das lojas de conveniência abertas até de madrugada. O Mousse de Chocolate tem como vizinho um desses estabelecimentos e não são raros os dias em que de manhã a comerciante encontra lixo na rua. "Cham mau ambiente e acredito que muitas lojas sejam fachadas de imigração", desabafa.

Tanto Ana Alves de Sousa como Maria Antónia viram várias pessoas abandonarem o Bairro Azul, porque já não se identificavam com o sítio onde viveram durante anos. Hoje assiste-se ao aluguer frenético de casas a estudantes Erasmus, para quem as regras de conduta e civismo são praticamente inexistentes, na opinião das duas moradoras. "Não lhes é incutido um horário de recolha de lixo e a falta de informação institucional agrava a situação", defende Maria Antónia.

A cronologia no Bairro Azul faz-se de um passado prestigioso, em que o "bairro excêntrico" da freguesia das Avenidas Novas era aconchegante para comerciantes e moradores. Hoje, trata-se de "aproveitar o presente e construir o futuro", como salienta Ana Alves de Sousa, retirar lições do passado e devolver ao Bairro Azul o *charme* apreçoado em folhetos turísticos e institucionais. **Texto editado por Ana Fernandes**



A obra deverá prolongar-se por mais de um ano

## Obras na zona sul do Jardim do Campo Grande em 2016

Espaços verdes  
Inês Boaventura

A Câmara de Lisboa prevê que a empreitada de "requalificação paisagística" comece no segundo trimestre do ano

A Câmara de Lisboa, que concluiu há dois anos a requalificação da zona norte do Jardim do Campo Grande, prevê avançar no segundo trimestre de 2016 com a já muito prometida intervenção na zona sul, entre a Avenida do Brasil e Entrecampos. A obra vai incluir o alargamento do parque infantil existente e a instalação de um quiosque.

O lançamento de um concurso público para a "requalificação paisagística" dessa parcela do jardim já foi aprovado pela câmara. O preço base da obra, que será financiada com verbas do Programa de Investimento Prioritário em Acções de Reabilitação Urbana, é de cerca de 1,2 milhões de euros, devendo o prazo de execução variar entre os 450 e os 540 dias.

Segundo informações transmitidas pelo gabinete do vereador da Estrutura Verde, a intervenção irá abranger uma área com cerca de 61 mil m<sup>2</sup>, "com uma tipologia de parque urbano, que se encontra inserida num contexto paisagístico e urbanístico marcado pela diversidade morfológica das edificações, por tipologias de limites e pela configuração de ilha rodeada por um fluxo viário intenso em todo o seu redor".

Em declarações na reunião de câmara em que o tema foi abordado, no final de Novembro, o vereador José

Sá Fernandes precisou que a intervenção que vai ser realizada inclui o "aumento" do parque infantil existente e a instalação de um quiosque. Olhando para a planta que acompanha o processo, constata-se que esse estabelecimento comercial surgirá na proximidade do equipamento desenhado às crianças e que irá também nascer um "parque infantil com pirâmide de rede".

Fora da empreitada, que a autarquia acredita que poderá ter início no segundo trimestre do próximo ano, está a antiga piscina do Campo Grande, projectada no início dos anos de 1960 por Francisco Kell do Amaral. Aí estão já em curso, desde o início de Setembro, as obras que visam transformá-la num complexo desportivo.

Aquilo que está previsto é que esses trabalhos, promovidos pela Ingessport (a empresa espanhola à qual a câmara concessionou o equipamento), estejam concluídos no Verão de 2016. O novo equipamento terá quatro salas para aulas de grupo, uma sala de *fitness*, três piscinas cobertas interiores, um circuito hidrotermal, balneários, serviços para crianças, consultas de nutrição, estética e massagem.

Na zona norte do jardim, as obras de requalificação prolongaram-se entre Agosto de 2012 e Novembro de 2013, muito para além do tempo que estava inicialmente previsto. Os pavimentos, a iluminação pública e o sistema de rega foram alguns dos aspectos contemplados na empreitada, que incluiu também a criação de um parque canino. Ainda por concluir está a conversão do antigo espaço comercial Caleidoscópio num centro académico, que será gerido pela Universidade de Lisboa.

## O eléctrico solidário conduzido pelo Pai Natal

Transportes  
Cláudia Carvalho Silva

O Eléctrico dos Sonhos é um projecto de solidariedade e funciona em exclusivo durante o mês de Dezembro

Por fora, ouve-se a campanha do eléctrico, vêm-se as janelas com neve pintada, o guarda-freio que sorri e um Pai Natal. A bordo, as crianças cantam músicas de Natal e escrevem uma carta na qual devem pedir um desejo para outro menino que necessite. A juntar à angariação de fundos para uma associação de solidariedade e aos efeitos luminosos, são estes os elementos que "tomam o eléctrico único", diz Rita Marques, do departamento de marketing da Carris.

"O eléctrico é, por si só, um meio de transporte especial que faz parte da identidade e da história da cidade de Lisboa", diz a responsável, acrescentando que este, em particular, pretende "despertar o espírito altruísta". Por cada bilhete comprado, são doados 2€ à fundação Make-a-Wish de Portugal, uma instituição que realiza desejos de crianças e jovens com doenças graves, progressivas, degenerativas ou malignas.

Rita Marques conta que, ao desenvolver a Idela do Eléctrico dos Sonhos, "surgiu naturalmente a associação à Make-a-Wish, que assentava 'como uma luva' nesta campanha que se destina a um público sem fronteiras", portugueses e estrangeiros.

O circuito começa na Praça da Figueira, tem a duração de cerca de 45 minutos, e "percorre alguns locais emblemáticos da colina do Castelo", como Martim Moniz, Largo da Graça, Portas do Sol, Sé e Rua da Conceição, regressando ao local de partida. É um circuito fechado, sem paragens, "para que os participantes possam usufruir ao máximo desta experiência", revela Rita Marques.

Sob o mote *Este Natal ofereça um sonho a uma criança*, o eléctrico funcionará nos dias 5, 6 e 8 entre 13 e 30 de Dezembro (excepto dias 24 e 25). Existem vários tipos de bilhetes: o de adulto tem o custo de 6€, o de criança (dos 4 aos 10 anos) custa 3€ e há um *pack* familiar em que se pagam 15€ por dois bilhetes de adulto e dois de criança. Os bilhetes podem ser comprados *online*, a bordo, na Praça do Comércio, no Elevador de Santa Justa ou na Praça da Figueira. **Texto editado por Ana Fernandes**

6 de dezembro de 2015

22 | LOCAL | PÚBLICO, DOM 6 DEZ 2015

## Um bairro problemático que se tornou numa galeria de arte pública

A Quinta do Mocho é hoje a maior galeria de arte urbana a céu aberto da Europa, com mais de 46 pinturas nas fachadas e nas empenas dos prédios. O projecto tem ajudado a melhorar a imagem do bairro

**Loures**  
**Cláudia Carvalho Silva**

Só o nome do bairro suscitava apreensão em muitos, desconfiança em alguns. Como uma nuvem negra, há um estigma associado ao bairro de Sacavém: crimes, drogas, violência. Os taxistas recusavam-se a entrar no bairro, os moradores escondiam a sua residência quando procuravam emprego. Esteve abandonado à mercê das más notícias e a intervenção da câmara era quase nula. Hoje, a Quinta do Mocho tem uma alma nova. A criação do festival de arte urbana *O Bairro io Mundo* – feito com dezenas de pinturas nos prédios de habitação – foi um ponto de reviravolta na história da Quinta do Mocho.

“Já estou para vir aqui há imenso tempo, mas estou sempre a ser desencorajada pelas pessoas”, conta Patrícia Lopes, uma das participantes das visitas guiadas que ocorrem mensalmente. “Ainda bem que vim, vou voltar mais vezes”, diz com entusiasmo, afirmando que “o bairro está a ganhar vida, estão a conseguir que as pessoas não estejam fechadas e a desmistificar a má ideia que existe dos bairros sociais”. A Quinta do Mocho faz parte da urbanização municipal Terraços da Ponte e pertence ao concelho de Loures.

“Mostrar o bairro ao mundo e trazer o mundo ao bairro” é o mote da Galeria de Arte Pública da Quinta do Mocho. Depois de alguns anos de ausência por parte da câmara municipal, decidiu revitalizar a zona e organizar o festival *O Bairro io Mundo*, em parceria com a associação de teatro IBISCO, realizado pela primeira vez em Outubro de 2014. Na altura, foram seis as pinturas que inauguraram a iniciativa e o sucesso foi imediato. A partir desse ano, começaram a notar-se diferenças na maneira como as pessoas viam o bairro. “Hoje, a Quinta do Mocho é um bairro que tem uma alma nova, recebe visitas de pessoas de dentro e fora do concelho e com muita hospitalidade”, explica a vereadora de Acção Social da Câmara de Loures, Maria Eugénia Coelho. Para além

da vertente artística, há ainda um processo de requalificação urbana, nomeadamente na recuperação de espaços verdes.

“O Mocho não é aquele monstro que as pessoas dizem que é”, afirma Deydey, um dos guias e um dos 2800 moradores da Quinta do Mocho. “Temos de mudar mentalidades, estamos todos a trabalhar para mostrar às pessoas que conseguimos fazê-lo em conjunto com respeito e dignidade”, explica, contando que antes não percebia nada de arte mas que agora percebeu que esta muda as pessoas.

“Há três anos, não havia nem um táxi a entrar aqui”, afirma o morador, acrescentando que os residentes tinham de percorrer longas distâncias para ter acesso a transportes públicos. Só há pouco tempo é que se conseguiu que o autocarro 300 da Rodoviária de Lisboa passasse a circular no bairro. “Agora, as pessoas têm orgulho em dizer que são da Quinta do Mocho, o ambiente é muito mais tranquilo e os moradores sentem que o pesadíssimo estigma que tinham sobre si está a desvanecer-se”, assegura Maria Eugénia.

### A história do Mocho

A primeira visita guiada foi feita em Fevereiro de 2015 e, desde essa data, passou a realizar-se no último sábado de cada mês, gratuitamente. Tem início na Casa da Cultura de Sacavém, onde é feita uma pequena introdução pela vereadora da Acção Social, que começa por contar a história do bairro. “A Quinta do Mocho é um bairro municipal e a sua origem consistiu no realojamento de um conjunto de famílias oriundas de países de origem africana, como Angola, Moçambique ou São Tomé”, diz, acrescentando que eram famílias que, por viverem em outros locais do concelho sem condições, foram realojadas neste bairro de iniciativa municipal.

“Ao longo dos anos, quando se falava na Quinta do Mocho, as pessoas retraíam-se e achavam que aqui só vivia gente má, e isso não corresponde à realidade”, sublinha Maria Eugénia, exemplificando que os habitantes do bairro também se levantam



cedo para trabalhar, como qualquer pessoa.

As visitas guiadas são apresentadas por quatro jovens moradores do bairro – Deydey, Kali, Kedy e Giovanni – e o número de visitantes tem crescido ao longo dos meses. Na de Novembro, estavam presentes mais de 70 visitantes. “Este é o caminho certo na envolvimento das pessoas e na procura de soluções”, declara a vereadora.

Na visita, tem-se contacto não só com a arte, mas com as pessoas do bairro. Desde as crianças que brincam na rua à senhora que assa e vende chouriças, ao jovem escritor

Oswaldo de Sousa que mostra o seu livro de poesia *Amor Sem Passaporte nas Lágrimas de Lusofonia*, uma obra que reflecte a vida na Quinta do Mocho.

### A arte da diversidade

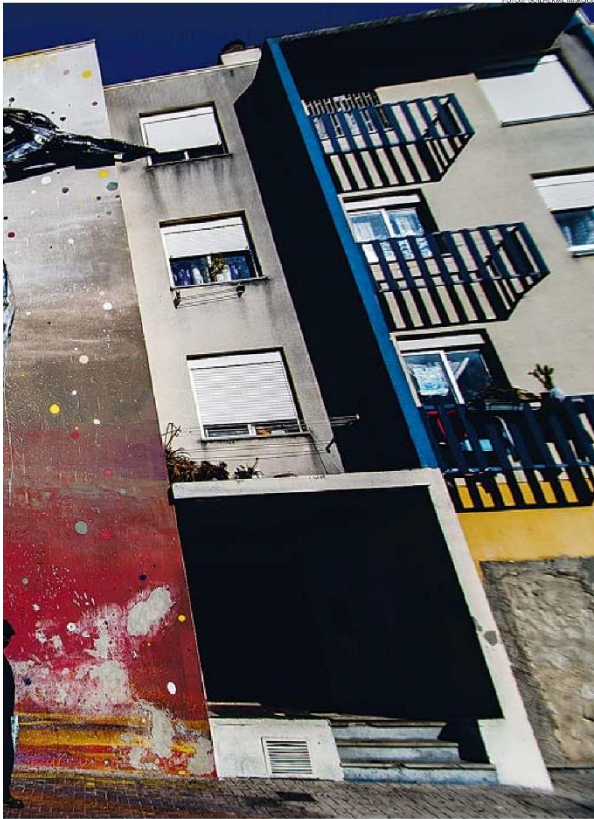
Marcelo Gomes foi convidado para pintar e terminou a sua obra no final de Outubro deste ano. Foi feita no edifício de um infante e a sua pintura é, precisamente, a mão de uma criança a pousar na mão de um adulto, ambas multicolores. “O que eu quis mostrar foi que, independentemente da nossa cor ou da nossa cultura, o importante é proteger as

crianças dos maus tratos, abandono ou mesmo dos cortes na educação”, explica Marcelo, referindo que foi a primeira vez que fez uma obra desta dimensão. “As crianças dependem de nós, mas o futuro depende delas”, conclui.

Stélvia Zamora, de nome artístico Moami, mora a 20 minutos do bairro e é a autora da obra número 46, a mais recente da galeria de arte pública. “O tema desta obra é a multiculturalidade e a globalização”, conta ao PÚBLICO, em frente da sua pintura que tem como protagonista o desenho de um menino com um urso panda por cima. Demorou três

# 2800

A Quinta do Mocho conta com 2800 moradores. As visitas são conduzidas por residentes e costumam ter perto de 70 visitantes



dias até estar concluída.

Durante a visita, fica o aviso de Kali, um dos guias: "Se alguma mulher quiser participar, está à vontade". Das 46 pinturas, quatro foram pintadas por mulheres, duas portuguesas (Tamara Alves e Moami) e duas estrangeiras (Zabou e Maria Noé). Das restantes, destacam-se nomes como Vhils, Bordalo II, Odeith, Slap, Adrés ou Pantónio. "Os artistas de renome nacional e internacional vêm de forma gratuita, acaba por ser também uma forma de intervenção social", explica a vereadora, referindo que têm em lista de espera cerca de 30 artistas de várias partes do mundo.

**As pinturas feitas no bairro abordam vários temas, quase sempre sobre questões sociais. A discriminação racial, os direitos das crianças, a natureza, a multiculturalidade, a igualdade e o impacto da arte são alguns dos exemplos. Também há pinturas de mochos**

A câmara disponibiliza um espaço para dormir – uma "residência artística", como lhe chama Maria Eugénia – e as refeições. Deydey explica que as tintas são oferecidas pela Robbialac e que a câmara fornece o resto do material, como os pincéis e a grua.

As pinturas abordam diferentes temas, geralmente relativos a questões sociais: a discriminação racial, os direitos das crianças, a natureza, a multiculturalidade, a igualdade e também o impacto da arte. Há ainda vários edifícios com pinturas de mochos, em alusão ao nome do bairro, mas também de girafas, cães ou

peixes. Esta original galeria pretende mostrar que a diversidade é uma coisa boa, pelo que há pinturas para todos os gostos.

Além das visitas guiadas, a Câmara de Loures tem tentado inovar para atrair cada vez mais visitantes ao local. No fim das visitas – que têm a duração de aproximadamente duas horas –, os visitantes são convidados a passar num dos três restaurantes do bairro que estão a confeccionar comidas tipicamente africanas, como cachupa ou muamba. O município encontra-se também a desenvolver um Festival de Arte Urbana, que decorrerá em Junho do próximo ano,

um "festival que ultrapasse as fronteiras do bairro e que tenha várias formas de manifestação artística", adianta Maria Eugénia Coelho.

Apesar de não ter vencido, *O Bairro é o Mundo* foi um dos cinco finalistas do concurso europeu *Diversity Advantage Challenge*, uma competição que premia pecuniariamente os projectos que consigam atenuar preconceitos existentes. Até a cidade alemã de Nuremberga já se inspirou no projecto desenvolvido na Quinta do Mocho para tornar a sua cidade mais colorida, estando em preparação um plano de arte urbana. **Texto editado por Ana Fernandes**



11 de dezembro de 2015

18 | LOCAL | PÚBLICO, SEX 11 DEZ 2015

## Alentejo quer reduzir perdas de água na rede

**Protocolo**  
Carlos Dias

Todos os anos, são perdidos nas redes públicas de abastecimento nacionais cerca de 240 milhões de metros cúbicos de água

As perdas de água nos sistemas de abastecimento da rede pública em Portugal ascendem aos 40%, representando um volume de perda na ordem dos 240 milhões de metros cúbicos por ano. Os concelhos da região alentejana, que são muitas vezes afectados por períodos de seca, não são excepção neste cenário de desperdício. Para tentar reduzir o volume de perdas na rede pública, a Comunidade Intermunicipal do Alentejo Central (CIMAC) vai assinar com a EPAL, no dia 15 de Dezembro, um protocolo de cooperação para a aplicação de sistema WONE (Water Optimization for Network Efficiency), refere a empresa do grupo Águas de Portugal.

O sistema WONE está vocacionado para uma estratégia "focada na eficiência, na redução de perdas e na optimização do sistema de abastecimento", salienta a EPAL. Este vai passar a monitorizar e a controlar a rede pública nos concelhos de Alandroal, Arraiolos, Borba, Estremoz, Évora, Montemor-o-Novo, Moura, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo e Vila Viçosa.

O protocolo de cooperação entre as duas entidades tem como objectivo "aumentar a eficiência das redes de abastecimento de água dos municípios da CIMAC", destaca a EPAL, acrescentando que o acordo entre as partes contempla também "um módulo de formação, facultado pela EPAL, que potenciará a normalização e optimização de procedimentos, com inerentes ganhos de eficiência."

A empresa do grupo Águas de Portugal salienta o exemplo de Lisboa, onde o sistema WONE já vigora e permitiu reduzir os níveis de água não facturada na rede de distribuição de 24% em 2005, para 8% em 2014.

O protocolo que vai ser firmado entre a EPAL e a CIMAC envolve "o maior projecto de sempre do WONE a nível nacional", e tem como finalidade "ajudar os municípios a diminuir as perdas de água nas suas redes de distribuição", reduzindo assim a factura da água adquirida.



À frente da tabela ficou, pelo segundo ano consecutivo, o site de Alfândega da Fé

## Transparência dos municípios depende da vontade política e não da dimensão

**Poder local**  
Inês Boaventura

O Índice de Transparência Municipal "não é só um exercício académico", tem "efeitos práticos", diz um dos seus coordenadores

É a "vontade política" que faz com que um município seja mais transparente do que outro, e não a sua "escala" ou os "recursos" de que dispõe. Foi essa a conclusão a que chegou um dos coordenadores científicos do Índice de Transparência Municipal (ITM), que garante que neste caso "a dimensão não tem qualquer importância".

Nuno Cruz, que falava ontem na apresentação daquela que foi a terceira edição do ITM, sublinhou que "pela primeira vez" houve "um salto significativo nos resultados". "Foram muito melhores do que nos dois primeiros anos", constatou, lembrando que a avaliação média dos 308 municípios do país tinha sido de 33 (numa escala de zero a cem) em 2013 e de 34 no ano seguinte. Em 2015 chegou-se a uma pontuação de 44,3.

Apesar da evolução positiva, o investigador da London School of Economics salvaguardou que tal não significa que se possa falar em "bons resultados". Segundo precisou

na sua apresentação, uma classificação de 36 é considerada o "mínimo aceitável" e só uma acima de 64 é vista como boa.

Olhando para o ranking deste ano, verifica-se que apenas 41 dos municípios portugueses conseguiram ultrapassar essa última fasquia. Como o PÚBLICO já noticiou, à frente da tabela ficou, pelo segundo ano consecutivo, Alfândega da Fé, que teve uma pontuação de 94,23. Um feito que foi destacado pelo director executivo da Transparência e Integridade, Associação Cívica (TIAC), João Paulo Batalha, que falou num "score quase estratosférico".

Segundo Nuno Cruz, de 2014 para cá foi possível observar que municípios que estavam em lugares primeiros do ranking ou no meio da tabela "melhoraram". Mas houve também várias câmaras que "pio-raram", tendo os seus sites ficado menos transparentes de um ano para o outro. De acordo com o investigador, essa situação ocorreu fundamentalmente com municípios que já estavam mal classificados e agora ficaram ainda pior.

O co-coordenador científico do ITM frisou que este "não é só um exercício académico", verificando-se que "teve efeitos práticos". "Hoje os municípios são mais transparentes do que quando começámos há três anos atrás", constatou, acrescentando que não

existe no mundo uma ferramenta "tão robusta" como esta "para medir a transparência municipal".

Por fim, Nuno Cruz observou que tem havido "um certo efeito de contágio entre municípios vizinhos", deixando no ar a pergunta sobre se esta não poderá ser uma pista de investigação possível para o futuro.

À apresentação de resultados seguiram-se uma apresentação da obra *A Reforma do Poder Local em Debate*, que procura fazer um diagnóstico dos problemas do poder local e apresentar propostas para a sua reforma, e uma mesa-redonda com três presidentes de câmara: Basílio Horta, de Sintra (PS), José Manuel Ribeiro, de Valongo (PS), e Paulo Batista dos Santos, da Batalha (PSD).

"O segredo é inimigo da transparência e é hostil à democracia", afirmou Basílio Horta. Para este eleito, os presidentes de câmara devem exercer o seu mandato com a percepção de que são os "fiéis depositários do dinheiro dos contribuintes", pelo que devem estar "preparados para explicar cada centímo".

"Eu não gosto de intermediários na relação com os cidadãos", afirmou por sua vez José Manuel Ribeiro, explicando que o programa com que se apresentou a votos passa por "empoderar as pessoas" e lamentou que "milhares de pessoas se mobilizem para defender um cãozinho e não pela causa pública".

## PEV e CDS questionam sobre surto de esgana

**Canil de Lisboa**  
Cláudia Carvalho Silva

A esgana é uma doença fatal para os cães e pode ser prevenida através da vacinação

Perante as denúncias de um surto de esgana na Casa dos Animais de Lisboa feitas ao Partido Ecologista "Os Verdes" e ao CDS-PP, estes partidos apresentaram pedidos de esclarecimento sobre o caso à assembleia municipal e à Câmara de Lisboa, respectivamente. A esgana é uma doença infecciosa mortal que afecta os cães, mas não os humanos.

O CDS-PP enviou ontem um pedido de informação escrita ao presidente da Câmara de Lisboa, Fernando Medina, a solicitar esclarecimentos sobre o número de cães afectados pela esgana, incluindo o número de mortes.

Assinado pelo vereador João Gonçalves Pereira, é também solicitada no documento uma explicação sobre a denúncia de que a Câmara de Lisboa "não disponibiliza verbas" para que sejam administradas as vacinas básicas para qualquer cão, como a vacina da raiva, hepatite contagiosa, leptospirose, parvovirose e esgana. O CDS questiona ainda o facto de se promover a adopção de cães durante este surto infeccioso.

Já no requerimento do grupo municipal "Os Verdes", apresentado a 1 de Dezembro deste ano, é pedida a confirmação do surto de esgana, assim como informações sobre as medidas que foram tomadas relativamente à situação.

É ainda perguntado se a Câmara de Lisboa "pondera incluir outras vacinas no plano de vacinação, além da anti-rábica, que é a única a ser actualmente administrada" aos animais que estão sob tutela da Casa dos Animais, também conhecido como Canil Municipal. A vacinação, feita a partir das seis semanas de vida dos cães, é a única maneira eficaz de prevenir a esgana.

O requerimento do PEV menciona a morte de cinco cães, enquanto o CDS alude que "já terá falecido, pelo menos, dois cães".

Também foi criada uma petição online "para que todos os animais do Canil Municipal de Lisboa sejam vacinados" que conta já com mais de 110 assinaturas. **Texto editado por Ana Fernandes**



Neste momento inicial, a aplicação mytaxi já tem 80 táxis registados em Lisboa

## Chegou a Lisboa a aplicação de táxis europeia que aposta na formação dos taxistas

**Tecnologia**  
Cláudia Carvalho Silva

A mytaxi começou ontem a operar em Lisboa. A empresa tem como objectivo a melhoria do serviço de táxis

“Táxi, táxi, táxi”, ouve-se no telemóvel do taxista João Ramos ao fazer-se a simulação de uma chamada durante a sessão de apresentação da aplicação móvel – que decorreu ontem em Lisboa. O processo é simples: instala-se a aplicação mytaxi gratuitamente, faz-se o registo na primeira utilização e chama-se um táxi. Por defeito, é notificado o taxista mais próximo mas também se pode escolher um em específico, com quem já se tenha andado anteriormente. O trajecto pode ser seguido em tempo real no telemóvel do cliente e os pagamentos podem ser feitos directamente a partir da aplicação.

Para Antonio Cantalapiedra, CEO da mytaxi de Portugal e Espanha, o que distingue a aplicação dos restantes serviços é a “sofisticação tecnológica e o contacto directo entre o utilizador e o taxista”. Além disso, há uma aposta na formação dos taxistas, para que estejam aptos a lidar com os dispositivos tecnológicos ou para aprenderem lin-

guas como o Inglês ou o Mandarim.

A city manager responsável em Lisboa pela mytaxi, Vera Falcão, refere que só em Lisboa existem 3500 táxis, pelo que há “bastante potencial mas também uma margem de inovação que precisa de ser feita”. Acrescenta que os clientes estão cada vez mais exigentes e que os taxistas são a primeira cara de Lisboa para os turistas, outra das razões que os levam a desejar melhorar a qualidade do serviço. No final da viagem, o cliente pode avaliar o serviço através da aplicação.

### Aplicações em competição

A aplicação mytaxi vai competir em solo nacional com outras aplicações como a Kabx, TaxiClick, 99Taxis ou Taxi Motions. Em relação à Uber, Cantalapiedra explica que a competição é saudável e que ajuda a melhorar o serviço, sublinhando que a mytaxi é “uma aplicação totalmente legal e transparente”.

Vera Falcão frisa que a mytaxi só trabalha com taxistas licenciados. “É com eles que estamos a trabalhar e é com eles que queremos apostar na inovação deste sector e, se isso significa competir com a Uber, assim será”, assegura a city manager. “Queremos melhorar o serviço público e esta é uma aplicação desenhada para toda a gente; a Uber é algo mais privado, são carros privados, é diferente”, acrescenta Cantalapiedra.

A aplicação surgiu em Hamburgo.

Apesar de a Uber ter sido fundada em Março de 2009, a aplicação para smartphones só foi lançada em 2010, enquanto que o serviço mytaxi surgiu em Junho de 2009.

Também presente na sessão de apresentação estava Fátima Correia, que é portuguesa mas trabalha com esta aplicação em Madrid há dois anos. “A mytaxi ajuda a combater aplicações ilegais no sector dos táxis, o que é importante para nós, que pagamos tanto por uma licença”, explica, dizendo que “os clientes escolhem a aplicação pela sua qualidade e segurança”.

O custo do serviço da mytaxi é o mesmo dos táxis normais, mas até ao fim do mês de Dezembro existe um desconto de 50% – ainda que o taxista receba na totalidade – desde que o pagamento seja feito através da aplicação móvel, para que os clientes possam experimentar o serviço.

Depois de consolidar o produto na capital, Vera Falcão revela ao PÚBLICO que consideram a hipótese de alargar o serviço ao Porto. A aplicação tem, no total, mais de 45 mil táxis registados e está disponível em mais de 40 cidades em países como Espanha, Alemanha, Polónia e Itália. “Neste momento inicial, temos 80 táxis em Lisboa, mas este número pode crescer a qualquer instante”, refere o CEO da Península Ibérica. **Texto editado por Ana Fernandes**

**A vida em instantes na lente do Público**

Siga-nos no Instagram em @publico.pt

Desfile #Storytailors  
37º Portugal Fashion  
Miguel Marmo / Público  
@mmarmo#publicofoto  
#portugalfashion

**TEATRO MUNICIPAL JOAQUIM BENITE**

**A TRAGÉDIA OPTIMISTA**  
De Vsevolod VICHNIEVSKI | Encenação de Rodrigo FRANCISCO

JÁ HOUVE UM TEMPO EM QUE PARA ALÉM DA RELIGIÃO SE ACREDTOU NA VIDA ETERNA...

**Até 13 DEZ**  
QUA a SÁB // 21H30  
DOM // 18H00

**PASTÉIS DE NATA PARA BACH**  
Dramaturgia de Pedro PROENÇA e Teresa GAFFEIRA  
Enc. de Duarte GUIMARAES

**Até 20 DEZ**  
SÁB // 16H00 | DOM // 11H00

COOPERAÇÃO PORTUGAL, INTERMEDIÁRIO, de ARTES, ALMADA

Tel.: 21 273 93 60  
www.ctalmada.pt

19 de dezembro de 2015

PÚBLICO, SÁB 19 DEZ 2015 | LOCAL | 17

## Foram apreendidos mais de cem passarinhos no Algarve

**Ambiente**  
Claudia Carvalho Silva

**Numa das três apreensões, 38 pássaros encontravam-se mortos e alguns depenados, possivelmente para fins gastronómicos**

Num período de duas semanas foram realizadas três apreensões de aves ilegais no Algarve, tendo sido recuperada mais de uma centena de passarinhos. Julieta Costa, assistente do departamento de conservação terrestre da SPEA (Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves), afirma que “os pássaros são capturados por duas razões: para servirem de peixe ou para comércio ilegal de aves em cativeiro”. A associação aproveita estas apreensões para relembrar que estas situações de captura e cativeiro são ilegais.

Julieta Costa explica que, depois das apreensões, “os pássaros são entregues a um centro de recuperação e, se estiverem em boas condições físicas e de saúde, são libertados para a natureza; caso se encontrem doentes, com lesões, ou mal alimentados, são mantidos em recuperação e depois libertam-nos”.

As apreensões, feitas no final de Novembro, estiveram a cargo do Serviço de Protecção da Natureza e Ambiente (SEPNA) da GNR e os animais foram encaminhados para o RIAS – Centro de Recuperação e Investigação de Animais Selvagens, gerido pela associação Aldeia – para a depois serem devolvidos à natureza.

A acção desenvolvida pelo SEPNA de Portimão resultou na libertação de 84 passarinhos, de 24 espécies diferentes, que se encontravam em situação de cativeiro ilegal. Noutra, feita pelo SEPNA de Tavira encontraram oito pintassilgos e, numa terceira intervenção, o SEPNA de Faro detectou 38 passarinhos de quatro espécies: pisco-de-peito-ruivo, toutinégas-de-cabeça-preta, ferreirinha-comum e toutinégas-de-barrete-preto. Presume-se que estes últimos fossem para utilização gastronómica, já que alguns se encontravam depenados e eram visíveis os danos causados pelas armadilhas.

No total, foram apreendidos 130 passeriformes, e, com óbvia excepção dos 38 que estavam mortos, os restantes foram devolvidos à natureza. Os passeriformes são uma ordem

da classe das aves que caracteriza as aves de porte pequeno ou médio.

Julieta Costa explica ao PÚBLICO que as apreensões resultam de acções espontâneas da GNR (como acções de fiscalização em feiras), mas, na sua grande maioria, são feitas depois de alertas às autoridades, pelo que considera que “os cidadãos têm um papel muito importante na denúncia destes casos”.

Em Portugal, a legislação proíbe o abate e a captura de todas as espécies de aves selvagens, de qualquer espécie autóctone. É aberta uma excepção para as espécies cinegéticas, que podem ser abatidas durante o período de caça, mas cuja venda é proibida. A venda de aves, feita em feiras ou mesmo na Internet, é ilegal, a não ser que se trate de um criador autorizado pelo Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF).

A utilização destas espécies na gastronomia poderá não incorrer em nenhuma ilegalidade, desde que sejam tordos ou codornizes caçados durante o período legal ou caso se tratem de pássaros congelados, importados da China, por exemplo.



O chapim-rabilongo foi uma das aves apreendidas numa das operações a cargo do SEPNA

Já a utilização de quaisquer métodos de captura (armadilhas ou redes) é ilegal, excepto para pesquisa científica ou anilhadores credenciados. No entanto, a venda destes dispositivos é legal. “Geralmente são usadas ilegalmente pequenas armadilhas de arame, colocadas no chão ou em arbustos com um isco, que atrai o pássaro”, explica Julieta Costa, acrescentando que também são utilizadas redes, loisas, gaiolas ou esparrelas. Existem ainda outros métodos, como a utilização de milho moído misturado com veneno para rato que mata indiscriminadamente todas as aves granívoras.

A SPEA lançou uma campanha intitulada “Diga não aos passarinhos na gaiola e no prato” que tem como objectivo sensibilizar para a captura e venda de aves ilegais. “Temos feito um trabalho conjunto com a GNR e com outros parceiros, mas ainda há muito para fazer”, refere Joana Domingues, responsável de comunicação da SPEA. **Texto editado por Ana Fernandes**

## Prémio de reabilitação urbana para o projecto turístico de Trebilhadouro

**Arquitectura**  
Patrícia Carvalho

**Este ano, só uma categoria levou para casa troféu, sendo outros projectos distinguidos com menções honrosas**

O Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana (IHRU) só atribuiu, este ano, um prémio, tendo os restantes distinguidos levado para casa menções honrosas. O projecto turístico que reabilitou a aldeia de Trebilhadouro, em Vale de Cambra, foi a grande vencedora, com um trabalho que o arquitecto quis que fosse o mais invisível possível.

A cerimónia decorreu ontem, na Casa da Prelada, no Porto, e deixou Isabel Fonseca e Áurea Santos, as duas promotoras do projecto turístico de Trebilhadouro a sorrir. As duas são as responsáveis pelas duas empresas que, com o apoio de fundos comunitários, reabilitaram a aldeia abandonada (e que acolheu, até 2011, um festival de artes e culturas), transformando-a num projecto turístico. No final da cerimónia ambas se confessavam “muito felizes”, com Isabel Fonseca a assegurar: “Este prémio é inteiramente do arquitecto.”

O arquitecto André Eduardo Tavares, que em 2013 já recebera um troféu IHRU pela reabilitação do edifício Casa de Campo, também em Vale de Cambra, não foi chamado, numa primeira instância, para receber o prémio, mas esteve presente na cerimónia e descreveu o trabalho realizado em Trebilhadouro como algo muito discreto. “Quis aproveitar o máximo que tinha, recuperando técnicas de construção tradicionais e os materiais da zona. Interessava-me que o trabalho do arquitecto passasse despercebido, que o resultado fosse uma obra muito serena, muito anónima”, disse ao PÚBLICO.

Apesar de não viver em Vale de Cambra, o arquitecto diz que tem raízes na região e que, por isso, tinha ainda muitas memórias de infância sobre as cores e texturas que habitavam as aldeias, pelo que não foi difícil transportar essa memória para o projecto actual.

Os resultados convenceram o júri do IHRU, liderado por Teresa Gouveia, e que, nesta 27.ª edição, não encontrou, nas restantes categorias, qualquer projecto que merecesse levar o troféu para casa. Por isso, as categorias “reabilitação de edifício”



Aldeia abandonada foi reabilitada para fins turísticos

e “reabilitação ou requalificação do espaço público” ficaram-se pela atribuição de menções honrosas. No primeiro caso, foram distinguidos o restauro da Igreja e Torre dos Clérigos (Porto), a conservação e restauro das Sete Fontes (Braga) e o projecto do Torre de Palma Wine Hotel (Monforte); no segundo, a requalificação do espaço público de Alburrica (Barcelos).

Um resultado que Vitor Reis, presidente do IHRU, atribui à “exigência do júri”, num ano em que os candidatos foram muitos. “Tivemos um número muito, muito alargado de candidaturas – cerca de 30 –, provenientes de todo o país, o que é uma

**“Interessava-me que o trabalho do arquitecto passasse despercebido, que o resultado fosse uma obra muito serena, anónima”**

amostra muito clara da viragem do país para a reabilitação, em detrimento da construção nova”, disse.

A cerimónia contou com a presença do secretário de Estado adjunto e do Ambiente, José Mendes, que salientou a importância da reabilitação urbana para o novo Governo, garantindo que este “está já a trabalhar no modelo a adoptar no novo Fundo Nacional de Reabilitação do Edificado”. Uma medida que consta do programa do Governo e que deverá sair do Fundo de Estabilização Financeira da Segurança Social, des-

tinando-se a promover o mercado de arrendamento.

O governante aproveitou a presença no Porto para distinguir o “pioneirismo” da Sociedade de Reabilitação Urbana (SRU) da cidade e deixar uma crítica ao accionista nacional da Porto Vivo. “O Estado nem sempre se comportou como pessoa de bem, mas tal não foi suficiente para fazer esmorecer o município e outras entidades”, disse, na cerimónia promovida pelo IHRU, que é o representante do Estado na SRU portuense.

Depois de um acordo conseguido pela Câmara do Porto com o Governo de Pedro Passos Coelho, este ano, a SRU deverá passar a ser detida a 100% pelo município – uma solução que agradou aos dois accionistas e que só aguarda pelo visto do Tribunal de Contas.

Este terá pedido já alguns esclarecimentos ao município e, para que não restem dúvidas sobre a decisão já assumida, o executivo liderado por Rui Moreira deverá ratificar, na reunião de câmara da próxima terça-feira, o contrato de transmissão de acções outorgado entre o município e o IHRU e o contrato-programa firmado entre estes dois organismos e a SRU.

Vitor Reis anunciou ainda, durante a cerimónia, que a edição do próximo ano deverá contar com um novo membro no júri, em representação das entidades que zelam pelo património. O presidente do IHRU aproveitou a presença no Porto para dizer que irá convidar a APRUPP – Associação Portuguesa para a Reabilitação Urbana e Protecção do Património, que nasceu no Porto, para assumir o lugar que este ano foi do GeCORPA – Grémio do Património.

23 de dezembro de 2015

PÚBLICO, QUA 23 DEZ 2015 | LOCAL 13

## Táxis saem da zona de partidas do aeroporto de Lisboa, ANTRAL contesta decisão

**Transportes**  
Claudia Carvalho Silva

A partir do início de Janeiro, os táxis deixarão de poder estacionar na zona de partidas do Aeroporto de Lisboa

A área reservada ao estacionamento de táxis na zona de partidas do aeroporto vai ser "relocalizada" para a zona de chegadas, confirmou ontem o assessor de imprensa da ANA - Aeroportos de Portugal, Rui de Oliveira. O presidente da ANTRAL, Florêncio Almeida, considera a decisão "errada" e diz que "a ANA está a prejudicar o público em geral". O objectivo do projecto - que pressupõe obras também na zona de chegadas do aeroporto - é que passe a existir uma única praça de táxis no aeroporto.

A zona de partidas é um dos dois espaços do aeroporto em que os táxis estacionam há muitos anos. Rui de Oliveira diz, porém, que essa área "não é uma praça de táxis", mas sim uma zona em que o estacionamento de táxis tem sido permitido. Afirma ainda que, apesar da supressão deste espaço, os taxistas podem aí "largar" os clientes, desde que não fiquem lá parados. Florêncio Almeida considera essa possibilidade "natural e igual aos dez minutos de estacionamento permitidos a qualquer veículo particular". Rui de Oliveira não comenta a oposição da ANTRAL, referindo apenas que a ANA contactou aquela associação empresarial de taxistas e lhe apresentou o projecto, facto confirmado pelo seu presidente.

De acordo com um comunicado da ANTRAL, divulgado através da Agência Lusa, "trata-se de uma praça que foi definida pela Câmara Municipal de Lisboa". O presidente da associa-

ção referiu que os táxis não estariam naquela zona "se [a sinalização] não tivesse sido colocada pela Câmara de Lisboa", argumentando que a ANA não deveria agir "sem que fossem ouvidos o IMT (Instituto da Mobilidade e Transportes) e a CML". O PÚBLICO contactou a câmara, mas não obteve resposta em tempo útil.



A saída dos táxis da zona de partidas está prevista num projecto da ANA que prevê a realização de obras nas zonas de chegadas e de partidas do aeroporto. O presidente da ANTRAL sustenta, no entanto, que o objectivo da empresa aeroportuária

consiste em construir "um parque para veículos particulares". As obras terão a duração de "seis a sete meses", segundo o assessor da ANA. Florêncio Almeida refere ainda que a ANTRAL já se mostrara contra esta decisão e que a medida não prejudica os taxistas, mas os clientes, considerando que estes "têm de ter a possibilidade de escolha" do local onde procuram os táxis.

"Estamos perante uma alteração unilateral, de facto consumado, que tem frontalmente a oposição da ANTRAL, posição de que daremos conta à AMT [Autoridade Metropolitana de Transportes], ao IMT, à Câmara Municipal de Lisboa, à DGAE [Direção-Geral das Actividades Económicas] e às entidades de defesa do consumidor, para que os interesses gerais e dos consumidores sejam preservados", lê-se no comunicado da ANTRAL. **Texto editado por José António Cerejo**

## Câmaras da Moita e do Barreiro contra TST


**Tribunais**

As Câmaras do Barreiro e da Moita garantiram ontem que vão manter a intenção de alargar o serviço da empresa municipal Transportes Colectivos do Barreiro (TCB) ao concelho da Moita, e já contestaram a providência cautelar interposta pelos Transportes Sul do Tejo (TST). "Mantemos a intenção de prestar o serviço, ao abrigo do novo regime jurídico dos transportes. Já contestámos a providência cautelar que vai agora ser avaliada pelo tribunal. Acreditamos que temos todo o cimento jurídico para suportar a nossa intenção", disse Rui Lopo, vereador do Barreiro. Os TST avançaram com uma providência cautelar para travar o alargamento do serviço dos TCB, alegando que se trata de uma "situação ilegal" e que os seus "legítimos interesses são gravemente afectados".

**A VIA VERDE DESEJA-LHE**


**1 ANO** OU **50**


PORTAGENS GRÁTIS + 12 PROGRAMAS DE LAZER      PROGRAMAS FIM DE SEMANA




FAÇA DOWNLOAD DA APP VIA VERDE

[Google play](#) [App Store](#)





A Via Verde anda consigo no Natal e Ano novo para lhe desejar 1 ano de portagens grátis com 12 programas de lazer incluídos ou 50 programas de fim de semana, prémios que o Programa Viagens & Vantagens tem à sua espera no nosso site. Participe e tenha boas festas em segurança.



3 de janeiro de 2016

24 | PÚBLICO, DOM 3 JAN 2016



# Que futuro para as

O antigo está na moda e há quem faça o novo parecer velho. Uma oportunidade para as lojas históricas? Um passeio em Lisboa e no Porto revela sucesso, reinvenção, tristeza. E ameaças

## Reportagem Cláudia Carvalho Silva e Joana Guimarães

Por entre milhares de braços, pernas e bonecas – novas e velhas, de pano, porcelana ou plástico – Manuela Cutileiro, herdeira do Hospital das Bonecas, aberto desde 1830 na Praça da Figueira, em Lisboa, diz que tudo corre bem com o seu negócio. “Quando vêm ter connosco, as pessoas procuram uma coisa diferente e uma qualidade diferente”, explica. O sucesso de algumas das lojas antigas de cidades como Lisboa

e Porto, passa justamente por isso: oferecem exclusividade, historicidade e qualidade. O crescimento do turismo é decisivo. Mas há diferenças importantes entre as duas cidades.

No Porto, o negócio tem crescido, as lojas mais tradicionais mantêm-se e o cenário é favorável para quem ali trabalha. Mas em Lisboa há lojas que bamboleiam na incerteza. Os motivos são vários: há concorrência por parte das grandes superfícies e das feiras de rua, e há falta de clientes. Mas, em grande parte, são as novas alterações à lei do arrendamento que estão a causar insegurança,

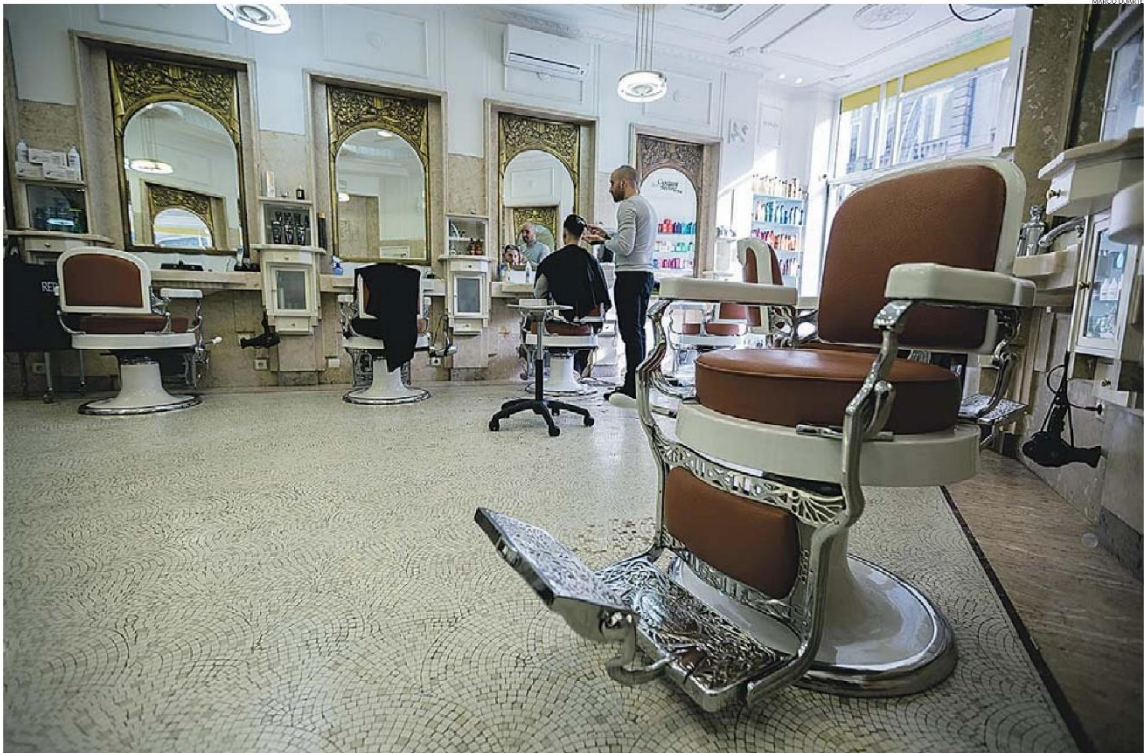
levando alguns estabelecimentos ao encerramento.

### Recuperar o antigo

Há lojas centenárias a fechar, mas há ao mesmo tempo novos espaços a abrir, cujo conceito é, justamente, recuperar um gosto antigo e fazer decorações *vintage*. Casos como a mercearia biológica Maria Granel, em Alvalade, assente no conceito tradicional de venda exclusivamente a granel, sem embalagens. Também a gerência do Botequim da Graça quis, desde o início, que o espaço fosse decorado “à moda antiga”, semelhante à decoração que

existia quando era gerido pela poetisa Natália Correia, em 1969. Depois da sua morte, o bar encerrou e foi reaberto em 2010, com gerência de Hugo Costa.

Faça à concorrência de outros bares, Hugo Costa, de 34 anos, refere que a solução passa por criar um conjunto de clientes fidelizados. “Este estilo *vintage* hoje em dia não tem muitas ameaças, aliás, é mais fácil que seja antes visto como uma ameaça para os outros”, diz, explicando que a ideia da decoração atrai muita gente ao Botequim. Tem clientes dos 16 aos 70 anos, mas de nada adianta ter um “espaço



# lojas do passado?

muito bonito se o serviço for mau". "Apesar de termos um estilo *vintage*, tentamos sempre inovar", conta, considerando que o negócio está bom e que as críticas têm sido positivas.

O aparecimento destes novos negócios que incitam a "reviver o passado" surge da "capacidade de regeneração" das cidades, diz o presidente da Associação de Comerciantes do Porto (ACP), Nuno Camilo. Estes negócios fazem com que se procure "um produto que faça a diferença", o que atrai mais pessoas. É um círculo vicioso que acaba por ser vantajoso para todos: os que

abrem novos negócios e os que, há décadas na cidade, têm como bons vizinhos estes novos comerciantes.

No Porto, algumas lojas mais recentes, como o cabeleireiro K-Urban ou a Central Conserveira, apostam, precisamente, numa decoração que mais não é do que uma viagem a outro tempo, mas onde se garante a qualidade do produto. Estes novos espaços tiveram de lutar pelo seu lugar no mercado, mas têm agora público cativo que não se limita aos moradores portuenses.

No caso da Central Conserveira, a sócia-gerente Joana Azevedo defende a selecção de produtos

nacionais, que muitas vezes não se encontram nos hipermercados: "Procuramos novos mercados, com novos designs, mais apelativos, novas marcas."

A escolha da conserva como produto primordial foi uma aposta ganha, mas os sócios da loja não se ficaram por aqui e criaram uma pequena área de restauração, onde os clientes escolhem a conserva que querem e depois a podem comer a quente, com combinações improváveis: "Servimos sardinha com mel ou cavala com compota. Esta área ajudou ao negócio. Por curiosidade, as pessoas aderiram."

A originalidade faz com que sejam uma escolha para os trabalhadores da cidade, que almoçam por lá, e para turistas, que mesmo não repetindo a experiência por estarem de passagem, recomendam a outros que visitam o Porto.

Paulo Guedes, cabeleireiro do K-Urban, também defende que a qualidade é o que mantém os espaços em funcionamento. O salão tem a decoração inspirada na Barbearia Tinoco, que ali começou a funcionar em 1929 e que não pode ser modificada por ser património da cidade, mas a aposta é na modernização

de serviços e nas parcerias. "Estamos a crescer todos os anos, até conseguimos fidelizar turistas. Temos também parcerias com hotéis, pelo que temos muito público estrangeiro", diz o cabeleireiro.

## O negócio vai bem

Em Lisboa, as lojas que têm um carácter exclusivo são das que mais clientes atraem. Um desses casos é a Luvária Ulisses, no Chiado. Será uma das lojas mais pequenas do mundo, com apenas quatro metros quadrados na área do atendimento. Carlos Carvalho, co-proprietário, diz →

que o que fascina os visitantes é precisamente o facto de ser uma loja minúscula, de ter uma decoração elegante e "o artigo em si, que é a base de tudo".

Todas as luvas são manufacturadas por trabalhadores da Ulisses, num outro espaço em Lisboa, mantendo o mesmo processo de fabricação usado nos anos 1920. "Estamos aqui há 90 anos. Quem resistiu a todo este tempo, com certeza que se vai manter", garante Carlos Carvalho. É verdade que há um século todas as senhoras usavam luvas – mesmo no Verão – e que agora as usam apenas por necessidade, quando está frio. Ou seja, "o mercado nacional passou a ser sazonal e isso sentiu-se no negócio". "Mas no Verão temos os estrangeiros", diz. E assim equilibram as contas.

Também o Hospital das Bonecas se insere na categoria "exclusividade". É dos únicos estabelecimentos deste género no mundo e, para além do restauro de bonecas, também "cura" peluches e objectos de cerâmica. Outro dos serviços é a confecção à medida de trajes de Carnaval tradicionalmente portugueses – ainda que também façam fatos de príncipes e princesas –, uma oferta que gera anualmente "muitas encomendas".

"Já passámos por tantas crises que, mais crise, menos crise, vamos sobrevivendo e o negócio está estável", diz Manuela Cutileiro. "As coisas não vêm aqui parar pelo valor comercial, mas pelo valor afectivo", diz a dona do hospital, que também funciona como museu, o que faz com que receba diariamente visitas de muitos turistas.

No Porto, a Rua Sá de Bandeira é um dos muitos exemplos do poder do comércio na Baixa da cidade. Para além das inúmeras lojas, a artéria é a ligação para muitas outras ruas onde o comércio tradicional está vivo e de boa saúde, e onde a oferta mais moderna encontrou espaço.

Luísa Vilas Boas é sócia-gerente do Bazar Paris há 23 anos, mas o espaço tem mais de 100. A loja, que a princípio vendia outro tipo de produtos, como perfumes vindos de Paris, especializou-se em brinquedos e artigos de colecção: "Acredito que o nosso sucesso vem da oferta de produtos diferenciados, que não se encontram nas grandes superfícies."

António Almeida Reis, dono da Pérola do Bolhão, uma mercearia com 98 anos numa das ruas do mercado, acredita que, no seu caso, a escolha recaí muitas vezes na sua mercearia e não noutras porque "pesa a granel" e tem "o bacalhau como especialidade". O comerciante não sentiu a



**"Temos de manter a qualidade, aviar bem os clientes, manter os preços de mercado"**

crise: "Nunca pensamos em fechar!", exclama. E nem a grande quantidade de mercearias do género à sua volta o demoveu: "Esta zona agora é um sítio de muita passagem, dá para todos!" O aumento dos turistas é visto como uma vantagem. Em 2015, exemplifica, vendeu muito vinho do Porto e café a estrangeiros.

**Já se viveram melhores dias**  
A atracção que estas lojas exercem é fácil de explicar – lá dentro estão bocadinhos da história das cidades, um local onde muitas vezes o interlocutor é alguém que, também ele, tem muitos saberes

para partilhar. "Quando perdemos estas lojas, perdemos também o saber-fazer, porque muitas delas têm associados pequenos ateliers", diz Catarina Portas, fundadora da cadeia de lojas A Vida Portuguesa. "São lojas que marcam as cidades em que se inserem", sublinha Carla Salsinha, presidente da União de Associações do Comércio e Serviços (UACS). Ajudam a definir "o carácter e a personalidade de uma cidade", nas palavras de Catarina Portas. E, no entanto, sucedem-se os casos de encerramento. Porquê? "Indiscutivelmente, a lei do arrendamento", responde

Salsinha. "A maior parte destas lojas são arrendadas." É o caso da papelaria Au Petit Peintre, na Baixa de Lisboa desde que abriu portas, em 1909. "As nossas casas, infelizmente, estão sentenciadas à morte", diz José Dominguez, dono da papelaria mas não do imóvel. "Quando não se é proprietário de uma loja, não se podem criar sonhos porque podem ser destruídos em um ou dois dias." A loja vende tudo o que tem a ver com papelaria, pintura e tipografia. "Se temos gráficos de vendas que vão mal, a pique, não é por falta de coisas para vender", diz, explicando que nota uma



**Celestino Almeida (pág. 24) trabalha há 52 anos na mercearia Pérola de São Mamede, em Lisboa. O Cabelheiro K-Urban, no Porto (pág. 25), tem a decoração inspirada na Barbearia Tinoco. A Cardoso Cabelheiros (pág. 26, em cima) abriu portas em 1906, no Porto. O Botequim da Graça, em Lisboa, está decorado "à moda antiga" e o Hospital das Bonecas mantém-se a funcionar desde 1830 (ambas na pág. 26 em baixo). Nesta página: Luvária Ulisses, em Lisboa, e a Central Conserveira, no Porto**

diferença na procura e acredita que há uma política de medo: "Antes de se comprar alguma coisa, a pessoa tem de pensar três ou quatro vezes."

Dominguez reconhece que os centros comerciais são importantes para as cidades, mas sublinha a grande diferença no atendimento feito nas grandes superfícies e nas lojas tradicionais. "São precisos contadores de histórias, pessoas que tenham material puro e verdadeiro." Por exemplo: em 1928, a Au Petit Peintre, conta, editou o *Jornal da Mulher*, uma publicação defensora da emancipação da mulher.

Na sua papelaria, chegaram a trabalhar seis pessoas. Hoje, é só ele. José Dominguez é artista plástico e está aqui desde 1963. "Temos dias bons, dias menos bons e dias maus. Hoje, vejo esta parte nobre de Lisboa transformada em feiras", lamenta. "E as lojas que têm os seus encargos a nível de fisco e de licenças estão sujeitas a uma concorrência desleal."

Celestino Almeida trabalha há 52 anos na mercearia Pérola de São Mamede, no número 19 da Rua Nova de São Mamede, em Lisboa. "Antes trabalhava aqui eu e a minha mulher, agora sou só

eu. Qualquer dia nem eu, estou a ficar velho." Tem 83 anos e diz que o negócio está "péssimo". Explica que as grandes superfícies são uma das razões para o mau negócio. Outra é o aumento da renda: passou de 37 euros para 172. "O futuro está muito incerto, em tudo." Não sabe se a mercearia conseguirá sobreviver. Para já, salvam-na os "velhinhos", clientes habituais, e os turistas.

No Porto, apesar de parecer que este tipo de negócios não enfrenta problemas, nem sempre foi assim — a última recessão económica, em 2011, fez baixar os lucros. No entanto, para estes comerciantes,

fechar nunca foi alternativa. Uns reinventaram-se, aproveitando a nova vaga de turismo. O pior é quando os turistas não são compradores, apenas curiosos. "Os turistas só entram para tirar fotografias!", queixa-se Israel Matos, dono da Cardoso Cabelheiros. Um problema que levou a Livraria Lello, um ícone histórico da cidade, a começar a cobrar entradas.

Israel vende perucas, naturais e sintéticas, numa loja que abriu em 1906. Apesar de não ter sentido qualquer efeito da recessão, os motivos pelos quais tal acontece não são os melhores: "Esta loja

viveu muitos anos do teatro, vendíamos para muitos pontos do país. Actualmente, a loja sobrevive da doença da morte", explica Israel, referindo-se a doenças oncológicas. "Antigamente vendia-se uma peruca por vaidade, hoje é por necessidade."

O investimento e a inovação parecem ser o segredo destas lojas, que querem manter-se de pedra e cal na cidade. Na Cabelheiros Cardoso, Israel diz querer "continuar a investir no mesmo ramo, mas noutras tecnologias": "Temos de acompanhar a evolução, é o que vou continuar a fazer."

Já Luísa Vilas Boas apostou em manter o produto, mas aumentar a oferta aos clientes: "Quando fiquei na gerência, abri mais uma loja, na Boavista. Há dois anos abrimos a loja *online*, para que mais pessoas consigam chegar até nós." A aposta acaba por levar o Bazar Paris a todo o país, e parece estar a dar frutos: "Desde o início que teve sucesso, mas neste Natal atingimos todos os picos de vendas."

O segredo do negócio no Bazar Paris é o mesmo de todas as outras lojas: "É importante que se alie a tradição à modernidade", defende a gerente. E é por isso que investe sempre em produtos que recordem os velhos tempos: "Continuamos a ter o brinquedo tradicional, como o pianinho, o cavalo de baloço, o pião. São artigos modernos, mas que remetem para o antigamente."

Na Pérola do Bolhão a aposta é na continuidade: "Temos de manter a qualidade, aviar bem os clientes, manter os preços de mercado", relata o proprietário, que não avista o fim da mercearia: "Espero, pelo menos, chegar aos cem anos [da loja!] Depois, alguém tomará conta."

Para Paulo Guedes, do K-Urban, o caminho deverá fazer-se sempre focado no cliente: "Na Suíça, onde cresci, há o *label* 'qualidade suíça'. As pessoas apostam na qualidade e deveríamos todos fazer o mesmo no nosso país. Apostar menos na embalagem e mais na qualidade do produto ou do serviço." Já Joana Azevedo, que sentiu alguma relutância quando abriu o negócio — "ainda havia um grande preconceito em relação à conserva" —, acredita que apostar na restauração aliada à mercearia de conservas foi um bom impulso para o negócio, uma vez que serão a única loja na cidade que serve conservas "a quente".

#### Sentença de morte?

Voltando a Lisboa, o panorama é muito menos brilhante do que no Norte. O restaurante Palmeira fechou há uns dias, depois de ter sido decretada a venda do edifício em hasta pública e de os novos →



proprietários terem decidido fazer obras no prédio.

Também a loja da fábrica de Sant'Anna, que faz 100 anos este mês, recebeu uma ordem de despejo para que o grupo Visabeira possa avançar com a construção de um hotel no mesmo edifício. Foi apresentada uma contestação pelos dirigentes da loja, daí que ainda se encontrem na Rua do Alecrim, a aguardar resposta.

A Ginjinha sem Rival esteve à beira de fechar para que no edifício nas Portas de Santo Antão nascesse mais um hotel, o que não chegou a acontecer por intervenção da câmara municipal. "Qualquer dia, vem-se a Lisboa para ver hotéis", ironiza José Dominguez, ao balcão da Au Petit Peintre.

"Há cerca de um ano, ouvimos o presidente da Câmara do Porto, Rui Moreira, dizer que por ele nunca o histórico café Guarany sairia de onde estava. Em Lisboa, nunca ouvi nenhuma declaração dessas, não há um único sinal público em relação às lojas históricas", diz Catarina Portas. Aliás, sublinha, pelo contrário. O Lojas com História, programa lançado em 2015 pelo município, "está parado".

A fundadora de A Vida Portuguesa integra o conselho consultivo deste programa. Ainda chegaram a ser definidos os critérios de acordo com os quais um estabelecimento emblemático da cidade poderia receber o selo Lojas com História, explica. Era suposto iniciar-se agora o levantamento dos que poderiam receber uma proteção especial, à luz desses critérios. "E estudou-se o que foi feito noutras cidades, porque este problema não existe apenas nas cidades portuguesas. O comércio mudou muito, profundamente", em muitas partes do mundo. "Não vejo, contudo, neste momento, ninguém para continuar esse programa", lamenta Portas.

E, no entanto, as lojas da cidade vivem os efeitos de uma espécie de tempestade perfeita, criada pela conjugação de três factores que, "por si só, seriam positivos", mas que juntos "são uma tragédia": a lei do arrendamento; "o pico de turismo que se vive em Lisboa" e "o interesse de vários fundos de investimento estrangeiros em imobiliário".

#### Apelos à mudança de lei

No final de Novembro, foi criada pelo movimento Fórum Cidadania Lx uma petição *online* intitulada "Por uma nova alteração à lei do arrendamento, pela salvaguarda das lojas históricas", que tem mais de 850 assinaturas. Face ao "encerramento em avalanche de lojas antigas", são aponta-



**Au Petit Peintre, em Lisboa, e o Bazar Paris, no Porto, têm mais de 100 anos**

dos como motivos algumas das alterações introduzidas na lei do arrendamento, nomeadamente os "aumentos exorbitantes" das rendas, a não consideração da especificidade dos estabelecimentos comerciais, a denúncia do contrato no caso de haver projectos de remodelação ou restauro nos edifícios em que se inserem as lojas, muitas vezes para fins turísticos.

Assim, é pedido que seja introduzida na lei uma cláusula de salvaguarda específica para estas lojas. Uma moção também apoiada pela União de Associações do Comércio e Serviços, que considera fundamental fazer tudo

para salvar estas memórias vivas das cidades.

"São lojas que estão localizadas nas zonas nobres da cidade e que estão inseridas em prédios que são vendidos para fundos imobiliários com o objectivo de, a maior parte deles, serem transformados em estruturas de hotelaria", explica a presidente da associação, afirmando que as empresas fazem obras profundas e dão ordem de despejo, o que, aliás, "tém todo o direito de fazer, não é uma ilegalidade".

Mas pode ser uma "incoerência", já que faria "todo o sentido se as lojas permanecessem inseridas dentro de um hotel, por exemplo, seria até uma mais-valia", defende Carla Salsinha.

Além das responsabilidades assacadas à lei do arrendamento

e aos apetites imobiliários pelo encerramento das lojas, soma-se a falta de rentabilidade do negócio, mas a presidente da UACS diz que esses serão casos "minoritários".

Salsinha espera que sejam implementados os mecanismos de salvaguarda deste comércio, já definidos – falta a aprovação pela Câmara Municipal de Lisboa. "Enquanto não estiver tudo regularizado, acredito que muitas mais lojas irão fechar ao longo de 2016", afirma, dando como motivo a crescente afluência de turismo na cidade, o que não deixa de ser bom, mas apenas "por um lado". É que, como diz Catarina Portas, é em nome do turismo – nomeadamente da construção de hotéis para o receber – que se deixam as lojas históricas fechar, o que é um contra-senso.

Há quem não veja problemas nas ordens de despejo dadas às lojas históricas, pois estas poderão sempre abrir noutra sítio. Mas Carla Salsinha contrapõe que, com a mudança, perderiam totalmente a sua essência. "Se mudarmos o comércio de tradição da Baixa para Campo de Ourique ou para a Avenida de Roma, não será a mesma coisa", diz, acrescentando que "são também estas lojas que fazem os turistas ir à Baixa, à procura delas". É uma simbiose: as lojas precisam dos turistas e os turistas procuram as lojas.

No Porto, é diferente. Tanto as lojas históricas como as mais

modernas atraem cada vez mais população a uma zona da cidade que sofreu com a descentralização, aquando da abertura de centros comerciais. Hoje, o comércio volta a dar vida à Baixa da cidade e a chamar turistas. O mercado não parece, de todo, saturado, e o presidente da ACP, Nuno Camilo, vê mais possibilidades para diferentes públicos num futuro próximo: "O Porto precisa de dar um salto para o turismo de negócio à escala internacional, começar a receber eventos com pessoas com mais poder de compra." O S. João ou os jogos de futebol a nível internacional são uma forma de atrair mais públicos, considera.

Mas, mesmo agora, o cenário é de optimismo: "Na área do comércio e serviços, fecham duas lojas por dia na zona da Grande Lisboa; na do Grande Porto, abre uma", diz Nuno Camilo. Na sua opinião, há um segredo para este sucesso do Porto: sinergia – toda a cidade se envolve, toda a cidade se empenha.

Mais pessimista está Carla Salsinha: "Acredito que no Porto vá acontecer exactamente a mesma coisa que está a acontecer agora em Lisboa." O problema, defende, tem muito que ver com a pressão turística, "boa para a cidade, mas que tem estas repercussões", nota. "No Porto, esta pressão começou ligeiramente mais tarde." **com A.S. Texto editado por Ana Fernandes**

7 de janeiro de 2016

PÚBLICO, QUI 7 JAN 2016 | LOCAL | 19

## Recuperado gabinete da rainha D. Amélia no Palácio da Pena

**Património**  
Cláudia Carvalho Silva

O projecto, que celebrou o 150.º aniversário da rainha, envolveu a recuperação do espaço, do mobiliário e das peças decorativas

A recuperação do gabinete da rainha D. Amélia, no Palácio Nacional da Pena, em Sintra, foi terminada em Dezembro de 2015 e o espaço já se encontra aberto ao público. A recuperação esteve a cargo da Parques de Sintra – empresa que gere o parque e o Palácio da Pena – e envolveu um investimento de 35 mil euros, feito inteiramente pela empresa. A requalificação do espaço foi desenvolvida ao longo dos últimos quatro anos.

Para além do mobiliário e das peças decorativas, foi restaurada a pintura mural e renovada a instalação eléctrica. Também o pavimento foi alvo de uma limpeza profunda e posterior estabilização. Segundo o director do Palácio Nacional da Pena, António Nunes Pereira, citado em comunicado, “o gabinete da rainha D. Amélia apresenta-se como um testemunho das diferentes gerações que no palácio deixaram a sua herança, mantendo, no entanto, como figura tutelar a rainha D. Amélia, cujo 150.º aniversário se celebrou em 2015 e que ficou assinalado com esta recuperação”.

Segundo o comunicado, “a reorganização do gabinete pretende ser uma síntese de três épocas determi-



A recuperação do gabinete da rainha custou 35 mil euros

nantes para o Palácio Nacional da Pena”: o período de habitação de D. Fernando II, entre 1860 até 1890; o período de 1890 a 1910, que correspondeu à ocupação dos aposentos pela rainha D. Amélia; e, por fim, o período da Primeira República, justificada pela pintura mural no compartimento. Neste mural de 1917, da autoria de Eugénio Cotrim, foi utilizada uma técnica de pintura chamada *trompe-l'œil*, que confere tridimensionalidade à obra.

Este compartimento agora restaurado serviu diversas funções ao longo do período de ocupação doméstica do Palácio Nacional da Pena. Num documento de 1866, o espaço aparece referenciado como “Sala de Música”; num inventário de D. Fernando II, elaborado 20 anos depois, o mesmo espaço sur-

ge com a designação de “Sala da Senhora Condessa”. A partir de 1890, a sala passa a ser conhecida como “Gabinete de Trabalho da Rainha Senhora D. Amélia”, tendo também sido conhecido como “Sala de Estar da Família Real”.

Apesar de o espaço ter estado em manutenção durante cerca de dois anos – os restantes corresponderam a uma fase de estudo –, os percursos de visita do palácio não foram afectados.

O investimento de 35 mil euros foi feito pela empresa Parques de Sintra, que, não recorrendo ao Orçamento do Estado, assegurou a recuperação através das receitas de bilheteiras, lojas, cafetarias e aluguer de espaços para eventos.  
**Texto editado por Ana Fernandes**

## Presidente da Câmara de Gaia faz queixa de falso ministro que lhe queria meter “uma cunha”

**Burla**  
Patrícia Carvalho

Autarca apresentou uma queixa-crime contra incertos junto do Ministério Público

O presidente da Câmara de Gaia, Eduardo Vitor Rodrigues, avançou com uma queixa-crime contra um desconhecido que na tarde de terça-feira lhe telefonou, identificando-se como o ministro adjunto Eduardo Cabrita e pedindo-lhe um emprego “com bom salário” na empresa municipal Águas de Gaia. Além da queixa-crime, entregou ontem ao Ministério Público, o autarca socialista ordenou já uma auditoria às telecomunicações da câmara para identificar a origem dos contactos que recebeu e que o falso ministro disse estar a fazer em nome do primeiro-ministro, António Costa.

O caso foi revelado pelo próprio Eduardo Vitor Rodrigues, na sua página do Facebook, já depois de a queixa-crime ter sido entregue. Irónico, o autarca classifica o telefonema como “burla” e refere: “Só percebi que a figura não queria ser bombeiro nem animador, queria ir para as Águas de Gaia e com bom salário!”. Na queixa, a que o PÚBLICO teve acesso, descreve-se como alguém que se identificou como chefe de gabinete do ministro ligado para o telefone fixo da Casa da Presidência, em Gaia, indicando à secretária do socialista que ligava do gabinete do ministro e pedindo-lhe que passasse a chamada ao presidente.

O presidente ainda falou com o suposto chefe de gabinete antes de

o telefonema ser passado ao “ministro”. De acordo com a queixa-crime, o homem disse estar a falar em nome de António Costa, que queria arranjar um emprego para um amigo. O documento refere que o presidente da câmara ficou “incrédulo” com o teor da conversa, mas que, “com o intuito de tentar apurar mais dados”, foi dizendo que não havia dinheiro para contratar, mas que, mal houvesse condições financeiras, seriam abertos concursos, seriam a lei. Eduardo Vitor pediu ainda que o interlocutor lhe enviasse um *email*, com os dados necessários, ainda que, segundo a queixa-crime, estivesse convicto que tal não iria acontecer.

Mas, minutos depois, chegava ao seu *email* uma mensagem, enviada de uma morada eletrónica da Sapo e com um *curriculum vitae* da pessoa que, supostamente, precisava de emprego, com a indicação que “o Dr. António Costa pediu máximo sigilo” sobre o assunto. Perante isto, Eduardo Vitor Rodrigues contactou o suposto ministro, perguntando-lhe porque não usara uma morada institucional. Para “protecção de ambos”, foi a resposta que obteve.

O presidente da câmara decidiu, então, contactar Eduardo Cabrita, cujo número de telemóvel tinha e confirmou que não tinha sido ele o autor da chamada.

Quanto ao homem que, supostamente, precisava de emprego, garante desconhecer completamente o caso. Ao PÚBLICO, disse que já tomara conhecimento do uso do seu nome e que iria apresentar uma queixa na polícia. Além disso, garantiu, alguns dos factos que constam do CV “não correspondem à verdade”.



2016 \ 2.ª EDIÇÃO

### PÓS-GRADUAÇÃO GESTÃO DE COMPRAS E ABASTECIMENTO

CANDIDATURAS at- 25 de janeiro de 2016

www.pbs.up.pt

**Porto Business School**

<b>OBJETIVOS</b> Dotar os participantes de conhecimentos analíticos, bases práticas, métodos e ferramentas que permitam definir e desenvolver uma estratégia para a melhoria de empresas e abastecimento.	<b>DESTINATÁRIOS</b> Profissionais da área de gestão de compras e abastecimento que pretendam melhorar e enriquecer as suas competências com abordagens concretas de melhoria e com as melhores práticas da indústria e serviços.	<b>CALENDÁRIO</b> Fevereiro a dezembro de 2016.
		<b>INFORMAÇÕES</b> Sónia Santos s998ca@pbs.up.pt +351 216 153 277

**To Change Lives**

#Associação Porto Business School (PBS) - U.Porto

9 de janeiro de 2016

PÚBLICO, SÁB 9 JAN 2016 | 23

## No barrocal algarvio há uma nova raça de cães portuguesa prestes a ser reconhecida

**Biodiversidade**  
Cláudia Carvalho Silva

**Era o "felpudo" ou "abandeirado". Agora, é o cão do barrocal algarvio e o reconhecimento salvou-o da extinção**

O estalão do cão do barrocal algarvio já foi aprovado pelo Clube Português de Canicultura (CPC). Agora só falta o reconhecimento por parte da Direcção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV) para que exista oficialmente uma nova raça portuguesa, a juntar às dez já existentes, como o cão da serra da Estrela ou o podengo português. Apesar de a raça não ter surgido recentemente, só há uns anos é que Rogério Teixeira, presidente da Associação de Criadores do Cão do Barrocal Algarvio, reparou que se poderia tratar de uma raça diferente e decidiu "pôr mãos à obra".

Ainda que seja necessária a avaliação da DGAV, Filomena Afonso, chefe de divisão do Gabinete de Recursos Genéticos Animais desta direcção-geral, refere que a proposta está "bem orientada para obter despacho favorável e ser aprovada, tendo em consideração o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido".

Recentemente aprovado, o estalão corresponde às características comuns a todos os cães de uma mesma raça, como a dimensão ou a forma da cauda. Foi elaborado pela comissão técnica do Clube Português de Canicultura, através de apreciações morfológicas, como as medidas.

De acordo com este registo, o cão tem uma corpulência média, pelo

liso e uma cauda "como a dos la-craus, muito peluda e em forma de bandeira", exemplifica Rogério. Os machos podem atingir os 58 centímetros e 25 quilogramas e as cadelas podem ter até 55 centímetros e 20 quilogramas. Rogério Teixeira refere que o cão é sobretudo de caça mas também pode ser de companhia.

Filomena Afonso explica que o projecto do estalão "foi ratificado na última assembleia geral do CPC", a 8 de Dezembro de 2015. A DGAV é a autoridade responsável pelo reconhecimento e preservação de todas as raças autóctones portuguesas.

O procedimento que falta para que o processo esteja terminado corresponde a um pedido que tem de ser feito pelo CPC junto da Direcção Regional de Alimentação e Veterinária e que até já "poderá ter dado entrada na sede da DGAV recentemente", explica Filomena Afonso, adiantando que, se for o caso, o seu gabinete ainda não tem disso conhecimento.

"O reconhecimento enquanto raça autóctone vem enriquecer o nosso património genético vivo, também símbolo da nossa cultura", considera a responsável da DGAV, Rogério Teixeira é da mesma opinião e acredita que o reconhecimento "é importante de uma perspectiva cultural". "É um património que deve ser conhecido e a verdade é que salvámos uma espécie que se encontrava perto da extinção", observa.

O presidente da Associação de Criadores do Cão do Barrocal Algarvio conta que quando começaram o processo só existiam cerca de 20 ou 30 cães desta raça. Hoje, "presume-se que haja mais de 1500 exemplares", afirma Filomena Afonso.

O presidente da associação desta

futura raça adianta que existem "sete ou oito criadores destes cães" e que nunca venderam nenhum exemplar. Porém, já ofereceram alguns cães desta raça a pessoas de vários pontos do país, com o objectivo de divulgar a espécie.

Como o cão era conhecido como "guedelhudo, abandeirado, fraldado, felpudo", Rogério Teixeira conta que, numa primeira reunião da associação, foi considerado que o nome "barrocal algarvio" era o que melhor caracterizava a raça, "em grande parte porque o cão habita esta zona entre a serra e o litoral", nomeadamente entre São Brás de Alportel e Faro.

Apesar de a sua classificação só necessitar do parecer da Direcção-Geral de Alimentação e Veterinária, Filomena Afonso refere que "não é possível estabelecer uma data" para a sua conclusão, que Rogério Teixeira espera "não demorar muito".

Até porque o processo já vem de longe: "Há uns 15 anos que andamos de volta desta questão", afirma o presidente da associação de criadores, acrescentando que os primeiros passos foram dados através da criação da associação e de um website. "Na altura, caiu mal a muita gente, diziam que não poderia haver uma nova raça", conta.

### A restante família nacional

Até ao momento, existem dez raças portuguesas reconhecidas pelo CPC, se bem que só oito são reconhecidas internacionalmente pela FCI (Federação Cinológica Internacional). Essas oito são: cão da serra de Aires, cão da serra da Estrela, cão de fila de São Miguel, cão de Castro Laboreiro, rafeiro do Alentejo, podengo português, cão-d'água português e perdigueiro português. As duas reconhecidas a nível nacional mas não internacional são o barbadão da Terceira e o cão de gado transmontano. De acordo com Filomena Afonso, estas duas raças foram as últimas a ser reconhecidas, em 2005, pela então Direcção-Geral de Veterinária (DGV).

Em relação à possibilidade de distinção internacional do barrocal algarvio, Filomena Afonso explica que "a raça, após a sua aprovação em Portugal, continuará a ser trabalhada e serão identificadas todas as possíveis e diferentes linhas de sangue", acrescentando que, para que tal aconteça, têm de ser "preenchidos os requisitos da Federação Cinológica Internacional". **Texto editado por Ana Fernandes**



Há 15 anos, só existiam 20 a 30 exemplares; hoje, serão mais de 1500

Teatro Infantil de Lisboa Montepio

APRESENTAM

UM MUSICAL PARA TODA A FAMÍLIA

**Cinderela**

SAB. e DOM. 15H  
TER. a SEX. 11H e 14H30

Bilheteira 217 154 057  
Geral 218 860 503 - 916 993 180  
www.til-il.com - info@til-il.com  
Bilhetes à venda www.bol.pt e locais habituais  
Estrada da Pontinha, nº 7 - 1600-582 Lisboa

15 anos

SELEÇÃO AGRICULTURA

CASO 46

NUCICULTURA

Fruto seco com toque glacial

FIM-DE-SEMANA / SIC NOTÍCIAS

DOMINGO 08H30

www.facebook.com/selecaoagricultura PATROCÍNIO

faraladelas SIC NOTÍCIAS BPI

10 de janeiro de 2016

40 | PÚBLICO, DOM 10 JAN 2016

# Pietro Proserpio, o Gepeto da mecânica que habita numa livraria da Lx Factory

É simultaneamente artista cinematográfico e contador de histórias. Sempre esteve relacionado com a indústria têxtil, mas desde cedo um outro destino insistia em atravessar-se no seu caminho: a paixão pela mecânica. Pietro Proserpio é fascinado pelo tempo e todas as suas peças têm uma história para contar

**Vidas**  
Cláudia Carvalho Silva

Da imaginação de Carlo Collodi nasceu Gepeto, um mestre carpinteiro italiano que conseguiu, com a ajuda de magia, dar vida a Pinóquio, um boneco de madeira. Pietro Proserpio também é italiano e também tem uma “fada madrinha” para dar vida aos seus objectos em miniatura: a mecânica. Todas as suas peças têm uma história que Pietro conta, alegremente, a quem o visita no último piso da Livraria Ler Devagar, na Lx Factory. Aliá, nas suas peças, três factores: o tempo, a reciclagem e a cinematografia.

“Não são engenhocas, são objectos cinematográficos”, corrige o artista. “Cinematográfico” é um conceito da área da física que designa algo relativo ao movimento mecânico. Mas Pietro, para além de considerar “que são cinematográficos por serem peças que têm movimento”, acrescenta-lhe significado e diz que são também objectos “que contam histórias e, portanto, estão ligadas ao cinema”.

O movimento dos objectos é produzido através da reciclagem de motores de carrinhos telecomandados ou de peças de computadores. “O que demora mais tempo a fazer é pensar a peça”, conta. “Olho para os objectos e penso que um dia vou fazer qualquer coisa com aquilo. Até que acordo de manhã e faço, demoro perto de um mês. Enquanto estou a pensar a parte mecânica, surge uma história e, a partir daí, é a história que comanda o resto do objecto.”

Agora com 77 anos, nasceu e morreu em Calolziocorte, uma aldeia que fica a cerca de 50 quilómetros de Milão. Veio para Portugal aos 11, em 1949, porque o seu pai passou a gerir uma fábrica de tecidos em Benfca. De Itália guarda memórias de um céu tingido de vermelho pelas bombas da II Grande Guerra. Em Lisboa, frequenta o Liceu Francês e é nestes tempos que conhece a sua mulher, portuguesa, que com ele apanhava o autocarro para a mesma escola. Nasceram duas filhas, depois quatro netos e foi para eles que construiu muitos “pinóquios” mecânicos, de-

pois de os ter começado a fazer ainda pequeno, para si e para os colegas, desde barcos de guerra a refinarias a que conseguia dar sopros de vida.

“Agora voltei a fazer os brinquedos para mim”, diz. De Alvalade, onde mora, sai todos os dias em direcção à Lx Factory, em Alcântara, para a livraria que lhe cedeu um espaço – junto às rotativas que faziam parte da antiga gráfica Mirandela, localizada ali mesmo – onde exhibe as suas construções. Desde 2009 que ali está sete dias por semana, das 15h às 20h, pronto para receber visitantes (e) curiosos.

Diz que já lhe chamaram de tudo: “Cientista, inventor, engenheiro, Professor Pardal e não quero dizer mais porque tenho a impressão de que me estou a lamber a mim mesmo”. ri-se.

Confessa que tem grande apreço por Itália, mas revela que gosta de tudo em Portugal. Menos de uma coisa: do tempo. “E não é o tempo da chuva, nem do sol, mas o tempo. As pessoas não chegam a horas e estão sempre a adiar tudo”, desabafa.

À pergunta “o que há de especial nas suas obras?”, Pietro responde:

“Fazem sonhar.” Descreve que as pessoas, ao pisarem aquela área de exposição, sentem que entraram “numa cápsula do tempo que as faz sonhar e regressar à infância, faz com que saiam da vida real e entrem noutra dimensão”. Diz que há vezes em que os visitantes lhe começam a contar histórias de quando eram pequenos, e é por isso que sente que o seu trabalho consegue mesmo fazer com que quem o visita viaje no tempo.

## Um universo de miniaturas

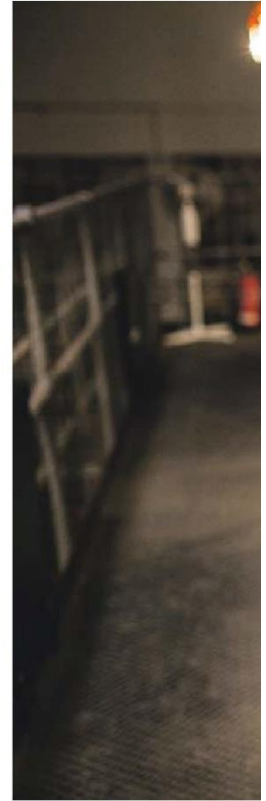
E é natural que assim seja. Expostas em cima das enormes rotativas há pequenas máquinas de viajar no tempo, cidades futuristas no espaço, invenções que fazem chuva. Há uma máquina que só começa a funcionar quando lhe sopramos – um sopro de vida – e um ventilador chamado “Amor” porque às vezes também arrefece.

“Nas minhas peças há sempre um bocadinho de amor”, diz, contando as histórias de todas as peças que tem expostas, num misto de nostalgia e humor. A exposição de Pie-

tro Proserpio permite ao visitante tornar-se viajante, não só do tempo, mas também da mente criativa do seu inventor.

Todos os objectos são feitos com materiais reciclados: peças de máquinas de café, chaves, pérolas do colar da irmã, uma caldeira de um ferro de engomar, peças informáticas ou partes de cadeiras. Tem um atelier em casa, onde faz e restaura os objectos cinematográficos, daí que o espaço no último piso da livraria seja somente de exposição.

Todos o procuram, de portugueses a estrangeiros, todos se deixam levar pelo fascínio das pequenas peças articuladas. “Faço visitas em italiano, português, francês, inglês e portinhol”, brinca. Quando chegou a Portugal, só falava italiano, mas no Liceu Francês foi aprendendo a falar simultaneamente francês e português; mais tarde, aprendeu inglês e espanhol e quando começou a importar máquinas têxteis teve de as praticar, já que negociava com países estrangeiros. Uma experiência que se torna agora uma mais-valia.





FOTOS: GUILHERME DISSOUSA

Rodeado pelos 40 mil livros da livraria Ler Devagar, Pietro aponta o seu preferido: *A Teoria da Relatividade*, de Albert Einstein. Quería também mostrar um do Leonardo da Vinci mas tinha sido roubado já pela segunda vez. “São duas das pessoas em que me inspiro para o meu trabalho: o Einstein pelo tempo e o da Vinci pelas invenções.”

Suspensão, vê-se um homem feito em cartão branco sentado num uniciclo, em movimento em direcção a uma lua em quarto crescente, tudo construído por Pietro. “Este é o sonhador, porque sonha chegar à Lua com o seu chapéu-de-chuva. Se chegasse à Lua, já não era um sonhador, era um americano”, brinca. Também a bicicleta voadora suspensa logo após a entrada da livraria é da autoria de Pietro e é um dos elementos mais fotografados do espaço, que já foi destaque no *The New York Times*.

Todos os objectos têm nome. Só havia um monstro “que era demasiado feio para ter nome”, mas uma espanhola pediu-lhe que lhe chamasse Lope. “Porquê Lope?”, perguntei-lhe. “É o meu chefe!”, disse ela.” Diz que já recebeu visitas de todo o mundo, da China à Rússia, França, Austrália ou Chile.

Outra das construções de Pietro é uma rotativa em miniatura, para assim conseguir explicar aos visitantes como funcionavam aqueles monstros da Mirandela que rodeiam os visitantes e agora permanecem silenciosos. De um lado, entram pequeninas folhas em branco; do outro, saem impressas com a primeira edição do Expresso depois do 25 de Abril. A gráfica que se transformou em livraria foi testemunha de inúmeras edições d’*A Bola*, *O Independente*, *Diário Económico* e até mesmo o PÚBLICO e também imprimiu boletins de Totobola. Pouco depois da viragem do século, as máquinas rotativas pararam para sempre, conta Pietro.

Em 2012, François Manceaux produziu uma curta-metragem de 22 minutos intitulada *Pietro, artiste cinématique*. “Gostei muito, porque além de falar de mim, o realizador pôs-me a falar sobre Lisboa”, nomeadamente dos quarteirões com casinhas pequenas e dos bairros degradados. Confessa que tem um fascínio pelas ruínas e pelas portas, por serem “portais de transição, que nos levam para outro espaço que, por vezes, não conhecemos; é um passo para o desconhecido”.

Na livraria, Pietro Proserpio é feliz. É um culminar de uma vida que nunca se afastou das máquinas. Porque sempre foram a sua paixão. Munido de um curso têxtil, passou a trabalhar na fábrica do pai e ficou alguns anos à frente do negócio, após a morte deste. Depois de reformado, “rejuvenesceu” e passou a dedicar-se unicamente aos seus objectos cinemáticos, mesmo que nunca os tivesse largado por completo ao longo de toda a sua vida.

Texto editado por Ana Fernandes



**Pietro Proserpio nasceu em Itália, mas vive há mais de 60 anos em Portugal**

**O tempo é uma das áreas por que mais se interessa e serve de base para parte do seu trabalho**

**Uma das miniaturas explica o funcionamento das rotativas que se encontram na livraria**

7 de fevereiro de 2016

34 | PÚBLICO, DOM 7 FEV 2016

# Da Feira Popular aos negócios sociais: o renascer d'O Século

A fundação esteve perto de fechar depois do encerramento da Feira Popular – principal fonte de rendimento – e teve de se reconstruir. A resposta veio de dentro: Com as suas valências, pôs de pé negócios que garantem a continuidade da obra social

**Apoio Social**  
Cláudia Carvalho Silva

A Colónia Balneare Infantil “O Século”, baptizada com o mesmo nome do jornal que a fundou e financiou, abriu portas em 1927, no Estoril. Através dela, muitas crianças carenciadas viram o mar pela primeira vez e muitas outras tiveram férias inesquecíveis. Até que, em 2003, a Feira Popular, de onde retirava boa parte do seu orçamento, fechou as portas. Para sobreviver, teve de se reinventar. Primeiro o turismo, depois a alimentação e a lavandaria, e brevemente os seguros. Tudo para continuar a “fazer as pessoas felizes”.

Para financiar as colónias, o então director do jornal *O Século*, João Pereira da Rosa, pediu autorização para instalar uma feira em Lisboa. Foi assim que nasceu, em 1943, a Feira Popular. Em 1961, esta sai da Palhavã para Entrecampos, onde permaneceu até encerrar em 2003. Até aí, as receitas provenientes das entradas na feira revertiam para “O Século”, mesmo depois de a publicação que lhe deu origem ter desaparecido, em 1977.

Com o fim da Feira Popular, a Fundação “O Século”, criada em 1998 para prosseguir a obra social do jornal, teve de enfrentar novos desafios: como manter o apoio a crianças, jovens e idosos sem financiamento? Perante a ameaça do encerramento da organização e face a um acordo mal resolvido com a Câmara de Lisboa (ver texto secundário), os seus responsáveis procuraram dentro da estrutura meios alternativos para que pudessem subsistir. E encontraram, tanto

nas suas estruturas físicas, como nas capacidades de todos os que ali trabalhavam.

## Dar a volta

A fundação começou assim a trilhar novos caminhos. “Procurámos a nossa própria sustentabilidade por outras vias, ainda que não estivessemos sequer preparados ou organizados nesse sentido”, admite Emanuel Martins, presidente do conselho de administração da fundação.

“Não tendo dinheiro para investir noutros negócios exteriores, olhámos para aquilo que tínhamos, vimos quais eram as nossas capacidades de recriar, de criar, com as sinergias instaladas, novos negócios”, esclarece o presidente da instituição, considerando que “a solução teve o seu engenho”. Em 2013 nasceram três negócios sociais: a Lavandaria, o Turismo Social e a Cozinha, ainda que o serviço de *take-away* só tenha entrado em funcionamento em 2015.

Previsto para o fim deste mês está um novo negócio: os Seguros do Século. A fundação tornar-se-á assim “uma empresa de angariação de seguros para que, no futuro, possa ser uma corretora”, esclarece Emanuel Martins. Pretendem especializar-se em áreas específicas de negócio, com destaque para os operadores da chamada “economia social”, como autarquias ou associações, “sem prejuízo de todos os outros tipos de seguros”, garante o responsável.

Esta nova vertente empreendedora da fundação teve o seu primeiro impulso com o turismo social, que aproveitou a localização privilegiada da fundação (o fácil acesso à praia de São Pedro do Estoril e a proximidade da linha de comboio). Uma das alas

de camaratas da colónia de férias – inutilizada durante todo o ano, à excepção do Verão – foi dividida e daí resultaram 27 quartos. Até ao final de 2015, o Turismo do Século recebeu 9874 pessoas, não só de Portugal mas também de países como França, Alemanha, Brasil ou Rússia.

Já no serviço de lavandaria, ainda que também tenha havido uma reutilização dos recursos existentes, houve necessidade de se fazer um investimento em máquinas e em recursos humanos, quando tudo indicava que tivessem de reduzir. “Adequámos pessoas a novas funções, tentámos profissionalizar o máximo possível e criar novas dinâmicas”, refere Emanuel Martins.

Apesar de estar aberta ao público em geral, a Lavandaria do Século, que emprega cinco pessoas, trabalha sobretudo com 20 empresas, desde hotéis a restaurantes ou cafés. Por mês, os serviços de lavandaria e engomadoria são responsáveis por cerca de 12 toneladas de roupa, sendo que para além dos clientes tratam também da roupa da própria estrutura. “No Verão chegam a ser 200 lençóis por dia só da fundação”, conta uma das funcionárias.

Mas o grande sucesso, sobretudo para os cofres da instituição, vem da alimentação. Carla Teixeira, responsável pela área da restauração, diz que o serviço de *take-away*, inaugurado em Outubro de 2015, tem tido boa receptividade. “Quando chegar o Verão, estamos à espera de ter mais movimento, porque este é um sítio de passagem a caminho da praia”, considera.

Enquanto mostra os pratos em exposição, diz que vendem “um pouco de tudo: sobremesas, bolos, pães,

frango assado, sanduíches, empadas, sopas e todos os dias há um prato de carne e um de peixe”. Toda a comida é preparada na cozinha da fundação e há uma ementa definida semanalmente, que é posteriormente divulgada nas redes sociais. Em média, são servidas 13.450 refeições por mês, sendo que cerca de 4800 são distribuídas pelo serviço de apoio domiciliário e pela cantina social.

Apesar de com estes negócios terem conseguido transpor algumas dificuldades, Emanuel Martins declara que a fundação tem ainda “um défice estimado em 700 mil euros por ano”. Para resolver a lacuna orçamental, a fundação tenciona lançar, para além dos Seguros d'O Século, o cartão “Amigos d'O Século”, que oferecerá benefícios ou descontos em instituições parceiras mediante um pagamento mínimo anual.

A sobrevivência económica “é um assunto que com a Feira Popular não seria uma preocupação”, reconhece Emanuel Martins. “Mas fazer as pessoas mais felizes é o nosso designio e lutaremos até ao fim para que isto se mantenha”, garante.

## Uma vasta obra social

Apesar das dificuldades, a fundação tem conseguido lançar novos projectos sociais, como os Violinos d'O Século ou o Teatrinho d'O Século. Ainda este ano será feita a inauguração do 1.º ciclo, a juntar à creche já existente.

Actualmente, a instituição é responsável por 13 valências sociais: um ATL, uma colónia de férias, programas de educação e de inserção profissional ou programas de apoio à família, como um serviço de apoio domiciliário, a cantina social ou servi-





## Acordos e desacordos com a câmara podem chegar a tribunal

Cláudia Carvalho Silva

Foi em 2003 que a principal fonte de financiamento da fundação, a Feira Popular, fechou as portas. Nessa altura, a Câmara de Lisboa calculou que os proventos da feira que revertiam para a instituição ascendiam a 2,6 milhões de euros por ano. Foi então redigido um protocolo, através do qual a autarquia se propunha pagar esse valor anualmente "pela desocupação dos terrenos". Emanuel Martins acrescenta que seriam pagos 2,5 milhões de euros por ano "até que fizessem uma nova feira".

De acordo com um documento, o município de Lisboa, "enquanto cessionário a título precário do estabelecimento comercial Feira Popular", reconhece a "imprescindibilidade de garantir os meios económicos necessários à continuidade da relevante obra social promovida pela fundação, bem como o seu incremento".

No entanto, Emanuel Martins diz que a câmara deixou de pagar o valor acordado em 2010 sem dar qualquer justificação para tal. "Tudo o que tivemos foi resposta de bastidores de que a câmara não tinha dinheiro." E foi aqui que os problemas económicos se agravaram e a fundação passou por uma fase tempestuosa.

"Estávamos talvez a dois meses de fechar portas. Não tínhamos já condições nenhuma para continuar", diz. Mas eis que, em 2012, surge uma proposta da câmara para revogação do protocolo assinado em 2003. "Nas circunstâncias em que estávamos, aceitámos que a dívida da câmara, que já era de quase seis milhões, pudesse ser reduzida para um milhão", a ser pago em quatro prestações.

Segundo fonte camarária, nesse documento de 2012 estava previsto que, além da rescisão dos "protocolos anteriores entre as duas entida-

des, por mútuo acordo", seria ainda feita a "cedência de um direito de superfície de um terreno para exploração de uma bomba de gasolina" em Moscavide. "Aceitámos o acordo das bombas de combustível para não fechar a porta, foi uma situação-limite", explica Emanuel Martins, acrescentando que "o que recebem do posto é menos de um quinto do que recebiam da Feira Popular". Com um orçamento anual de quatro milhões de euros, o posto de combustível contribui com 500 mil euros. O restante financiamento é conseguido através dos protocolos com a Câmara de Cascais e com a Segurança Social - a fundação é, desde 1999, uma IPSS - e dos novos negócios sociais.

Porém, em Novembro de 2015, foi anunciada pela câmara a criação de uma nova feira popular sem que a fundação fosse contactada, algo que Emanuel Martins considera "surreal". "Protocolarmente, a câmara está obrigada a perguntar-nos se estamos interessados em fazer a gestão da Feira Popular", diz o responsável, "ainda que também pudéssemos responder que é um investimento de que não nos afiguramos capazes".

O presidente de "O Século" explica que o registo de propriedade foi conferido à fundação e que esta detém esse direito desde o início da feira. Um direito que quer ver respeitado, caso contrário avançará com uma acção judicial contra a câmara.

No entanto, Luís Carneiro, assessor de imprensa da Câmara de Lisboa, assegura que, "no quadro do acordo aprovado em 2012", a fundação declara que "nada mais lhe é devido em virtude do referido protocolo e que não poderá invocar qualquer direito respeitante aos espaços ocupados pela antiga Feira Popular". Questionados sobre a nova feira, a autarquia nada mais adiantou. **Texto editado por Ana Fernandes**



**Em 2013 nasceram três negócios sociais: a Lavandaria, o Turismo Social e a Cozinha, ainda que o take-away só tenha entrado em funcionamento em 2015. Previsto para o fim deste mês está um novo negócio: os Seguros do Século**

ços de acolhimento para situações de emergência. Existem ainda lares de acolhimento (como a Casa do Mar e a Casa das Chochas) e apartamentos de autonomização (casas em que fazem a transição dos jovens da fundação para uma vida autónoma fora dela).

Dentro e fora da fundação, é dado apoio a 500 crianças, a que se juntam cerca de 800 beneficiários anuais das colónias de férias e de outras iniciativas. É ainda prestado apoio a famílias e idosos, desde serviços de alimentação a higiene.

Emanuel Martins garante que as pessoas que trabalham na fundação, cerca de 150, sentem vontade de continuar com o projecto. "As tantas não se sabe quem é utente, quem é colaborador ou administrador. É uma família. E isso dá alento para procurar ir mais longe. E é isso que queremos fazer", diz. **Texto editado por Ana Fernandes**

## Carta de Recomendação

### RECOMENDAÇÃO

Recomendar alguém para uma função desconhecida, não é fácil, quando se quer ser recto e verdadeiro. Todavia, no caso da Cláudia Carvalho Silva, que acompanhei quotidianamente durante três meses no estágio que efectuou ao meu lado, no jornal PÚBLICO, com uma exemplar dedicação, interesse e brilhantismo, não tenho qualquer hesitação em recomendá-la para a realização de quaisquer tarefas na área do jornalismo e da comunicação.

Apesar da sua juventude, a Cláudia, cujo trabalho acompanhei de perto enquanto grande repórter em funções na editoria em que ela estagiou, revelou-se uma surpresa, contrastando pela positiva com muitos outros estagiários que têm passado por este jornal.

A sua cultura, inclusivamente em domínios que não são propriamente os da sua área de formação, aliada a um domínio inatacável da língua portuguesa, a uma imensa curiosidade e vontade de aprender, a uma grande capacidade de se exprimir quer pela forma escrita, quer oral, e ainda a sua simplicidade e simpatia são atributos que, a meu ver, farão dela uma excelente profissional de comunicação, mas também de muitas outras áreas.

É tudo o que me apraz dizer, com verdade e convicção.

José António Cerejo



Grande Repórter do Jornal PÚBLICO desde a sua fundação.



## Crónica de Miguel Esteves Cardoso

PÚBLICO, SEG 26 OUT 2015 | 45

# Sigamos o UTC



**Miguel Esteves Cardoso**  
Ainda ontem

**A**inda bem que Cláudia Carvalho Silva entrevistou o claríssimo Rui Agostinho, director do Observatório Astronómico de Lisboa, para o PÚBLICO. Afinal, o GMT (tempo médio de Greenwich) já não existe. É uma snobice anglófila ter em Tavira a mesma hora do que na terra mais nortenha, fria e escura da Escócia.

Hoje, o fuso horário de referência, apesar de continuar a ser descaradamente eurocêntrico, é o UTC. Que quer dizer UTC? Diplomacia. Os francófonos queriam que fosse, como as bolachinhas, TUC (*temps universel coordonné*) e os anglófonos queriam que fosse CUT (*coordinated universal time*). Ficou UTC, que a nada corresponde, como compromisso.

No domingo atrasámos os relógios para voltar ao UTC. O UTC não é um devaneio ou uma panca: “corresponde à hora atómica, isto é, à média dos relógios atómicos”. Sim, é aflitivo que nem os relógios atómicos concordem. Mas a média já não é má. O UTC não muda. É científica e leal e admirável segundo todos os pontos de vista possíveis.

Durante metade do ano (a parte mais soalheira) Portugal submete-se com snobismo ao *British Summer Time*, dizendo que está apenas a cumprir o *Daylight Saving Time*, que todos os países europeus seguem, excepto a Arménia, a Bielorrússia, a Geórgia e a Rússia, que tem mais fusos horários do que Portugal tem maneiras de fazer caldeirada. Tem graça que ambas as nomenclaturas sejam intransigentemente inglesas.

Voltámos ao juízo. Ainda bem. Daqui a seis meses aguentemo-nos, firmes.

## Declaração de Estágio



### DECLARAÇÃO

Para os devidos efeitos, declaramos que **CLÁUDIA CARVALHO SILVA**, contribuinte nº 263 747 980, efectuou um Estágio Curricular no Público, Comunicação Social, S.A., de 01.Outubro.2015 a 31.Dezembro.2015, na Secção de Ciência.

Mais informamos que o referido estágio foi concluído com êxito.

Por ser verdade e a pedido do próprio, passamos a presente declaração.

Lisboa, 12 de Janeiro de 2016

PÚBLICO - Comunicação Social, S.A.  


Maria José Palmeirim  
Recursos Humanos