



Sara Coimbra Ferreira da Silva

AS FONTES DE INFORMAÇÃO E OS PSEUDO-ACONTECIMENTOS

Relatório de Estágio do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientada pela
Doutora Clara Almeida Santos, apresentado ao Departamento de Filosofia,
Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

AS FONTES DE INFORMAÇÃO E OS PSEUDO-ACONTECIMENTOS

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de estágio
Título	As Fontes de Informação e os Pseudo-acontecimentos
Autor	Sara Coimbra Ferreira da Silva
Orientadora	Clara Almeida Santos
Júri	Presidente: Doutora Isabel Nobre Vargues
	Vogais:
	1. Doutor João Figueira
	2. Doutora Clara Almeida Santos
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Jornalismo
Data da defesa	31-10-2013
Classificação	16 valores



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Índice

Agradecimentos	5
Resumo	6
Introdução	7
Função Social do Jornalista	9
O que é ser Jornalista?	12
O compromisso com o público	13
A Informação e a Questão Ética	15
O jornalismo em discussão	16
A notícia como construção da realidade	16
Fontes de informação	18
O que são?	18
Fontes Anónimas	23
Confiança: a base da relação	24
Os interesses	26
O risco – vale a pena?	28
A informação online: uma nova fonte	30
Pseudo-Acontecimentos	32
Eventos criados	32
A classe política: a maior criadora	36
Manipulação?	37
A fuga de informação	40
A autonomia perante as fontes	41
A importância da autorregulação: os códigos	42
A utilidade e importância do estágio	44
Ser estagiária na SIC: a minha experiência	46
Serviço de Agenda e Planeamento	47
Madrugadas	49
Jornal da Noite	51
Edição de Fim de Semana	53
Mais liberdade criativa	57
As dificuldades	58

Televisão <i>versus</i> Imprensa.....	59
Conclusão	62
Anexos	70
Anexo 1: Dia da Prevenção do Cancro da Mama.....	72
Anexo 2: Turismo Sustentável	73
Anexo 3: Mensagens Positivas	74
Anexo 4: 500 maiores e melhores empresas	75
Anexo 5: Padel	77
Anexo 6: Semana da Ciência e da Tecnologia	79
Anexo 7: Regresso militares de Timor-Leste	81
Anexo 8: Revistas Disney	83
Anexo 9: Chegada do Pai Natal ao Jardim Zoológico.....	86
Anexo 10: Casa Iluminada em Torres Vedras.....	88
Anexo 11: Presépios de sal em Rio Maior	90
Anexo 12: Faturas eletrónicas em tascas	92
Anexo 13: Bairro Ferroviário da CP.....	94
Anexo 14: Casal com 128 cães e 45 gatos no Seixal.....	97
Anexo 15: Mau tempo em Sines	99
Anexo 16: Bolsa social.....	101
Anexo 17: Vidrões em Lisboa	104
Anexo 18: Club do Brinquedo.....	106
Anexo 19: Acidente com camião de porcos na A1	108

Agradecimentos

Aos meus pais pelo apoio incondicional.

Ao Flávio pela paciência.

Aos meus amigos pelos excelentes momentos passados.

À Jannet pelo companheirismo.

À equipa da SIC pelos conhecimentos transmitidos.

À minha orientadora, a professora Clara Almeida Santos, pela ajuda na elaboração deste relatório.

A todos, um muito obrigada.

Resumo

Este trabalho acadêmico tem como finalidade demonstrar e relatar os seis meses de estágio curricular na Sociedade Independente de Comunicação (SIC), no período de 30 de julho de 2012 a 29 de janeiro de 2013.

Através dele pretendo dar a conhecer o meu quotidiano, reflexões e situações vividas durante o tempo de estágio, nomeadamente a importância das fontes de informação, a relação que estabelecem com os jornalistas, bem como os acontecimentos criados para serem noticiados pelos *media* – os *pseudo-acontecimentos*.

Desta forma, o relatório inclui, além de um relato de determinadas situações vividas durante o estágio, a contextualização da temática das fontes jornalísticas.

Abstract

This academic work has the goal of showing and describes the six months of curricular internship in Sociedade Independente de Comunicação (SIC), between 30th of July 2012 and 29th January 2013.

Through it I intend to show how my day by day was, my reflections and situations lived during the time of the internship, for example the importance of information sources, the relations between journalists, as well as events created specifically to be announce by the media – pseudo-events.

This way, the report includes, apart from relating some situations lived during the internship, the contextualization of the information source's subject.

Introdução

O jornalista não é, não pode ser um missionário. Por diversas razões. O jornalista integra uma tribo, um grupo, com regras próprias. É diariamente escrutinado pela audiência e pela empresa onde trabalha. E ambos os grupos são fontes de pressão.

(Pedro Coelho *in* Ensaios Cais, 2007: 43)

O jornalismo é uma forma de comunicação nas sociedades democráticas, por isso, é um campo fundamental na produção e reprodução da vida social. Desta forma importa analisar o papel das fontes de informação, uma vez que elas atuam no espaço público. De onde surgem as informações que produzem efeitos nas sociedades? Qual o processamento a que estão sujeitas? E o enquadramento que levam? Que impacto têm os acontecimentos que chegam ao espaço público?

Os jornalistas não são, na maior parte das vezes, testemunhas presenciais dos factos que relatam. São pessoas que interpretam e processam a informação de que os meios de comunicação necessitam para veicularem as notícias. Este processo passa necessariamente pela existência de fontes de informação. A relação entre os meios e as fontes é das mais complexas e estruturantes de todo o processo de produção de notícias. Um meio sem fontes é um meio morto. Os jornalistas procuram explicar a realidade através da observação direta ou da descoberta de fontes fidedignas que possam informar sobre o facto, as suas causas e consequências. O poder informativo de um órgão de comunicação social evidencia-se pelo número, qualidade e pluralismo das suas fontes. Perante um determinado acontecimento, o meio de comunicação precisa de ter fontes, contrastáveis, para que a sua versão não seja uma simples declaração ou reprodução de uma única fonte, nem reflita apenas a versão de uma das partes do conflito.

Há uma enorme utilização das notícias de fontes institucionais e de agenda; há uma dependência rígida em relação à rede estável de fontes instituídas; há um predomínio das fontes oficiais, institucionais e estáveis, pois correspondem melhor às necessidades organizativas das redações. A estrutura de fontes de um órgão condiciona o tipo de informação que produz. As conhecidas *revistas de imprensa* são um bom meio

para obter novos dados. Os outros órgãos são fontes importantes de informação, dão pistas para novas *estórias*, para novas abordagens de *estórias* já conhecidas ou para atualizações.

De certa forma, as fontes são as verdadeiras *gatekeepers*, função normalmente outorgada aos jornalistas, uma vez que selecionam as informações que passam a estes últimos. Deste modo, podem mobilizar a atenção dos profissionais da comunicação, fazendo com que determinado assunto passe para a posse dos jornalistas ou não.

O tema das fontes noticiosas e dos pseudo-acontecimentos que geram marcou o estágio uma vez que me deparei com determinadas situações que me fizeram ficar bastante relutante em relação às fontes. Nenhum jornalista sobrevive sem fontes. Herbert Gans (1979) mencionou que a relação entre jornalistas e fontes se assemelha a uma espécie de dança, mas conduzida, na maior parte das vezes, pelas fontes: “as fontes tentam ‘manipular’ as notícias, a favor delas, os jornalistas tentam ‘manipular’ as fontes de modo a conseguir a informação que querem” (Gans *apud* Évora: 2005: 8). Por isso, devido aos momentos que passei, que mais à frente exemplifico, fiquei com vontade de aprofundar mais a temática das fontes de informação, bem como tentar compreender as relações que estabelecem com os profissionais de informação. Além disso, acho pertinente compreender como atuam no espaço público, uma vez que são elementos fundamentais na realização das notícias, sendo muitas vezes promotores de acontecimentos.

O trabalho que se segue é fruto de um estágio curricular realizado na redação de informação do canal televisivo SIC, no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Ao longo dos seis meses de estágio passei por várias secções: Agenda e Planeamento, Jornal da Noite e Edição de Fim de Semana. Estive ainda nas Madrugadas da SIC Notícias, durante quatro semanas, não consecutivas.

O relatório divide-se assim em três secções: a primeira consiste numa abordagem teórica do tema escolhido para análise neste relatório, a segunda relata a importância do estágio e a terceira diz respeito às experiências vividas durante o estágio. Assim, a secção inicial contempla a componente teórica sobre as fontes de informação e os pseudo-acontecimentos. De acordo com o dicionário de jornalismo, fonte de informação é - “a origem da informação jornalística: tudo o que contiver informação

pertinente sobre algo relevante de ser tratado e difundido junto do público” (Cascais, 2001: 93).

Função Social do Jornalista

Os jornalistas têm a responsabilidade de dizer a verdade e de garantir o respeito pela verdade perante os cidadãos. A sua responsabilidade está antes de tudo ligada ao direito do público a ser informado. É para o público que se deve trabalhar e é a pensar nele e na responsabilidade que o jornalista tem para com ele, que se deve ter cuidado nas informações que se publica. O público necessita de informação verdadeira, informação que retrate com veracidade a realidade para que possa formar opiniões e orientar as suas decisões. Para isto, o público espera que os órgãos de comunicação social não demorem muito a informá-lo, mas a pressa com que as informações saem podem ser falsas e, dessa forma, estar a desinformar o público.

O jornalista tem um papel fundamental na disseminação da informação que tem consigo. Ele é livre de a publicar seja quando for, mas também é livre para esperar e concluir uma investigação acerca dessas informações que as comprovem e, assim, as possa publicar em segurança, sem risco de estar a ser incorreto.

O jornalismo é uma profissão com grandes responsabilidades sociais. O trabalho dos jornalistas contribui para a formação da opinião pública esclarecida, dando aos cidadãos os conhecimentos necessários e capazes que lhes permitam fazer escolhas conscientes no exercício da sua cidadania. Fontes, jornalistas e público formam um sistema que não pode ser separado.

A televisão é um instrumento que consegue chegar a todo o mundo. Por isso, antes de se colocarem à frente de uma câmara (e atrás dela), os jornalistas devem interrogar-se se o seu discurso deve atingir todo o mundo e se as pessoas os vão entender. Uma vez que os assuntos noticiados e as condições da comunicação são impostos, bem como o tempo que é tão limitado, é fundamental que os jornalistas definam bem o que têm que transmitir ao público. Pierre Bourdieu (2005) afirma que os jornalistas usam *óculos especiais* e a partir deles veem determinadas situações e não

outras, assim, desta forma, conseguem encontrar em todos os casos o que é sensacional e dramático, para cativar o público. As notícias de variedades, as notícias que distraem, sempre foram as que fizeram vender, pois os seus factos interessam a todo o mundo. Bourdieu identifica esses factos como *factos-ônibus*, isto é, “não devem chocar ninguém, não envolvem disputa, não dividem, formam consenso, interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante” (2005: 10).

Para o autor, é por causa do índice de audiência que a televisão sofre, mais do que todos os outros universos de produção cultural, a pressão do mercado. Bordieu adianta ainda que os diversos tipos de concorrência que se criam entre os órgãos de comunicação social realizam-se concretamente sob a forma de uma concorrência entre os jornalistas, que se traduz na competição pela informação exclusiva e pela sua reputação.

Nelson Traquina lembra que “o jornalismo constitui uma atividade profissional de grande dificuldade e de grande complexidade, e por isso, um alvo fácil de criticar.” Adianta ainda que “o jornalista corre o risco de só ver as árvores e não a floresta, ou ainda, se colocado lá em cima, de só ver as árvores coloridas” (Traquina, 1993: 12). Mas talvez seja por essas contrariedades que é tão importante estudar esta profissão.

Michael Schudson (2003) afirmou que “para se compreender o que são as notícias é necessário entender, em primeiro lugar quem são aqueles que atuam como fontes de informação” (Schudson *apud* Barradas, Bonixe e Lamy, 2012: 2). Desta forma, o objetivo deste relatório serve para tentar conhecer, perceber e compreender as fontes de informação e tudo que está relacionado com estes agentes sociais.

Os jornalistas entram na casa e na vida das pessoas sem pedir permissão, porque já a têm pelo facto de serem porta-vozes da sociedade. As pessoas confiam neles e acreditam na sua função social. O jornalista é um ser público ao serviço do público, pois defende os interesses do público – interesses coletivos. É seu papel defender e revelar os factos, sem sensacionalismo, mas com convicção e veracidade, desde modo têm uma relação de compromisso.

A missão geral dos *media* consiste em informar o cidadão para que este possa formar a sua opinião. Mas a notícia, pela sua natureza, não reflete mais do que uma parcela ou fragmento da realidade. A notícia assinala um acontecimento, nunca nos dá a totalidade desse acontecimento.

A liberdade de expressão e liberdade de informação implicam o direito de informar, a informar-se e a ser informado.

A liberdade de expressão orienta-se para a comunicação do pensamento próprio ou do terceiro, através da exteriorização de motivações e criações pessoais. Por sua vez, a liberdade de informação pretende que um conjunto de destinatários seja levado ao conhecimento de factos ou elementos essencialmente relevantes e que o informador pressupõe serem do interesse deles.

Os valores fundamentais e direitos de informar, informar-se e ser informado são levados a cabo, em grande medida e tradicionalmente, pela imprensa, cujo objetivo declarado é a formação da cidadania e da opinião pública, no campo social, cultural e político, sendo um elemento indispensável à concretização de um Estado de direito democrático.

Quantos aos jornalistas, a nível individual, deparam-se com o dilema quotidiano entre o dever de garantir o direito de informar e ser informado, em detrimento do dever de obediência hierárquica a que estão sujeitos. Ou seja, os códigos e valores morais, as regras jurídicas e a gestão das empresas, condicionam as escolhas que os jornalistas fazem diariamente.

A existência de normas deontológicas é sem dúvida um excelente princípio, mas é importante mencionar que devem ser seguidas por todos os indivíduos que fazem parte do processo de construção das notícias. É através das leis que os jornalistas ficam a saber o que podem fazer e o que não devem, sem temer qualquer punição, a não ser que as infringam. Já a ética diz-lhes o que devem fazer, logo não há obrigatoriamente um castigo. Isto significa que os jornalistas têm diversas obrigações éticas, que muitas vezes os condicionam, nomeadamente na questão de publicarem determinados dados e informações. O público é sempre tido em conta, uma vez que é para ele que os profissionais de informação trabalham:

O outro, em jornalismo, são múltiplos outros. Existe o outro leitor, que é a razão de ser do texto jornalístico. Enquanto um escritor não deixa de o ser mesmo que o seu texto nunca seja lido por outros, o jornalista precisa dos leitores para legitimar a sua existência profissional (Baptista, 2003: 105).

O que é ser Jornalista?

O Estatuto do Jornalista é o documento estruturante do grupo profissional de jornalistas portugueses, sendo a lei fundamental para o exercício da profissão de jornalista. Este documento define a respetiva atividade, as suas incompatibilidades, a forma como se acede à profissão, os direitos e deveres dos jornalistas, o acesso a fontes de informação, o sigilo profissional, a respetiva independência e cláusula de consciência.

Segundo o artigo 1º do Estatuto do Jornalista:

São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrónica.

O jornalista é, segundo Estrela Serrano, “um cidadão com importantes responsabilidades. O que diz, ou que escreve, determina, ou influencia, o que o público pensa e sobre o que pensa” (2006: 17). Por esta ordem de ideias, o jornalista possui um poder e uma autoridade que lhe permitem decidir quem tem voz no espaço público e quem é excluído dele, quem participa ativamente na vida pública e política do País, não devendo assumir compromissos de natureza partidária. Analisando as incompatibilidades com o qual o jornalismo se depara, definidas pelo Estatuto do Jornalista, encontra-se o desempenho de funções remuneradas de assessoria e consultoria de imprensa, relações públicas, publicidade, marketing, comunicação e imagem, e, ainda, funções de membro de Governo, Presidente de câmara ou vereador em regime de permanência.

O contrato que o jornalista deve estabelecer é com os cidadãos e a sociedade, que esperam receber dele informação rigorosa e independente, porque a expectativa do público relativamente ao jornalista, é, assim, diferente da expectativa face a um político ou um assessor.

Philip Elliott (1977) acompanhou o trabalho de equipas produtoras de séries televisivas e concluiu que os jornalistas exercem um ofício e que o profissionalismo se

baseia em aptidões como a exatidão, a rapidez no fecho da edição e o sentido de partilha de valores-notícia:

Embora, por hábito, não se verifiquem o imediato, o inesperado e o original na notícia, há uma crença profissional do jornalismo ser um trabalho de não rotina, alimentada nos variados horários de trabalho, nas mudanças de locais de trabalho e nos contactos com fontes sempre diferentes (Santos, 2003:31).

Nos trabalhos realizados, Golding, Murdock e Schlesinger (1986) concluíram que o estatuto do jornalista se deteriora quando paira sobre ele a incerteza do emprego, por exemplo em regime de *freelancer*, instabilidade e precariedade que correspondem a um investimento temporário por parte da organização de comunicação social.

O compromisso com o público

O jornalismo é uma profissão com grandes responsabilidades sociais. O Conjunto de Direitos e Deveres dos Jornalistas estão consagrados no Estatuto do Jornalista. Este refere que são direitos fundamentais dos jornalistas: a liberdade de expressão e de criação; a liberdade de acesso às fontes de informação; a garantia do sigilo profissional; a garantia da independência; assim como, a participação na orientação do respetivo órgão de informação. Define também um conjunto de deveres, sendo que, o jornalista deve exercer a sua atividade profissional de forma objetiva, imparcial, isenta e sem a utilização de estereótipos, respeitando os valores deontológicos.

Ao longo do tempo, as transformações feitas ao Estatuto do Jornalista, foram no sentido de limitar o nível dos direitos dos jornalistas, a sua segurança e a sua liberdade enquanto criadores intelectuais.

Na sociedade contemporânea, os *media* cada vez têm um papel mais interveniente: são o espelho da sociedade e mais do que refletores, são também construtores da realidade.

Os *media* são um dos elementos fundamentais na vida das sociedades atuais, desempenhando um papel ímpar. Recorde-se que já no século XVIII, Edmund Burke

recorreu à expressão “quarto poder”, referindo-se ao poder político da imprensa, a par com o dos Lordes, da Igreja e dos Comuns.

O sociólogo Daniel Cornu defende que os jornalistas são incumbidos de “assumir o conjunto das interrogações, das esperanças, das preocupações que emanam da coletividade, pô-las à consideração de todos, para que obtenham respostas” (Cornu, 1994: 381). Hoje em dia, há cada vez mais jornais que só retratam sangue e sexo. Os *mass media* estão cada vez mais colonizados pelo divertimento, em detrimento da informação.

Contudo ainda restam espaços reservados a uma “função política primeira”. Sem a permanência do político nos *media*, “o próprio sistema estaria condenado a curto prazo a um encadeamento das crises de racionalidade, de legitimação e de motivação” (Cornu, 1994: 382).

Os jornalistas têm a responsabilidade de dizer a verdade na informação, de falar a verdade, de garantir o respeito pela verdade perante os cidadãos. A sua responsabilidade está ligada ao direito do público a ser informado.

Daniel Cornu, citando Max Weber, refere três pontos importantes sobre a função dos profissionais de informação. Primeiro, que o trabalho jornalístico merece uma certa estima e que não convém julgar o jornalismo “segundo o comportamento dos seus representantes mais indignos do ponto de vista da moralidade” (Cornu, 1994: 383). A maior parte das pessoas ignora que uma obra jornalística realmente boa exige bastante inteligência, tal como qualquer outra obra intelectual.

Segundo, a responsabilidade social do jornalista é muito maior que a do cientista, e o sentido de responsabilidade de todo o jornalista honrado não é em nada inferior ao de qualquer outro intelectual.

E por último, diz-nos que as hipóteses de acenderem a postos políticos são muito poucas. O jornalista é, segundo Weber, um homem político: o seu objeto é político, o seu campo de ação é político, mas fica normalmente na antecâmara da ação política. O jornalista, como intérprete da realidade, comenta e recomenda opções. Não as faz. É esta a diferença, que dá a sua dimensão à responsabilidade jornalística.

A Informação e a Questão Ética

No livro *Jornalismo e Verdade*, Daniel Cornu começa por afirmar que o jornalista é um produtor de notícias, isto é, informa o público sobre factos da atualidade, que sejam “socialmente significativos”. Refere que o objetivo do jornalista é informar o público, contudo expõe que este tem de “dar-lhe uma forma” e comunicá-la. Uma vez que as notícias são um “produto imaterial”, o jornalista tem como tarefa principal, procurar, organizar e dar-lhes forma.

Deste modo, tem a responsabilidade de garantir o respeito pela verdade perante o público, pois tem um compromisso para com ele: revelar os factos com convicção e veracidade.

O jornalista deve adequar a sua atividade de investigação e busca da verdade a uma determinada disciplina, isto é, saber reconhecer os acontecimentos que podem constituir notícias, saber quais os procedimentos que deve adotar para as elaborar e saber narrá-las.

O jornalista mobiliza critérios de selecção, tratamento e narração de notícias, não de uma forma aleatória, mas baseado num conjunto de valores comuns, nomeadamente, proximidade e imprevisibilidade. É de salientar que estes critérios não servem simplesmente para vender jornais e aumentar os lucros da empresa, mas sim para melhorar o mundo, para, idealmente, promover a democracia e a cidadania - para vigiar os poderosos e dar voz aos mais fracos. Os cidadãos recorrem aos *media* pelo facto de necessitarem de estarem ligados à atualidade e ao mundo. Também por uma questão de curiosidade, dever e talvez de hábito.

Os órgãos de comunicação social não são meras correias de transmissão de opinião, e não servem somente para canalizar fluxos de informação, uma vez que têm o papel de criadores e geradores de opinião. Os *media* têm como função a promoção do bem público e não o objetivo de o entreter, manipular e satisfazer. Aliás, os órgãos de comunicação social devem estimular a crítica dos cidadãos, servir minorias e partilhar conhecimentos. Os regimes democráticos exigem cidadãos informados e que possam ter acesso direto e igual a várias fontes.

Daniel Cornu faz ainda referência a Abraham Moles, para referir que a função essencial do jornalista é “distinguir na massa das informações à sua disposição, e seja qual for a sua natureza original, aquelas que merecem ser retidas” (1999:14). Refere ainda, que o seu papel é compreender e relatar o notável e “isolar corretamente o

domínio da informação como campo de atividade específica do jornalista e de pôr entre parênteses os outros conteúdos dos *media*” (1999: 14).

O jornalismo em discussão

O público pode e deve fazer pressão sobre os meios de comunicação para lhes chamar a atenção acerca da sua responsabilidade social. A pressão do público é também suscitada pelo trabalho jornalístico que lhes chega, exercendo o seu sentido crítico e promovendo assim um espaço de abertura do órgão de comunicação ao público.

Daniel Cornu considera que a melhor forma de melhorar a responsabilidade social dos *media* está diretamente ligada à formação dos jornalistas enquanto estudantes da profissão. É nas universidades que se deve dar especial atenção às questões deontológicas e, mais tarde, já no exercício da profissão promover conferências e ateliês que têm como objetivo aprofundar e debater os problemas mais emergentes da profissão. Além disto, o jornalista tem de conhecer os códigos e cartas que regem o seu trabalho, bem como ter conhecimento dos conselhos de imprensa e provedores do leitor. A ética da informação é um tópico comum aos *media*, aos jornalistas e ao público. Neste caso, os jornalistas têm um lugar preponderante no que diz respeito à sua responsabilidade. É pelo seu trabalho jornalístico que a ética pode lutar contra o próprio sistema mediático.

A notícia como construção da realidade

Para Gaye Tuchman (1978) cada artigo conta uma *estória*. A autora considera que a produção noticiosa é a *construção social da realidade*. Realça também que o tempo, o espaço e a tipificação das notícias são constrangimentos da produção jornalística.

Hall et al. (1993) explicam que certos casos obtêm sentido a partir de uma contextualização, a que os autores designam por *mapas culturais do mundo social* e que procuram traçar a sociedade como um consenso:

A estrutura de poder na sociedade reproduz-se nos meios noticiosos, devido ao controlo editorial e às rotinas e valores-notícia. Os meios jornalísticos não criam as notícias, mas dependem de assuntos fornecidos por fontes oficiais institucionais regulares e credíveis (Santos, 2003: 29).

O que marca a produção de peças jornalísticas é o significado atribuído aos acontecimentos, pelo que existe um conflito permanente entre os que contribuem para a noção de “notícia”. De acordo com Ericson, a negociação ocorre a vários níveis, nomeadamente entre jornalistas e fontes, jornalistas e editores, entre membros de diversos órgãos de comunicação social e entre fontes e órgãos de comunicação. É de referir, que, por vezes, as fontes estão mais preocupadas com os efeitos do controlo social dos meios de comunicação do que com o valor da informação tornada pública.

Para Nelson Traquina, o objetivo de um órgão de comunicação social é “fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes” (Traquina *apud* Santos, 2006: 242). Traquina adianta também que na construção da notícia, o jornalista aplica feições narrativas e literárias. Tuchman (1978) completa a ideia quando refere que o jornalista fabrica personagens e significados que encaixam os acontecimentos em códigos culturais (re)conhecidos pela sociedade. Desta forma, a notícia torna-se uma narrativa de *estórias* que é construída através da ação dos diversos agentes sociais: fontes e personagens dão existência às peças jornalísticas.

No entanto, é preciso lembrar que: “num dado momento, biliões de acontecimentos simultâneos ocorrem em todo o mundo... todas estas ocorrências são potencialmente notícias. Só o são no momento em que alguém que fornece notícias dá um relato dessas ocorrências” (MacDougal *in* Traquina, 1993: 224).

Fontes de informação

O que são?

Nelson Traquina diz que “para os não membros da comunidade jornalística, o mundo jornalístico parece ser um mundo de notícias vindo do *inferno*.” (Traquina, 2004: 95).

Para que essas notícias sejam transmitidas ao público é necessário existirem fontes de informação. Essas fontes de informação são os agentes que proporcionam a matéria-prima aos jornalistas, por isso, é fundamental que os profissionais de informação mantenham um contacto permanente com as fontes.

É através dos processos de pesquisa, recolha, selecção, tratamento e enquadramento, que os *media* guiam a opinião pública e determinam a agenda dos consumidores. “O público fala dos assuntos de que falam os *media*” (Serrano, 1999: 1). Ou seja, estamos perante a teoria do agendamento mediático ou *agenda setting* desenvolvida por Maxwell Combs e Donald Shaw. Em 1972, os dois professores de jornalismo publicaram na revista académica *Public Opinion Quarterly*, um artigo, no qual explicam o conceito de agendamento dos meios de comunicação e relatam o método usado por eles durante a campanha presidencial de 1968 para exemplificarem esta teoria. Chegaram à conclusão que os assuntos veiculados pelos *media* eram aqueles que o público considerava pertinentes.

Uma vez que o jornalismo se constitui um campo muito importante na produção e reprodução da vida social, é fundamental compreender e analisar a relação com as fontes. Manuel Pinto, professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, refere que “existe alguma dose de mistério e de magia à volta do problema das fontes em geral e, também, das fontes jornalísticas. Às fontes de onde nasce a água pura e fresca surge associada a ideia de origem da vida e de fecundação” (Pinto, 2000: 278).

Mas quem são essas fontes? São pessoas, grupos, instituições, documentos, a internet, entre outros recursos. “As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados” (Pinto,

2000: 278). A relação entre ambos, jornalistas e fontes, é um dos aspetos mais sensíveis do trabalho jornalístico, uma vez que a atividade dos dois é feita a partir de táticas e estratégias bem definidas. Lorenzo Gomis, antigo jornalista espanhol, afirmou que existem determinadas notícias que só são noticiadas pelo facto de haver quem esteja empenhado em que certos acontecimentos sejam tornados públicos.

O sociólogo Herbert Gans classifica as fontes de uma forma muito peculiar:

As fontes podem definir-se como atores que os jornalistas observam, entrevistam, no sentido do fornecimento de informação e sugestão noticiosa, enquanto membros e representantes de grupos e interesses organizados ou não, bem como de sectores vastos da sociedade ou do país (Santos, 1997: 76).

Harvey Molotch e Marilyn Lester (1993) sustentam que a ascensão do simples evento a conhecimento público surge da conveniência dos promotores, que abrangem os jornalistas. Isto acontece porque os profissionais da comunicação e fontes têm *necessidades de acontecimento* (Molotch e Lester *apud* Santos, 2003: 21). Os jornalistas porque têm um produto a editar diariamente, enquanto as fontes necessitam de visibilidade diante da concorrência.

O objetivo das fontes é fazer chegar aos jornalistas dados que consideram úteis. Apesar de moralmente ser correto que as fontes transmitam informações corretas aos profissionais da comunicação, por vezes, trabalham com informações falsas, com o objetivo de estudar reações de adversários ou de um determinado grupo social, bem como para tentar antecipar resultados.

No artigo *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*, Manuel Pinto refere que há uma forma de abordar a interação entre jornalistas e fontes, que baseia-se em classificar os diversos tipos de fontes, a saber:

- “1. segundo a natureza: fontes pessoais ou documentais;
2. segundo a origem: fontes públicas (oficiais) ou privadas;
3. segundo a duração: fontes episódicas ou permanentes;
4. segundo o âmbito geográfico: fontes locais, nacionais ou internacionais;
5. segundo o grau de envolvimento nos factos: oculares/primárias ou indiretas/secundárias;

6. segundo a atitude face ao jornalista: fontes ativas (espontâneas, ávidas) ou passivas (abertas, resistentes) (Caminos Marcet, 1997; Borrat cit. in Bezunartea et al.1998, p.81-82);
7. segundo a identificação: fontes assumidas/explicitadas ou anónimas/confidenciais;
8. segundo a metodologia ou a estratégia de atuação: fontes pró-ativas ou reativas (McNair, 1998, 147-150), preventivas ou defensivas.” (Pinto, 2000: 279)

As agências noticiosas, na maioria das vezes são as fontes por excelência. É a partir delas que a informação chega em bruto e assim permite que os órgãos de comunicação social noticiem o que se passa no mundo. Sem as agências internacionais, a maioria dos *media* não teriam notícias sobre o que se passa no resto do mundo – “em suma grande parte daquilo que sabemos sobre o mundo, sobre aquilo que acontece fora de cada país, chega-nos por causa delas” (Santos, 2005: 40). Rolando Santos refere também que aquilo que é noticiado é dado a conhecer ao público por agências que pouco sabemos:

Se os jornalistas e responsáveis editoriais da Reuters ou da AP forem alvos de manipulação, ou, pura e simplesmente, cometem um erro, há muito menos probabilidades de algum dia virmos a descobrir isso. Na maior parte das vezes, não há mais ninguém que esteja lá para nos dar uma outra versão dos acontecimentos – e mesmo que haja, muito provavelmente a empresa para quem trabalha não tem peso suficiente para fazer passar a “outra” história (Santos, 2005: 42).

Para o autor existe ainda outro incómodo: apesar das agências internacionais trabalharem com pessoas de várias nacionalidades, o estilo jornalístico é anglo-saxónico. Na ótica do autor, a falta de diversidade torna o jornalismo empobrecido – “assim, tal como as coisas estão, o noticiário televisivo internacional está sujeito à *ditadura* de duas agências. São muito boas e sérias, não há dúvida, mas não deixam de ser só duas” (Santos, 2005: 42).

Em Portugal, a Lusa é a agência de notícias de âmbito nacional e realiza serviços no espaço lusófono. Foi criada a 1 de Janeiro de 1987 e 50.14% das ações são detidas pelo Estado Português.

Existem ainda as fontes especialistas, ou seja, são aquelas que possuem um conhecimento particular de uma área de saber que assenta numa base científica. São o

caso dos sociólogos, médicos, ambientalistas, politólogos, entre outros e que são muito requisitados e úteis na produção de notícias.

Gaye Tuchman (1978) expõe que as fontes institucionais (oficiais) e organizadas são as que têm mais acesso aos *media*, isto porque, os jornalistas preferem informações de instituições com prestígio porque elas também lhes dão prestígio, em vez de fontes desconhecidas para o público. A autora relata que os *media* associam a credibilidade de uma fonte de acordo com a sua posição hierárquica, logo pensam que uma fonte com *status*, à partida é uma fonte credível. Deste modo, os jornalistas preferem estas fontes do que as fontes como os cidadãos comuns.

Num estudo realizado, Léon Sigal (1973) demonstrou que a maioria das *estórias* de primeira página do *New York Times* e do *Washington Post* eram fortemente incutidas por fontes governamentais, sendo que muitas delas tinham origem em comunicados de imprensa, iniciativas oficiais e conferências de imprensa. Anos mais tarde, Brown, Bybee, Wearden e Straughan (1987) prolongaram o estudo de Sigal e demonstraram que a maioria das notícias de capa procedia de fontes governamentais. (Serrano, 1999: 2)

Sigal concluiu assim que os *media* optam por conhecidos a desconhecidos quando se trata de escolher uma fonte “e se não houver conhecidos ele cria-os. Só arranja um desconhecido como fonte quando há um desvio, quebra de rotina, acidente ou ação espetacular” (Santos, 2003: 19).

À semelhança de Sigal, Gans distingue *desconhecidos* – pessoas comuns e anónimos – e *conhecidos* – elites económica, política e cultural – e conclui que os designados *conhecidos* aparecem “nas notícias cerca de quatro vezes mais” (Santos, 2003: 24).

À semelhança dos autores já mencionados, Schlesinger considera que os *media* favorecem, em regra, os interesses das fontes que possuem peso e autoridade, mais concretamente as do máquina governamental.

Como já foi referido, os jornalistas aceitam melhor as informações transmitidas pelas fontes oficiais. Mas estas fontes têm muito cuidado antes de fazerem chegar dados aos profissionais de informação, por isso, preocupam-se com o órgão e com o jornalista que irá tratar a informação; fornecem somente o que lhes convém e estão atentos ao que se passa. Neste âmbito, Wemans refere que: “com frequência, os jornalistas operam mais no domínio da obtenção de declarações e opiniões de fontes poderosas e interessadas na sua divulgação e menos na busca de factos novos e correlação com outros factos” (Wemans *apud*, Santos 2006: 78).

Para Schlesinger e Tumber, (1994) o sucesso das fontes oficiais no acesso aos *media* está no desempenho dos seus recursos, quer culturais, financeiros e institucionais, bem como na legitimidade, credibilidade e poder.

No caso de estarmos perante fontes de organizações/grupos/instituições, só lhes interessa mostrar os pontos positivos da sua estrutura, nomeadamente projetos, produtos, investimentos e até parcerias, e assim proteger os segredos. Ao invés, para os jornalistas importa mostrar a *verdadeira* vida da organização, ou seja, os pontos mais frágeis, bem como os fortes.

Como dispõem de recursos de grandes dimensões, as fontes oficiais, neste caso, instituições e governamentais, asseguram com facilidade a colocação dos seus atos nos *media*. Por sua vez, as fontes não oficiais, organizações não-governamentais, associações, grupos cívicos e empresas de pequena dimensão lutam constantemente pela difusão dos seus acontecimentos. Desta forma, as fontes não oficiais têm aumentado o seu campo de atuação com o objetivo de criarem agendas próprias – “para além das fontes oficiais, os jornalistas necessitam de outras fontes, que fornecem ângulos diferentes às histórias e levam à construção de notícias escandalosas e dramáticas” (Santos, 2006: 80).

No seu estudo empírico sobre notícias produzidas nos anos de 1982 a 1994 acerca da saúde, mais propriamente sobre o VIH-sida, Rogério Santos chegou à conclusão que algumas fontes não oficiais, neste caso, movimentos ligados aos doentes infetados com o VIH, aproveitaram os assuntos em agenda mediática para passarem mensagens e ações de sensibilização. O autor realça ainda que quando estes grupos alcançam a agenda dos *media* procuram exercer influência sobre a classe política. Além disso, uma razão para que estes grupos acedam à agenda dos *media* é o facto de certos jornalistas especializados terem curiosidade em cobrir os projetos e ideias destes grupos. Outro fator para a sua mediatização foi a criação de estratégias de comunicação através de eventos criados, por exemplo conferências de imprensa, para alcançar os *media*.

O sociólogo Paul Manning (2001) defende que o poder não é praticado por um grupo dominante sobre um grupo dominado, mas sim através de formas/discursos de conhecimento. O autor sustenta também que os governos tentam “gerir as notícias” para evitarem o impacto das fugas de informação, que provêm quase sempre de dentro das

instituições. Lembra ainda que as fontes, por vezes, chegam a destruir organizações de grande poder com fugas de informação.

Num estudo do Glasgow Media Group foi possível descobrir que:

Determinadas fontes oficiais, se impedidas de fazer certas afirmações, o fazem por interpostas organizações não oficiais, com mais liberdade de ação. O campo jornalístico torna-se, pois, num palco de múltiplas vozes que procuram aceder aos jornalistas (Santos, 2003: 41).

No entanto é importante salientar que a força com que uma fonte, independentemente do tipo, aparece nas peças jornalísticas pode alterar-se nas peças seguintes sobre o mesmo tema, uma vez que os jornalistas podem recorrer a outras fontes ou ângulos de abordagem.

Fontes Anónimas

Existem fontes que pretendem divulgar certas informações, mas precisam de se salvaguardar – são as conhecidas fontes anónimas. Essas fontes precisam de se proteger e os jornalistas recorrem a elas porque confiam nelas e também pelo facto de que os dados veiculados são bastante úteis para inserir novos elementos informativos, esclarecer mensagens, cruzar informações e confirmar suspeitas. A confidencialidade da fonte inclui encobrir a sua verdadeira identidade, por razões de intimidade ou segurança. A fonte anónima pode ser um membro de um grupo/comunidade, um organismo governamental, uma instituição mediática ou um cidadão anónimo.

O *Garganta Funda* tornou-se assim numa figura lendária que, durante o caso Watergate, conduziu os jornalistas Carl Bernstein e Bob Woodward pelos meandros obscuros da política americana, isto é, através de uma fonte anónima, os repórteres foram informados que o presidente Nixon sabia das operações ilegais, que culminaram no assalto à sede do Partido Democrático norte-americano.

O caso Watergate foi um dos maiores escândalos políticos do século XX, que terminou com a renúncia do presidente norte-americano Richard Nixon, devido a um dos maiores trabalhos de investigação jornalística feitos até então. Segundo Ofa

Bezunarte, “a função dos média como controladores dos poderes é precisamente serem capazes de descobrir o que permanece oculto”. (Bezunarte, 1998: 21) Os dois jovens jornalistas, Bob Woodward e Carl Bernstein, que trabalhavam para o jornal *Washington Post* divulgaram a corrupção nos bastidores do Partido Republicano, de forma a reeleger Richard Nixon.

É de salientar que foi a partir desta investigação, que se legitimou o uso de fontes anónimas, uma vez que a segurança das fontes é bastante importante para todo o caso. É pertinente lembrar que só perto da sua morte é que foi anunciado quem era o *Garganta Funda*. Desde o *Watergate* que a tripla verificação é quase um dogma. Mas depende dos dados: quanto mais importante a informação, mais deve ser verificada.

Confiança: a base da relação

Mas afinal o que move as fontes quando recorrem aos jornalistas? Que motivações e finalidades têm elas? Existem várias razões, entre as quais se destacam: atenção e visibilidade dos *media*; marcação da agenda pública; adesão a determinadas ideias; reparação de prejuízos e criação de uma imagem pública positiva.

E por sua vez, o que buscam os jornalistas quando procuram as fontes? A busca de informações novas e inéditas; desenvolver informações conseguidas e esclarecimento de dúvidas; confirmar e/ou desmentir informações adquiridas através de outras fontes e lançamento de ideias e debates para o espaço público.

É através das notícias que as fontes e os jornalistas decidem quem tem voz e quem é afastado do acesso ao espaço público. Autores como Erickson Richard, Patrícia M. Baranek e Janet B.L.Chan (1989) defendem que existem interesses comuns entre jornalistas e fontes na organização de acontecimentos públicos – “os jornalistas ganham a certeza de uma notícia palpitante e os organizadores conseguem o efeito “bola de neve”, porque os *media* anunciam, acompanham e amplificam o impacto da ação que eles organizam” (Serrano, 1999: 4).

A relação dos jornalistas com as fontes é assim mediada por uma condição fundamental – a confiança. Confiança essa que evolui ao longo do relacionamento, uma

vez que pode ser cultivada, conservada e fortalecida. Às vezes é quebrada e muito dificilmente pode ser revigorada.

Herbert Gans (*apud* Santos, 1997: 33) faz referência à relação do jornalista com a fonte de acordo com a especialização ou não especialização do jornalista. Isto é, se o profissional da comunicação for especializado mantém relações mais coesas e constantes com as fontes. Já o jornalista não especializado, pela diversidade dos conteúdos que trata, dificilmente consegue manter um contacto contínuo com aqueles que diariamente lhe fornecem informação.

Confiança é então a característica que norteia a relação de jornalistas e fontes.

Ricardo Pinto (1997) sustenta que a “confidencialidade torna-se essencial na relação entre o jornalista e as fontes, até porque o jornalismo político de investigação ou denúncia é em grande medida baseado em fugas de informação.” (Sousa, 2002: 6).

Ofa Bezunartea esclarece que os jornalistas detêm um poder que não pode ser colocado em causa. As fontes são “património” dos profissionais de informação e não das empresas de comunicação. Património porque é construído ao longo do tempo, por contactos, por interconhecimento e por mútua confiança.

Estrela Serrano defende que:

Em vez de uma dependência ou autonomia absolutas dos jornalistas relativamente às fontes, creio dever falar-se de uma interdependência que umas vezes torna uma das partes mais forte em relação à outra na influência e na definição daquilo que chega ao conhecimento do público, da maneira como chega e do momento em que chega (...). Existe entre ambos uma relação de interdependência. Apesar de as fontes controlarem, em parte, o processo de produção de notícias, esse controle não é total, na medida em que lhes escapa o controle da edição de textos; por exemplo, os "cortes" e as "montagens" são exclusivamente da responsabilidade dos media (Serrano, 1999: 9, 11).

Num artigo publicado, Jean Charron (1989) expõe que a relação entre fontes e jornalistas se caracteriza pelo conflito e pela cooperação e implica a dupla negociação sobre a partilha de informações e sobre as regras que regulam essa partilha de troca de dados. O autor defende também que esta relação leva à noção de jogo.

Se a confiança entre jornalistas e fontes for bastante elevada, as fontes dão informações adicionais em *off the record*, isto é, os dados transmitidos aos jornalistas não podem ser publicados, mas servem para serem confirmados por meio de outras fontes e investigados.

Para Rogério Santos, “confiança não significa que a mensagem da fonte de informação passe diretamente para o jornalista, sem o escrutínio prévio ou a comprovação dos factos” (Santos, 2006: 84). Mas o autor lembra também que “o constrangimento temporal, espacial e organizacional que o jornalista enfrenta corre a par da selecção e cultivo de fontes de informação” (Santos, 2006: 84).

Os interesses

Leon Sigal (1986) defende que a notícia é o que os jornalistas pensam, mais o que as fontes dizem, mediadas pelas rotinas jornalísticas e acordos, o que significa que existe uma clara negociação entre os agentes sociais. As notícias dependem das fontes, que por sua vez, provém da forma como os jornalistas as procuras.

Os jornalistas procuram dar publicidade às diversas matérias, isto é, aos eventos, declarações e factos, que consideram de interesse público. Por sua vez, as fontes enquanto porta-vozes de instituições fazem publicidade aos assuntos que interessam a essas instituições. Ou seja, cada parte gere a outra, o que significa que estamos perante uma relação de negociabilidade. Esta negociabilidade depende do poder da fonte, de incentivos, da proximidade quer geográfica, quer social e muito do fornecimento de dados verosímeis.

Jay Blumber e Michael Gurevitch (1995) sustentam que a relação entre fontes e jornalistas é uma relação de interesse mútuo, uma vez que os profissionais da comunicação estão interessados em obter dados, enquanto as fontes tem conveniência em dar determinadas informações com um certo enquadramento. Por vezes, tentam esconder as informações que não querem ver no espaço público. Os mesmos autores defendem que a interação entre jornalistas e fontes não significa que as duas partes se unam e se formem num todo:

Cada parte mantém os seus objetivos, a sua distanciação, com dois paradigmas capazes de explicar a relação: adversarial e de troca. O modelo adversarial tem uma postura ideológica (...) o outro modelo é o de troca, que assenta num interesse próprio e fornece uma explicação adequada da manutenção da relação (Santos, 2003: 26).

Aliás, quanto mais cooperante for a relação, maior benefício existe entre jornalistas e fontes.

Na segunda metade dos anos 70, Portugal assistiu a um crescimento de campos de saber, de instituições:

E uma panóplia de profissionais cuja razão de ser e cujo papel consiste precisamente em posicionarem-se como fontes estrategicamente colocadas na órbita dos media e interessadas em serem desses mesmos media fontes privilegiadas. Referimo-nos naturalmente às diversas formas de comunicação institucional, de assessorias de comunicação, de gabinetes de imprensa, de conselheiros de imagem, de porta-vozes e adidos 5. Há, hoje, claramente instituída, uma vasta e complexa teia de mecanismos, de instituições e de saberes, cujo propósito assumido é utilizar e, se possível, marcar a agenda dos media, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por essa via, atingir os objetivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem (Pinto, 2000: 282).

O interesse privado que faz mover diversas fontes leva-as a fabricar uma ação hábil e prudente bastante forte – por um lado, ambicionam conquistar o acesso aos *medias* e “por outro lado, o esforço de gerir com o máximo cuidado as tentativas dos jornalistas de aceder às áreas de bastidores das instituições a que estão ligados” (Pinto, 2000: 284).

Mas esta relação entre jornalistas e fontes acaba por se resumir a “um casamento de conveniência” como referiu López-Escobar (1988: 521). Nos constantes encontros, muitas vezes, instáveis há sempre uma permanente negociação. Isto porque os jornalistas precisam das fontes de forma vital, por isso é fundamental que conciliem a colaboração das fontes e o distanciamento crítico.

Herman e Chomsky (1994), Broadbent (1994), Eldridge (1994), Lacey e Logman (1997) e McChesney (1997) desenvolveram a Teoria da Conspiração, na qual as mensagens são manipuladas pelos órgãos de comunicação social, conforme os interesses da classe social dominante. Nesta teoria, os autores recorrem à análise de conteúdo noticioso de estudos do envolvimento das autoridades americanas em todo o mundo. É importante salientar que nesta teoria avalia-se o impacto dos interesses políticos e económicos e não os valores jornalísticos. De acordo com os autores, as potentes burocracias auxiliam os *media*, ao fornecerem dados e manipulam através do agendamento e enquadramento de *estórias* e pela disponibilização de especialistas. “Em suma, para a teoria da conspiração, os meios noticiosos vêm-se de forma instrumental e determinista, servem meros interesses políticos e o jornalista transforma-se em simples executante de fontes poderosas” (Santos, 2003: 32).

Aliás Lacey e Longman (1997) recordam certos momentos de propaganda referentes à Guerra do Golfo, que abrangeram os governos americano e britânico em mentiras sobras as tropas iraquianas. Falam de situações inventadas que se destinaram a obter o apoio público a ações já tomadas pelos próprios governos. Desta forma, houve manipulação na atividade jornalística por parte dos poderosos governos. Em situações de conflito é frequente este tipo de manipulação. O mesmo acontece com as fugas de informação, uma vez que geralmente aparecem em momentos de crise.

O risco – vale a pena?

Os jornalistas são responsáveis pela informação que difundem, ou seja, são igualmente responsáveis pela escolha das fontes a que recorrem, pela confirmação da informação juntos de várias fontes, pela análise da autenticidade dos dados, pela ponderação de eventuais manipulações. São assim responsáveis pelos riscos que correm ao só se dirigirem a uma fonte; ao dar crédito a alguém que é provável não conhecerem e não estar dentro do assunto em questão. Caso isto suceda, os jornalistas são responsáveis por aquilo que publicam e terão que assumir todas as consequências e nunca culpar as fontes. Serem enganados é um risco que correm, mas também devem

saber prevenir-se, como por exemplo, recorrer a outras fontes para confirmar os dados. O risco é algo com que os jornalistas têm que saber conviver.

Pode ser bastante complicado confiar, uma vez que se está a confiar naquilo que não se vê, isto é, as fontes não têm acesso ao processo de produção das peças, nem os jornalistas conhecem na totalidade a vida, espaços e organizações das fontes. É verdade que as fontes facultam distintos graus de acesso à informação de que dispõem, mas os jornalistas não são meros observadores e intermediários: têm um papel ativo no material que selecionam para difundir, no enquadramento e contextualização dos dados que recolhem junto das fontes. Ericson et al. (1989) salientam que “a notícia não é formulada segundo o contexto da fonte ou os critérios das testemunhas, mas reformulada segundo as normas do discurso noticioso” (apud Pinto, 2000: 286).

O risco é grande, mas porquê confiar em algo e alguém que não se conhece? É natural que os jornalistas e as fontes podem procurar referências um do outro, mas estas informações serão assentes em experiências de outros. Giddens (1995) refere que esta situação se define por confiança fundamental. “Apesar de jornalistas e fontes não se conhecerem, reconhecem-se como representantes legítimos de sistemas em cuja fiabilidade acreditam, e precisam de acreditar, para desempenharem as suas funções e para se orientarem e integrarem socialmente” (Marinho, 2000: 354).

Além do risco, a tensão e o conflito que, por vezes, ocorrem nesta relação não podem ser vistas como lutas, mas sim como pontos de vistas distintos. João Carreira Bom (1998) explica este ponto:

Quanto maior for a vulnerabilidade e a preguiça dos jornalistas, mais perigosas podem ser as fontes organizadas e, entre elas, as agências. (...) As agências de comunicação valem pela qualidade do que transmitem aos jornalistas. Sabem que existe apenas uma forma eficaz de os «comprar»: com notícias dignas do nome. Os jornalistas, por sua vez, sabem como se livrar das fontes (e das agências) que só os chateiam: não publicando nada do que elas lhes enviam. Assim, é estranho que alguns se incomodem tanto com o alegado poder das agências e tão pouco, por exemplo, com certas limitações, impostas aos jornalistas por quem os contrata (apud Pinto, 2000: 283).

A informação online: uma nova fonte

Mas como encontrar novas fontes de informação? Por vezes, é bastante complicado, mas pode não o ser. Muitas vezes consiste na leitura do que outros órgãos de comunicação social escrevem/dizem sobre determinado assunto, nomeadamente meios especializados, que selecionam certas fontes. A procura de informação inclui ainda seminários, colóquios e encontros formais onde se reúnem especialistas de determinadas áreas de atividade. A internet também é uma excelente fonte em grande expansão.

A internet mudou o mundo, tal como o jornalismo ganhou outra dimensão e outra exposição com a invenção deste meio virtual. A partir do momento que os *mass media* se expuseram através da internet, tornaram-se acessíveis a todos e a tudo. Por essa razão a internet é atualmente considerada, por muitos, como sendo indispensável: “A internet é hoje 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”, defende Castells (*apud* Gomes, 2009: 55).

Reddick e King (*apud* Bastos, 2000: 76) sustentam que a internet constitui a progressão natural da evolução tecnológica nas redações, ou seja, tal como a invenção do telégrafo, do telefone e da televisão. É claro que as novas ferramentas digitais contribuíram para a reestruturação do trabalho jornalístico, de tal forma que se modificou a produção de artigos jornalísticos, as relações entre profissionais da comunicação e as fontes, as empresas concorrentes, o Governo e a própria sociedade. Estes avanços tecnológicos que atingiram os *media* conferiu-lhes um enorme poder de manipulação de informação, de propaganda e de publicidade.

Essencialmente a partir de 1995, milhares de jornais impressos conceberam as suas publicações online. Desta forma, diversos novos meios de informação foram criados e disponibilizados na internet. Assim, o espaço cibernético foi ganhando cada vez mais adeptos, devido à enúmeras oferta de portais, bem como à maior facilidade de acesso a este meio. Toda esta revolução trouxe inúmeros benefícios, mas também obstáculos. Desde logo a inúmera informação disponível e que cresce cada vez mais: de acordo com o professor Tapio Varis, em 1996, estimava-se que o volume de informação

online passava para o dobro a cada ano. Hoje em dia, certamente que o volume aumentou em grande escala.

Esta vasta informação que vai crescendo pressupõe “para jornalistas e para os públicos em geral, novas competências de discernimento e de avaliação” (Dent *apud* Pinto, 2000: 289):

Indivíduos e instituições passaram a poder colocar online, com relativa facilidade, dados e informações de valor extremamente desigual e com propósitos muito diversos, o que, entre outras consequências, vem configurar um quadro novo, marcado nomeadamente por aquilo a que David Shaw (1997) chamou desintermediação, ou seja, a diluição do papel de intermediário dos jornalistas, através da selecção e hierarquização da informação (Pinto, 2000: 289).

Desta forma são cada vez mais os assuntos divulgados online a que os cidadãos têm acesso ao mesmo tempo que os *media*. Aliás, o caso da divulgação do relatório sobre o relacionamento entre o presidente dos Estados Unidos da América e Mónica Lewinski foi conhecido através deste meio. Em alusão a este caso, a investigadora Florence Santrot lembra que “o caso Lewinsky foi, para a internet, o que a Guerra do Golfo foi para a CNN e o que o assassinato de Kennedy foi para a televisão.” (Santrot *apud* Castanheira, 2004: 26).

Deste modo, aparentemente tudo seria mais transparente, mas existem uma série de riscos inerentes. Nenhuma fonte irá publicar algo que mais tarde possa vir a ser incómodo para a sua imagem e para os seus interesses. Nenhuma fonte irá fazer o trabalho de pesquisa de dados, nem comparação e verificação da informação e jamais publicação do produto. Assim, quem faria este processo? Soledad Puente sublinha a importância do jornalista neste palco: “coloca-se aqui a questão da missão dos informadores e do papel do jornalismo num mundo em que a comunicação em rede se converta em realidade quotidiana e tanto o público como os meios possam aceder à Internet” (Puente *apud* Pinto, 2000: 289).

Segundo Millison (*apud* Bastos, 2000: 74) a internet é “um recurso economizador de tempo para jornalistas e editores, em especial para repórteres em busca de material de complemento.” Além disso, outro meio que conquistou bastantes

adeptos foi o *email*, que se tornou um método de obtenção de informações, pois é uma forma rápida e económica e facilita o contacto com as fontes. Aliás, os fatores económicos foram as principais razões para que os órgãos de comunicação social apostassem nas aplicações deste novo meio. Com o acesso à internet houve uma maior facilidade do trabalho jornalístico no que respeita a uma melhoria da qualidade do mesmo, o que torna as peças jornalísticas mais diversas.

Mas uma coisa é certa: a internet alterou a forma de se fazer jornalismo, mas o processo de recolha de informação ficou mais abrangente, logo a produção noticiosa ficou mais vasta e rica, e claro, com o aumento das ferramentas/recursos disponíveis aos jornalistas estes tornaram-se mais enriquecidos a nível profissional.

A internet, sem dúvida, passou a ser uma ferramenta muito utilizada pelos profissionais de informação, bem como os pseudo-acontecimentos criados pelas fontes para serem cobertos pelos *media*. Grande parte dos acontecimentos veiculados nos telejornais passa por eles: pela internet e pelos pseudo-eventos.

Pseudo-Acontecimentos

Eventos criados

A manipulação de informação sempre existiu e está ligada à ideia de domínio, isto é, existe manipulação quando alguém quer controlar o outro. Muitas vezes, a informação que chega aos jornalistas já vem fabricada e manipulada. Manipulada não significa que seja negativa e pejorativa, mas sim alterada. Alterada a gosto das fontes. Diversas vezes, a palavra *manipulação* surge ligada à política, como explica Estrela Serrano:

Nas sociedades democráticas em que os sistemas políticos consagram o sufrágio universal como forma de escolha dos governantes, as estratégias de comunicação política passam, cada vez mais, pelo recurso à criação de acontecimentos destinados a atrair os jornalistas para "terrenos" em que os promotores possuem uma capacidade de controle e de influência, superior ou

distinta, da estabelecida habitualmente entre fontes e jornalistas (Serrano, 1999: 3).

Várias vezes os jornalistas são manipulados e levados a cobrir e posteriormente a noticiar acontecimentos fabricados.

Para alguém que se queira afirmar nos *media*, o primeiro passo a ser tido em conta é elaborar uma boa estratégia de comunicação, uma vez que existem diversos protagonistas no espaço mediático. O que é necessário fazer para que consiga? Não basta somente atribuir mediatismo a determinados factos, mas sim prender a atenção dos jornalistas. Para que isso aconteça, recorre-se muitas vezes aos *pseudo-acontecimentos*. O termo foi utilizado pela primeira vez por Daniel Boorstin, em 1961, que os definiu com as seguintes características: não são naturais e foram feitos para serem cobertos pelos *media*:

Sem a ajuda dos jornalistas os políticos não poderiam criar os eventos que lhes trazem poder e notoriedade. Os jornalistas são, nesta matéria, aliados dos políticos. Uma grande percentagem das notícias publicadas na imprensa, rádio e televisão inclui informação baseada em “pseudo-acontecimentos” que Boorstin (1961) define como possuindo as seguintes características: não são espontâneos; surgem porque foram planeados; são criados para serem cobertos pelos media; o seu sucesso mede-se pela amplitude da sua cobertura; a sua relação com a realidade subjacente à situação é ambígua e, geralmente, funcionam como uma auto-promoção (Serrano, 2002: 23).

Boorstin sustenta que este tipo de eventos possuem uma maior difusão do que outros acontecimentos, uma vez que “a partir da sua própria natureza, tendem a ser mais interessantes e atrativos do que acontecimentos espontâneos” (1992: 14 - traduzido).

Como são criados de forma a serem cobertos pelos *media*, os pseudo-acontecimentos têm características muito próprias. Por norma, são mais dramáticos que os acontecimentos reais e têm como objetivo serem alvo de curiosidade, ou seja, se o público for acompanhando o acontecimento, melhor.

São fabricados para a divulgação; são mais fáceis de difundir; são mais manipuláveis e o objetivo da sua criação, regra geral, é gerar dinheiro e/ou poder. Além disso, tendem a ser mais sociais, uma vez que levam a que público se refira a eles, por

isso a sua impressão é reforçada. Pretendem fomentar a conversa na sociedade: “Na nossa sociedade, os pseudo-acontecimentos fazem com que simples factos pareçam mais subtis, mais ambíguos e mais especulativos do que eles realmente são” (Boorstin, 1992: 35 - traduzido).

O autor defende também que a ambiguidade é uma das características mais comuns nos pseudo-acontecimentos, uma vez que, caso não seja esclarecido, torna-se muito comentando e desta forma alimenta inúmeras suposições e, conseqüentemente, novos pseudo-acontecimentos. Devido a estes comentários a presença dos eventos criados estão garantidos nos *media*:

A sua relação com a realidade é ambígua. O seu interesse aumenta exponencialmente com a sua ambiguidade. Em relação aos pseudo-acontecimentos, a pergunta “o que isso quer dizer?” ganha novo sentido. Enquanto nas notícias, o interesse num acidente de comboio é saber o que aconteceu e as suas verdadeiras conseqüências, o interesse numa entrevista é sempre, se realmente aconteceu e quais os possíveis motivos (Boorstin, 1992:11 – traduzido).

O teórico defende que o homem moderno tem uma grande expectativa em receber muita informação sobre o que o rodeia. Antigamente, quando um leitor folheava um jornal, diria que o mundo era aborrecido. Hoje em dia, o leitor acha o contrário: que o jornal é aborrecido. Ou seja, as pessoas passaram a observar o mundo de forma diferente:

Esta mudança de atitude em relação às “notícias” não é meramente um facto básico sobre a história dos jornais americanos. É um sintoma de uma mudança revolucionária na nossa atitude em relação ao que acontece no mundo, quanto disto é novo, é surpreendente, é importante. Em relação a como a vida pode ser apelativa em relação ao nosso poder e ao poder daqueles que nos informam, educam e guiam, para providenciar acontecimentos sintéticos para compensar a falta de eventos espontâneos. Exigindo mais do que o mundo nos pode dar, solicitamos que algo seja fabricado para compensar a deficiência do mundo. Este é apenas um exemplo da nossa exigência por ilusões (Boorstin, 1992: 9 - traduzido).

Assim, os pseudo-acontecimentos surgiram pelo facto de não existirem acontecimentos reais suficientemente interessantes para serem cobertos pelos *media*. Neste sentido, os jornalistas precisaram de se adaptar ao novo conceito:

O jornalista bem sucedido é aquele que consegue encontrar uma história, mesmo se não existir um terramoto, um assassinato ou uma guerra civil. Se ele não consegue encontrar uma história, então ele deve produzir uma – pelas questões que formula às figuras públicas, pelo surpreendente interesse humano que ele encontra em algum evento, ou pela “notícia por trás da notícia.” Se tudo isto falhar, então ele deve-nos dar uma “matéria opinativa” – um adorno de factos bem conhecidos, ou uma especulação sobre coisas surpreendentes que podem acontecer (Boorstin, 1992:8 – traduzido).

Washington DC, o centro político dos Estados Unidos da América, acabou por se tornar num local de criação de pseudo-acontecimentos. A necessidade de transmitir novos dados e a pressão do tempo, fizeram com que os correspondentes naquela cidade recorressem à técnica da entrevista, de uma forma cada vez mais agressiva, para produzirem mais pseudo-acontecimentos (Boorstin, 1992: 24). Aliás, o autor defende ainda que é possível que Roosevelt tenha construído toda a sua carreira apenas com pseudo-acontecimentos (1992:21).

O autor afirma que devido aos pseudo-acontecimentos o cidadão comum pode mais facilmente torna-se notável, ou seja, é através deste ambiente que o cidadão passa a adquirir reconhecimento dentro da esfera pública: “Na democracia dos pseudo-acontecimentos, qualquer um pode tornar-se uma celebridade, basta que apareça nos *media* e permaneça neles” (1992: 60). O autor acrescenta ainda:

Nós podemos (...) fazer um homem ou uma mulher conhecidos; mas nunca os poderemos fazer grandes. Nós podemos fazer uma celebridade, mas nunca um herói. Num sentido quase esquecido, todos os heróis se fazem por si mesmos (Boorsin, 1992: 48 - traduzido).

Boorstin refere que o motivo pelo qual acreditamos cada vez mais neste tipo de eventos é devido à sua “capacidade de dar origem a novos pseudo-acontecimentos numa progressão geométrica” (1992: 19). Ou seja, não se trata simplesmente de gerar novos pseudo-acontecimentos, mas sim de originar acontecimentos reais. Na verdade, os

eventos criados são reais porque acontecem, mas essa realidade não é totalmente clara, devido à sua natureza, que é inventada.

A classe política: a maior criadora

Estrela Serrano defende que os políticos são os maiores autores de pseudo-acontecimentos e dá um exemplo de que estes factos acontecem há bastante tempo:

Nos EUA, Roosevelt, com a colaboração de um amigável conjunto de jornalistas que integravam o press corps da Casa Branca, tornou-se um fazedor de pseudo-eventos e de sound-bites que enchem as primeiras páginas dos jornais, transformando as conferências de imprensa, habitualmente rituais sem interesse, na maior instituição nacional fazedora de notícias, através de um processo informal de conversa e troca de ideias. Sabendo como os jornalistas vivem ávidos de notícias, Roosevelt ajudava-os a construí-las, orientando-as segundo os seus próprios interesses (Serrano, 1999: 4).

Regra geral, nas conferências de imprensa, primeiro é apresentado o assunto, depois os jornalistas fazem perguntas. É preciso ter determinados cuidados, nomeadamente seleccionar os aspetos mais importantes e enfatizar a informação segundo critérios jornalísticos. É preciso ter atenção ao que se pretende “vender”.

Os políticos não conseguiriam criar acontecimentos que lhes trazem reputação e domínio sem a ajuda dos jornalistas. Desta forma, as instituições políticas são grandes produtoras de pseudo-acontecimentos. Boorstin menciona que grande parte das notícias divulgadas na imprensa escrita tem por base informações de relatórios, estudos e comunicados. O autor defende também que atualmente é possível edificar uma carreira política integralmente com pseudo-acontecimentos.

Mas os políticos não são os únicos criados de pseudo-acontecimentos, os jornalistas também os são. Um exemplo disso é quando estão junto de assessores de imprensa e de políticos e persistem na matérias para conquistarem novos ângulos de abordagem, que de certa forma, lhe possibilitem apresentar novas *estórias* ao público. Um exemplo bem claro disso é o seguinte: “É vulgar os jornalistas solicitarem

comentários por parte dos políticos a situações hipotéticas, gerando notícias completamente fictícias do ponto de vista da sua espontaneidade. É o que se chama *fazer render as notícias*” (Boorstin *apud* Serrano, 1999: 5). Esta situação acontece diversas vezes, uma vez que os jornalistas estão sob pressão do tempo e têm urgência em alcançar uma corrente sucessiva de notícias.

Basicamente, os jornalistas e os políticos andam de mãos dadas. Ao procurarem constantemente novas *estórias* faz com que a classe política seja uma das maiores fontes. Para isso, há que cultivar a relação com os agentes políticos. Por seu lado, a classe política precisa dos *media* para que transmitam as mensagens para chegarem ao público:

Por isso, cultivam igualmente relações com os jornalistas: promovem briefings, garantem-lhes acesso a locais e a eventos oficiais e, por vezes, fornecem-lhes espaço de trabalho. A produção de notícias é, assim, um processo de negociação e de renegociação constante, através do qual os repórteres identificam o tipo de pessoas que servirão como boas fontes de informação sobre os acontecimentos produzidos (Serrano, 1999: 5,6).

Manipulação?

Existem diversas fontes que estão interessadas e bastante ativas em promover os pseudo-acontecimentos: conferências de imprensa, *briefings*, estudos, relatórios, comentários e treinos desportivos são alguns dos exemplos que passam a ser notícia. Ou seja, este tipo de eventos acaba por dominar os telejornais.

Este tipo de fenómeno surgiu pelo facto de ser necessário “alimentar a máquina” do jornalismo. Depois da criação de canais televisivos e de estações radiofónicas exclusivamente informativos passou a ser imperativo a produção destes eventos, que acabam por garantir a sobrevivência do sistema. Diversas fontes conhecem esta necessidade e aproveitam-se disso para terem visibilidade. Boorstin defende assim, que com a criação dos pseudo-acontecimentos a responsabilidade de tornar o mundo mais atraente deixou de ser algo divino e passou para as mãos dos jornalistas.

Aliás, enquanto espectadores, passamos grande parte do tempo a ouvir e ver notícias relacionadas com os pseudo-acontecimentos. O momento de crise em que nos encontramos também ajuda, uma vez que anda de mão dada com a política. Este clima favorece a criação de mais pseudo-acontecimentos, pela especulação que provoca na sociedade, não fossem os políticos uns grandes criadores destes eventos.

A pressão começa desde logo junto dos serviços de Agenda e Planeamento. Assesores de imprensa, relações públicas, gabinetes de comunicação, entre outros, estão em constante contacto com a secção da agenda dos diversos órgãos de comunicação, através de *e-mail*, fax e telefone. Insistem, persistem e nunca ficam satisfeitos com as respostas recebidas. Aliás, durante o tempo que permaneci na referida secção era comum receber chamadas para que diversas empresas soubessem se a SIC iria estar presente em determinados eventos. Como era de esperar, não respondíamos a essa questão, uma vez que desde o início nos é ensinado que não podemos confirmar a presença em qualquer evento programado, uma vez que à última da hora as equipas de reportagem podem ser “desviadas” para outros acontecimentos.

Ou seja, este tipo de episódio só demonstra a necessidade que as fontes têm em estarem presentes na agenda mediática. Querem sempre estar em contacto com os *media*. Tentam saber qual será o ponto de abordagem que o jornalista vai dar à peça para a qual contribuirão. Tentam ser mais curiosos que os próprios jornalistas, mas claro, para seu benefício.

Outro episódio pelo qual passei e vai ao encontro deste ponto é o facto de as fontes facultarem os seus contactos profissionais e pessoais. Segundo elas “para o caso de surgirem novas dúvidas/questões”. Sem dúvida que é importante. Mas, por vezes, acontece que contactam os jornalistas para saberem em que dia a peça *vai para o ar*, como correram outras entrevistas, entre outros pontos que lhes interessam. Mais uma forma de exercerem pressão.

É verdade que há determinadas áreas que estão constantemente a criar pseudo-acontecimentos, como é o caso da política, da economia e do desporto. Isto acontece porque necessitam de visibilidade nos meios de comunicação social. Possivelmente só através deles é que chegam ao conhecimento do público. No caso da política, a agenda dos *media* está muito dependente da dinâmica dos políticos.

No entanto, apesar da importância dos acontecimentos agendados, que em muitos casos, se traduzem em pseudo-acontecimentos e dos *takes* das agências, excelentes fontes de informação para os jornalistas, as *estórias* próprias dos profissionais de informação são fantásticas, uma vez que na maior parte das vezes são inéditas. Muitas das *estórias* únicas que chegam à SIC é através de contacto telefónico ou eletrónico e até essas fontes, por vezes, simples cidadãos, fazem pressão junto da secção da agenda para saberem como se encontra a sua sugestão. Isto significa que qualquer tipo de fonte faz pressão sobre os jornalistas, mas aqueles que criam pseudo-acontecimentos são quase como treinados para manipularem os jornalistas, para que estes cobram o acontecimento que os primeiros desejam.

Daniel Boorstin (1977) referiu que “no último meio século, uma crescente proporção da nossa experiência, do que lemos, vemos e ouvimos, provém de pseudo-acontecimentos” (*apud* Santos, 2001: 106).

A desinformação e a manipulação são cada vez mais comuns e patentes nas relações que as fontes estabelecem com os jornalistas. A pressão que exercem sobre os segundos e o jogo psicológico podem delimitar o trabalho jornalístico. Aliás, para desinformar são necessários três agentes: aquele que tem a função de lançar a notícia, ou seja, o informador; o canal de comunicação que tem como encargo transmiti-la e o informado que constitui o alvo da notícia.

Por vezes, os jornalistas acabam por ser um dos meios de transmissão da desinformação e uma ferramenta de manipulação, por isso devem estar atentos para não se deixarem enganar pelas fontes. É importante lembrar que os meios de comunicação social foram criados com o objetivo de serem utilizados por todos os cidadãos e não para beneficiarem entidades privadas, nem para enriquecerem empresas.

John Keane (2002) defende que o mundo atual está rodeado de informação, o que muitas vezes condicionada a capacidade de seleção dos cidadãos. Lembra ainda que as “tempestades de informação” (2002: 181) são imprescindíveis nas sociedades democráticas, uma vez que tudo está em constante movimento.

A fuga de informação

Um dos processos mais utilizados na transmissão de informações por parte das fontes oficiais é a fuga de informação. De acordo com Boorstin (1961), a fuga é um meio, através do qual uma fonte oficial com uma deliberação bem delimitada, fornece dados, faz uma questão ou uma sugestão. Acaba por ser um anúncio óbvio. A fuga torna-se assim um pseudo-acontecimento, uma vez que um pseudo-acontecimento origina novos pseudo-acontecimentos. A fuga surgiu como uma prática ocasional de uma fonte oficial comunicar mensagens sigilosas a alguns jornalistas. As regras inerentes ao *off record* são essenciais em casos de fugas de informação. Este clima de confiança criou um clima de confiança entre jornalistas e fontes. Mas apesar do clima de confiança e de os jornalistas serem cada vez mais atores políticos, como diz Thomas Patterson, políticos e profissionais da comunicação têm valores diferentes, que por vezes colidem. Os *media* precisam de boas *estórias* independentemente do campo que seja. Thomas Patterson (1997) lembra que “a política não é o que interessa aos jornalistas. O mais importante para um jornalista é ter uma estória para contar” (Serrano, 1999: 7).

Rogério Santos menciona que “o balão de ensaio e a fuga de informação são ferramentas empregues por fontes políticas, que testam a opinião pública (isto sem o jornalista se aperceber de estar a ser usado)” (2006: 83).

É através da fuga que as fontes disponibilizam a um jornalista/meio, por interesse próprio ou por ordem dos seus superiores, informação que lhes interessa diretamente e de cuja divulgação beneficia. Trata-se de material informativo posto à disposição de um meio de comunicação através de uma fonte que se mantém em segredo para o público. Quando são dadas informações anónimas (mesmo para o jornalista/meio) é também uma fuga de informação. O que caracteriza a fuga de informação, não é o anonimato da fonte em relação ao jornalista/meio, mas em relação ao público. É importante salientar que o que distingue a fuga de informação da informação com atribuição reservada (o jornalista, neste caso, dirige-se à fonte) é o facto de a fonte ser sempre ativa, tendo interesse na divulgação da informação, seja porque a beneficie seja porque prejudique alguém a quem deseja fazer dano.

As fugas de informação, quando são parciais, podem servir para obter pistas que podem completar-se com trabalho de investigação. No entanto, as fugas podem

funcionar como desinformação e /ou intoxicação informativa, uma vez que geralmente aparecem em momentos de crise e de conflitos. A desinformação deriva diretamente da utilidade que tem o uso da informação como uma arma, normalmente política, para alcançar determinados objetivos, frequentemente em situações de conflito. Para haver desinformação, tem sempre de haver intencionalidade. A mensagem tem de ser credível, mas não é verdadeira. Normalmente mistura dados falsos e dados verdadeiros.

As fontes que originam fugas começam o seu trabalho quando as partes em conflito se enfrentam, com o objetivo de influenciar a opinião pública mediante informações que não poderiam dar a conhecer oficialmente. Existem ainda as fugas por vingança, isto é, realizam-se com a intenção evidente de prejudicar outra pessoa ou instituição. É importante mencionar que rumores não são notícias.

A autonomia perante as fontes

A autonomia é um dos propósitos básicos mais importantes no trabalho jornalístico. É fundamental que os jornalistas tenham autonomia para fazerem o seu trabalho, para que na sua relação com as fontes, não sejam vítimas de pressão. Existem diversos tipos de autonomia perante as fontes, a saber:

- Independência económica, ou seja, os jornalistas não necessitam das fontes para beneficiar a nível pessoal;
- Distanciamento crítico, isto é, os jornalistas não se envolvem emocionalmente com as fontes com que contactam – é importante que não se confundam os papéis;
- Integridade e solidez pessoal – é essencial que os jornalistas conheçam os assuntos que vão tratar, de forma a não serem manipulados pela fonte.

A importância da autorregulação: os códigos

A nível do domínio ético, a relação entre jornalistas e fontes, é um dos aspetos do trabalho jornalístico mais delicados, uma vez que ela consiste, geralmente, numa relação entre duas pessoas com objetivos distintos. Na maior parte das vezes o jornalista está sozinho diante da sua consciência:

Exigindo-se-lhe, por maioria de razão, um sólido entendimento de – e uma genuína adesão a – valores éticos que, destinados essencialmente a garantir e a defender “a dignidade de cada pessoa” (Perales, 1995: 28), balizam uma conduta profissional exigente, e que não pode esquecer nunca a sua particular responsabilidade social (Fidalgo, 2000: 320).

Muitas destas inquietações de ordem ética têm sido analisadas, aprofundadas e ilustradas em declarações de princípios e códigos. Estas ações são recentes, pois vejamos: os primeiros códigos deontológicos surgiram nos Estados Unidos da América no primeiro quartel do século passado. Em Portugal, o primeiro código deontológico dos jornalistas emergiu em 1976 – o atual foi aprovado a 4 de Maio de 1993.

Hugo Azar, investigador na área da autorregulação dos *media*, salienta que a autorregulação é o contrário da hetero-regulação, uma vez que o primeiro é “um processo do domínio privado, não estatal, embora as suas consequências acabem por ter uma inequívoca dimensão pública (...) trata-se de um compromisso social de melhoria da comunicação pública” (Azar *apud* Fidalgo, 2006: 470).

Joaquim Fidalgo sublinha que não devemos confundir autorregulação com censura: “bem pelo contrário, ela visa precisamente assegurar que a comunicação social não é colocada ao serviço de fins impróprios ou alheios aos seus “bens internos”, mantendo-se fiel à sua vocação de serviço público desinteressado e responsável” (Fidalgo, 2006: 473).

No que diz respeito a esta temática, Mário Mesquita afirma que “a deontologia responde à necessidade de uma espécie de autoproteção perante a própria empresa jornalística, as instituições e os públicos” (Mesquita *apud* Fidalgo, 2000: 320).

A organização e metodização do conjunto de princípios que guiam a conduta dos jornalistas, a nível ético, também são vistos como uma defesa. Neste sentido, estes

códigos não protegem somente os jornalistas, mas também o público: “o comprometimento do jornalista com um conjunto de valores éticos é também, ou sobretudo, a garantia dada ao público de que quer servi-lo com a verdade, com rigor, com transparência, com isenção, com justiça, com respeito pelos seus direitos fundamentais” (Fidalgo, 2000: 321). Os códigos deontológicos são assim uma espécie de compromisso público com a sociedade, ou seja, através destes textos os jornalistas comprometem-se a agir de determinadas maneiras.

Pigeat (1997) defende também que a deontologia dos jornalistas é, em grande medida, “uma deontologia das fontes” e que “a informação é fundamentalmente uma questão de fontes” (*apud* Fidalgo, 2000: 323), isto porque, é através delas que, na maioria das vezes, começa o processo informativo e também delas depende muito a credibilidade da informação que os jornalistas transmitem ao público.

A utilidade e importância do estágio

“Ainda estás a tempo de mudar de profissão”, “és muito mal remunerada”, “não vais poder marcar nada, porque nunca sabes a que horas estás despachada do trabalho”, “a nível familiar é complicado”- sempre foi recorrente ouvir afirmações deste tipo, antes e durante o estágio. Mas estas palavras só me davam mais vontade de perseguir o meu sonho. Ninguém disse que ser um bom jornalista era tarefa fácil: é difícil e um desafio. É necessário ter bastante cultura geral e elevadas capacidades profissionais. Exige compromissos éticos e espírito de iniciativa. É fundamental saber resolver problemas e ultrapassar objetivos. Ingredientes fundamentais desde o início do exercício da profissão, ou seja, no estágio.

Ao longo dos seis meses de estágio na SIC fui consolidando os conhecimentos adquiridos ao longo da minha formação académica. Nas secções pelas quais passei tive oportunidade de colocar em prática o legado marcado pelas aulas. As matérias abordadas nas aulas, os ensinamentos transmitidos pelos professores nas diferentes disciplinas ao longo da Licenciatura e do Mestrado, contribuíram para uma boa transição entre o mundo académico e o mundo do trabalho. Durante o percurso académico efetua-se imensos e diversos exercícios, mas acaba-se por ter a real noção quando se passa para a redação de um órgão de comunicação social e se vai adquirindo a experiência ao longo dos dias. Adriano Rodrigues escreve que “mais do que memorizar e treinar regras fixas de escrita jornalística, a formação tem cada vez mais como objetivo criar condições de disponibilidade, ensinar a aprender, a reconhecer os sinais premonitores das mudanças significativas no tecido social” (*apud* Pinto, 1999: 87). O contacto direto é fundamental para aplicar o *saber fazer*. Além disso, durante o estágio adquiri conhecimentos que não possuía. Enquanto telespectadora/leitora/ouvinte interessei-me por algumas matérias, mas enquanto jornalista tenho que lidar com todas as temáticas, por isso era necessário acompanhar assuntos que até então não despertavam o meu interesse.

O estágio serviu também para dar ainda mais valor e importância ao trabalho em equipa. Numa redação é fundamental e imprescindível o espírito de camaradagem. O repórter de imagem tem que recolher boas imagens, o jornalista tem que escrever um bom texto e o editor de imagem tem que fazer uma boa edição para que o produto final, neste caso a peça, seja de qualidade. O estágio permitiu-me ganhar uma real perceção de

como tudo se processa no jornalismo ao mais alto nível. Por isso é pertinente compreender as relações que se vão mantendo durante a construção das notícias.

Rogério Santos salienta que “o campo da notícia é um espaço de relações sociais em torno de um *enjeu* ou desafio com ganhos e perdas por parte dos agentes intervenientes” (Santos, 2006: 17). Ou seja, neste espaço, os agentes sociais – jornalistas e fontes – disputam o significado dos eventos a noticiar, numa espécie de jogo em que as duas partes tentam mobilizar esse significado para proveito próprio. O campo de notícia torna-se assim no lugar onde ocorrem as relações entre os jornalistas e as fontes e que influenciam na produção de notícias – “constrói-se um modelo de espaço, arena ou campo de luta, sujeito ao conflito e à negociação” explica o autor (Santos, 2006, 18).

Aliás, o conceito de campo de notícia tem por base uma *noção de campo* proposta por Pierre Bourdieu (2005) que define o campo como um espaço social em que se jogam e conflituam relações de forças de natureza simbólica e económica.

No meu caso, em algumas situações senti-me manipulada e enganada pelas fontes. E é preciso muito cuidado com o que elas nos tentam transmitir. A responsabilidade do jornalista é para com o público, destinatário primordial do seu trabalho. É a ele que deve “prestar contas” e tem de informar sobre a verdade dos acontecimentos. Contudo, além do público, o jornalista sabe que está inserido num sistema mediático que tem de respeitar.

A decisão de publicar ou não alguma informação cabe-lhe a ele e é perante essa informação que terá que responder. É fundamental que difunda informações que possam retratar objetivamente a realidade e fazer o público compreendê-las, não permitindo interpretações erradas dos acontecimentos. Por vezes, algumas fontes levam a que os jornalistas não retratem claramente os acontecimentos. Por isso, é muito importante que os jornalistas decifrem bem as informações que lhes chegam.

No capítulo seguinte dou exemplos concretos de algumas situações que me fizeram pensar em pormenor acerca desta temática, porque enquanto jornalistas não podemos falhar com o público, uma vez que ele quer ser informado e os jornalistas existem para isso.

Ser estagiária na SIC: a minha experiência

A SIC nasceu há 20 anos: as primeiras transmissões foram feitas a 6 de Outubro de 1992. Foi o primeiro canal de televisão privado a atuar em Portugal, pondo fim a 35 anos de monopólio estatal no mercado televisivo nacional.

Foi feita uma grande aposta na informação: documentários, grandes reportagens, entre outros que levaram a SIC à liderança de audiências em Maio de 1995. Deste modo, a estação liderada por Francisco Pinto Balsemão tornou-se sinónimo de rigor, qualidade, inovação e independência.

Em 2000, a SIC entrou no universo dos canais por cabo. Em 2001 surgia a SIC Notícias – canal de informação 24 horas por dia, em língua portuguesa. Este novo canal é essencialmente destinado a um público exigente que pretende estar sempre informado, por isso a SIC Notícias introduziu no país um novo conceito de informar, quase de hora a hora. O canal oferece ainda programas temáticos nas áreas da Economia, Desporto, Ambiente e Cultura. As entrevistas e as grandes reportagens são ainda parte integrante da SIC Notícias.

Ainda em 2001, a SIC começou a marcar presença em multiplataformas com conteúdos interativos. Atualmente é possível aceder a Notícias e a Entretenimento a qualquer hora do dia e através de um simples clique: o *site* da SIC, as redes sociais como o Facebook e a SIC Interativa possibilitam que os telespectadores vejam em direto ou em diferido o que é difundido.

O edifício sede da SIC, em Carnaxide, alberga o departamento de informação, existindo assim uma redação única, que abastece todas as plataformas: SIC, SIC Notícias e SIC Online. Em todas as secções existem editores. Há ainda os editores-executivos que tem como função definir quais os temas/assuntos que devem ser tratados pelo canal. Para esta decisão diária cooperam também os editores de secção, que em cada área de conhecimento - sociedade, política, economia, desporto, internacional, cultura - acrescentam uma mais-valia de enquadramento e aprofundamento na seleção dos acontecimentos a tratar e da matéria noticiosa.

Por norma, a redação planeia as peças com uma antecedência de 24 horas, nas reuniões que juntam os diversos editores e coordenadores das secções, mas na área de informação lida-se diariamente com o imprevisto e é necessário que toda a redação, responda com rapidez e eficácia ao que lhes é requerido. O princípio é que tudo tem de

ser feito hoje e agora porque temos que ser os primeiros a chegar e a dar a notícias aos telespectadores.

A organização da redação conjunta facilita a mobilidade para os jornalistas. É verdade que cada jornalista tem uma área preferencial de atuação de forma a rentabilizar, da melhor maneira possível, as suas competências e a sua área de especialidade. No entanto, cada jornalista tem que estar preparado para investigar e fazer peças nos mais variados campos de especialização.

Na redação está ainda a secção de Agenda e Planeamento que agrupa informação sobre todo o tipo de acontecimentos, das mais variadas áreas. De toda a imensidão de dados que chegam sobre os acontecimentos do quotidiano, são todos vistos e posteriormente seleccionados. Assim, nas reuniões realizadas ao longo do dia, os editores aconselham e orientam os editores-executivos na seleção das notícias a cobrir. E é ainda nessas reuniões que são marcados os *serviços* - termo utilizado para designar os acontecimentos agendados.

Serviço de Agenda e Planeamento

A *Agenda* como é conhecida pelos jornalistas é o lugar onde se regista os acontecimentos previsíveis e que merecem a cobertura mediática, devido ao seu valor social, político, económico, cultural, entre outros.

É também nessa secção que a maioria dos estagiários que chegam à redação é inserida. Foi por aqui que comecei o meu estágio e onde permaneci de 30 de Julho a 21 de Setembro. É lá que chega todo o tipo de informação que vem dos telespectadores, dos assessores de imprensa e de outras fontes, através de telefone, *e-mail* e carta. A Agenda é assim um *filtro* de toda a informação que chega à estação. Mas nem tudo que chega é noticiado. Uma vez que os jornalistas desta secção são responsáveis por realizar a primeira selecção é aqui que entram os critérios de noticiabilidade, quer no que respeita aos valores-notícias, quer nos que interessam à empresa.

Aqui aprendemos a distinguir aquilo que é notícia do que não é. Atendemos dezenas de chamadas por dia. Recebemos centenas de *e-mails*. E poucas cartas. É

comum chegarem *estórias* exclusivas, por vezes assuntos completamente inesperados. E também chegam muitos *pseudo-acontecimentos*, como são o caso das conferências de imprensa. Há o inesperado, mas também há o esperado, o que automaticamente é inserido na agenda eletrónica a que todos na redação têm acesso.

Quando os estagiários chegam a esta secção começam por colocar em agenda os acontecimentos e *estórias* que são assinalados nesse sentido. Durante as primeiras semanas, era necessário narrar todas as histórias recebidas por telefone. Mas com o passar do tempo e devido à autonomia adquirida começam a dar conta apenas das histórias que consideravam relevantes. Pode parecer estranho, mas receber uma *estória* por telefone, por vezes, não é fácil. Como já mencionei anteriormente, por dia recebem-se dezenas de telefonemas e tem que se saber lidar com o vasto público. É necessário ainda algum cuidado ao conduzir a conversa, e levar as pessoas a responderem apenas ao requerido, sem correr o risco de ser mal-educado. Muitas vezes as pessoas recorrem à SIC, sem antes passarem por determinados organismos que podem ajudar a solucionar o problema. No entanto, é importante mencionar que em muitas ocasiões são excelentes fontes de informação ao nos transmitirem determinadas dados.

Eu estive na Agenda na altura da *silly season*, ou seja, muitas das peças realizadas tinham-nos chegado através de *estórias*, uma vez que os políticos estão de férias; os tribunais encerrados; e do ponto de vista político-jurídico não há notícias. Por isso, as peças recaem essencialmente sobre incêndios, outros incidentes e pequenos *faits-divers*.

Outro aspeto importante é que desde o primeiro dia que os estagiários são incentivados a ler jornais. A secção tem ainda a vantagem de ter jornais próprios diariamente, a saber: *A Bola*, *Correio da Manhã*, *Diário Económico*, *Diário de Notícias*, *Expresso* (ao sábado), *I*, *Jornal de Negócios*, *Jornal de Notícias*, *O Jogo*, *Público*, *Record*, *Sábado* (à quinta), *Sol* (à sexta) e *Visão* (à quinta). Um jornalista da Agenda, se não souber o que se passa à sua volta, vai deixar escapar *estórias* pertinentes e de interesse público. Além disso, é bastante comum partir-se de uma peça de um jornal para se elaborar uma peça televisiva. Uma das primeiras ideias que me transmitiram foi que todos os dias devia ler os jornais para estar atualizada e para sugerir temas para reportagens. Aliás, uma das peças que foi feita foi sugerida por mim e foi vista na versão impressa do jornal *Diário de Notícias* - “Projeto pretende melhorar

comportamento dos moradores dos Anjos em relação ao lixo”¹. Ao fazer esta tarefa todos os dias fui-me apercebendo que a agenda dos cidadãos se traduz na agenda noticiosa.

Além do que já foi descrito, na Agenda, como é o primeiro lugar que temos contacto com o *novo mundo* somos incentivados a acompanhar jornalistas aos serviços para que, numa fase posterior, quando estivermos noutras secções, possamos realizar o nosso trabalho de uma forma mais correta e sem tantos receios. Tanto na redação como fora dela, aproveitei sempre para observar os passos dos jornalistas que estão na área há bastantes anos. A troca de impressões foi constante, facto que me permitia corrigir o que tinha feito menos bem para que, numa próxima oportunidade, não cometesse o mesmo erro. Estava há um mês na Agenda quando acompanhei uma jornalista à sede da Caixa Geral de Depósitos. Quando lá chegamos e nos foi explicado em que consistia, a jornalista de imediato ligou para a SIC e se recusou a fazer a peça. Disse que estaria a fazer publicidade ao banco e que isso era incompatível com o trabalho jornalístico. Ou seja, muitas vezes, o que é transmitido ao jornalista, não é aquilo que realmente é. Diria então que este acontecimento foi o que despertou o meu interesse para o tema relacionado com as fontes de informação.

Madrugadas

As madrugadas são um turno que roda pelos estagiários, da meia-noite às 06:00 da manhã, durante sete noites. Durante este tempo estamos com o *pivot* da madrugada, uma vez que a SIC Notícias tem noticiários quase de hora a hora durante a noite, a fazer essencialmente TH² (*Talking Heads*) e Offs³. Durante a noite, o trabalho é feito à base de notícias internacionais, essencialmente de takes de duas agências noticiosas internacionais: a norte-americana Associated Press Television News (APTN) e a

¹ Disponível em: <http://sicnoticias.sapo.pt/1687287>

² Termo jornalístico utilizado para se referir àquele momento, num noticiário televisivo, em que o *pivot* introduz alguém, e depois essa pessoa aparece a falar sobre o assunto em questão

³ Termo utilizado para se referir a uma espécie de ‘breve’ em jornalismo televisivo. É um texto lido pelo *pivot* enquanto as imagens estão a ser transmitidas. Recorre-se ao off quando não existem elementos suficientes para se fazer uma peça e por isso, conta-se a *estória* o mais simples possível, ou seja, escreve-se o título, umas linhas sobre o assunto e editam-se alguns planos no programa de edição

britânica Reuters. A nível nacional tínhamos acesso à Lusa. Além disso, de hora a hora e a pedido do *pivot* ouvimos o noticiário da estação de rádio TSF, para o caso de estarem a noticiar algo que a SIC Notícias não o estivesse.

A primeira noite foi um pouco complicada, uma vez que vinha diretamente da Agenda e não estava habituada a escrever para televisão. Além disso, era bastante informação que tinha de assimilar num espaço de tempo tão curto. A nível de aprendizagem essa noite foi a mais dura, uma vez que aprendi muitas regras de como escrever para televisão e de como fazer *offs* e *TH*.

Durante a noite, os únicos jornalistas que trabalham são o *pivot* e o estagiário. Assim, caso aconteça algo merecedor de ser noticiado, é o estagiário que sai em reportagem.

Durante as quatro semanas que fiz de madrugadas - 22 a 28 de Setembro, de 20 a 26 de Outubro, de 24 a 30 de Novembro e de 22 a 28 de Dezembro – saí sete vezes: três delas, por ocasiões diferentes, foram para fazer a chegada do plantel leonino ao Estádio de Alvalade. Os maus resultados que afetavam a equipa de futebol era a razão para estarmos lá. Sempre houve adeptos muito descontentes e, embora, soubéssemos que não haveria qualquer declaração por parte dos jogadores e equipas técnica e administrativa, estávamos presentes para recolher imagens. Ao fim ao cabo o nosso objetivo era dizer que *estivemos lá*, sem dúvida uma das grandes vantagens da televisão.

Saí ainda uma vez devido ao mau tempo, outra por causa de um acidente, outra devido a um incêndio numa habitação e por último fiz a ronda dos hospitais durante a noite de Consoada. O incidente do incêndio foi uma das que mais me marcou. Estávamos na madrugada de 23 para 24 de Dezembro e às duas da manhã soubemos através da Agência Lusa que tinha deflagrado um incêndio num prédio em Almada. Fui diretamente para o local. O resultado: duas vítimas mortais e vários desalojados. Enquanto falávamos com os bombeiros e com a proteção civil apercebi-me de um senhor que falava com o colega da RTP. Os moradores de imediato me disseram que era o marido e genro das vítimas. “O que faço nesta agora?”, pensei. Entrevistar um familiar, provavelmente, ainda em estado de choque ou aproveitar para entrevistar? Era uma ótima fonte uma vez que estava no local quando começou o incêndio. Decidi arriscar e entrevistei o senhor. A RTP também o fez e em simultâneo.

A noite seguinte também foi muito significativa – era a noite de Consoada, o que para a maioria das pessoas significa estar com a família. Mas as notícias não param e

alguém tem que assegurar a continuidade da estação. E desta vez, coube-me a mim a tarefa de fazer a tradicional *ronda dos hospitais*. Eram 20:30 quando cheguei à SIC. O objetivo da peça era saber como celebravam a noite de consoada os funcionários dos hospitais. Começamos pelo Hospital de São José e depois fomos para o Amadora-Sintra. Durante as três horas que durou a ronda, observei uma série de situações: como é celebrada a noite de consoada por parte daqueles que trabalham e como é trabalhar nessa noite. Como estava a trabalhar durante a noite não fui eu que fiz a peça. Deixei o material com uma série de indicações para alguém na manhã seguinte pegar e fazer uma peça. Durante o estágio foi comum ir a diversos locais recolher imagens e informações para alguém elaborar a peça na redação.

Por vezes, também é comum gravar telefonemas para recolher depoimentos. Também efetuei essa tarefa: uma das vezes entrei em contacto com Carlos Enes, da Protecção Civil dos Açores, devido ao mau tempo que assolava a Ilha de São Miguel. Ainda no que respeita ao mau tempo, também era comum ligar para a Protecção Civil e para os Bombeiros Sapadores de Lisboa quando se verificavam condições climáticas adversas.⁴

Jornal da Noite

Regra geral, em cada secção está um estagiário. Depois de uma semana de madrugadas fui inserida na equipa do Jornal da Noite (JN), uma vez que não estava nenhum estagiário naquele horário. Nas primeiras duas semanas acompanhei diariamente jornalistas em reportagem – “tens que ver como se faz, para depois fazeres bem”, dizia-me o jornalista José Gomes Ferreira, coordenador do JN. E assim fiz. Fui a várias conferências de imprensa: do Bloco de Esquerda sobre a Moção de Censura; a uma do Ministro das Finanças, Vítor Gaspar, que anunciou diversas medidas de austeridade, entre outras. Fui também a uma manifestação da Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses – Intersindical Nacional (CGTP-IN). Depois de chegar à redação era comum fazer o meu próprio texto e dava ao jornalista que tinha

⁴ Visualização em DVD

acompanhado para que desse a sua opinião. Até que chegou o dia 5 de Outubro. Era sexta-feira, feriado e, por isso, era a jornalista Maria João Ruela que estava a coordenar. Cheguei à SIC e disse-me que mais tarde teria que ir para a Academia do Sporting, em Alcochete. Era o meu primeiro *serviço* sozinha⁵. Os maus resultados que acompanhavam o clube de Alvalade e a possível troca de treinadores fez com que fôssemos para Alcochete. Tínhamos indicação que haveria um treino. Chegamos lá e a realidade era outra: já havia um novo treinador e naquele momento não havia indicação de qualquer treino. Uma hora depois as portas foram abertas durante 15 minutos aos jornalistas para recolher imagens. Supostamente não havia declarações, segundo dados de uma das assessoras de imprensa do clube. Quando os jornalistas estavam a sair da Academia, o último carro era o do Presidente do Sporting, Godinho Lopes, que prestou declarações aos jornalistas. Mais uma vez, este acontecimento só me fez desconfiar cada vez mais do trabalho dos assessores de imprensa. Estes profissionais só defendem a instituição para a qual trabalham e tentam manobrar o trabalho dos jornalistas.

Depois dessa primeira saída sozinha, comecei a fazê-lo, não diariamente, mas algumas vezes por semana. Eram essencialmente acontecimentos relacionados com política (declarações) e economia (conferências de imprensa), mas também cobri eventos sociais (Dia da Prevenção do Cancro da Mama⁶; Semana da Ciência e da Tecnologia⁷), entre outros. Fui ainda para manifestações e acompanhei a chegada a Portugal de militares que regressavam de Timor-Leste⁸. Aliás, a minha primeira peça foi feita três meses após ter iniciado o estágio, a 30 de Outubro e era sobre o Dia da Prevenção do Cancro da Mama. Enquanto estive no JN fiz quatro peças. Saí bastantes vezes, mas quando regressava à redação fazia essencialmente *offs* e *TH*, uma vez que, por vezes, não havia *sumo* suficiente para redigir uma peça e como os acontecimentos eram muito tarde, se fosse necessário um jornalista pegaria no material na manhã seguinte.

Por vezes há situações que são alheias ao jornalista, ou seja, muita da informação que chega à redação e que é transmitida ao jornalista, não é aquilo que se encontra no campo. O serviço que fui fazer sobre a Semana da Ciência e da Tecnologia

⁵ Isto é, a equipa que vai sair em reportagem é constituída por mim, jornalista estagiária, e por um repórter de imagem

⁶ Visualização em DVD e texto em anexo

⁷ Visualização em DVD e texto em anexo

⁸ Visualização em DVD e texto em anexo

da Universidade Nova de Lisboa foi um exemplo disso. Na redação o que me comunicaram era que um investigador da instituição referida ia a uma escola secundária e falava com os alunos sobre o que era investigação. Chegamos à escola e a realidade era outra. Tratava-se sim de uma palestra sobre desperdício alimentar.

Esta situação aconteceu-me, pelo menos, duas vezes. Por isso, é importante que quem está na redação e passa a mensagem, neste caso, foi uma pessoa da agenda que me transmitiu, tente saber o máximo sobre o acontecimento. Também sei, que por vezes, isso é alheio a quem chega a informação. Neste caso em concreto a situação foi ultrapassada e foi feita uma peça, pois abordei a temática por outro ângulo. No entanto, numa segunda vez que saí, a situação estava de tal forma deturpada que depois de estar no local, realizei a entrevista, mas não cheguei sequer a fazer peça.

Enquanto estive no JN, de 1 de Outubro a 22 de Novembro, observei que o trabalho que realizava era essencialmente à noite e, geralmente, só sabia dos serviços a meio da tarde. Supostamente, o meu horário era das 12:00 às 20:00, mas nunca tinha hora de saída. Por vezes, e quando a paciência era pouca, sentia que só estava naquela secção a *tapar buracos*. Como durante o tempo que estive no JN fiz peças a pedido da Maria João Ruela, uma vez que trabalhei dois fins-de-semana e era quem coordenava, decidi que estava na altura de mudar de secção. Além disso, não havia nenhum estagiário na Edição de Fim de Semana.

Edição de Fim de Semana

A minha passagem *oficial* para a Edição de Fim de Semana deu-se no início de Dezembro. Digo oficial porque já nos feriados 5 de Outubro e 1 de Novembro e depois uma vez por semana, comecei a fazer peças para esta edição. Acho que foi um bom *salto* e já estava na altura de mudar de secção. Nesta edição onde permaneci de 3 de dezembro a 29 de janeiro, fiz peças relativas ao quotidiano, mas também fiz peças intemporais e *boas*, isto é, peças com o objetivo de transmitir algo bom aos telespectadores. Toda esta diversidade estimulava-me muito. Agora, nesta edição sabia

o trabalho que tinha e quando. Desde o início que a Maria João Ruela me disse: “Aqui não tens horário. Quem decide isso és tu. Tens é que apresentar é o trabalho pronto a horas”. Para esta edição, o trabalho a horas era estar concluído até sexta à noite, para caso a coordenadora quisesse lançar a peça durante o fim de semana, estaria disponível. Quando fui inserida nesta edição, a Maria João Ruela era quem coordenava o Primeiro Jornal e o Jornal da Noite tanto ao sábado como ao domingo. No entanto, em janeiro foram feitas algumas alterações e a Maria João Ruela começou a coordenar só ao sábado. O domingo ficou a cargo do jornalista Pedro Mourinho, por isso no meu último mês de estágio trabalhei exclusivamente para os jornais de sábado.

Lembro-me muito bem da primeira peça que fiz a pedido da Maria João Ruela. Quando a realizei ainda integrava a equipa do Jornal da Noite, mas como não tinha nenhum estagiário na sua edição falou comigo. Um duplo desafio: uma peça para fim de semana e a entrevistada só falava inglês. A peça era sobre turismo sustentável: uma jornalista holandesa viajou desde a sua terra natal até Portugal num *tuk-tuk* elétrico⁹. A ideia era contar a sua *estória* e falar sobre as vantagens e contrapartidas que encontrou durante a viagem. Apesar do nervosismo, pelo facto de ser a minha segunda peça e da barreira linguística, tudo correu dentro da normalidade e a peça foi para o ar nesse fim de semana.

Nesta edição fiz de tudo, de facto. E houve umas quantas que me deram especial prazer, por várias razões. As revistas de banda desenhada (BD) da Disney¹⁰ em português tinham regressado ao mercado nacional, por isso sugeriram-me que fizesse uma peça sobre essa temática. Ao início não fiquei muito entusiasmada porque não sou grande apreciadora de BD, mas temos que fazer o nosso trabalho de forma empenhada, quer gostemos quer não. Decidi então que queria fazer um paralelismo entre a atualidade e o passado. Fui à editora responsável pelas atuais revistas para falarmos sobre o agora. Durante a noite, fui à gráfica onde são feitas para recolher imagens para dar mais vivacidade à peça. Em relação ao passado pensei em alfarrabistas: diga-se que foi uma tarefa complicada: na zona da Grande Lisboa havia lojas especializadas em BD, mas não portuguesa. Havia alfarrabistas que tinham BD, mas não da Disney. Mudei de plano: o ângulo era o mesmo, mas decidi ir para a Feira da Ladra – uma boa opção. Encontrei um vendedor, que por sua vez, era também colecionador, e falei sobre o

⁹ Visualização em DVD e texto em anexo

¹⁰ Visualização em DVD e texto em anexo

passado. Conclusão, por vezes as fontes que equacionamos não estão disponíveis, por isso há que ter sempre um plano B. Segunda lição a tirar: apesar de não sermos muitos fãs dos temas a tratar, o trabalho final pode-nos fazer mudar de ideias, e foi o que aconteceu.

Estávamos em dezembro, por isso é normal fazerem-se peças relacionadas com a época natalícia. E eu não fui exceção à regra. Foi a chegada do Pai Natal ao Jardim Zoológico de Lisboa¹¹; uma casa que tinha 650 Pais Natal como ornamento¹² e os presépios de sal, com sal e feitos em sal¹³.

Tal como referi anteriormente, durante o estágio foi comum recolher material para que um jornalista realizasse uma peça. Em janeiro aconteceu duas vezes. A jornalista Amélia Moura Ramos estava a fazer uma peça sobre ataques de cães e eu fui descobrir como estava a recuperação de um carteiro que tinha sido mordido por três boxers. Neste âmbito entrevistei ainda o Daniel Oliveira, cronista do jornal Expresso, uma vez que ele tinha uma opinião peculiar, pois íamos fazer um vox pop. Fiz também um vox pop para inserir numa peça elaborada pela jornalista Fernanda de Oliveira Ribeiro acerca dos nomes de bebés mais usados ao longo de 2012. Recolhi ainda imagens de uma parada do Instituto de Odivelas para uma grande reportagem da jornalista Cristina Boa Vida.

Em janeiro e devido à nova lei da faturas¹⁴ foram feitas bastantes peças a respeito da temática, de forma a informar e a esclarecer os telespectadores. A minha coordenadora deu-me a dica que seria engraçado descobrir as alterações que as pequenas tabernas teriam de fazer. Decidi que ia a três típicas tascas no Martim Moniz¹⁵, zona muito turística e antiga da cidade de Lisboa. O resultado final foi bastante positivo, uma vez que fomos a locais bastante antigos, contactamos com gerentes e clientes habituais.

A edição de fim de semana, neste caso, ao sábado têm uma produtora própria, tal como acontece ao domingo e na secção de cultura. Por isso, lidei diariamente com a Cláudia Araújo, uma vez que ela muitas vezes me avisava de serviços que a Maria João Ruela queria que eu tratasse. Uma das que me chegou às mãos através da Cláudia foi

¹¹ Visualização em DVD e texto em anexo

¹² Visualização em DVD e texto em anexo

¹³ Visualização em DVD e texto em anexo

¹⁴ Lei que entrou em vigor a 1 de Janeiro de 2013 que refere que *a emissão de fatura é obrigatória para todas as transmissões de bens e prestações de serviços*

¹⁵ Visualização em CD e texto em anexo

sobre um bairro de atuais e antigos trabalhadores dos Comboios de Portugal (CP) que estava à venda. E tal como aconteceu em certos serviços fui eu que contactei diretamente com as fontes: combinei horas, locais e referi o que pretendia fazer. Os jornalistas portugueses regem-se pelo Código Deontológico (CD) e de acordo com mesmo documento, o jornalista tem que ouvir “as partes com interesses atendíveis no caso” – e assim o fiz, quer dizer, tentei, porque a CP não quis prestar qualquer declaração. No entanto, dirigi-me ao bairro e falei com os moradores e ouvi as suas versões. Fiz a peça e no final disse que a CP não quis prestar declarações.

Uma das situações que mais me fascina no jornalismo é o facto de não haver dias iguais. Os imprevistos acontecem. Estávamos a 19 de Janeiro quando o país acordou com os efeitos do mau tempo. Estava previsto que nesse dia iria para a inauguração do momento de Carnaval em Torres Vedras. Estava... mas devido ao mau tempo a inauguração foi cancelada. Fui para o aeroporto de Lisboa: quase todos os voos estavam a ser desviados devido ao forte vento que se fazia sentir. Acabada de chegar à redação - prestes a ser hora do Primeiro Jornal - disseram-me que tinha de ir para Sines. O mau tempo que se fez sentir destruiu parcialmente um armazém onde estavam carros alegóricos para o desfile de Carnaval.

Dias mais tarde aconteceu novamente um imprevisto. Um camião que transportava porcos despistou-se em plena A1. Nesse dia também estava programado que eu iria entrevistar o cantor espanhol Pablo Alborán, mas voltou a não acontecer, pois tive de ir cobrir o acidente. A entrevista acabou mesmo por ser cancelada uma vez que não havia nenhum repórter disponível para sair em reportagem.

A penúltima peça feita foi das que mais gozo me deu fazer. Primeiro porque o tema foi sugerido por mim e em segundo lugar porque foi toda produzida por mim. Foi sobre vidrões que estavam a ser pintados por Lisboa. Nas minhas folgas, enquanto passeava pela cidade vi uns quantos e decidi pesquisar. Achei uma ideia interessante e como ainda ninguém tinha feito peças sobre a temática, sugeri fazer. O resultado final foi bastante positivo, porque foi possível aliar as fantásticas imagens com a música. E o *feed back* que tive foi muito agradável.

O último dia foi bastante doloroso. Ainda tinha uma peça em mãos, mas no gabinete de Recursos Humanos disseram-me que não podia voltar no dia seguinte, por isso não a consegui concluir. Porém, deixei a informação que tinha à produtora Cláudia,

para que mais tarde alguém concluísse a peça. Fiz parte daquela casa durante seis meses e à medida que o tempo passa vão-se criando rotinas e amizades. Foi uma ótima etapa e foi um prazer fazer parte desta família.

Mais liberdade criativa

Um dia estava a ler notícias *online* e houve uma que me chamou a atenção¹⁶: falava sobre jovens que não estudavam, nem trabalhavam e um dele disse o seguinte: “Cansei-me dos noticiários. Só falam da crise ou dos assaltos ou de pessoas que perdem a casa — tudo coisas que nos põem para baixo e, para isso, já basta eu sentir que...não tenho lugar.” Na edição de Fim de Semana temos a possibilidade de fazer *boas* peças, isto é, peças que transmitam algo de positivo aos telespectores. Temos que fazer com que as pessoas tenham gosto em ver os telejornais. Não que desliguem a televisão porque já se cansaram de ver notícias negativas. Enquanto jornalistas temos a possibilidade de fazer isso, por isso há que procurar assuntos positivos e interessantes para o público. É claro que não podemos esquecer as *más*, uma vez que elas também fazem parte do nosso quotidiano.

Outra vantagem da edição de Fim de Semana é que as peças podem ser mais longas. Não convém, nem podem ser muito extensas senão os telespectores deixam de prestar atenção. Outro ponto a favor é que podem haver mais respirações nas peças, isto é, são as partes em que não há *voz off*, nem vivos, apenas imagem com som ambiente. É frequente também recorrer a música como som ambiente.

¹⁶ Notícia disponível em: <http://www.publico.pt/sociedade/noticia/nao-estudam-nem-trabalham-o-que-fazem-e-no-que-pensam-estes-jovens-1569180>

As dificuldades

Saber escrever para televisão foi uma das dificuldades que encontrei quando fiz a primeira semana de madrugadas e numa fase posterior quando comecei a fazer peças. Isto porque na agenda não temos a obrigação de escrever à maneira audiovisual. Basicamente nos cingimos a responder ao *lead* quando estamos a marcar um serviço.

Quando dei o salto para as madrugadas estava a trabalhar com o *pivot*/jornalista Ricardo Borges de Carvalho e foi uma semana *dura* no sentido em que ele teve de me dar muitas dicas de como fazer/como escrever. Escrever para televisão é quase como cortar com os parâmetros de escrita que nos foram ensinados. Digo isto porque a escrita audiovisual deve ser clara, curta e forte para que seja entendida logo à primeira vez. “Imagina que estás a contar alguma coisa à tua mãe. Utiliza as palavras a que recorres quando estás a falar com ela”, diziam-me na redação.

É fundamental entender que a escrita deve ser coloquial. Uma vez que a escrita televisiva é destinada a ser ouvida, as frases devem ser curtas para que sejam de fácil apreensão. O tempo em televisão é limitado, por isso uma ideia, uma frase - *escrever é cortar palavras*. Aliás, as frases curtas, em regra, representam credibilidade e confiança e auxilia a atenção dos telespectadores.

Além de curta, a escrita deve ser forte de forma a *segurar* os telespectadores e de maneira a que fique na memória. É importante que a escrita transmita ideias firmes. A escrita também deve ser clara e devemos evitar palavras complexas.

É preciso ter em atenção que devemos escrever para as imagens que temos, por isso é pertinente que vejamos os planos que temos para saber o que redigir. Por vezes, nem sempre temos boas imagens, mas temos de dar a volta, o que implica por vezes alterar o texto. Por isso é fundamental que o trabalho entre repórter de imagem, jornalista e editor de imagem seja feito em conjunto, porque sem boas imagens, um bom texto e uma boa edição o resultado final pode não ser muito positivo.

A escrita foi a principal dificuldade que encontrei durante o estágio. Mas notou-se uma evolução bastante grande com a prática.

Televisão *versus* Imprensa

O estágio na SIC foi o segundo que realizei. Na licenciatura estagiei no jornal Diário de Notícias, na secção de Desporto. Na realidade, o meu objetivo era desta vez ir para um semanário, uma vez que já conhecia as rotinas produtivas de um diário e gostava bastante de imprensa. Televisão nunca me passou pela cabeça porque era um meio que não apreciava muito. Talvez por esse motivo, decidi arriscar e mudar de meio de comunicação. Dos três canais generalistas a SIC era a que mais me agradava, pelo jornalismo praticado. E foi uma surpresa muito agradável. Aprendi a gostar de televisão. Aprendi a gostar de trabalhar neste meio. Quando cheguei à SIC notei de imediato uma série de diferenças: começando pelo meio, o modo de escrever, as *deadlines*... tanta coisa! Adoro a imprensa, mas também aprendi a gostar de fazer televisão. É um meio que junta a imagem com a escrita e sem dúvida que o trabalho de grupo (repórter de imagem, jornalista e editor de imagem) é imprescindível.

Outro fator que diferencia bem os dois meios é o público: no caso do jornal só o compra quem o quer. Na televisão, basta chegar a casa e ligá-la, muitas vezes só para haver ruído de fundo. O número de serviços que realizei também foi totalmente diferente. Mas apesar de todas as diferenças são dois meios muito desafiantes.

Sem dúvida que existem certas semelhanças entre os dois meios de comunicação, a saber: têm a mesma missão - informar, formar, entreter e persuadir e têm características comuns - indiretos; unilaterais e públicos. Ambos são semelhantes no que respeita à variedade de temáticas de peças feitas, isto significa que os dois meios fazem um relato atual dos acontecimentos atuais.

Além disso, as notícias do jornal e da televisão são idênticas pelo facto de serem descrições de factos que são vocacionalmente produzidos por organizações com objetivos especiais, nomeadamente, as fontes governamentais. Para Paul H. Weaver as notícias de ambos os meios são “semelhantes pelo facto de serem relatos melodramáticos de assuntos atuais” (Weaver *in* Traquina, 1993: 296). Ou seja, quer a televisão, quer o jornal descrevem factos como ações que difundem uma linha implícita e, regra geral, de um modo dramático. A corrida pela liderança das audiências leva a isto. Este ponto vai de encontro aos valores-notícia. Os valores-notícia são critérios que permitem avaliar o grau de noticiabilidade de um acontecimento e que facilitam a sua produção de notícias. Desde o século XVII que um acontecimento, bom candidato a

notícia, é extraordinário, insólito, atual, proeminente, ilegal, conflituoso, referente a calamidade ou a morte. Assim, desde há séculos que as notícias obedecem a um padrão estável e previsível – de negatividade. Os critérios estão presentes ao longo de todo o processo produtivo, desde a selecção das notícias à sua apresentação, com respetivos realces e prioridades. Joan Ferrés salienta que o jornalismo televisivo representa o triunfo da “forma sobre o conteúdo” que privilegia a “emoção sobre a razão” (Ferrés *apud* Brandão, 2010: 19). “Estamos perante noticiários onde dominam as tiranias das audiências”, diz Nuno Brandão (2010: 19). Para Gérard Leblanc estamos a andar para uma dramatização da atualidade, onde se destacam as catástrofes – “as catástrofes da natureza (erupções vulcânicas, incêndios, inundações, seca em África), catástrofes da história (guerras, revoluções, golpes de Estado) e as catástrofes de natureza humana (crimes, escândalos)” (Leblanc *apud* Brandão, 2010: 19).

Além das semelhanças existem diferenças. Por exemplo, a notícia de televisão é mais coerentemente organizada do que a do jornal. Isto acontece porque a televisão é apresentada no tempo, que é limitado; já a edição do jornal é somente organizada no espaço. Devido ao motivo apresentado anteriormente, o telejornal contém menos *estórias* e aquelas que são passadas são cuidadosamente selecionadas devido ao seu interesse. Por sua vez, o jornal abarca uma série de *estórias*, devido ao seu longo espaço físico, comparado com o telejornal.

O telejornal funciona assim como uma *table d’hôte*, isto é, contém *estórias* que são, como refere Paul Weaver “selecionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador” (Weaver *in* Traquina, 1993: 297).

As notícias do jornal são redigidas de acordo com o princípio da *pirâmide invertida*. Já as notícias de televisão são estruturadas de forma a não serem ouvidas e lidas na sua totalidade. Por esse motivo, enquanto espectadores estamos *habitados* a pensar nas notícias do telejornal como instrumento de informação ligeiro e não sofisticado, em comparação com as notícias do jornal.

Uma das grandes vantagens da televisão é o facto de ela ser tanto auditiva como visual, enquanto o jornal é somente visual. O estilo narrativo da televisão é muito cativante, uma vez que existe uma voz pessoal que nos transmite as notícias. Ouvimos a voz, vemos o rosto, o corpo e a postura do *pivot*. Ao invés, a notícia do jornal segue uma voz narrativa impessoal. Ao pensarmos neste ponto, associamos de imediato a cara

do telejornal da noite da SIC à Clara de Sousa ou ao Rodrigo Guedes de Carvalho. Philippe Marion (1998) defende que “os jornais televisivos são encontros quotidianos” em que a “uma hora determinada nós somos convidados à messe da informação” (Marion *apud* Brandão, 2010: 16).

Outra vantagem da televisão é que, por vezes, dá para observar o trabalho que o jornalista vai realizando, nomeadamente nos diretos. Ele pode interromper alguém a meio de uma frase; pode colocar questões e fazer observações daquilo que nós não podemos observar – “a melhor parte da omnisciência do jornalista de televisão é evidente naquilo que diz e como diz” (Weaver *in* Traquina, 1993: 302). Já no que respeita ao jornal, nada disto se verifica.

A televisão está sempre em cima do acontecimentos: fazem-se diretos, vivos, tiram-se fotografias. Tudo na hora. Por sua vez o jornal só refere notícias do dia anterior, ou seja, se acontecer algo de relevância, não pode ser noticiado no próprio dia, só no seguinte. Onde quer que estejamos, a televisão tende a ser o meio de comunicação por excelência. Digo *tende* porque cada vez mais a internet tem um papel muito importante e têm-se vindo a expandir, por isso a curto prazo pode-se tornar no *media* dominante.

Paul H. Weaver escreveu no artigo *As notícias de jornal e as notícias de televisão*, que “a televisão atingiu a maturidade e entrou em estado adulto. Obviamente que não atingiu a maturidade plena, mas adulto é com toda a certeza: o que foi outrora um amontoado de possibilidades em aberto é agora uma realidade assente e distinta” (Weaver *in* Traquina: 1993: 294).

Conclusão

O estágio é, geralmente, o primeiro contacto que o estudante tem com o mundo laboral, por isso significa colocar em prática os conceitos teóricos obtidos ao longo da formação académica. Mas significa também adquirir novos conhecimentos e novas técnicas. Também através de novas vivências e da observação, tornamo-nos mais ricos a nível profissional. Para mim também o foi. Desde o primeiro dia até ao último. Todos na redação com quem tive oportunidade de trabalhar, me ensinaram alguma coisa. É claro que alguns estavam mais disponíveis do que outros.

Durante o estágio passei por diversas secções e todas elas me ensinaram algo novo e importante para desempenhar a minha função. Aliás, a passagem inicial pelo serviço de agenda e planeamento é fundamental e foi muito relevante para a escolha do meu tema do relatório.

Penso que ter optado por estagiar na SIC foi uma boa aposta, uma vez que fiquei a conhecer os bastidores da *televisão*. Hoje em dia não passamos sem a ligar, uma vez que ela acaba por ser uma representação do quotidiano. É assim um forte agente de socialização e de construção social da realidade e, por isso, uma grande geradora de difusão do conhecimento da sociedade. “O jornalismo deve contribuir para a “construção social da realidade”, ou seja, para a “rotinização da própria dinâmica social” (Correia *apud* Brandão: 2010, 148).

Deste modo, os *media* tem cada vez mais uma maior responsabilidade social e é importante que os cidadãos confiem neles e os entendam como credíveis, uma vez que os *media* influenciam a formação da opinião pública. E uma opinião pública esclarecida.

O investigador Nuno Brandão defende que a informação atual está assente em valores negativos, “que acentuam os acontecimentos espetaculares, geradores de notícias dramáticas e cheias de emoção” (Brandão, 2010: 147). É verdade. As audiências são, em parte, a origem deste acontecimento. Em tempos ouvi: “as boas notícias não trazem audiências”. Mas eu reitero: deixam o público mais feliz. Como construtores da realidade social, os jornalistas, não podem desvalorizar a sua responsabilidade social. Há que mostrar ambos os lados. Isso obriga a que tenham um

maior cuidado na seleção das temáticas a abordar. E durante o tempo que fiz parte da equipa do Fim de Semana tive a oportunidade de realizar peças de ambos os *tipos*.

Alain Woodrow refere que “estamos perante o “impacto espetacular” como principal critério que reside à feitura dos telejornais, em vez de uma “informação refletida” onde domina a “encenação” e “dramatização” em detrimento da “análise e da ponderação” (Woodrow *apud* Brandão: 2010, 20). Isto vai ao encontro da natureza da televisão que é a “busca do espetáculo” como reforça o autor. Desta forma, o lado positivo da vida e das notícias acaba por ser desvalorizado e anulado. Nuno Brandão refere que “deparamo-nos com uma procura incessante de matérias apelativas que vão contra o ideal do jornalismo que forneça aos cidadãos a compreensão clara do seu papel na sociedade” (Brandão, 2010: 157). Além disso, o jornalismo televisivo aposta em reduzir a complexidade na produção de peças, para que a sua compreensão abranja um maior número de pessoas.

Ninguém pode negar o incrível apego que temos à televisão. Isto acontece porque atualmente os *media* são os maiores distribuidores de cultura ao domicílio, daí a nossa dependência perante eles. Quantos de nós não chegamos a casa e ligamos a televisão só para “fazer barulho e companhia”? Além disso, é através dos *media* que tomamos sentido da perceção do mundo, daquilo que se passa à nossa volta. “A televisão é uma das principais fontes para a construção da realidade social que permite a modificação das representações do mundo, funcionando como espelho da nossa existência quotidiana” (Brandão, 2010: 153).

O jornalismo produz informação e por conseguinte conhecimento. O jornalismo tem como dever encorajar os cidadãos a participar ativamente na vida pública. Aliás, Joaquim Trigo Negreiros menciona que o jornalista funciona como o “advogado natural do interesse coletivo e a chamada opinião pública, a que ele dá voz, é o reflexo igualmente natural da dinâmica das relações sociais” (Negreiros *apud* Brandão: 2010, 158). Para reforçar a ideia do papel fundamental do jornalismo na sociedade, Maria João Silveirinha defende que “os *media* são os que nos apresentam os “mapas do mundo”, pois “pela sua seleção e mostra das notícias diárias, os jornalistas fornecem-nos as pistas sobre as quais são os tópicos importantes do mundo” (Silveirinha *apud* Brandão, 2010: 161).

Desta forma, o jornalista tem de ser um observador ativo no processo de produção de notícias, nomeadamente na recolha, selecção e organização das notícias, uma vez que ele reproduz e reconstrói a realidade. É claro que há diversos fatores que condicionam o trabalho do profissional de informação, designadamente, constrangimentos organizacionais. Hoje em dia, o mercado procura jornalistas que produzam simples, curto e transmitam assuntos relacionados com a atualidade, sem esquecer a rapidez e o negócio, ou seja, as audiências. Por isso, é fundamental que o jornalista contextualize a informação que tem, uma vez que assim vai favorecer a credibilidade da notícia e do órgão de comunicação social que a transmite. É importante lembrar que o público recebe as notícias como os acontecimentos mais importantes do dia, por isso há que passar informação completa, rigorosa, fiável e independente.

Em relação ao estágio, considero que o balanço final foi positivo. Poder pôr em prática o que aprendi a nível académico foi bastante motivador. Poder redigir e informar os outros é uma tarefa de grande responsabilidade. Cada dia era um novo desafio, com novos conhecimentos, com mais responsabilidade. À medida que os dias iam passando o compromisso com o telespectador era cada vez maior. Cada palavra redigida era sempre refletida e reconfirmada. O sentimento de ver um trabalho meu no *ar* era indescritível. A busca pela verdade e “relatar os factos com rigor e exatidão” (Artigo 1 do Código Deontológico do Jornalista) é algo que torna esta profissão tão desafiadora e apaixonante. Cometi erros é verdade, mas é com eles que aprendemos e nos tornamos melhores profissionais. Penso que faltou apenas uma componente - a leitura. Acabei por não o fazer porque passei por três secções e na última a coordenadora não concordava que os estagiários dessem voz às peças.

Tive a oportunidade de conhecer a SIC *por dentro*, ver e viver a rotina jornalística, aprendi a lidar com *deadlines* e a enfrentar problemas deontológicos. Conheci colegas com uma longa experiência, que já trabalharam em órgãos de comunicação social muito distintos e que partilharam comigo conhecimento. Sinto que estou num bom caminho para compreender melhor a área da comunicação.

Termino com duas frases do investigador Nuno Goulard Brandão, que a meu ver, sintetizam o meu tema de relatório:

O jornalismo, e principalmente o televisivo, tem um papel redobrado e decisivo na transmissão de conhecimento aos cidadãos e na realização de

rotinas de produção de conhecimento cotidiano sobre a realidade (...) Logo, o jornalista não pode ser apenas considerado como a fonte que comunica, mas, sobretudo, como a fonte que produz e reproduz conhecimento para os cidadãos (Brandão, 2010:33).

Bibliografia

BAPTISTA, C. (2003). *Os outros do jornalismo* [online]. Portugal [Acedido em Setembro de 2013]. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/view/6124/5584>

BARRADAS, C., BONIXE, L., LAMY, S. (2012). *Fontes e jornalismo – um estudo sobre a presença das ONG na imprensa diária portuguesa*. [online]. Portugal [Acedido em Abril de 2013]. Disponível em: http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/4097/1/C1%C3%A1udia%20Barradas_Lu%C3%ADs%20Bonixe_S%C3%B3nia%20Lamy.pdf

BASTOS, H. (2000). *Jornalismo Electrónico: Internet e reconfiguração de práticas nas redacções*. Coimbra: Edições MinervaCoimbra

BEZUNARTEA, O. (1998), *Periodismo de investigación o de filtración?*, Estudios de ruidística VI. Número monográfico dedicado al periodismo de investigación, Pontevedra: Universidad de Vigo, 19 – 42

BOORSTIN, D.J. (1992). *The image: a guide to pseudo-events in America*, New York: Vintage Books

BOURDIEU, P. (2005). *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta Editora

BRANDÃO, N.G. (2010). *As notícias nos telejornais*. Lisboa: Editora Guerra & Paz

CASCAIS, F. (2001) *Dicionário de Jornalismo: As palavras dos media*. Lisboa: Editorial Verbo

CASTANHEIRA, J.P. (2004) *No Reino do Anonimato: Estudo sobre o jornalismo online*. Coimbra: Edições MinervaCoimbra

CORNU, D. (1999). *Jornalismo e Verdade - Para uma Ética da Informação*, Edições Piaget

Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (1993)

Ensaio Cais. (2007). *Por uma Ética da Comunicação*, Padrões Culturas Editora

Estatuto do Jornalista - Lei n.º 1/99 de 13 de Janeiro

ÉVORA, S.L. (2005). *As fontes jornalísticas na televisão cabo-verdiana: Os "definidores primários" das discussões*. [online]. Portugal [Acedido em Abril de 2013]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/evora-silvino-fontes-jornalisticas.pdf>

FIDALGO, J. (2000). *A questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas*, Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2). [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5513/1/CS_vol2_jfidalgo_p319-337.pdf

FIDALGO, J. (2006) *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. [online] Tese de Doutoramento, Universidade do Minho [Acedido em Maio de 2013]. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6011/3/JFIDALGO_2006_Tese_Do_utoramento.pdf

FIDALGO, J. (2007) *Comunicação responsável – a auto-regulação dos media*. [online]. Portugal [Acedido em Maio de 2013]. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/viewFile/1170/1113>

GOMES, R.M. (2009). *A importância da internet para jornalistas e fontes*. Livros Horizonte

GRADIM, A. (2000). *Manual de Jornalismo: Livro de Estilo do Urbi et Orbi*. [online]. Portugal [Acedido em Abril de 2013]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-1.pdf>

HALL,S., CHRITCHER,C., JEFFERSON, T.,CLARKE, J., ROBERTS,B. (1993). *A produção social de notícias: o mugging nos media*. In *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (ed. N. Traquina), pp. 224-248. Lisboa: Veja

GRUNDY, B. (2007). *Então, quer ser jornalista?*, Lisboa: Editorial Bizâncio

KEANE, J. (2002) *A Democracia e os Media*, Lisboa: Temas & Debates

LOPES, F. (2000). *As Fontes, os Jornalistas e as Leis*, Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14(1-2). [online] . Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5511/1/CS_vol2_flopes_p339-349.pdf

MARINHO, S. (2000). *O valor da confiança nas relações entre jornalistas e fontes de informação*, Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14(1-2). [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4503/1/SMarinho_confjornfontes_2000.pdf

PINTO, M (1999). *O jornalismo como campo social e como domínio de formação*, Comunicação e Sociedade 1, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 12 (1-2). [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1439/1369>

PINTO, M. (2000). *Fontes Jornalísticas: Contributos para o mapeamento do campo*, Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14(1-2). [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf

SANTOS, J.R. (2001) *Comunicação*. Lisboa: Prefácio

SANTOS, R. (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Edições Minerva Coimbra

SANTOS, R. (2003). *Jornalistas e fontes de informação – a sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva Coimbra

SANTOS, R. (2006). *A fonte não quis revelar – um estudo sobre a produção das notícias*. Campo dos Media

SANTOS, R. (2005). *Terrorismo em Directo – A grande manipulação*. Lisboa: Sete Caminhos

SERRANO, E. (1999). *Jornalismo e elites do poder* [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-jornalismo-elites-poder.pdf>

SERRANO, E. (2006). *Para Compreender o Jornalismo*, Coimbra: Edições Minerva Coimbra

SOUSA, J.P. (2001) *Elementos de jornalismo impresso* [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>

SOUSA, J.P. (2002). *A utilização de fontes anónimas no noticiário político dos diários portugueses de referência: Um estudo exploratório* [online]. Portugal [Acedido em Março de 2013]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-utilizacao-fontes-anonimas.pdf>

TRAQUINA, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja

TRAQUINA, N. (2004). *A tribo jornalística – uma comunidade transnacional*. Lisboa: Notícias Editorial

WEAVER, P.H. (1993). *As notícias de jornal e as notícias de televisão*. In *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”* (ed. N. Traquina), pp. 294-305. Lisboa: Veja

Anexos

Em anexo segue um DVD com as notícias em formato digital que fiz durante o meu período de estágio na SIC. A parte escrita das peças segue em seguida.

Além disso, decidi também incluir algumas das peças nas quais colaborei, bem como dois exemplos de *TH* e um *OFF*.

Constituição do DVD:

- Dia da Prevenção do Cancro da Mama
- Turismo Sustentável
- Mensagens Positivas
- 500 maiores e melhores empresas
- Padel
- Semana da Ciência e da Tecnologia
- Regresso militares de Timor-Leste
- Revistas Disney
- Chegada do Pai Natal ao Jardim Zoológico
- Casa Iluminada em Torres Vedras
- Presépios de sal em Rio Maior
- Faturas eletrónicas em tascas
- Bairro Ferroviário da CP
- Casal com 128 cães e 45 gatos no Seixal
- Mau tempo em Sines
- Bolsa social
- Vidrões em Lisboa
- Club do Brinquedo
- Acidente com camião de porcos na A1

Peças em que colaborei:

- *OFF* Sporting Madrugada

- TH Telefonema mau tempo Açores
- Incêndio Almada
- Ronda dos Hospitais
- Nomes mais escolhidos
- TH Cães Perigosos

Anexo 1: Dia da Prevenção do Cancro da Mama

30 de Outubro de 2012

Imagem: Manuel Ferreira, sonorização e correção: Liliana Carvalho e edição: Marco Neiva

Ilda Coelho tem 42 anos e um simples empurrão no supermercado mudou-lhe a vida. Há 7 anos foi-lhe diagnosticado um cancro na mama.

vivo

Com apenas 37 anos foi operada pela primeira vez ao peito direito. No ano passado foi-lhe detectado um novo cancro no peito esquerdo. Fez quimioterapia. Foi operada 8 vezes. Ilda recorda que o apoio daqueles que a rodeiam foi fundamental.

vivo

Ilda Coelho foi uma das cerca de 50 pessoas que participaram na iniciativa Laço Humano, em Lisboa. Organizada pela Associação Ame e Viva a Vida, a actividade assinalou o Dia Nacional de Prevenção do Cancro da Mama.

vivo (Margarida Alves)

Por ano são 4500 novos casos de cancro da mama em Portugal. Um terço das mulheres acaba por morrer. Mas quando o cancro da mama é detectado numa fase precoce, a taxa de cura ronda os 90%.

<

Anexo 2: Turismo Sustentável

3 de Novembro de 2012

Imagem: Rafael Homem, sonorização e correção: Patrícia Almeida e edição: Nélson Pereira

Um tuktuk e um cão bastaram para que uma jornalista holandesa percorresse cinco países, num total de 3 500 quilómetros.

Bélgica, França e Espanha já ficaram para trás.

Agora está em Portugal.

Decidiu embarcar nesta aventura para mostrar que é possível tornar o turismo mais sustentável.

{segue clip}

<

Aranka Van Del Pol partiu de Amesterdão há dois meses..

Só pára quando a bateria chega ao fim... Esta viagem aposta na diversidade da natureza e da cultura, mas de uma forma sustentável e amiga do ambiente.

vivo tuk tuk - (08:03:23 - 08:19:02)

[<mos>_____ NOME: ARANKA VAN DEL POL\Jornalista freelancer</mos>]

[<mos>_____ FRASE: TURISMO SUSTENTÁVEL \A jornalista holandesa viajou desde a Holanda com o cão Ki num tuk tuk elétrico</mos>]

Ki é o companheiro desta aventura que já leva cerca de 3 mil quilómetros de estrada... e uns tantos de calçada portuguesa... Ainda há-de chegar ao Cabo de São Vicente, em Sagres.

Um dos locais do país mais emblemáticos aos olhos da jornalista... e também dos destinos de férias preferidos dos holandeses.

vivo dos contrastes - 09:39:00 - 09:58:14

[<mos>_____ FRASE: TURISMO SUSTENTÁVEL \Aranka partiu de Amesterdão em Agosto e já passou pela Bélgica, França e Espanha</mos>]

Faro é a cidade que se segue... mas com muitas paragens plo meio. É que a cada 50 ou 80 quilómetros... é obrigada a parar.

vivo: (08:40:20 - 08:55:14)

[<mos>_____ FRASE: TURISMO SUSTENTÁVEL \Eric Verhoeven, fotógrafo freelancer, é o autor das fotografias</mos>]

Ela e o cão...

vivo com pergunta: 10:31 - (15')

Aranka já se rendeu às maravilhas portuguesas... Ao sol... às praias... mas também aos parques de campismo e ecopistas. Fica por cá até 11 de Novembro à procura de mais razões ecológicas que a façam voltar.

<

Anexo 3: Mensagens Positivas

10 de Novembro de 2012

Imagem: Rogério Esteves, sonorização e correção: Dulce Salzedas e edição: Néilson Pereira

"Sorrir não paga IRS", "Mitiga o pessimismo" e "Ama com austeridade" são algumas das frases que têm preenchido as janelas de um edifício em Lisboa.

Trata-se de uma iniciativa de uma empresa de publicidade que pretende transmitir mensagens positivas.

{segue clip}

<

Foi esta a forma que uma empresa encontrou para se mostrar aos vizinhos.

Frases colocadas nas janelas de um edifício das Amoreiras, em Lisboa, que passam mensagens de motivação e esperança.

[<mos>_____ FRASE: MENSAGENS POSITIVAS NAS JANELAS \Empresa de publicidade transmite frases de ânimo e esperança</mos>]

vivo

[<mos>_____ NOME: LEANDRO ALVAREZ \Presidente e diretor criativo TBWA\Lisboa</mos>]

O projecto tem o nome de 19 Caracteres... o número de janelas que o escritório tem. Já nas frases estão limitadas a 19 caracteres...uma ideia inspirada no que acontece na rede social twitter.

vivo

Boa disposição que não se compadece com os tempos de crise em que vivemos.

Ainda assim, os autores deste projecto gostariam de receber propostas para felicitar Angela Merkel na visita que nos vai fazer na próxima segunda-feira.

[<mos>_____ FRASE: MENSAGENS POSITIVAS NAS JANELAS \As 19 janelas do escritório são usadas para a exposição das letras com 1,5 metros de altura</mos>]

vivo

Há duas semanas que as frases enfeitam as janelas do nono andar deste edifício em Lisboa. Quem aqui passa não lhes fica indiferente.

vivo

Por enquanto "ama sem austeridade" é a mensagem que fica... até que outra frase de 19 letras a substitua.

<

Anexo 4: 500 maiores e melhores empresas

16 de Novembro de 2012

Imagem: Fernando Silva, sonorização: Filipa Crespo Ramos, correção: José Gomes

Ferreira e edição: João Neves

O estudo anual da revista Exame premiou esta tarde a Continental Mabor como a melhor empresa do ano em Portugal. A publicação do grupo Impresa divulgou ainda o ranking das 500 melhores e maiores empresas portuguesas que, em termos de facturação é liderada pela Petrolgal, EDP Serviço Universal, EDP Distribuição, Modelo Continente e Pingo Doce.

{segue clip}

<

As 500 maiores e melhores empresas do ano tiveram um 2011 difícil. Estes grupos viram as vendas crescerem 7,1%, mas os lucros caíram 11,4% e a dívida a aumentar. No entanto, Francisco Pinto Balsemão, presidente do grupo Impresa, diz que é importante continuar a galardoar as empresas nos momentos de crise.

vivo: 01:48:24 - 01:48:43 (" Nós estamos a viver uma situação difícil, as pessoas estão pessimistas, com alguma razão, e é preciso mostra-lhes que há quem esteja a conseguir atravessar a crise de um modo muito mais construtivo e positivo para o país do que às vezes se pensa.")

A multinacional alemã Continental Mabor foi considerada pelo segundo ano consecutivo a melhor empresa do ano. Liderada em Portugal por José Carvalho Neto, a empresa de pneus encerrou o ano de 2011 com um crescimento de 25,6% nas vendas, 11,4% nos lucros e 55,8% no valor acrescentado bruto.

vivo: 01:45:04 - 01:45:22 ("Significa que a empresa continua num bom caminho... a fazer um trabalho muito sério. Continua a apostar fortemente no desenvolvimento dos seus trabalhadores, na sua motivação e portanto os resultados são uma consequência lógica desse trabalho que é efectuado.")

O prémio excelência na liderança foi atribuído a Pedro Queiroz Pereira, presidente do conselho de administração do grupo Portucel. Apostar em fábricas no mercado exterior e adaptar as empresas ao mercado em que estão a funcionar são dois caminhos em vista.

vivo: 01:42:50 - 01:43:02 - / 01:43:07 - 01:43:28 ("O processo não vai ser muito diferente dos outros processos... Em todas as outras empresas do país elas têm que se adaptar aos mercados em que estão a funcionar. A Secil procurará compensar isso com o seu crescimento no exterior... está a construir uma fábrica no Brasil, mas enfim as circunstâncias da economia .. há que não iludi-lo. São estas e é dentro delas que temos que viver")

As vendas das 500 maiores e melhores empresas representam 77,5% do PIB português, um peso maior do que em 2010. A nível do emprego, estas empresas empregam 407 mil

funcionários. O contributo das 500 empresas para os cofres públicos, considerando apenas o imposto sobre o rendimento do exercício, foi de 1,65 milhões de euros.

<

Anexo 5: Padel

19 de Novembro de 2012

Imagem: Rui Violante, sonorização e correção: Nuno Pereira e edição: Andres

Rodrigues

Tem dois milhões de praticantes em Espanha e, por cá, está a ganhar adeptos... o padel é um desporto misto e jogado em equipa. Nasceu de várias influências na década de 70 na América Latina e tem cada vez mais praticantes em Portugal.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: PADEL - UM DESPORTO EM EXPANSÃO \Nasceu na década de 70 na América Latina. É um desporto de raquete e jogado em equipa</mos>]

Um toque de ténis... uma pitada de squash e é este o resultado.... Padel! Do squash herdou as paredes, do ténis as regras de pontuação e uma óbvia semelhança. Basta uma raquete de carbono, uma bola própria e três parceiros para suar em bica...

vivo: 00:14:00 - 00:24:00 "O padel é uma modalidade de raquete, jogada a pares, jogada num campo que é sensivelmente metade das dimensões de um campo de ténis."

00:36:02 - 00:43:21 " É mais social, não é tão exigente fisicamente ao princípio...é muito fácil começar a jogar bem."

[<mos>_____ NOME: JOÃO PLANTIER \Sócio Clube de Padel</mos>]

[<mos>_____ FRASE: PADEL - UM DESPORTO EM EXPANSÃO \Joga-se sempre a pares e o serviço é feito por baixo. A pontuação é igual à do ténis.</mos>]

Estima-se que em Portugal haja entre três a cinco mil praticantes espalhados por oitenta campos. Já aqui ao lado a realidade é bem diferente...

vivo: 00:08:23 - 00:08:39 "Sendo Espanha a meca do padel mundial...é o sítio onde jogam mais pessoas - jogam mais de 2 milhões de pessoas - depois do futebol é o principal desporto social praticado em Espanha. Há mais jogadores de padel do que jogadores de ténis...por isso nós olhamos muito para Espanha."

[<mos>_____ FRASE: PADEL - UM DESPORTO EM EXPANSÃO \Em Portugal há entre 3000 a 5000 praticantes. Em Espanha tem 2 milhões</mos>]

Mas se olharmos para o outro lado do Atlântico, o padel já é jogado desde o final da década de 70.

Vivo praticante: 00:27:25 - 00:27:40 "Eu jogava no Brasil. Eu sou do Brasil e lá eu praticava muito este desporto. Um dia estava aqui a caminhar pela orla e vi as quadras e vim logo me informar. Quando me informei trouxe logo a malta do trabalho para jogar."

Por cá, nos últimos três anos o desporto tornou-se mais conhecido e acessível.

[<mos>_____ FRASE: PADEL - UM DESPORTO EM EXPANSÃO \Há 80 campos espalhados por mais de 40 locais em Portugal Continental e Ilhas</mos>]

vivo praticante: 00:27:06 - 00:27:20 "Eu acho um desporto acessível. Inicialmente é um desporto que se começa a jogar bem.... eu já joguei muito squash, mas acho o padel mais acessível para se jogar em grupo e tudo. É muito interessante.

Interessante é saber que se pode jogar padel por um preço bastante acessível: por pouco mais de trinta euros consegue ter o material necessário para praticar o desporto.

<

Anexo 6: Semana da Ciência e da Tecnologia

20 de Novembro de 2012

Imagem: Jorge Guerreiro, correção e sonorização: Ana Luísa Galvão e edição: Rui Félix

A Universidade Nova de Lisboa termina hoje (sexta) uma semana dedicada a cativar novos alunos. As portas estiveram abertas a alunos do secundário que puderam contactar directamente com investigadores. E até houve investigadores que saíram da universidade para ir à escola, desde o primeiro ciclo ao secundário, como foi o caso na Moita.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: SEMANA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA \Alunos vão à faculdade e invesgadores saiem da universidade para ir à escola</mos>]

Os alunos da Escola Técnica e Profissional da Moita encheram a sala para ouvir uma investigadora da Universidade Nova de Lisboa. Iva Pires veio falar de desperdício alimentar a estudantes de cozinha e pastelaria...

(pausa)

O tema é árido, a investigadora arranjou um video...

(pausa video)

Com a atenção presa nas imagens de dinheiro a ser cortado, lavado, temperado, assado e frito, o projecto "perda" passa a mensagem de forma crua e directa: desperdiçar comida é desperdiçar dinheiro.

[<mos>_____ FRASE: SEMANA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA \Palestra serviu para alertar os estudantes para a importância do desperdício alimentar</mos>]

vivo estudante: 00:16:46 - 00:17:01 "Somos quem confecciona os alimentos e temos que ter sempre em conta que todo o alimento é importante ... não há necessidade de desperdiçar parte desse alimento porque trará consequências para o nosso planeta."

vivo estudante: 00:19:08 - 00:19:18 "Em termos de cozinha o desperdício alimentar é uma coisa que existe em grandes quantidades e como se falou aqui na palestra, muitos desses desperdícios davam para alimentar muitas pessoas.

Se nas idas ao supermercado, os consumidores já tinham em conta os preços e as marcas dos produtos, nos dias que correm são cada vez mais as vozes que dizem que é preciso olhar também para a quantidade.... comprar estritamente o necessário também é uma maneira de combater a crise no mundo desenvolvido e a fome nos países pobres. As nações unidas garantem que há 870 milhões de pessoas sem comida suficiente.

[<mos>_____ NOME: IVA PIRES \Investigadora e coordenadora projecto "Perda" </mos>]

[<mos>_____ FRASE: SEMANA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA \Investigadora referiu que o desperdício alimentar tem custos bastante elevados</mos>]

Vivo investigadora: 02:04 - 02:23 "Há áreas do mundo onde a fome é um problema endémico e por isso nós nos países ocidentais, porque temos acesso a uma grande quantidade e variedade de comida... e em grande parte por causa disso que temos esta atitude tão negligente face à alimentação.. é muito importante sensibilizar todas as camadas da população."

A fome mata mais pessoas que a SIDA, a malária e a tuberculose juntas.... é por isso que eliminar o desperdício nos países desenvolvidos é cada vez mais uma prioridade e a sensibilização deve começar pelos mais jovens, facto que esteve presente numa das várias iniciativas da universidade nova de Lisboa, durante a semana da ciencia e tecnologia.

<

Anexo 7: Regresso militares de Timor-Leste

21 de Novembro de 2012

Imagem: Pedro Góis, correção: Ana Geraldès, sonorização: Miguel F de Andrade e edição: Miguel Pinheiro

Depois de seis anos de missão em Timor-Leste, o primeiro grupo de 67 militares do subagrupamento Bravo da GNR regressou hoje a Portugal.

[<mos>_____ FRASE: REGRESSO MILITARES \13.º subagrupamento Bravo da GNR voltou de Timor-Leste</mos>]

{segue clip}

A missão foi cumprida. Entre abraços, beijos e lágrimas é agora tempo de matar saudades da família...

Com a retirada da GNR e de outros contingentes estrangeiros, a segurança do país fica agora a cargo das autoridades timoreneses.

vivo militar: 00:03:11 - 00:03:17 "Temos uma forte ligação a Timor-Leste e esperamos neste momento que recuperem e que tudo corra da melhor maneira."

00:03:43 - 00:03:48 "Agora é um processo de consolidação como qualquer democracia jovem, mas têm todas as condições para isso, sem dúvida."

[<mos>_____ NOME: FILIPE VIEIRA \Militar GNR</mos>]

[<mos>_____ FRASE: REGRESSO MILITARES \Entre 2006 e 2012 passaram por Timor-Leste 1754 militares</mos>]

Os primeiros militares portugueses chegaram a Timor-Leste em Junho de 2006. Actualmente os que integram o subagrupamento Bravo da GNR levam na memória a hospitalidade dos timorenses.

vivo militar: 00:03:50 - 00:04:08 "Acima de tudo e nesta fase, o sorriso das crianças que é uma coisa verdadeiramente marcante em Timor-Leste. E de facto é uma coisa que marca qualquer pessoa quando por lá passa. A maneira como eles nos recebem lá... o carinho que têm pelo povo português e pela Guarda Nacional República também."

[<mos>_____ NOME: HÉLDER GARÇÃO \Tenente GNR</mos>]

[<mos>_____ FRASE: REGRESSO MILITARES \Em Timor, os militares realizaram ações de patrulhamento e serviços de segurança física</mos>]

Na hora da chegada, o ministro da Administração Interna destaca a importância da missão.

vivo MM: 00:00:05 - 00:00:34 "Esta missão da Guarda Nacional Republicana, enquadrada numa missão que é uma missão das Nações Unidas, deixou um legado de competência, de profissionalismo, sem esquecer as relações especiais de amizade que unem os dois povos, Portugal e Timor-Leste, e o rasto de simpatia e o alto desempenho que estes homens e mulheres da GNR ao longo destes anos deixaram em Timor."

[<mos>_____ NOME: MIGUEL MACEDO \Ministro Administração Interna</mos>]

[<mos>_____ FRASE: REGRESSO MILITARES \Durante a missão fizeram ações de inativação de explosivos e proteção de entidades</mos>]

Em Timor-Leste, a GNR tinha destacado 140 militares e três profissionais do INEM. A atividade operacional autorizada pela ONU terminou a 31 de outubro...sendo que o segundo grupo do contingente é esperado em Lisboa no próximo sábado.

<

Anexo 8: Revistas Disney

(Entrevista com representante da Editora Goody): 6 de Dezembro de 2012

Imagem: Manuel Ferreira

7 de Dezembro de 2012 (de madrugada): Gráfica Revistas Disney

Imagem: Fernando Silva

11 de Dezembro de 2012 (Feira da Ladra)

Imagem: Hugo Neves

Correção e sonorização: Miguel F de Andrade e edição: Nelson Pereira

As revistas de banda desenhada da Disney que ao longo dos anos deliciaram gerações estão de regresso.

As novas publicações prometem cativar leitores dos oito aos oitenta anos com histórias inéditas.

{ segue clip }

<

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \Livros de quadrinhos estão de regresso ao mercado português com duas publicações</mos>]

O Mickey, o Donald, o Pluto e até o tio Patinhas estão de volta.

As lendárias personagens da Disney regressaram às bancas.

Os célebres "livros de quadrinhos" voltam ao mercado português para atrair leitores de todas as idades.

[<mos>_____ NOME: FERNANDO VASCONCELOS \Editora Goody</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \Desde 2006 que as revistas não eram distribuídas em Portugal</mos>]

vivo Fernando Vasconcelos: 00:02:02 - 00:02:25 - "Voltaram para preencher o espaço que estava vazio. A imprensa e o papel continuam a ter um lugar porque os parques de diversões são muito divertidos, a televisão é muito divertida, mas nós não podemos estar sempre no parque de diversões e não podemos estar sempre com uma televisão à frente... logo há espaço e lugar para tudo, em particular para termos um livro."

As revistas são duas... a Disney Comix que é semanal e a Hiper Disney mensal. As publicações surgem numa altura em que o mercado da Banda Desenhada da Disney em português não existia...

[<mos>_____ NOME: FERNANDO VASCONCELOS \Editora Goody</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \A Disney Comix é semanal e a Hiper Disney mensal</mos>]

vivo Fernando Vasconcelos: 00:04:21 - 00:04:37 - "Eu acho que é sempre uma boa altura quando há um determinado segmento que não está a ser coberto por uma oferta específica, que é o caso."

00:05:20 - 00:05:26 - "É uma boa altura porque é barato, entretenimento de qualidade, as histórias têm piada".

Piada não deviam achar os leitores mais atentos que há seis anos deixaram de contactar com estas revistas em português. Desde 2006 que os quiosques e as papelarias tinham perdido os personagens da Walt Disney.

Mas há vendedores na Feira da Ladra que têm verdadeiras relíquias....

[<mos>_____ NOME: FRANCISCO CORREIA \Vendedor de Banda Desenhada</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \Histórias das novas revistas são inéditas e nunca foram publicadas em português</mos>]

vivo Francisco Correia: 00:02:00 - 00:09:15 - "78,77,73... e o mais recente é de 2004."

00:31:15 - 00:38:00 "Isto vive mais à base de colecionadores do que gente que passa. São os colecionadores que procuraram."

Mesmo fora de circulação, a verdade é que quem vende tem sempre compradores.

[<mos>_____ NOME: JOÃO FIGUEIRA \Vendedor de Banda Desenhada</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \As revistas da Disney começaram a ser importadas do Brasil a partir de 1930</mos>]

vivo: João Figueira: 00:13:38 - 00:13:47 "Há... mais não seja por nostalgia.. ou então na parte do Verão. O pessoal gosta sempre de levar uma leitura breve para a praia."

00:13:51 - 00:14:00 "Por incrível que pareça, mais na casa dos 30 anos, por nostalgia... ou para eles para se lembrarem de histórias que leram quando eram pequeninos ou então para levarem para os filhos."

O regresso do imaginário da Disney agrada aos colecionadores... mas para os vendedores, em segunda mão, é mau para o negócio.

[<mos>_____ NOME: FRANCISCO CORREIA \Vendedor de Banda Desenhada</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \As revistas mais antigas custam entre 0.75 cêntimos e 3 euros</mos>]

vivo: Francisco Correia: 00:02:13 - 00:02:34 - "Para mim vai ser mau porque eu vendo banda desenhada já usada e aquilo não é novo... e as pessoas procuram o que é novo. Isso vai ser um bocadinho difícil para mim." (Então não vê com bons olhos?) "Quer dizer, ver vejo porque também sou colecionador e também gosto de ler... mas vai ser mau para o meu negócio. "

00:02:51 - 00:03:00 - "A juventude não lê e assim se houver novas edições pode ser que os pais chamem os filhos a ler."

[<mos>_____ FRASE: BANDA DESENHADA DA DISNEY \Novas revistas surgem numa altura em que se assinalam os 111 do nascimento de Walt Disney</mos>]

Agora que se assinalam 111 anos de nascimento de Walt Disney ficam disponíveis nas bancas as novas revistas da Disney.

Já não é preciso importá-las de Itália ou do Brasil... basta ir a um quiosque perto de si.

<

Anexo 9: Chegada do Pai Natal ao Jardim Zoológico

8 de Dezembro

Imagem: Jorge Guerreiro, sonorização e correção: Elsa Gonçalves e edição: Gonçalo Freitas

Faltam poucos dias para o Natal... e o velhote da barba branca já começou a fazer o trabalho de casa.
Fomos acompanhar a sua chegada.... e os sorrisos daqueles que mais o aguardam.

[<mos>_____ FRASE: O PAI NATAL NO JARDIM ZOOLOGICO \O velhote de barba branca este ano veio acompanhado do Ruca</mos>]

{segue clip}

<

O Pai Natal está de regresso.... e este ano trouxe o Ruca para o acompanhar!
O Jardim Zoológico de Lisboa vestiu-se de vermelho e verde para celebrar a época natalícia.
Não faltaram renas, neve e presentes.... mas o velhote de barbas brancas continua a ser o mais desejado....

[<mos>_____ FRASE: O PAI NATAL NO JARDIM ZOOLOGICO \Centenas de crianças assistiram ao desfile</mos>]

Vivo criança (079): 00:23:44 - 00:23:47 "Porque dá presente e gosta de nós".
Vivo criança (073) 00:19:02 - 00:19:04 "Ele é amiguinho".
Vivo criança (076) 00:20:11 - 00:20:17 "Porque me dá prendas...." "E porque é engraçado".

A grande barba do Pai Natal parece não fazer confusão aos mais novos...
Já os quilinhos a mais não passam despercebidos.

[<mos>_____ FRASE: O PAI NATAL NO JARDIM ZOOLOGICO \Espírito natalício encantou crianças e adultos</mos>]

Vivo criança (078) 00:22:32 (cortes) 00:22:51 - "São fofas que eu toquei....
Porque assim ninguém já o conhecia
Fazer uma dieta!!!"

Em Dezembro, não é só a chegada do pai natal que traz magia.
Agora como em qualquer altura do ano os golfinhos são estrelas muito requisitadas...
e que ficam nas recordações dos visitantes....

[<mos>_____ FRASE: O PAI NATAL NO JARDIM ZOOLOGICO \Espectáculo dos golfinhos é uma das atrações preferidas</mos>]

vivo criança (076) 00:20:47-00:20;59 - "O Pai Natal, o Ruca e o espectáculo das focas e dos golfinhos porque eram muito engraçados."

vivo criança (078) 00:22:56 - 00:23:00 - "Os animais, o espectáculo dos golfinhos, das focas e dos leões marinhos e foi também o max, o ruca.

vivo criança (070) 00:17:12 - 00:17:18 - "Golfinhos e renas.... que é o cstume."

O espírito de natal já inquieta os mais novos.... E contagia os pais...

<

Anexo 10: Casa Iluminada em Torres Vedras

8 de Dezembro de 2012

Imagem: Jorge Oliveira, sonorização e correção: Sara Antunes de Oliveira e edição
Gonçalo Freitas

Em Torres Vedras há uma casa enfeitada com centenas de luzes de Natal.
Um antigo emigrante decora a habitação todos os anos, na qual o Pai-Natal é rei.

{segue clip}

[<mos>_____ FRASE: CASA ENFEITADA \Habitação de antigo emigrante está decorada com 650 Pais-Natal</mos>]

Seiscentos e cinquenta pais-natal, trezentos metros de luzes, treze renas e uma árvore é assim há treze anos.
A ideia surgiu enquanto trabalhava no estrangeiro.

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIO FERNANDES \Proprietário</mos>]

Vivo António: 00:12:59 - 00:13:14 "Eu já fazia isto na Alemanha... e tinha biscoitos e as pessoas diziam-me "Óh Tozé enfeita-me aqui a casa." E eu enfeitava e depois comecei a enfeitar a minha."

[<mos>_____ FRASE: CASA ENFEITADA \13 metros de luzes, 13 renas e uma árvore de Natal decoram a casa em Torres Vedras</mos>]

Durante duas semanas, António Fernandes montou a decoração com a ajuda de dois amigos e um electricista. E agora, durante três semanas das cinco e meia da tarde à meia-noite, a casa fica iluminada.
Um aparato que tem custos.

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIO FERNANDES \Proprietário</mos>]

Vivo António: 00:13:54 - 00:13:59 "Pró ano não sei se se faz ou não, porque a luz custa seiscentos euros."

00:14:46 - 00:15:00 "Tudo eu... Este ano pus aqui um micalheiro ali à porta porque as pessoas todos os anos me diziam "Ó senhor porque é que não mete aqui para a gente ajudar na luz?". Já deram algum, mas pode ser que daqui para a frente deem (DEIAM) mais."

[<mos>_____ FRASE: CASA ILUMINADA \António Fernandes para 600 euros de luz</mos>]

Algumas pessoas acabam por contribuir para a luz, outras nem por isso.

Já os comentários são constantes, a casa nunca passa despercebida.

Vivo visitante 056 - 00:12:13 - 00:12:18 "Ai eu acho muito giro.É lindo... eu nunca tinha visto, mas acho que é realmente muito bonito."

Vivo visitante 071 - 00:24:21 - 00:24:30 "Acho muito giro aqui para a nossa zona... eu realmente nunca tinha visto uma casa perto de nós com tanto gosto como ele faz."

Vivo visitante 055 - 00:11:13 - 00:11:20 "Eu sempre achei bem ele vir cá fazer isto, porque ele é um bom amigo que a gente tem aí é uma das coisa que a gente gosta de ver. " (00:11:59 - 00:12:05)

[<mos>_____ FRASE: CASA ILUMINADA \Durante 3 semanas, das 17h30 às 00:00, as luzes estão acesas</mos>]

Há quem peça para tirar fotografias com o pai natal insuflável. Há quem filme. Há quem fique admirado com tantos adornos. E há o António Fernandes que só quer gerar sorrisos, em tempos de Natal.

<

Anexo 11: Presépios de sal em Rio Maior

14 de Dezembro de 2012

Imagem: Pedro Carpinteiro, sonorização e correção: Catarina Neves e edição: Vítor Quental

Este ano a quadra natalícia vai ser diferente nas salinas de Rio Maior. Pela primeira vez, a neve é substituída pelo sal nos presépios.... proporcionando aos visitantes uma experiência única.

[<mos>_____ FRASE: PRESÉPIOS DE SAL EM RIO MAIOR\Comerciantes da aldeia de Marinhas de Sal construíram 34 presépios</mos>]

{segue clip}
<

São presépios. 34 em 34 típicas casas de madeira. Em Marinhas de Sal, em Rio Maior, as portas abrem-se ao fim de semana, para mostrar o que a imaginação faz com o sal numa terra de salinas naturais.

[<mos>_____ FRASE: PRESÉPIOS DE SAL EM RIO MAIOR\Cada comerciante construiu o seu próprio presépio de sal, em sal, com sal</mos>]

[<mos>_____ NOME: LUÍS LOPES \Comerciante</mos>]

vivo Luís Lopes: 00:10:11 - 00:10:33 "E demos a liberdade e deixamos à criatividade de cada comerciante das salinas pder desenvolver um presépio em sal, com sal, predominancia no sal, outros sem sal, mas deixamos à livre e espontanea vontade de casa um de interpretar um presépio de natal à sua maneira."

A neve é substituída pelo sal. Há quem utilize materiais reciclados, recrie as salinas e tenha estalagmites de sal...

[<mos>_____ FRASE: PRESÉPIOS DE SAL EM RIO MAIOR\Foram gastas cerca de 5 toneladas de sal na construção dos 34 presépios</mos>]

[<mos>_____ NOME: LUÍS LOPES \Comerciante</mos>]

vivo Luís Lopes: 00:11:32 - 00:12:09 (com cortes) "Este presépio tem uma interpretação para mim com uma importância muito grande: porque para além de ser feito em sal, as peças são todas esculpidas em madeira de oliveira (...) porque a madeira é digamos que um material mais importante para recolha do sal na salina....e as casas também são em madeira."

[<mos>_____ NOME: JOSÉ ANTÓNIO LOPES \Comerciante</mos>]

vivo José António Lopes: 00:33:30 - 00:33:58 (com cortes) "Acho que é uma ideia inovadora porque está a trazer de certa forma aqui às Marinhas de Sal um elevado número de público, nomeadamente nos dias em que o clima ajuda, e pela nossa parte temos grandes expectativas como sabemos que o inverno é sempre um período baixo das salinas estamos a tentar contrariar o anti-ciclo de inverno e penso que está a resultar."

[<mos>_____ NOME: LUÍS LOPES \Comerciante</mos>]

Foram gastas cerca de cinco toneladas de sal. As figuras mantêm-se intactas porque o sal é rico em cloreto de sódio e isento de iodo.

As salinas de Marinhas de Sal são a única exploração, em Portugal, de uma salmoura subterrânea.

E esse sal, também único no país, pode ser visto agora em figuras de presépios, até dia 6 de Janeiro.

<

Anexo 12: Faturas electrónicas em tascas

9 de Janeiro de 2013

Imagem: Rogério Esteves, correção: Maria João Ruela, sonorização: Raquel Loureiro e edição Ricardo Piano

As faturas electrónicas começaram a ser obrigatórias desde 1 de Janeiro. Para muitos foi o início de um grande investimento. Fomos visitar algumas tascas no bairro da Mouraria em Lisboa e saber como estão a adaptar-se à nova realidade.
{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \No bairro da Mouraria há estabelecimentos que ainda passam faturas à mão</mos>]

Por aqui bebe-se um copo de vinho por 50 cêntimos. Meio copo custa 30 cêntimos. Uma ginja 1 euro. Por cada compra passa-se uma fatura, mas nem todas são electrónicas.

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIO PAIS \Os Amigos da Severa</mos>]

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Comerciantes dizem que passam faturas independentemente do valor da compra</mos>]

vivo António Pais (082): 23:44:03 - 23:58:00 "Para nós não é preciso essas máquinas porque a antiga ainda serve. Passa-se faturas à mão e quem quiser leva o ticket da máquina."

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Estabelecimentos com faturação inferior a 100 mil euros não precisam de máquinas novas</mos>]

A máquina não foi renovada nos Amigos da Severa porque a faturação do estabelecimento é inferior a 100 mil euros e uma fatura manual é suficiente. Manual ou electrónica, para quem compra, pouco interessa.

[<mos>_____ NOME: DIOGO MENDONÇA \Cliente</mos>]

vivo: cliente Diogo Mendonça (108) 34:19:15 - 34:26:17 "Eu tenho o hábito de chegar aqui e pedir um café... se tenho o dinheiro trocado deixou o dinheiro em cima da mesa e venho-me embora. Acho que qualquer cidadão faz isso. (então não acha que há vantagem para o cliente em pedir a fatura?) 35:04:10 - 35:14:19 "A mim nenhuma....eu tenho que pagar. Eu quero lá saber do talão. Não quero saber disso para nada. Eu bebo um copo de vinho, um café e estou agora a ligar a faturas?"

[<mos>_____ NOME: ADELINO ROCHA \Cliente</mos>]

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Clientes dizem que faturas não têm utilidade, por isso não as pedem</mos>]

vivo cliente Adelino Rocha (080): 23:17:10 - 23:29:00 "Não, aqui não há talões (...)
Gastava mais dinheiro em papel... assim ficava a perder dinheiro. Em contas grandes
está bem, agora em contas pequenas não vale a pena."

No número 58 da Rua do Terreirinho, há uma nova máquina de faturação desde
Dezembro.

Um grande investimento para um local pouco movimentado.

[<mos>_____ NOME: JOSÉ BRANCO \Tasquinha A Vaidosa</mos>]

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Tasquinhas típicas dizem que o
investimento no novo software foi avultado</mos>]

vivo José Barbosa (044): 14:03:18 - 14:18:15 "As pessoas aqui do bairro só. Pessoas
com poucas posses monetárias é disso que a gente sobrevive. Isto aqui é um bairro
pobre não dá para uma pessoa se esticar muito. "

(um copo de vinho quanto é que custa? 14:35:02 - 14:54:08 "O mais pequenino é
30 centimos...a meia taça." E passa fatura por isso? "Se a lei o manda, a gente tem que
o fazer." E os clientes costumam pedir? "Não senhora, não pedem. Lá vem um ou outro
que pede...até agora só uma senhora é que me pediu a fatura da refeição."
(pintar com planos dos copos e preços?)

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Há estabelecimentos que ainda
não têm as novas máquinas de faturação</mos>]

As novas máquinas de faturação estão esgotadas.

A encomenda já está feita e até que chegue, à rua de S.Pedro Mártir as faturas são
passadas à mão.

[<mos>_____ NOME: DOMINGOS BRANCO \Tasquinha Gonzalez</mos>]

[<mos>_____ FRASE: FATURAS ELETRÓNICAS \Estabelecimentos tradicionais
têm poucos clientes e há quem pondere fechar</mos>]

vivo Domingos Branco (001): 01:05:11- 01:09:06 "Infelizmente os clientes são muito
poucos e não pedem fatura."

01:54:06 - 02:00:16 "Benefícios para os clientes acho que
nenhuns e o Estado vai ter prejuízo porque qualquer casa pequena que feche deixa de
lhe dar dinheiro."

01:33:11- 01:44:14 "Esta nova legislação é mesmo para
fechar. Já fecharam aqui vários colegas nossos. Isto da maneira que está... dinheiro as
pessoas não têm, não se movimenta, possivelmente é para fechar."

Fechar é uma opção. Ou talvez a única alternativa.

<

Anexo 13: Bairro Ferroviário da CP

10 de Janeiro de 2013

Imagem: José Silva, correção e sonorização: Filipa Crespo Ramos e edição: Rita Sena

Nos anos 30 do século passado, a CP construiu um bairro no Barreiro.
Agora colocou o bairro ferroviário à venda, sem dar explicações a quem lá vive.
As razões não são conhecidas porque a empresa não quis prestar declarações à SIC.
Os moradores estão indignados e dizem que não têm alternativas.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \No bairro da CP, no Barreiro, ainda vivem antigos e atuais funcionários da empresa</mos>]

São 21 as famílias que ainda vivem no Complexo do Palácio do Coimbra.
O bairro foi mandado construir pela CP, ainda no século passado,
para alojar trabalhadores da empresa.
Hoje em dia, a maioria dos moradores está já na reforma...
mas ainda há pelo menos um no activo.
E, se na altura, a CP tentava atrair os trabalhadores,
agora é a própria que os convida a sair.

[<mos>_____ NOME: MANUEL LOUÇÃO \Morador</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \Complexo do Palácio do Coimbra foi construído para atrair trabalhadores da CP</mos>]

vivo Manuel Loução (059) 25:07:00 - 25:33:13 "Mandaram-nos uma carta para nós abandonar-mos as casas até ao dia 31 de Julho do ano passado. Mas com um limite de tempo cerca de um mês e pouco... ora para quem vive aqui há 37 anos é um bocado... não pensarem nas pessoas, não pensarem que há raízes."

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIA GOMES \Moradora</mos>]

vivo Antónia Gomes (029) 17:22:22 - 17:30:16 "Não deram razões nenhuma, pelo menos a mim não me disseram nada. Tinha que abandonar a casa devido à situação do meu marido já ter falecido há 13 anos."

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \O bairro é constituído por 24 moradias, 16 apartamentos, 1 palácio e 1 jardim de infância</mos>]

O terreno onde fica o Complexo do Palácio do Coimbra foi, entretanto, posto à venda pela CP...
São 24 moradias. 16 apartamentos. Um palácio. Um jardim de infância.
Os contratos eram precários, mas os moradores continuaram nas casas.

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \Atualmente vivem no bairro 21 famílias</mos>]

[<mos>_____ NOME: FRANCISCO DORES \Morador</mos>]

vivo Francisco Dores (028) 14:41:00 - 14:55:03 "Não fugimos a essa realidade. É que quando eu vim morar para esta casa vim substituir um colega e quando eu me reformei já não havia ninguém que queria vir morar para aqui... não tinham trabalhadores para vir morar para o bairro. Ninguém me pediu a casa e eu fiquei."

14:15:08 - 14:25:10 "A CP nunca mais nos informou de nada. Nem venda A, nem venda B. Porque nós propsemos uma proposta se eles quisessem vender que nós também pdíamos comprar... disseram-nos que não."

Da CP não tiveram propostas, nem qualquer tipo de alternativas.

[<mos>_____ NOME: FRANCISCO DORES \Morador</mos>]

vivo Francisco Dores (028): 13:51:18 - 14:03:12 "Fizemos uma carta registada, todos os moradores, à empresa para termos uma resposta. Até hoje zero. Não tivemos qualquer resposta."

[<mos>_____ NOME: JOSÉ BAIÃO \Morador</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \Moradores foram informados por carta que teriam de abandonar as casas</mos>]

vivo José Baião (026): 07:47:10 - 08:02:13 "A reunião da CP é que tínhamos que abandonar isto. Mas eu digo-lhe: mas para quê? Vocês vão vender isto? Se um dia vocês venderem a gente nessa altura teremos que dar o braço a torcer... mas vocês não conseguem vender."

(027) 09:35:20 - 09:39:21 "A CP não dá alternativas a ninguém. Vocês vão-se embora e acabou-se."

Há moradores que já abandonaram as casas, que entretanto foram vandalizadas. Mas há quem não tenha onde viver.

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIA GOMES \Moradora</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \Moradores criticam a forma como foram avisados</mos>]

vivo Antónia Gomes (029) 16:44:12 - 16:54:23 "Enviaram-me uma carta registada para eu abandonar até ao final de Agosto e não abandonei porque não tenho para onde ir, não tenho casa e sou viúva."

17:08:13 - 17:17:08 "As casas estão aí desocupadas porque as pessoas já saíram e está tudo vandalizado... acho que eles não estão a ser correctos connosco."

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \Há casas desabitadas que estão vandalizadas</mos>]

[<mos>_____ FRASE: BAIRRO FERROVIÁRIO À VENDA \A SIC contactou a CP, mas a empresa não quis prestar declarações</mos>]

Em declarações à agência Lusa, em dezembro passado, a CP limitou-se a dizer que, quando existe património que não contribui para o desenvolvimento do transporte ferroviário, esse mesmo património deve ser alienado. A SIC tentou contactar, de novo, a CP sobre este assunto... mas a empresa não quis prestar declarações.

<

Anexo 14: Casal com 128 cães e 45 gatos no Seixal

16 de Janeiro de 2013

Imagem: Manuel Ferreira, correção e sonorização: Liliana Carvalho e edição: Gonçalo Freitas

Há 22 anos Bárbara e Henrique tiveram o primeiro cão.
Aos poucos o número foi aumentado.
Depois começou o gosto pelos gatos.
Hoje têm que alimentar quase 175 animais e é cada vez mais difícil.
{segue clip}
<

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Bárbara e Henrique vivem no Seixal e tiveram o primeiro cão há 22 anos</mos>]

São 128 cães. 45 gatos.
O Tommy, a Nina, o Tito e a Malhada são alguns dos animais que vivem com Bárbara e Henrique, no Seixal.
Todos os dias são precisos 60 quilos de ração para alimentar os animais.
São gastos 41 euros.

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \São 128 cães e 45 gatos que vivem com Bárbara e Henrique no Seixal</mos>]

[<mos>_____ NOME: BÁRBARA PINA\Proprietária dos animais</mos>]

vivo Bárbara (001): 00:35:11 - 00:48:08 "Estes últimos meses tem sido da ajuda de cinco ou seis pessoas que nos têm dado alguma ração, só que neste momento a situação está muito complicada... eu fiquei desempregada em Agosto e não estamos a conseguir sustentar os animais."

Hoje os animais são a grande companhia deste casal.
Uma história de entrega que começou há 22 anos.

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Todos os dias são precisos 60 quilos de ração, o que corresponde a 41 euros</mos>]

[<mos>_____ NOME: BÁRBARA PINA\Proprietária dos animais</mos>]

vivo Bárbara (001): 01:28:01 - 01:48:11 "Eu trabalhei muitos anos na taimex e aquilo é um refeitório e lá havia muitos restos de comida e eu comecei a trazer comida para os animais abandonados... e depois foi um, foi outro e depois a mudar de sítio e a ter pena deles e vai outro e vai outro e chegamos a esta situação."

A situação não é fácil e as ajudas são poucas.
Mas mesmo assim o casal não consegue abandonar os animais, nem sequer entregá-los a instituições.

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Animais estão todos vacinados e proprietária diz que as ajudas são poucas</mos>]

[<mos>_____ NOME: BÁRBARA PINA\Proprietária dos animais</mos>]

vivo Bárbara (001) 02:59:17 - 03:18:05 (E visto as circunstâncias que atravessam nunca pensaram em entregar os animais ao canil municipal?) Não, primeiro porque o canil do Seixal está super lotado pelos animais que tem. E eu coragem para os largar também não consigo....também não tenho porque a maior parte dos cães que eu tenho são cães velhos outros que apanhei na autoestrada atropelados."

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Apesar das dificuldades, Bárbara e Henrique dizem que não conseguem deixar os animais</mos>]

Atropelados, cegos e velhos.

Uns são de raça, outros rafeiros.

Em mais de duas décadas, Bárbara e Henrique nunca foram capazes de fechar as portas de casa aos pequenos companheiros.

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Ao longo de 22 anos, o casal foi abrigando cães e gatos atropelados, cegos e velhos</mos>]

[<mos>_____ NOME: BÁRBARA PINA\Proprietária dos animais</mos>]

vivo Bárbara (014) 12:08:21 - 12:36:06 "A Estrelinha eram 3 horas da manhã e nós ouvimos muito barulho com os cães. Um barulho que não era normal... nós levantamos e eu e o meu marido levantámo-nos e vimos o fogo aqui na parte de baixo. O meu marido chamou os bombeiros e eu sabia que havia lá cães: a mãe e o pai conseguiram sair, os irmãos ficaram lá todos e eu consegui tirar esta. Bebê ainda. É aqui está ela, sem pele...mas aqui está, que é uma doce."

[<mos>_____ FRASE: CASAL SUSTENTA 173 ANIMAIS \Cadela Estrelinha foi salva de um incêndio há 6 anos e ainda continua com a pele danificada</mos>]

A situação seria mais doce se a Estrelinha tivesse mais ração.

Além de comida, materiais de construção para fazer novos abrigos também são bem-vindos.

O mais importante para Bárbara e Henrique é dar melhores condições de vida aos amigos de quatro patas.

<

Anexo 15: Mau tempo em Sines

19 de Janeiro de 2012

Imagem: Jaime Franco, correção e sonorização: Inês Cândido e edição: Jorge Costa

O mau tempo que se fez sentir no país, afectou um armazém com carros alegóricos em Sines.

Não há registo de feridos, mas os estragos são elevados.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \Telhado do armazém da Associação de Carnaval foi parcialmente arrancado</mos>]

Eram 15 os carros alegóricos que estavam a ser construídos para o Carnaval. Agora, a maior parte ficou destruída porque o telhado foi parcialmente arrancado pelo vento.

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \15 carros alegóricos construídos para o desfile de Carnaval ficaram danificados</mos>]

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \Valores dos estragos são incalculáveis</mos>]

[<mos>_____ NOME: ALEXANDRA OLIVEIRA \Presidente da Associação de Carnaval de Sines</mos>]

vivo Alexandra Oliveira (036): 03:53:20 - 10:06:20 "Perto das 8 da manhã o vendaval foi muito forte e levantou todo o telhado do atelier onde se constrói os carros de carnaval, onde muitos carros já estão preparados para sair no desfile."

10:38:04 - 10:42:09 "Eles estão danificados porque algum esfervite e alguns materiais foram descolados"

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \Há um mês que cerca de 200 voluntários construíam os carros alegóricos</mos>]

Materiais descolados e estragados.

Os prejuízos são incalculáveis.

[<mos>_____ NOME: ALEXANDRA OLIVEIRA \Presidente da Associação de Carnaval de Sines</mos>]

vivo Alexandra Oliveira (036) 09:55:03 - 00:11:17 "Não tenho noção nenhuma dos valores que podem estar ali em estragos. Sabemos que o estrago do valor do telhado

que saiu é muito elevado (este telhado é bastante caro) mas o maior estrago que nós temos neste momento, acima de tudo, é o sentimento de todos nós porque o carnaval de Sines é feito por voluntariado."

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIO BRÁS \VOLUNTÁRIO</mos>]

vivo António Brás (038) 13:30:18 - 13:37:14 "Um sentimento de tristeza, de frustração, de impotência porque contra a natureza nós não conseguimos fazer muito."

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \Voluntários não baixam os braços e dizem que vão reconstruir os carros</mos>]

O esforço é muito. A dedicação também.

Há um mês que cerca de 200 pessoas voluntários contruíam os carros.

Agora garantem que não vão baixar os braços.

[<mos>_____ NOME: CATARINA CONTREIRAS \VOLUNTÁRIA</mos>]

vivo Catarina Contreiras (040) 17:40:05 - 17:55:05 "Isto vai-nos dar pelo contrário... penso que vai dar mais força. Porque eu penso que nós vamos ter mais capacidade de colaborar e se todos fizemos o mesmo isto que concerteza vai brilhar e vibrar muito mais."

[<mos>_____ NOME: ANTÓNIO BRÁS \VOLUNTÁRIO</mos>]

vivo António Brás (038) 13:48:13 - 13:57:19 "Neste momento com a boa vontade com a entreaduda de todos os construtores, de toda a gente que está envolvida nisso...tem pernas para andar."

[<mos>_____ FRASE: MAU TEMPO EM SINES \Associação de Carnaval diz que vai arranjar outro espaço para erguer novos carros</mos>]

O pior já passou.

Agora é tempo de recomeçar.

Porque apesar de faltarem pouco mais de 20 dias para o desfile, a Associação de Carnaval de Sines diz que vai arranjar outro local para reconstruir os carros.

<

Anexo 16: Bolsa social

24 de Janeiro de 2013

Imagem: Pedro Góis, correção e sonorização: Teresa Conceição e edição: João Santos

Duas empresárias criaram um take away solidário em Cascais.
O lucro do negócio é aplicado numa bolsa social que ajuda famílias com dificuldades económicas.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Loja abriu há quase um ano e vende 74 refeições para famílias em dificuldades</mos>]

Combater a pobreza foi o motivo para o arranque do projecto.
Cristina Botton e Joana Castela fundaram a loja solidária há um ano e hoje vendem 174 refeições por dia.
100 para o público em geral, 74 para famílias em dificuldades.

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \O projeto surgiu pela mão de duas amigas e contou com apoios de 30 parceiros</mos>]

[<mos>_____ NOME: CRISTINA BOTTON\Fundadora Cozinha com Alma</mos>]

vivo Cristina (036): 05:49:05 - 06:01:06

"A ideia surge em finais de 2010 quando saíram notícias nos jornais sobre a nova pobreza, a pobreza envergonhada...
fez-nos muita aflição e quisemos ter uma solução."

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Foi criada a bolsa social que ajuda famílias em dificuldades</mos>]

A solução encontrada foi a bolsa social.
Os utentes apoiados têm direito a uma refeição completa por dia.
Um apoio importante para 30 famílias,
que pagam apenas uma parte do valor da refeição.
Os preços variam entre 10 cêntimos e 2 euros.

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Famílias que beneficiam da bolsa social pagam apenas uma parte do valor da refeição</mos>]

[<mos>_____ NOME: CRISTINA BOTTON\Fundadora Cozinha com Alma</mos>]

vivo Cristina (036) 06:57:00 - 07:09:12

"Para as famílias usufruírem desta bolsa vão ter que preencher um formulário, nós vamos reencaminha-lo para a comissão social de freguesia e é a assistente social que vai decidir se sim ou não a família tem direito à bolsa."

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Preços das refeições variam entre 10 cêntimos e 2 euros</mos>]

[<mos>_____ NOME: JOANA CASTELLA\Fundadora Cozinha com Alma</mos>]

vivo Joana (074) 18:31:04 - 18:44:18

"O público em geral pode pagar de 3 maneiras: através de multibanco, dinheiro e através dos cartões de cliente.

A bolsa social tem obrigatoriamente de pagar através do cartão de cliente, assim ninguém consegue identificar quem é bolsa e quem não é bolsa."

vivo Cristina (036) 08:52:00 - 08:57:24

"A bolsa social está prevista ter uma duração de 6 meses, é um balão de oxigénio, não é um apoio eterno."

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Utentes apoiados têm direito a uma refeição completa por dia</mos>]

Os voluntários são uma peça fundamental.

A loja garante salário a 4 pessoas, mas a equipa conta com 60 que oferecem tempo e trabalho.

[<mos>_____ NOME: SOFIA LOURENÇO \Voluntária Cozinha com Alma</mos>]

vivo voluntária Sofia (081): 25:43:03 - 25:48:00

"Queria fazer voluntariado e estando mesmo aqui ao lado tornou-se mais fácil."

25:58:18 - 26:10:07

"Comecei a trabalhar na loja à segunda-feira porque a cozinha funcionava até às 5 da tarde e eu saía da creche e ia para a loja.

Quando a cozinha começou a funcionar até às 9 comecei a vir para a cozinha."

26:15:13 - 26:17:22 (E qual é o balanço que faz?) Positivo... muito. Adoro!"

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \O trabalho está a cargo de 60 voluntários e apenas 4 pessoas recebem salário</mos>]

[<mos>_____ NOME: JOANA CASTELLA\Fundadora Cozinha com Alma</mos>]

vivo Joana (074): 19:03:04 - 19:24:03 "O nosso trabalho depende muito de trabalho voluntário.

Os voluntários trabalham por turnos, assumem um dia por semana, umas horas... vêm cá e fazem tudo o que for preciso fazer.

Aqui na cozinha, por exemplo, desde embalar, descascar cebolas, lavar, limpar, pesar as refeições...fazem tudo o que há para fazer."

[<mos>_____ FRASE: TAKE AWAY SOLIDÁRIO \Fundadoras da loja dizem que pretendem alargar o projeto a outras cidades</mos>]

Fundamentais para pôr a ideia de pé
são os apoios da câmara municipal de Cascais e de mais 30 parceiros sociais.
A loja é cedida pela Câmara,
a cozinha, noutro espaço, é dada pela junta de freguesia da Pampilheira.
O projecto pretende agora alargar-se a outras cidades.

<

Anexo 17: Vidrões em Lisboa

25 de Janeiro de 2013

Imagem: Pedro Cardoso, sonorização e correção: Rita Ferro e edição: Rita Sena

Há um ano e meio que os vidrões iglu, em Lisboa, estão a ficar mais coloridos. A Galeria de Arte Urbana lançou o projecto para dar mais vida a um objecto pouco olhado. Cidadãos e artistas juntaram-se para decorar os 415 depósitos espalhados pela cidade. {segue clip}

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Projeto Renovar o Olhar foi criado em junho de 2011 e já foram intervencionados 140 vidrões</mos>]

140 já estão de cara lavada. O projecto "Reciclar o Olhar" partiu de uma sugestão dos Serviços Municipais de Limpeza e Higiene Urbana... e a Galeria de Arte Urbana meteu mãos à obra.

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Em Lisboa há 415 depósitos espalhados pela cidade</mos>]

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Projeto foi lançado para dar mais vida a um objeto pouco olhado</mos>]

[<mos>_____ NOME: Inês Machado \GALERIA DE ARTE URBANA</mos>]

vivo Inês Machado (GAU): 12:53:05 - 13:13:20 "Nós andamos sempre um bocadinho com o nariz no ar à procura de novas superfícies, novos desafios à criatividade artística e nesse sentido achamos que seria interessante, precisamente por estarem dispersos geograficamente na cidade e por terem uma forma diferente...por serem uma peça de mobiliário urbano que é pouco interessante por si mesma."

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \O projeto inovador no país é dirigido pelo Gabinete de Arte Urbana</mos>]

Pouco interessante era o vidrão que estava na Rua do Forno do Tijolo. Ricardo Metrogos não gostava do depósito verde e sujo na rua. Soube da iniciativa através de outros contentores pintados e decidiu começar o trabalho. Aliás, decidiram... 7 adultos e 10 crianças.

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Vidrão da Rua do Forno do Tijolo foi pintado por 7 adultos e 10 crianças</mos>]

[<mos>_____ NOME: RICARDO METROGOS\Participante</mos>]

vivo Ricardo Metrogos (037): 22:58:24 - 23:14:08 "Este vidrão vê-se que o resultado artístico não é o que se vê aí noutros vidrões, mas o objectivo era mesmo esse: proporcionar às crianças um momento de estarem juntas na rua, brincarem um pouco juntas e devolver um bocado das ruas da cidade às crianças."

Chure pintou um dos vidrões da Rua Nova do Carvalho sozinho.
Para obter este resultado usou 15 latas de spray em 4 horas.
O artista já vai no segundo contentor decorado pelas ruas da capital.

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Chure usou 15 latas de spray em 4 horas para pintar o vidrão</mos>]

[<mos>_____ NOME: CHURE\Participante</mos>]

01:49:23 - 01:57:18 "Acho interessante ser um suporte diferente do que é habitual. Não ser um suporte plano e funcionar assim quase como forma tridimensional."
00:40:23 - 00:53:11 "Isto acaba por derivar de um trabalho contínuo que eu tenho feito ao longo destes anos que se baseia em figuras do universo científico e imaginário."

O projecto inovador no país parece não deixar ninguém indiferente mesmo a quem não suja as mãos a decorar vidrões.

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \De 5 a 10 de fevereiro há 50 vidrões que vão ser pintados</mos>]

clip 070: 33:37:16 - 33:50:10 "Acho muitíssimo interessantes. Acho que são giros e acabam por fazer de um mobiliário urbano qualquer coisa de diferente, portanto sim, gosto bastante. Acho que estão com gosto."

clip 073: 34:54:21 - 35:13:00 "Acho gira...dá cor...| Dá cor, dá alegria que a cidade é muito cinzenta."

[<mos>_____ FRASE: VIDRÕES IGLU \Projeto foi lançado para dar mais vida a um objeto pouco olhado</mos>]

Entre 5 e 10 de Fevereiro há 50 vidrões iglu que ficam à espera de um novo visual. Desta vez, o tema é "Enamorados por Lisboa" para celebrar os votos de amor pela cidade.

<

Anexo 18: Club do Brinquedo

25 de Janeiro de 2013

Imagem: Fernando Silva, sonorização e correção Manuela Vicêncio e edição Nelson Pereira

Numa época em que é possível alugar quase tudo...em Paço de Arcos abriu uma loja, onde é possível...arrendar brinquedos.

Uma ideia importada... por duas amigas.

{segue clip}

<

[<mos>_____ FRASE: ALUGAR BRINQUEDOS \Loja em Paço de Arcos tem cerca de 100 brinquedos para alugar</mos>]

Mariza Gomes estava desempregada.

Sofia Domingos acabara de sair da faculdade.

Sem rumo traçado

desenharam o futuro

com um projecto que fosse... inovador.

[<mos>_____ FRASE: ALUGAR BRINQUEDOS \Ideia surgiu porque, em regra, os brinquedos têm prazo de validade</mos>]

[<mos>_____ NOME: MARIZA GOMES \Club do Brinquedo</mos>]

vivo Mariza (057) - 01:15:04:21 - 01:15:42:08 "Começamos a investigar o que é que poderíamos fazer... o que fazia sentido nesta época em que é super arriscado iniciar um negócio novo (...) e achamos que era uma boa altura, não a altura ideal para lançar um projecto desta natureza em que as pessoas estão também mais receptivas à questão da reutilização."

A ideia para a reutilização dos brinquedos surgiu porque em regra

os brinquedos têm prazo de validade para as crianças

usam-nos durante um tempo.. e são trocados por outros.

Nesta loja há cerca de uma centena de brinquedos para crianças entre os 0 e os 6 anos.

O negócio tem 5 meses e já cativou crianças....e pais.

[<mos>_____ FRASE: ALUGAR BRINQUEDOS \O negócio surgiu há 5 meses e tem brinquedos para crianças entre os 0 e os 6 anos</mos>]

[<mos>_____ NOME: ANA SIMPLÍCIO \Cliente</mos>]

vivo Ana Simplício (049): 01:10:49:04 - 01:11:05:04 "Acho ótimo porque eu tenho dois filhos e acho bom ter rotatividade nos brinquedos e poder ter em casa brinquedos que eu não poderia ter porque são mais dispendiosos e que eles não estão habituados a ter e ficam todos contentes."

[<mos>_____ NOME: MARIA MAIA \Cliente</mos>]

vivo Maria Maia (050): 01:12:43:20 - 01:13:07:09 "É um conceito que eu não conhecia e nunca pensei alugar um brinquedo."

(Então e o que é que alugou para o João?) Uma mota, a bateria. Ele fez anos agora em Janeiro e ele tem um primo que tem uma e era uma guerra. E então decidimos alugar uma."

[<mos>_____ FRASE: ALUGAR BRINQUEDOS \É possível alugar brinquedos entre os 5 e os 7 euros, por mês</mos>]

É possível alugar brinquedos entre os 5 e os 70 euros, por mês.
O aluguer da mota do João, por ex, custou 19 euros. E foi uma surpresa...

[<mos>_____ NOME: SOFIA DOMINGOS \Club do Brinquedo</mos>]

vivo Sofia (058): 01:19:21:14 - 01:19:31:10 "Há muitos pais que fazem a questão da surpresa, principalmente para os aniversários...em que às vezes fazemos entregas mesmo no próprio aniversário da criança ou nessa altura em que a criança foi isso que pediu e os pais aproveitam por alugar durante um mês."

[<mos>_____ FRASE: ALUGAR BRINQUEDOS \Empresa faz entregas domiciliárias na zona da Grande Lisboa</mos>]

São brinquedos, mas todo o cuidado é pouco.
Se for só um risco.. aqui e outro ali
está incluído no aluguer
mas se ficar inutilizado
é preciso comprar um novo
mesmo que por um preço negociável.
Uma forma dos pais evitarem gastar pequenas fortunas em brinquedos,
que passado pouco tempo acabam na prateleira.

<

Anexo 19: Acidente com camião de porcos na A1

26 de Janeiro de 2013

Imagem: Rui Violante, correção e sonorização: Anselmo Crespo e edição: António Coito Ferreira

A A1 está cortada no sentido norte-sul, por causa do despiste de um camião de transporte de animais.
O acidente chegou a provocar o corte da autoestrada nos dois sentidos durante a tarde, provocou longas filas... e um enorme aparato.
{segue clip}
<

A imagem não é comum...
E uma autoestrada não é propriamente o habitat natural destes animais.
O rebentamento de um pneu...
Terá atirado o camião que os transportava contra o separador central da A1...

vivo Vítor Hugo Marques (012):
10:14:18 - 10:45:08 (com cortes pelo meio)
"Isto parecia que tinha arrebentado uma bomba. Era uma enorme nuvem de pó. (...) o aparato que era eu pensei que o motorista tivesse encarcerado. Saí e liguei logo para os bombeiros de Alverca e qnd cheguei ao pé do camião o senhor estava em choque. "

O acidente deu-se na zona de Santa Iria da Azoia, sentido norte-sul...
por volta da hora de almoço...
E obrigou quem por ali passava na altura...
A esperar longas horas... dentro.... ou fora do carro...
consoante a curiosidade.

vivo comandante bombeiros 029 :
17:51:15 - 18:11:24
"À chegada ao local foi reportado que não havia vítimas... o condutor do veículo encontrava-se bem, havia era carga, constituída por aproximadamente 240 suínos que alguns andavam à solta pela autoestrada e tb que alguns estavam mortos junto à zona do acidente.
Tinhamos tb uma questão complicada que era o derrabe do combustível."

Os cerca de 600 litros de combustível...
obrigaram a cuidados redobrados por parte dos bombeiros...
E atrasaram ainda mais a reabertura da autoestrada.
Entre os que esperavam houve quem desesperasse...
Por querer participar na manifestação de professores marcada para Lisboa.

(imagens confusão: "isto não se admite...estamos aqui há imenso tempo).

O protesto dos professores começou na A1 e mais cedo que o previsto...
Apesar do acidente...dos animais espalhados na estrada... e das centenas de carros à
espera...
A polícia lá abriu uma exceção...para deixar passar os manifestantes.

<