



INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Mestrado em Jornalismo

**A Cultura e a Economia em Agência:
Estudo de caso da Lusa**

Relatório de Estágio com vista à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo

Pedro Miguel Morato Lourenço Monteiro Emídio

Trabalho orientado pelo Professor Doutor Rui Fernando Almeida Simões

Lisboa, outubro de 2017

Declaração

Declaro que este trabalho, requisito obrigatório para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, é da minha autoria. O mesmo resulta de um processo de investigação e experiências profissionais e pessoais, apresentando, na sua totalidade, um conteúdo original que nunca foi submetido a outra instituição de ensino, para a obtenção de qualquer grau ou habilitação.

Atesto ainda que todas as citações utilizadas se encontram, devidamente, identificadas, quer no corpo do texto, quer na bibliografia adotada e todas as entrevistas mencionadas são da minha autoria. Acrescento que estou ciente que o plágio pode levar à anulação do trabalho aqui apresentado.

Lisboa, 06 de outubro de 2017

O candidato,

Pedro Emídio

Resumo

O presente relatório, como dissertação final do mestrado em Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social, reporta-se ao estágio realizado pelo seu autor na Agência Lusa, no período situado entre 20 de fevereiro e 19 de maio de 2017.

Através de realização e análise de um registo do processo de inserção e dos quotidianos da prática jornalística, cruzada com a informação suportada na revisão de literatura, procurou-se desenvolver uma reflexão crítica sobre uma experiência de jornalismo de agência.

O texto enuncia, no primeiro capítulo, uma reflexão sobre a condição de estagiário, a sua relação com o processo de integração e aprendizagem proporcionado e desenvolve os recursos metodológicos considerados mais adequados para suportar este trabalho, nomeadamente pelas metodologias de maior envolvimento – caso concreto da etnografia – e, de forma complementar, pelo recurso à entrevista e, pontualmente, ao levantamento documental.

Num segundo momento, a dissertação procura historiar e caracterizar o fenómeno jornalístico nas agências noticiosas dando, compreensivelmente, particular destaque à Lusa, única agência noticiosa portuguesa, destacando a sua estrutura organizativa e funcional e refletindo sobre o seu carácter de entidade mediadora na obtenção de informação para os media nacionais.

O terceiro capítulo apresenta o produto concreto do estágio realizado, através de uma matriz que inclui os elementos descritivos e os comentários que lhe foram oportunos no percurso do estágio. Constitui-se, efetivamente, como o caderno de campo – ou, melhor dizendo, da sua explanação, ordenando-se o seu texto em cinco colunas: a primeira refere a data, a segunda sumariza os tópicos tratados, a terceira contém a descrição do desenvolvimento de trabalho na Lusa, a quarta as já referidas notas e comentários e quinta e última remete os apontamentos realizados para as páginas dos capítulos seguintes ou das conclusões.

Os quarto e quinto capítulos dão conta das duas áreas particularmente focadas no trabalho: a secção de Economia, onde teve domicílio efetivo a minha atividade, e a secção de Cultura, sobre a qual se reflete, de forma predominante, através de informações colhidas com recurso a observação e entrevistas.

As conclusões, dado o carácter do percurso realizado – uma reflexão sobre o estágio – incluem as considerações sobre a natureza do jornalismo de agência, por um lado e, de forma sintética, um balanço sobre as aprendizagens que considerei importantes para a minha formação como jornalista. Um corpo de anexos agrega alguns documentos formais sobre o estágio, três entrevistas realizadas a jornalistas de referência na Lusa e um breve estudo de caso sobre a continuidade e permanência do tratamento editorial realizado na Lusa junto da produção noticiosa realizada pelo Correio da manhã e o Telejornal da RTP.

Palavras-chave: Agência de Notícias; Cultura; Economia; Estágio; Jornalismo; Lusa

Abstract

This report, as a final dissertation of the master's degree in Journalism from the Superior School of Social Communication, reports to the internship carried out by its author in the Lusa Agency, during the period between february 20th and may 19th, 2017. Through the analysis of a register of the process of insertion and daily journalistic practice, cross-referenced with the information supported in the literature review, we sought to develop a critical reflection on an agency journalism experience.

The text demonstrates, in the first chapter, a reflection on the condition of trainee, its relation with the process of integration and learning provided and develops the methodological resources considered more adequate to support this work, namely by the methodologies of greater involvement - concrete case of the ethnography - and, in a complementary way, by using the interview and, occasionally, the documentary survey.

Secondly, the dissertation seeks to characterize and describe the journalistic phenomenon in the news agencies, giving, understandably, particular attention to Lusa, the only portuguese news agency, highlighting its organizational and functional structure and reflecting on its mediating entity in obtaining information for the national media.

The third chapter presents the concrete product of the stage achieved, through a matrix that includes the descriptive elements and the comments that were appropriate in the course of the stage. It is effectively constituted as the field notebook - or, better said, its explanation, the text is sorted in five columns: the first refers to the date, the second summarizes the topics covered, the third contains the description of the development of work in Lusa, the fourth the aforementioned notes and comments and fifth and last refers the notes made to the pages of the following chapters or the conclusions. The fourth and fifth chapters, give an account of the two areas that are particularly focused on the work: the Economics section, where my activity was domiciled, and the Culture section, which is predominantly reflected through information gathered with recourse observation and interviews.

The conclusions, given the nature of the course carried out - a reflection on the stage - include the considerations on the nature of agency journalism, on the one hand, and, in a summary form, a balance on the learning that I considered to converge for my training as a journalist. A body of annexes adds some formal documents from the internship, three interviews with leading journalists in Lusa and a brief case study on the continuity and permanence of the editorial treatment carried out in Lusa, along with the news production, carried out by the Correio da Manhã and the Telejornal of RTP.

Keywords: Culture; Economics; Internship; Journalism, Lusa; News Agency.

Índice

	Declaração	1
	Resumo	2
	Abstract	4
1.	Apresentação	7
1.1.	Problemática	8
1.2.	Metodologia	8
2.	Agências noticiosas	11
2.1.	O conceito de “Agências Noticiosas”	11
2.2.	Caracterização da Lusa	13
2.4.	Serviço Público	17
2.5.	Identificação	19
2.6.	Estrutura Organizacional	21
2.7.	Jornalista de agência	23
3.	“Diário de bordo” (grelha)	29
4.	Jornalismo Cultural	65
4.1.	O conceito de “Jornalismo Cultural”	65
4.2.	A cultura na Lusa	67
4.2.1.	O formato e as áreas	67
4.2.2.	Um editor à distância do <i>Skype</i> ?	69
4.2.3.	Zonas de fronteira e tratamento da informação	69
5.	Jornalismo Económico	74
5.1.	O Jornalista especializado em Economia	74
5.2.	A semana de formação	78
5.3.	Uma área desconhecida	83
5.4.	Início do trabalho, rotinas e dificuldades	85
5.5.	Observação	92
5.6.	Fim do período de observação	95
5.7.	Comunicados de imprensa e <i>takes</i> de agência	109
5.8.	Balanço	111
6.	Conclusões	114
	Bibliografia	120

Anexos

Anexo A	Declaração de Estágio	I
Anexo B	Avaliação	II
Anexo C	Entrevista a João Pedro Fonseca	IV
Anexo D	Entrevista a Maria Augusta Gonçalves	X
Anexo E	Entrevista a Tiago Dias	XX

Anexo F	Estudo de Caso	XXII
F.1.	Objeto de Estudo	XXII
F.2.	Objetivos	XXII
F.3.	Metodologia	XXIII
F.4.	Amostra	XXIV
F.5.	Resultados	XXV
F.5.1.	Correio da Manhã (CM)	XXV
F.5.2.	RTP	XXVII
F.6.	Conclusões	XXVIII
Anexo G	Trabalhos: Notícia RTP	XXIX
Anexo H	Trabalhos: Notícia DN (1)	XXX
Anexo I	Trabalhos: Notícia DN (2)	XXXI
Anexo J	Trabalhos: Notícia SIC Notícias	XXXII
Anexo K	Trabalhos: Notícia Sapo 24	XXXIII

Ilustrações

Figura 1	Logótipo da Lusa	13
Gráfico 1	Produção da Lusa	XXV
Gráfico 2	Utilização diária	XXVI
Gráfico 3	Edição	XXVI
Gráfico 4	Utilização diária	XXVII

1. Apresentação

Este trabalho, tal como referido, resulta de um período de, sensivelmente, três meses de estágio na Agência Lusa, que decorreu entre 20 de fevereiro e 19 de maio.

O presente relatório pretende refletir o processo de aprendizagem decorrente da condição de estagiário e as práticas e rotinas da agência noticiosa, sobretudo, dentro das secções de Cultura e Economia.

Para além disto, optou-se por caracterizar alguns aspetos formais da instituição, nomeadamente, a estrutura organizacional, o serviço público e, a partir deste conjunto de temáticas, refletir sobre o que é ser jornalista de agência.

Será ainda apresentada uma pequena reflexão sobre o conceito de jornalismo de cultural e uma possível conceção de jornalista económico.

Desta forma, o relatório será composto por quatro capítulos principais:

O primeiro – Reflexão metodológica, pretende apresentar os métodos adotados para a conceção e desenvolvimento do trabalho que aqui é apresentado, bem como uma grelha, que serviu como caderno de registo diário, sobre as atividades desenvolvidas no processo.

O segundo capítulo - Agências Noticiosas, está dividido em dois pontos centrais onde será debatido o conceito de agências notícias, procedido pela caracterização da Lusa.

No terceiro capítulo – Jornalismo Cultural, é esclarecido o conceito por detrás desta especificidade de jornalismo, prosseguida pela análise do que foi observado na secção de cultura da agência Lusa.

O quarto e último capítulo – Jornalismo Económico começa por apontar as principais características de um jornalista especializado em economia e os restantes subtópicos dedicam-se, exclusivamente, ao trabalho desenvolvido na editoria Economia da agência Lusa.

1.1. Problemática

A situação de estágio permite a conjugação de vários procedimentos metodológicos que resultam da circunstância de estar, em simultâneo, a aprender e a desenvolver a atividade profissional, bem como a observar o desenvolvimento de todo o processo.

Desta forma, tornou-se necessário destacar o registo regular, por vezes diário, da experiência obtida, a que se junta o desenvolvimento de procedimentos de observação e de entrevista estando, os primeiros inscritos no processo de estágio, agregados ao caderno onde se retrata a atividade, e os segundos como forma de complementar a informação registada, descrita na primeira pessoa.

Procurou-se conciliar neste trabalho, dois objetos de estudo com um estatuto diverso: o primeiro, o domínio da atividade jornalística, área onde desenvolvi, diretamente, a minha atividade. Portanto, os registos incidem sobre situações experimentadas, vivenciadas e acompanhadas pelos responsáveis por esta secção, trata-se assim de um registo direto sobre a atividade desenvolvida.

Por sua vez, o interesse em associar ao trabalho uma área que me é cara, na qual não tive envolvimento direto, mas sobre cujo trabalho mantive uma observação frequente, incide, por um lado, sobre a análise de elementos documentais e por outro, de um processo de observação – certamente, menos regular, mas suficientemente consistente para suscitar uma reflexão, que decidi agregar ao trabalho realizado.

1.2. Metodologia

Tal como foi referido, ao longo do período de estágio optou-se por registar, frequentemente, o trabalho desenvolvido, de forma a construir um registo não - estruturado, cujas categorias de análise emergiram a posteriori, organizado por data, numa grelha onde é apresentado um pequeno sumário da atividade desenvolvida no dia em questão, bem como as palavras-chave que marcam essa mesma atividade.

A descrição dos eventos que considere marcantes em cada dia, são anotados, paralelamente, com as notas e comentários pessoais, reflexo também do processo de aprendizagem sobre as atividades desenvolvidas. A última coluna da tabela remete para as páginas que correspondem ao relato em questão.

A observação participante, parte integrante do trabalho etnográfico, foi, desta forma, um dos principais métodos pelo qual se pautou esta investigação.

Através das propostas teóricas de autores como Elizabeth Campbell e Luc Lassiter, que desenvolveram reflexões dentro das temáticas mencionadas, e de um posicionamento metodológico que se aproxima do que se designa como *observação participante*, a concretização do trabalho e o envolvimento no processo de aprendizagem podem ser descritos como “uma participação e uma observação sistemática, direta, diária e a longo-termo,” (Campbell & Lassiter, 2015: p.57) muito embora sem a latitude de permanência dos trabalhos de campo com observação participantes mais comuns na etnografia clássica, que se desenvolvem ao longo de vários anos.

Gilles Harrison-Conwill, ao refletir sobre a etnografia e a sua aplicabilidade, refere que “a etnografia é uma ferramenta apropriada para quem procura compreender, de uma forma profunda, os seus próprios locais de trabalho. Para além disso, abordar preocupações pragmáticas de produtividade no local de trabalho, convida à investigação dos sistemas culturais multidimensionais de produção, nos quais estamos, profundamente, enraizados. Em última análise, o antropólogo pode utilizar a etnografia informal no seu local de trabalho. Por sua vez, isso pode revelar um profundo conhecimento da história da organização, do presente e das trajetórias futuras” (Conwill, 2014: p.18)¹

Apesar de se evidenciar que o trabalho etnográfico tem sofrido alterações ao longo das últimas décadas, persistem neste procedimento metodológico, complexo, “as ideias de participação, que implicam imersão, e observação, que implica documentação ativa”, continuam a ser uma marca do trabalho. (Campbell & Lassiter, 2015: p.64)

Desta forma, podemos entender a relevância destes métodos para o estudo que pretendemos desenvolver ao longo deste relatório. Em primeiro lugar, o método etnográfico possibilita um conhecimento geral do trabalho que se desenvolve na Lusa, incluindo os processos e as estruturas organizacionais do trabalho. Em segundo lugar, a

¹ Tradução livre de : “ethnography is an appropriate tool for those pursuing deep understanding of their own spaces of labor. In addition, addressing pragmatic concerns of productivity in the workplace invites investigation of the multidimensional cultural systems of production in which we are deeply embedded. Ultimately, the anthropologist at work may employ informal ethnography to understand and navigate the organizational structures and processes of the workplace. In turn, this may reveal important in-depth knowledge of the organization’s history, current state, and future trajectories”. (Conwill, 2014: p.18)

observação participante possibilitou um contacto direto com as tarefas específicas e os atores que as desenvolvem e com as práticas, rotinas e métodos empregues por aqueles que nela trabalham.

Para a execução deste trabalho, optou-se por complementar a observação realizada com um conjunto de três entrevistas semiestruturadas, uma das quais teve que recorrer a um guião mais estável – embora com questões tendencialmente abertas - uma vez que foi realizada ao editor adjunto de Cultura que, não tendo sido possível o contacto direto, se disponibilizou, contudo, a responder por escrito. As restantes recorreram a um guião semiestruturado, também com questões abertas, havendo, contudo, espaço para a interpelação dos entrevistados com questões para além das programadas, decorrentes da conversação e das respostas que foram dadas.

O trabalho compreende, em momentos diferentes, uma revisão de literatura relativa à atitude e aos procedimentos metodológicos utilizados, bem como sobre as contribuições teóricas sobre as principais áreas focadas deste trabalho, onde se incluem, as agências noticiosas, o jornalismo económico e o serviço público.

Ao longo do processo de investigação, surgiu ainda a oportunidade de realizar um pequeno estudo de caso sobre a produção noticiosa da secção de Cultura, de modo a perceber se o Correio da Manhã e o Telejornal da RTP utilizavam as notícias da agência.

Porém, tendo em conta os objetivos que nortearam a execução deste relatório, decidimos remetê-lo para anexo, como um dos elementos de trabalho.

Na caracterização da análise a produzir sobre a observação e registo realizados, refira-se ainda que “na pesquisa etnográfica a especificidade das ações, as perspetivas e significados dos atores sociais, são considerados assim como o contexto no qual estes estão inseridos. Ao descobrir a maneira de viver e a experiência das pessoas – a sua visão do mundo, os sentimentos, ritmos, padrões, significados, atitudes, comportamentos e ações – o pesquisador também avalia suas próprias ações enquanto pesquisador e participante do processo de pesquisa”. (Teis & Teis, 2006: pp.7 e 8)

Tal significa que, ao estar inserido numa agência noticiosa e pretender observar os processos, as rotinas e o trabalho dos jornalistas, estou também a refletir sobre o meu próprio trabalho dentro da instituição em causa. Daí a importância de manter um registo do trabalho realizado, acompanhado por um conjunto de notas que lhe agregam a reflexão sobre a aprendizagem proporcionada por cada exercício diário.

2. Agências Noticiosas

2.1. O conceito de “Agência Noticiosa”

“As grandes agências de imprensa, supranacionais ou nacionais, constituem indubitavelmente a fonte mais notável de materiais noticiáveis”. (Wolf, 2006: p. 231)

Por sua vez, Thomas Curley, presidente executivo da agência Associated Press, destaca o anonimado que existe numa agência noticiosa e sublinha o seu papel como entidade que divulga as notícias para os meios de comunicação que, por sua vez, as difundem para o mundo.

“Podes não nos conhecer bem ou, talvez, até não ter ouvido falar de nós. Não publicamos um jornal ou aparecemos numa televisão ou estação de rádio, o que nós fazemos é disponibilizar notícias àqueles que, por sua vez, as vão fazer chegar ao mundo insaciável por informação”²(Reporters of the Associated Press - Curley, 2007: p.18)

Já nos estatutos da Agência Lusa, lê-se que o objetivo é assegurar as condições “para uma efetiva cobertura informativa nacional e regional do País, dos acontecimentos relacionados com a União Europeia, com os países de língua oficial portuguesa, com as comunidades de cidadãos portugueses residentes em outros países ou com outros espaços de relevante interesse para Portugal”. (Lusa, 1997: pp. 2 e 3)

Tiago Emanuel Moreira vai ao encontro daquilo que a Lusa define como um dos seus objetivos, ao destacar a natureza das notícias produzidas. Porém, tal como Thomas Curley sublinha o facto destas entidades serem difusoras de informação para os meios de comunicação social. Na sua reflexão, o autor classifica ainda as agências como um misto de negócio e informação, uma vez que os media são os seus clientes e, consequentemente, fontes de receita.

“As agências noticiosas constituem num misto entre negócio e meio de informação que recolhe e veicula notícias, regional, nacional ou, mesmo, internacionalmente, para diversas plataformas, como jornais, rádios, televisões e internet. Como tal, quanto mais

² Tradução livre de: “You may not know us well, or perhaps haven’t even heard of us. We don’t publish a newspaper or run a TV or radio station, what we do is provide the news to those, who do for a world insatiable for information”. (Reporters of the Associated Press - Curley, 2007: p.18)

rápido e abrangente for o leque informativo, mais relevo e possibilidades de mercado conquistam entre os diversos meios”. (Moreira, 2011: p.3)

A linha de pensamento de Sónia Pereira da Silva pode ser interpretada como uma síntese das reflexões dos autores citados, ao afirmar que as agências de notícias “sendo órgãos de comunicação social que trabalham para outros órgãos de comunicação social, a sua atividade de grossista de informação desenvolve-se nos bastidores da arena mediática, e só indiretamente se reflete no diário informativo das ocorrências notáveis promovidas a notícia. Para muitos [...] as agências de informação constituem entidades abstratas, das quais atemos apenas um conhecimento muito superficial”. (Pereira da Silva, 2002: p. 2)

Tendo por base as reflexões aqui apresentadas, podemos definir agências noticiosas como a principal fonte de notícias para os meios de comunicação social que, por sua vez, ao serem clientes destas, difundem a informação para a população.

As agências de notícias procuram fazer uma cobertura alargada dos acontecimentos nacionais, regionais e internacionais, dando especial destaque à cobertura dos acontecimentos relacionados com o seu país, independentemente do sítio onde os mesmos ocorram.

Referenciadas, frequentemente, de forma discreta, as agências noticiosas – neste caso, a Lusa – veem o seu trabalho mediado por diversos órgãos de comunicação social e, constantemente, não só com os seus conteúdos mas, também, com as dimensões formais do seu tratamento particularmente visíveis, o que torna o tratamento editorial interno, nalguns casos, muito próximo, muito próximo da notícia final, refletindo-se, mais marcadamente, o seu trabalho jornalístico na produção dos títulos e dos *leads*, no ajustamento da dimensão do texto ou na inserção de destaques ou imagens.

2.2. Caracterização da Lusa



Figura 1 – Logotipo da Lusa

A agência Lusa foi constituída a 12 de dezembro de 1986, tendo iniciado a produção, menos de um mês depois, à meia noite do dia 01 de janeiro de 1987.

A Lusa “abriu o seu serviço noticioso, distribuindo a todos os clientes o seguinte comunicado: Na sequência do processo de formação da Agência Lusa – Agência Lusa de Informação, CIPRL [Cooperativa de Interesse Público de Responsabilidade Limitada] – as agências ANOP e NP cessaram, a partir das 24H de ontem, a difusão do serviço noticioso. A partir de hoje, cabe à Lusa a responsabilidade de elaborar e de distribuir um serviço noticioso nacional e internacional à rede geral de utentes da ANOP e da NP”. (Lusa, 2011: p.1)

Atualmente, a agência é formada por 11 editorias: Agenda, Desporto, Economia, Lusofonia e Mundo, Multimédia (Lusa TV e Rádio), Política, Sociedade, Cultura, Piquete da Manhã, Piquete da Noite e País. Tem um livro de estilo próprio, recapitulando-se na sua interpretação um conjunto de propósitos e normas de procedimento, associado a uma atitude crítica face à edição da notícia.

“O que a agência diz é verdade. É tudo baseado em factos, a fonte e o contexto são sempre identificados e não se usam adjetivos. Por exemplo, um incêndio não é um grande incêndio, porque não pode ser quantificado”. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

A empresa possui redações em Lisboa, Porto, Ponta Delgada e Funchal. Para além disto, tem correspondentes espalhados por todas as capitais de distrito. Já no estrangeiro, está presente nos Países de Língua Oficial Portuguesa (PALOP): Angola, Brasil, Cabo-Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor Leste. Está ainda na China, Espanha, França, Estados Unidos e na União Europeia, mais precisamente, em Bruxelas. Tal como, elucida o livro de estilo, a Lusa tem ainda “correspondentes em algumas das mais importantes capitais de todo o mundo”. (Lusa, 2012: p.3)

À semelhança dos restantes órgãos de comunicação social, as maiores secções são o Internacional, a Economia, Sociedade e Política, esta última, a editoria mais destacada, de onde emergem, de resto, um número considerável de diretores de diversos meios de comunicação social, correspondendo a permanência neste serviço a uma certa forma de aprendizagem.

No plano de produção global de materiais da agência, a Lusa produz, diariamente, entre trezentas e quatrocentas notícias, quarenta a cinquenta fotos, dez a vinte registos de áudio e cinco a dez de vídeo. A agência recorre ao satélite para fazer chegar a informação aos principais clientes. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

A agência Lusa tem como principais clientes “a esmagadora maioria dos órgãos de comunicação social de expansão nacional, regional e local em Portugal, os organismos de administração pública, as embaixadas e consulados portugueses no estrangeiro, as autarquias, as empresas públicas e privadas, os principais órgãos de comunicação social das comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo, as associações de emigrantes e os media dos PALOP, bem como milhares de clientes particulares”. (Lusa, 2012: p.3)

O impacto e a responsabilidade daí recorrentes afetam tanto a necessidade de cobertura ampla dos temas, como da confirmação da qualidade dos materiais transferido, a isto junta-se a confiança que tem que estar subjacente à origem das notícias recebidas.

“Não há desmentidos numa agência”. Por evidentes motivos de escala, o número e a diversidade de utilizadores / clientes, as suas práticas e calendarização da atividade editorial, não é possível controlar o estrago ou o dano que fazem se difundirem notícias que não são verdadeiras. Por exemplo, a informação chegada, equivocadamente, à Lusa, dando conta, antes de tempo, que António Guterres tinha sido eleito Secretário-Geral das Nações Unidas. “Lançaram apenas um título e, trinta segundos depois, o mesmo já estava em todas as televisões e *sites*”. Contudo, nem o jornalista da agência nem os clientes que difundiram a informação, repararam que o que estavam a publicar não estava correto, uma vez que a decisão ainda não tinha sido anunciada. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

Apesar de, à semelhança de qualquer meio de comunicação, os seus jornalistas estarem sujeitos a pressões temporais, “a rapidez não pode ser exercida com o sacrifício da precisão e da exatidão”, uma vez que a Lusa opta por apresentar os factos mesmo que eles possam parecer do conhecimento do público em geral. “O que parece evidente para o jornalista não o é, necessariamente, para o utilizador da informação”. (Lusa, 2012: p. 4)

Desta forma, regista-se um plano próprio no planeamento e edição, por parte da agência, que vai, com frequência, para lá dos conteúdos mais procurados e editados pelos média, mantendo-se, nesses termos, uma agenda que procura não ficar refém de um certo mediatismo noticioso ou da popularidade dos temas tratados, constituindo-se assim como uma reserva de informação, para alguma atividade jornalística com mais reflexão.

Podendo reportar mais do que uma posição sobre um mesmo evento ou fenómeno, nos casos que o justifiquem, “a agência não toma partido em conflitos políticos ou armados, nem em questões sociais, laborais, religiosas, culturais ou ideológicas. Não tem opiniões, simpatias ou antipatias”. (Lusa, 2012: p. 4)

Por norma, os textos de agência são compostos por palavras e frases curtas, procura-se que não sejam adjetivados e, sempre que possível, não estão presentes estrangeirismos, refletindo assim uma atitude política e normativa relativamente à língua portuguesa e criando, por vezes, algumas dificuldades evidentes de tradução, cada vez mais, acentuada com a integração, sobretudo, de uma enorme diversidade de anglicismos patentes na linguagem utilizada nas redes sociais.

A Lusa é uma empresa formada por acionistas. A maior percentagem pertence ao Estado (50,1%). O Governo contribui, monetariamente, para que a agência preste um serviço público, de modo a que o seu produto chegue tanto aos meios regionais, como aos internacionais.

Este ano, de acordo com o Orçamento do Estado, o montante atribuído à agência, rondou os 13 milhões de euros. A perceção interna sobre as verbas atribuídas é de manifesta insuficiência: “é muito pouco”, se tivermos em conta o serviço prestado e as condições necessárias para o exercer. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

Para além do Estado, junta-se-lhe um conjunto de acionistas que viabilizam a sua atividade, nomeadamente, a Controlinveste Media SGPS, S.A., a Impresa-Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. e a NP-Notícias de Portugal CRL.

O Global Media Group, a Impresa, a Notícias de Portugal, o Público, a Rádio e Televisão de Portugal, o Primeiro de Janeiro e a Empresa do Diário do Minho, completam o lote de acionistas da empresa.

Ao longo dos anos a Lusa modernizou-se e começou a prestar novos serviços. Apesar da sua grande aposta serem as notícias difundidas em linha, o acervo fotográfico também tem uma grande procura pelos clientes e os serviços de áudio e vídeo têm vindo a ganhar, cada vez mais, expressão.

João Pedro Fonseca, chefe de redação da Lusa, afirma que os serviços de áudio e vídeo têm sido uma das apostas da empresa, de modo, não só a responder às necessidades dos clientes, mas também a registar os principais acontecimentos do dia.

“Estou há dez anos na Lusa. O vídeo e o áudio introduziram-se em 2008. Até aí tínhamos um serviço de LusaTV, mas era uma coisa muito residual, que funcionava apenas com pedidos das televisões. Hoje têm o objetivo de não só responder aos pedidos das televisões, mas também fazer escolhas próprias”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

O chefe de redação da agência noticiosa portuguesa refere que, às vezes, os jornalistas mostram alguma relutância no que toca a trabalhar, em vídeo, assuntos que não são pedidos pelas televisões, mas que marcam a atualidade. No entanto, garante que os principais acontecimentos do dia têm que ficar registados, independentemente, de serem pedidos ou não.

“Nós temos uma regra: a coisa mais importante do dia tem que ter vídeo. É uma coisa que, por vezes, os jornalistas não percebem. Era como teres um produto que tem coisas simpáticas, coisas que tu gostas, mas nunca tem o mais importante, porque ao que é mais importante os clientes vão e, portanto, não precisam de nós”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

O mesmo acontece com o produto áudio, implementado em 2008, altura em que foram distribuídos *kits* multimédia por toda a redação e que teve alguns problemas em afirmar-se, mas, que é, atualmente, é difundido, diariamente, nas várias estações de rádio nacionais.

Os principais problemas da agência prendem-se com a falta de jornalistas e de recursos monetários que, conseqüentemente, provocam uma subcarga dos redatores existentes.

“A redação era muito maior, nos últimos dois anos perdeu-se muita gente. Não só pelo efeito de erosão da crise, mas também por um processo de reformas antecipadas, em que 23 jornalistas aproveitaram essa oportunidade. Em Economia sente-se bastante isso. Os recursos não chegam”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

Estas questões acabam por ser colmatadas com a redistribuição de jornalistas ou a junção de secções, como já aconteceu com a editoria Lusofonia ou com a Cultura, apesar de já ter sido autonomizada no início de 2017.

A Lusa vive assim, uma experiência de tensão financeira entre os recursos que lhe são atribuídos, patentes no seu orçamento anual, e as necessidades das diversas editorias (de que destacamos as duas sobre as quais incide a nossa reflexão), patentes, em particular, na dotação de funcionários – talvez mais que o domínio de equipamentos – o que parece afetar a oportunidade de tratar e conferir um maior volume de informação.

2.3. Serviço Público

O primeiro tópico de reflexão – o domínio de serviço público que determina as dimensões éticas e normativas da Lusa – leva-nos a procurar clarificar e discutir o conceito, através da linha de pensamento de alguns autores. A experiência de trabalho realizada implicou o confronto com as necessidades de cobertura territorial, temática, de tratamento e, também, sempre que se considera pertinente, nos temas que estão sujeitos a maior polinização, o princípio do contraditório, isto é, a possibilidade de obter o quadro de colocação e opinião dos principais atores envolvidos nos factos retratados.

Para Helena Gonçalves e Helena Pinto, o serviço público deve “contribuir para tornar o público mais exigente, procurando alargar as suas audiências pela isenção e qualidade”. (Gonçalves & Pinto, 2003: p.10)

No entanto outros autores, como Manuel Pinto, associam o serviço público ao conceito de cidadania, sobretudo através da televisão, “os cidadãos adquirem informação, as representações e as mundividências que constituem recursos simbólicos decisivos para a intervenção e participação na esfera pública”. (Pinto, 2005: p.48)

João Pedro Fonseca vai de encontro às definições apresentadas pelos autores citados, ao afirmar que uma das obrigações que o serviço público impõe é uma representação territorial bem marcada.

“Temos que manter uma representação territorial bem marcada. Portugal não é Lisboa. Devemos ter entre 70 a 80 correspondentes pelo país e essa é uma das componentes do serviço público. A grande diferença é que o nosso serviço não entra no capítulo da notícia para abrir os telegjornais, que é o que os privados fazem. Temos que mostrar às pessoas que acontecem coisas na Guarda, no Algarve, em Bragança, no país todo”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

A posição aqui apresentada, que dilata o âmbito de prestação de serviço por parte da Lusa, resulta de algumas situações de acordo e, também, do facto da agência assumir um papel ativo junto dos países de língua oficial portuguesa, com especial destaque para os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP).

No entanto, garante que, na prática, o conceito acaba por ter uma definição mais alargada, uma vez que inclui também a cobertura dos países de língua oficial portuguesa, uma vez

que estes, na generalidade, acabam por serem noticiados apenas quando estão em guerra, quando sofrem catástrofes ou quando existem eleições.

Apesar de prestarem um serviço diversificado e credível, tal como afirma Cristina Cardoso, os jornalistas da Lusa são “quase anónimos”. A agência fornece informação aos clientes que, por sua vez, fazem com ela o que entenderem, ou seja, a partir do momento em que o serviço é vendido ao cliente, a agência deixa de ter direitos sobre ela. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

A situação autoral comporta, uma certa originalidade por esta tática diluição da autoria noticiosa, bem sentida pelos seus jornalistas. A cedência simultânea da informação e dos direitos tende a esvaziar a visibilidade dos seus autores que, a despeito disso, assumem as tarefas de recolha, seleção e tratamento dos conteúdos – e respetivos contraditórios – conferindo-lhes formas finais de tratamento que, embora sob formas geralmente padronizadas – breves, reportagens, entrevistas, por exemplo – implicam, com isso, a extensão plena do papel do jornalista, face à produção da notícia.

O contrato de serviço público da Lusa, enumera vários pressupostos que a entidade deve assumir como parte integrante do seu trabalho. Entre eles, pode ler-se a “recolha, tratamento e divulgação da informação noticiosa sobre a atualidade nacional e internacional, nos formatos de texto, fotografia, áudio e vídeo, segundo critérios de isenção, rigor, independência e respeito pelo pluralismo”; a cobertura informativa de acontecimentos nacionais e internacionais, bem como informações dos países de língua oficial portuguesa e das comunidades portuguesas no estrangeiro e a “preservação, manutenção e disponibilização do acervo histórico do seu Centro de Documentação de texto e de imagem, enquanto fator essencial para o resguardo da memória coletiva”. (Lusa, 2017: pp. 1 e 2)

Desta forma, pode-se afirmar que o serviço público contribui para manter a coesão social, ou seja, todas as pessoas têm acesso à informação, quer sejam elas do Norte, do Centro ou do Sul do país. Compreende-se, aqui também, o projeto de garantir a partilha de informação sobre o próprio país como forma de reforçar a perceção de um território comum e, nesses termos, como um dos agentes fundamentais para a formação do que Benedict Anderson designa por “comunidades imaginadas”.

“Nação, uma comunidade política imaginada como inerentemente limitada e soberana. É imaginária porque até mesmo os membros da nação mais pequena, nunca conhecerão a

maioria dos seus compatriotas, não irão vê-los nem ouvi-los, mas na mente de cada vive a imagem da sua comunhão”.³ (Anderson, 1993: p.23)

Para além de aproximar as pessoas, contribui para tornar o público mais exigente em termos de qualidade do serviço que lhes é prestado. Junta-se a obrigação, já referida, que a empresa tem de estar, especialmente, atenta aos países africanos - tornada também pertinente para a edição portuguesa – e não só para complementar a atividade jornalística no destino – tendo em consideração os laços históricos e a presença em território nacional, de um considerável número de migrantes e seus descendentes, oriundos destes países.

Do mesmo modo, tratando-se Portugal de um país de intensa emigração e, até mesmo pelo dever de manter informada uma população que continua a exercer direitos políticos concretos na vida política nacional – os círculos da emigração – o noticiário que incide sobre a vida social, económica e cultural nacionais, tornam-se, particularmente importantes para o acompanhamento da sociedade portuguesa pelas suas comunidades no estrangeiro.

Parece justificar-se, pois, que o Estado pague à agência para que ela recolha, trate e difunda a informação, dos mais diversos assuntos, para um quadro mais alargado de clientes, conferindo um território bastante mais alargado para a difusão da sua produção informativa.

2.4. Identificação

Tanto nos meios escritos, como na televisão é possível verificar, muitas vezes, que os meios de comunicação social repetem o seu formato de organização dos conteúdos, tornando-se possível, a partir daí, identificar, facilmente, que se trata de um texto de agência difundido pelos clientes. No entanto, apesar da notícia não ter sido feita por nenhum jornalista da empresa em questão, a origem da informação raramente aparece mencionada. Se nos jornais, sobretudo em formato *online*, esta situação é mais perceptível,

³ Tradução livre de : “Nación, una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana. Es imaginada porque aun los miembros de la nación mas pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión”. (Anderson, 1993: p.23)

na televisão só é identificável se repararmos que o microfone utilizado não corresponde ao da empresa que está a difundir a peça.

Maria Augusta Gonçalves, editora de Cultura na Lusa, afirma que o aproveitamento que os media fazem do trabalho difundido pela agência, particularmente, nas notícias associadas à Cultura, é bastante visível, sobretudo, nas edições *online*.

A incorporação de materiais é regular: “o *site* da TSF podia ser o nosso *site*. O Diário de Notícias tem, na edição *online*, muitas notícias nossas. Quase todas as notícias de Cultura da Lusa são postas em linha, integralmente, pela RTP”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

No entanto, esta realidade não é um exclusivo nacional, uma vez que as agências noticiosas internacionais também utilizam a Lusa, como ponto de partida para alguns dos seus artigos.

“Há agências internacionais, sobretudo a EFE, que usa muito as nossas informações, até a prazo. A EFE dá muito esse espaço, até voltarem a um tema e pegarem, muitas vezes, em coisas que se passam cá...o que é natural. Se eu fosse para Espanha, provavelmente, lia muito o serviço da EFE para me orientar no que era o dia-a-dia e a atualidade espanhola”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Verifica-se que as agências noticiosas são um meio de comunicação privilegiado, não só por terem uma vasta lista de correspondentes, mas também por receberem, muitas vezes, em exclusivo, informações. Por exemplo, “os políticos dão muita coisa à Lusa em primeira mão porque não conseguem ir a todos os meios de comunicação social, sobretudo os regionais”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Por sua vez, os media optam, constantemente, por não dar os devidos créditos à agência. Porém, e tal como refere Cristina Cardoso, sempre existe um lapso “ou quando as coisas correm mal, a culpa é da agência”. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

Uma vez que os meios de comunicação social estão a pagar por um serviço, coloca-se a questão se estes não passam a ser detentores da mesma estanda, por isso, fora da obrigação de identificar a agência ‘Lusa’ como a fonte da informação noticiada.

Se por um lado, o Código Deontológico do Jornalista Português afirma que “o jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes” (Código Deontológico, 1998: 6º ponto), os meios de comunicação social apresentam uma visão diferente.

Segundo Cristina Cardoso, tanto a SIC como a RTP já se manifestaram sobre o assunto e, uma vez que, a agência é uma fonte externa ao meio de comunicação e as empresas “pagam pelas imagens, consideram que não têm que por os créditos. Se tivessem que o fazer...provavelmente, não iriam querer pagar pelas imagens”. (Cardoso, 2017: Conferência ESCS)

Porém, Maria Augusta Gonçalves considera que não é justo que os meios de comunicação se apropriem do serviço desenvolvido pelos jornalistas da agência e que o usem, integralmente, sem mencionar que o mesmo provém da Lusa.

“É assim um bocadinho de batota eles terem lá as nossas notícias, porque é como se o nosso serviço, de repente, voasse pela janela fora”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

2.5. Estrutura organizacional

Na agência Lusa, existe uma estrutura organizacional bastante definida, apesar de se verificar que têm todo o mesmo objetivo: a produção de um serviço, que é apresentado como sendo de qualidade, isento e competitivo.

Podemos afirmar que no topo está a administração, com quem só tive contacto quase no final do estágio. Sobretudo, no que se refere aos estagiários apenas comparece nos últimos dias para ouvir a avaliação que os mesmos fazem do processo e para aceitar sugestões.

Segue-se a direção de informação, responsável por analisar todas as notícias que passam pela agência, independentemente, de que áreas forem. São a terceira fase de análise, uma verificação posterior à sua divulgação, que permite ter um olhar diferente sobre os textos, sobretudo, para corrigir eventuais gralhas que escaparam aos editores, por exemplo se foi utilizada a expressão correta “Orçamento do Estado” ou a errada “Orçamento de Estado”.

Nos períodos de maior fluxo de informação, há sempre, pelo menos, um membro da direção presente, no piso onde se instala grande parte da redação. O mesmo se verifica ao fim de semana. Mesmo durante os piquetes, está presente um membro da direção, a tempo total, verificando-se a rotação com outros elementos.

Os editores estão divididos entre o piso 1 e o piso 2. O primeiro andar destina-se, na totalidade, à maioria das secções, que se encontram divididas por duas salas, ligadas por um corredor. No lado direito estão as secções de Economia, Política, Lusofonia e

Internacional. Já no lado esquerdo estão a Agenda, Sociedade, Pais e Cultura. No segundo andar, estão divididas, novamente por duas salas, a Multimédia e o Desporto.

A equipa de edição ocupa as mesas de topo da área que é destinada à secção. Por sua vez, os redatores, estão divididos em ilhas, de acordo com as suas áreas ou com os constrangimentos provocados pelo espaço.

Cabe aos editores, conforme já foi aqui referido e tal como o nome indica, a tarefa de confirmar as peças, áudios, vídeos ou fotos, de acordo com a sua estrutura, coesão e pertinência. São também os primeiros a serem responsabilizados em caso de erros que se verifiquem, que pelos clientes ou fontes, quer pela direção. Nestes casos, procede-se a abertura de um novo documento com o título CORREÇÃO, que se inicia com a explicação do que vai ser alterado, prosseguida por uma versão integral corrigida.

É também função da equipa de edição marcar os serviços, aceitar e distribuir trabalhos, aprovar folgas e comprovar requisições de táxis ou emprestar material, como é o caso das placas de internet móvel, os gravadores de áudio e os auscultadores.

Os redatores submetem o seu trabalho sob a orientação dos editores e elaboram os trabalhos que lhes são pedidos e comparecem aos serviços marcados. Por sua iniciativa, podem sugerir notícias e reportagens. Quando são especializados em determinada área e possuem fontes privilegiadas dentro da mesma, conseguem obter documentos oficiais ou declarações sobre determinado assunto, antes mesmo da própria direção ou edição.

Por exemplo, é frequente que alguns redatores tenham um acesso privilegiado a versões preliminares do Orçamento do Estado ou decisões por parte dos Sindicatos, no que se refere ao anúncio da convocação de manifestações.

Muitas vezes, é aos redatores que cabe a tarefa de acompanhar os estagiários ao longo do seu percurso, levando-os a serviços, dando uma primeira “vista de olhos” nos trabalhos ou sugerindo-lhes qual a melhor forma de começar determinado tema.

Na Lusa, encontram-se ainda alguns cargos “intermédios” que não estão, propriamente, ligados à produção de notícias, mas cujo trabalho é indispensável. Dentro deles, encontra-se o Departamento de Pessoal, que trata da burocracia relativa à aquisição de novos recursos humanos, que assegura que os colaboradores fazem os exames necessários para a medicina no trabalho e que trata de fazer os pagamentos à empresa de táxis que tem acordo com a agência; o serviço financeiro, que trata dos pagamentos ou o secretariado que faz as escalas dos piquetes de fim de semana e assegura a correta distribuição do

material, como resmas de papel, blocos e canetas, cumprindo assim um dos requisitos que o serviço público exige, a poupança de recursos.

2.6. Jornalista de Agência

Um jornalista de agência, para além de estar sujeito ao Código Deontológico, como todos os membros da profissão, é obrigado a reger-se por mais um conjunto de normas específicas que não são, de uma forma geral, intrínsecas a todos os meios de comunicação. Entre elas, encontram-se a obrigatoriedade de estar a prestar um serviço público, como já aqui foi referido, bem como o facto de ter que seguir um Código de Ética e Prontuário, específicos. Dai que, ao analisarmos várias notícias, de diversas agências, verificamos que existem características, no que se refere à escrita, à dimensão do texto ou à construção do lead, que são semelhantes, independentemente de ser, por exemplo, a Lusa, a France Press, a Associated Press ou a EFE a escrever.

O Código de Ética da Lusa é composto por um conjunto de normas a que todos os colaboradores devem aceitar estar sujeitos. Entre elas está a minimização de custos, devendo os profissionais “adotar os procedimentos mais adequados a uma política de limitação e redução de custos e despesas”; a lealdade, que prevê que é da responsabilidade dos funcionários evitar a “sobreposição de eventuais interesses próprios ou de terceiros, empenhar-se na garantia da defesa dos interesses da Lusa, salvaguardando e garantindo a sua boa imagem, credibilidade e prestígio” e a independência, devendo os colaboradores “pautar o seu comportamento com independência perante todos os poderes, nomeadamente, político, económico, financeiro e religioso”. (Lusa, “Código de Ética”, 2012: pp. 4 e 5)

O documento prevê ainda que todos os colaboradores se abstenham de práticas que possam por em risco o seu comportamento, por isso, não devem receber gratificações de terceiros, que “podem criar, a quem os presta expectativas de favorecimento nas suas relações com a empresa”. Todos os funcionários da agência, devem ainda “manifestar empenho na formação contínua e na permanente atualização dos seus conhecimentos, tendo por objetivo a manutenção e a melhoria do seu desempenho profissional”. (Lusa, “Código de Ética”, 2012: pp. 4 e 5)

Para além disto e, no que se refere à relação com as fontes de informação, os trabalhadores de agência devem ser criteriosos, ou seja, devem realizar a confrontação de fontes e

permitir a emergência de versões contraditórias. O jornalista baseia-se em fontes de modo a tentar alcançar verdade dos factos, uma vez que nem sempre observa, de forma direta, o acontecimento. Mesmo quando o faz, “apenas se apercebe de um ângulo, porventura erróneo, daquilo que testemunha. Por isso, socorre-se de testemunhas, pessoais ou documentais, escolhidos segundo critérios exigentes”. (Lusa, 2012: p. 19)

A internet é utilizada como uma fonte de informação, porém, tal como se pode verificar no Livro de Estilo da agência, os jornalistas não devem privilegiar a este meio em detrimento do contacto direto com as fontes. A sua utilização deve assim “ser revestida de suplementares cautelas, dada a impossibilidade de controlo total do conteúdo da informação recolhida neste universo”. (Lusa, 2012: pp. 25 e 26)

A confidencialidade da fonte é concedida como uma forma de proteção para quem transmite ao jornalista dados, testemunhos ou factos verificáveis. Desta forma, não pode ser atribuída a “quem quer meramente passar para os media uma visão dos acontecimentos, favorável aos seus interesses particulares ou de grupo.” (Lusa, 2012: p. 22)

No que se refere ao Prontuário da instituição, também existem características específicas que não se veem, de uma forma geral, nos meios de comunicação. Por exemplo, “no noticiário de agência a utilização dos adjetivos é muito rara, principalmente quando se trata de adjetivos valorativos”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p.3)

Os estrangeirismos devem ser evitados, sempre que possível, mesmo que já sejam utilizados, frequentemente, nos media. Palavras como *airbag* ou *site*, devem ser substituídas por almofada de ar e página na internet, respetivamente. Porém, expressões como *online* podem ser utilizadas, não deixando de colocar plicas.

Existe ainda uma terceira situação no que diz respeito às palavras de origem estrangeira. Alguns conceitos podem ser empregues, novamente, entre plicas, desde que seja apresentada a sua tradução e explicação em português. Por exemplo, *startups*, devem ser traduzidas como empresas com rápido potencial de crescimento económico.

Existem expressões que aparecem, com frequência, nos meios de comunicação portugueses que acabam por parecer corretas, ou seja, estamos tão habituados a elas, que não nos apercebemos que, na realidade, não fazem sentido. Por exemplo, não se deve dizer “a outra alternativa”, porque a alternativa é sempre outra. Também não se deve

empregar a expressão a “única alternativa”, uma vez que “se não há outra possibilidade, não se pode falar em alternativa”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: pp. 4 e 5)

As “muletas” (no sentido de bordões de linguagem) utilizadas para a construção de uma frase também devem ser evitadas, sobretudo, quando existem alternativas que facilitam a sua substituição. “Uma decisão a nível governamental é uma decisão governamental, uma iniciativa a nível ministerial é uma iniciativa ministerial”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 6)

Já as aspas “devem ser utilizadas, com muito critério, em citações e declarações, em títulos de publicações, jornais, artigos, filmes, livros e espetáculos”, uma vez que a sua utilização pode dar outra conotação às palavras. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 8)

O *background* é um dos principais elementos que os jornalistas de agência devem utilizar nas suas peças. Por isso, em situações específicas, como por exemplo, o referendo da Catalunha, são criados uns parágrafos para contextualizar todas as peças sobre o assunto e os mesmos são distribuídos por todos os jornalistas. Nas agências, é mesmo comum, e aceitável a utilização de parágrafos escritos por outros jornalistas da mesma empresa, devendo-se para isso, no final da peça indicar que o nosso texto, teve por base a informação de outra pessoa. Por exemplo: RRA (CSJ), significaria que o texto foi escrito pela jornalista Rosária Rato e que teve por base uma peça da Carla Jorge.

“O jornalista de agência parte sempre do princípio de que está a informar pessoas que não conhecem a totalidade do assunto que está a ser tratado, embora isto não possa servir de pretexto para a inclusão de informações desnecessárias”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 9)

A utilização do calão ou de linguagem técnica também deve ser utilizada, para que a informação seja perceptível ao público em geral. No caso de uma citação, quando existe um insulto, deve optar-se por colocar a informação no discurso indireto e não especificar a palavra ou, quando é, estritamente necessário, opta-se por “censurar” a palavra com asteriscos ou reticências. Já as siglas devem ser antecidas da sua versão por extenso.

“É sempre possível evitar a utilização de clichés, sobretudo os que possam ser ofensivos, por exagero ou simplificação, quando aplicados a pessoas ou locais. Alguns dos clichés mais “populares” entre os jornalistas figuram “a cerimónia da tomada de posse” (a posse), “ir às urnas” (votar), “usar da palavra” (falar)”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 14)

O princípio do contraditório deve estar presente em todos os trabalhos jornalísticos, nos que são produzidos pelas agências de notícias, é obrigatório, sempre que exista mais que uma posição, em relação a determinado assunto.

A utilização do feminino nos cargos e funções também é uma característica do jornalismo de agência, a única exceção é o cargo de presidente.

Expressões como “nuestros hermanos”, “dormir sobre os louros da vitória” ou “branco como a neve”, devem ser evitadas, pois “evidenciam falta de imaginação e criatividade. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 28)

“Independentemente do nível cultural ou do grau de conhecimento em relação a um determinado assunto, há estudos que garantem que o recetor de uma informação tem uma capacidade de memorização imediata limitada a um máximo de 40 palavras por frase, isto é, entre 220 e 320 caracteres. Daí que tenha sido considerado há muitos anos que o lead de agência não deva ultrapassar as 35 palavras”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 44)

Este conjunto de recomendações que devem reger o trabalho dos colaboradores da agência e que são fortemente assegurados, através das diversas fases de edição e aprovação a que se submetem as peças jornalísticas, surgem em primeiro lugar pela necessidade de construir um texto tido como simples e coeso, facilitando o trabalho aos leitores e permitindo a memorização do mesmo, através da utilização de frases de curta dimensão.

Por outro lado, podemos afirmar que existe uma preocupação em evitar ou, pelo menos, minimizar a utilização de estrangeirismos, com o objetivo de, em primeiro lugar, preservar a utilização de expressões e palavras provenientes da língua portuguesa e, em segundo lugar, não partir do pressuposto que o estrangeirismo é do conhecimento do público, uma vez que essa ideia corresponde apenas a uma generalização.

Tal como em todos os meios de comunicação, o jornalista de agência tem que cumprir regras no que respeita à numeração. Neste sentido os números até dez, inclusive, devem ser escritos por extenso. Já a numeração romana é respeitada de acordo com a informação disponibilizada pelos promotores de determinado evento, por exemplo, se a expressão é “IV Jornadas”, deve manter-se. Nos casos em que o jornalista se refere a reis ou papas, também se utilizam os números romanos.

Apesar da agência não fazer publicidade, “é frequente a menção aos mais diversos produtos. Cabe ao jornalista traçar os limites entre aquilo que é informação de interesse

público e aquilo que não é, entre aquilo que é publicidade e aquilo que não é. A questão é polémica e tem sido motivo de muita discussão. Há meios de comunicação portugueses que chegaram ao ridículo de anunciar a abertura de uma determinada exposição de pintura “num hotel da capital”, sem mencionar o local, mas pensando que estavam a prestar um serviço ao público e ao jornalismo em geral”. (Lusa, “Prontuário”, 2012: p. 55)

A utilização do discurso direto e indireto também assume características que não são comuns aos meios de comunicação, uma vez que estes optam, frequentemente, pela utilização do discurso direto e indireto no mesmo parágrafo. Na Lusa, isso não é possível, os colaboradores têm que optar por uma das versões. Por vezes, em caso de entrevista, também existem pessoas que não autorizam ser citadas, por isso, o texto tem que ser, totalmente, construído em discurso indireto.

Em agência, também se definem as palavras que são escritas com letra maiúscula ou minúscula. Apesar de não existir nenhuma regra fixa que explique todos os casos, podemos usar como exemplo a palavra “Ministério” que, independentemente, de iniciar o parágrafo ou aparecer a meio já deve ser escrita com maiúscula. Já “ministro da Cultura”, deve ser apresentado com o cargo em minúscula e a área em maiúscula. Porém, Presidente deve ser escrito em “caixa alta”, apenas quando se refere ao Presidente da República, nos restantes casos deve-se optar pela “caixa baixa”.

Os jornalistas de agência também têm que responder perante os pares. Por outras palavras, a Lusa é das poucas instituições com órgãos reguladores internos, como iremos ver mais à frente, o que significa que, para além de defenderem os interesses dos trabalhadores, entidades como o Conselho de Redação, asseguram que os funcionários estão a respeitar as regras da agência, no que se refere à escrita, às temáticas e à estrutura das peças. Enquanto representantes dos trabalhadores, também lhes cabe a tarefa de defender os profissionais, não só no que se refere aos seus direitos, dentro da empresa, mas também a “ataques” pessoais vindos, por exemplo, de elementos do Governo ou de entidades particulares. Apesar de existir uma certa defesa inerente ao facto de as peças serem assinadas apenas com as iniciais dos jornalistas e de não ser através da Lusa que elas chegam ao público, verificam-se casos em que os visados nas peças mobilizam recursos para tentar pressionar o jornalista.

Em suma, podemos afirmar que, em primeiro lugar, os jornalistas são obrigados a prestar um serviço público, com todas as implicações que isso acarreta. Por outro lado, existem

documentos que devem reger o trabalho destes profissionais, nomeadamente, o Código de Ética e o Prontuário.

O Código de Ética enumera um conjunto de normas a que todos os funcionários devem conhecer e respeitar, nomeadamente no que se refere à sua conduta enquanto profissionais da agência, que se deve estender também às relações pessoais.

Por sua vez, o Prontuário inclui um conjunto de exemplos organizados de A-Z, que explicam como é que os termos e as expressões que devem ou não ser empregues.

A relação com as fontes de informação também assumem características especiais, uma vez que a confidencialidade deve ser concedida como forma de proteção e não para permitir que alguém se aproveite desta condição para fazer passar determinada mensagem e / ou informações que podem ser incorretas.

Por último, uma das principais características que os jornalistas de agência devem imprimir ao seu trabalho é a utilização de *background*, de modo a que todas as peças estejam contextualizadas. Isto facilita as condições de leitura / compreensão ao leitor, porque não se pode partir do princípio que o mesmo conhece os assuntos que estão a ser trabalhados, mas, também facilita os próprios jornalistas, que ao pegar num tema que não costumam trabalhar, se socorrem da contextualização feita por outros colaboradores.

3. “Diário de bordo”

2017	Sumário; Palavras-Chave	Descrição	Notas	Txt
02.20	<p>Receção dos estagiários; Apresentação da agência de notícias; Conversa sobre o Livro de Estilo da ‘Lusa’; Formação Editorial: características do noticiário de agência, importância da carteira profissional, fontes de informação, regras de identificação e princípio do contraditório.</p> <p>Palavras-chave: Agência; Fontes; Lusa; Notícias; Regras.</p>	<p>O primeiro dia de estágio permitiu que estabelecêssemos contacto com uma agência de notícias e com o trabalho que desenvolve. Posteriormente, trabalhamos alguns dos materiais que nos haviam sido entregues, como o Livro de Estilo. O diálogo com os jornalistas da casa, permitiu o esclarecimento de algumas dúvidas e a delimitação das primeiras estratégias de trabalho. A receção dos estagiários foi efetuada pela coordenadora Sofia Branco. Seguiu-se uma conversa com João Pedro Fonseca, chefe de redação, sobre o Livro de Estilo da Lusa.</p> <p>Rosária Rato apresentou a importância da carteira profissional e as características do noticiário de agência, bem como a sua evolução ao longo dos anos. Nuno Simas finalizou o primeiro dia de formação com uma conversa sobre as fontes de informação, regras de identificação e o princípio do contraditório.</p>	<p>A análise do Livro de Estilo da Lusa permitiu o acesso às regras que regem a elaboração de trabalhos na agência. Destaca-se a rigidez na confirmação, mesmo que implique que a agência seja a última a divulgar uma notícia sobre determinado tema.</p> <p>As características do noticiário de agência, sobretudo, a sua importância para os restantes meios de comunicação, acabou por ser verificada ao longo do período de estágio, ao observar a rapidez com que uma notícia da Lusa é difundida nos media.</p>	96
02.21	<p>Formação Editorial: existem palavras proibidas em agência? A construção do lead. Apresentação das editorias.</p> <p>Conversa com o editor de Lusofonia e Mundo.</p> <p>Palavras-chave: Agência; Economia; Fontes; Lead; Lusofonia; Política.</p>	<p>Fernando Peixeiro desmistificou a ideia de que a escrita de uma agência de notícias não pode ser criativa, no entanto sublinhou que não se devem utilizar palavras de difícil perceção.</p> <p>Susana Bernardes fez uma apresentação com exercícios práticos sobre a forma adequada para a construção do lead.</p> <p>O segundo dia de formação terminou com apresentação de parte das editorias: Piquete da Manhã (Susana Bernardes), Lusofonia e Mundo (Eduardo Lobão), Desporto (José Pedro Simões), Política (José Pedro Santos), Economia (Carla Jorge), Piquete da Noite (Alexandre Ribeiro de Almeida). No mesmo dia, questioneei o editor de Lusofonia e Mundo, Eduardo Lobão, sobre o trabalho desenvolvido na editoria e as</p>	<p>A criatividade que a escrita de uma agência permite, pode ser vista através da elaboração de uma reportagem e da liberdade de escrita que a mesma permite, nomeadamente na dimensão e na criação do título.</p> <p>A conversa com o editor Eduardo Lobão esclareceu que a secção Lusofonia e Mundo debruça-se, sobretudo, em questões políticas e traduções. Esta questão deve-se, em grande parte, à decisão de se juntar a Lusofonia e o Internacional, de modo a cortar nas despesas da agência. A cultura lusófona é entregue, quase em exclusivo, à secção de Cultura, exceto quando existem zonas de fronteira ou quando os recursos humanos disponíveis são escassos.</p>	97

zonas de fronteira com a secção Cultura.

02.22	<p>Formação Editorial: O peso da agenda nos media; A importância da memória numa agência de notícias; Apresentação das editoriais.</p> <p>Palavras-chave: Agenda; Cultura; Fotografia; Memória; Sociedade.</p>	<p>O jornalista António Navarro iniciou a formação editorial com uma conversa sobre a importância que a agenda da Lusa tem e nos restantes meios de comunicação.</p> <p>João Pinheiro de Almeida, António Caeiro e Natal Vaz, conduziram a formação sobre o peso da memória na agência, fazendo uma síntese da evolução das formas de trabalho ao longo dos anos. Destaca-se, por exemplo, a utilização do Telex ou a utilização dos telefones fixos para ditar notícias. Para além disto, clarificou o porquê da importância de ter uma redação com jornalistas de várias idades e formações, de forma a completarem-se. Por exemplo, enquanto os mais novos podem ter maior facilidade com as tecnologias, os mais velhos, conseguem contextualizar melhor, porque presenciaram um período mais alargado.</p> <p>O dia terminou com a segunda parte da apresentação de editoriais: Agenda (António Navarro); Fotografia e Multimédia (Paulo Carriço); Cultura (Maria Augusta Gonçalves); Rosa Carreiro (País); Sociedade (Henrique Botequilha) e secção do Porto (Miguel Sousa Pinto).</p>	<p>Esta importância pode ser vista através da necessidade que os meios de comunicação têm deste serviço, uma vez que não possuem recursos para ter uma secção que se dedique, em exclusivo, à organização dos eventos de cada dia. Verifica-se que este é um dos produtos mais vendidos na Lusa.</p> <p>Na secção de Economia é possível verificar essa diversidade de idades e de tarefas. Verifica-se que os jornalistas mais antigos possuem uma carteira de contactos mais vasta, bem como um conhecimento sobre o histórico de determinadas temáticas. Por outro lado, os mais novos conseguem apresentar novas formas e ideias de abordar os temas tratados na secção.</p> <p>A Cultura está articulada com a Lusofonia. No entanto, uma vez que é uma secção recente, cabe à Cultura, sempre que existam recursos humanos, todos os eventos culturais lusófonos. Por vezes, existem temáticas que se cruzam. No caso do lançamento do livro de Luaty Beirão, justificava-se, por exemplo, a inclusão de perguntas políticas, apesar do contexto ser cultural e lusófono.</p>	97 98
02.23	<p>Apresentação do 'software LUNA'; Distribuição dos estagiários pelas secções.</p> <p>Palavras-chave: LUNA; Software.</p>	<p>A utilização do LUNA obriga à utilização de algumas regras patentes no Livro de Estilo, nomeadamente, a limitação do número de caracteres e a introdução de fontes e palavras-chave.</p>	<p>O LUNA é uma ferramenta de trabalho diária, é através dele que se criam novos documentos, que se consultam as agências internacionais ou que se acede ao arquivo da</p>	99 100

02.24

Formação Editorial: Ética e Deontologia (Sofia Branco) e conversa com elementos dos Órgãos Representantes dos Trabalhadores.

Palavras-chave:
Deontologia; Ética.

A formação foi presidida pela coordenadora de estágios e presidente do Sindicato de Jornalistas, Sofia Branco, que separou os conceitos de ética e deontologia e apresentou as entidades que regulam e autorregulam a profissão.

A representação do Conselho de Redação, da Comissão de Trabalhadores e dos Delegados Sindicais, destacou a importância da presença destes três órgãos na 'Lusa', uma vez que não é algo usual nas empresas de comunicação.

agência de notícias, iniciando uma pesquisa.

Sofia Branco enumerou, ao longo da sua apresentação, alguns dos princípios englobados na ética e deontologia do jornalismo.

Entre eles encontram-se: a credibilidade e reputação da profissão, o reconhecimento dos pares, a confiança do público, a responsabilidade social dos média no que concerne à limitação de danos, à não discriminação, à presunção de inocência, bem como os limites à liberdade de imprensa e os desafios da profissão.

A regulação da atividade jornalística cabe à Entidade Reguladora para a Comunicação Social e à Comissão da Carteira, no entanto, algumas empresas têm órgãos internos que procuram fazer a autorregulação da atividade, tais como o Conselho de Redação; os Provedores e o Código de Ética.

100

100

01.03. 2017	<p>Apresentação. Elaboração de breves, para treino.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Economia.</p>	<p>As breves chegam à Lusa através das agências de comunicação, ou dos gabinetes de marketing e relações públicas de algumas empresas. Estas, procuram estabelecer confiança com os editores ou com os jornalistas dedicados às áreas sobre as quais se debruçam e, a partir daí, enviam comunicados de imprensa ou informações via e-mail ou Skype que “gostariam” de ver publicadas.</p> <p>Por norma, os comunicados, independentemente da empresa de onde sejam provenientes, seguem sempre a mesma linha: os primeiros parágrafos são destinados à novidade, nos rodapés é inserida alguma informação sobre a empresa ou empresas envolvidas na informação e, entre estes dois tópicos aparecem algumas citações de presidentes executivos ou de algum responsável de topo. Sempre que se justifica, as entidades acabam por inserir algumas informações sobre as áreas em que se destacaram.</p> <p>Chegado à Lusa, os editores avaliam a pertinência do comunicado, de acordo, em primeiro lugar, com aquilo que são as notícia-tipo da agência e, por outro lado, com o que diz respeito à secção em causa.</p> <p>Este tipo de trabalhos não deve ultrapassar os três parágrafos (quatro, em casos excepcionais). O primeiro é destinado ao lead, respondendo às tradicionais questões, como qualquer texto jornalístico. No segundo ou no terceiro, deve estar uma citação de um dos intervenientes e, no restante, opta-se por colocar mais informação sobre a empresa ou desenvolve-se mais o tema tratado no primeiro parágrafo, de acordo com a sua pertinência. Porém, nem sempre esta estrutura se mantém, quando a informação assim o justifica.</p> <p>Por exemplo, o grupo Marriott Hotels envia vários comunicados para a agência, nomeadamente quando faz uma remodelação num dos hotéis da cadeia.</p>	<p>Os gabinetes de marketing e relações públicas procuram estabelecer um grau de confiança com os jornalistas, sobretudo com aqueles que se dedicam à área mais ligada à empresa a que os departamentos correspondem. No entanto, essa proximidade não significa, nem legítima, automaticamente a informação, mas possibilita, por vezes um acesso antecipado às mesmas.</p> <p>Pode ainda falar-se da pressão que os gabinetes exercem sobre os jornalistas para que a informação seja publicada. Quando a resposta é negativa, por vezes, as empresas tentam enviá-la para outro jornalista da agência, para tentarem que a mesma seja divulgada. Porém, como existe uma articulação entre os vários jornalistas e a equipa de edição, as tentativas mencionadas acabam por não ter sucesso.</p> <p>Por exemplo, na breve sobre a faturação da loja de vestuário ‘Desigual’, deu-se maior destaque à apresentação e justificação dos valores registados pela empresa em 2016.</p> <p>Desigual fatura 861 milhões de euros em 2016 – Título</p> <p>A Desigual, empresa de vestuário, faturou 861 milhões de euros em 2016, o que corresponde a um decréscimo de 7,8% face a igual período do ano anterior. – Lead</p> <p>O EBITDA, indicador que mede a produtividade e eficiência de uma empresa, registou uma queda de 17% em 2015, situando-se nos 166 milhões de euros.</p>	103- 106
-------------	---	--	--	----------

Os resultados obtidos devem-se à diminuição das vendas na Europa, potenciada pelo surgimento de marcas de baixo custo e pelo crescimento de lojas ‘online’.

Neste caso, não foram utilizadas citações, uma vez que não tinha sido nenhuma disponibilizada.

Optou-se então por incluir informação relativa aos valores registados no EBITDA e, em seguida, pela justificação dos números registados.

Para a Economia, o comunicado só tem valor se tiver alguns dados numéricos, nomeadamente o investimento realizado. Se for apenas uma descrição da intervenção e uma forma de promoção ao novo espaço, a informação não serve para as breves e, muito menos, como notícia. Desta forma, a equipa de edição assume um papel quase de *gatekeeper*, decidindo o que é que se vai transformar ou não em notícia.

No caso das breves, quando a informação é dada como válida, é reencaminhada para o jornalista que estiver disponível ou, neste caso, para o estagiário.

Quando o bloco de breves é finalizado (normalmente, entre as 18:00 ou 19:00), é guardado e enviado, através do LUNA para a pasta da secção, à qual as editoras têm acesso.

A equipa de edição, para além de verificar a coesão do texto e os aspetos relacionados com a escrita, analisa se, por exemplo, quando aparece uma percentagem na peça, foi inserido o valor correspondente;

se a informação selecionada é mais pertinente; se o título se adequa, se é demasiado longo; se o jornalista preencheu a informação editorial (nomeadamente, palavras chave; se a notícia é nacional ou nacional, de que país e cidade; em que

No primeiro dia do acompanhamento da produção noticiosa da secção Cultura, verifiquei que o volume de dados é bastante inferior àquela que é produzida em Economia. 103-106

A dimensão da secção também é díspar. Enquanto a secção de Economia tem 16 redatores, a de Cultura tem menos de 10.

Esta questão, suscitou a necessidade de, mais tarde, questionar um dos chefes de redação da Lusa sobre o porquê das diferenças verificadas.

“Temos três grandes secções, em número de jornalistas:

03.06

Breves; Bolsa de Wall Street; Câmbios.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção Cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Bolsa; Breves; Câmbios.

categoria se insere; quem é que a escreveu.) e se os valores inseridos são coerentes e válidos.

Caso exista algum problema com a peça, o jornalista é chamado para a reescrever ou se for, um pequeno erro, para dizer se concorda ou não com as alterações que a editora responsável pretende introduzir.

Quando o texto fica pronto, é aprovado e segue para a linha, ou seja, fica disponível para os clientes. Por sua vez, um dos elementos da direção irá verificá-la novamente e se encontrar alguma pequena falha (por exemplo Auchan escrito com m e não com n) edita-a e notifica a edição.

Por volta das 14h45 abrem os mercados, por isso, a partir daí podem verificar-se os valores dos indicadores, para se elaborar uma notícia sobre a abertura da bolsa.

No dia 06 de março às 14h45, os resultados obtidos foram os seguintes:

Dow Jones

Value: 20.937,66

Chg%: -0,32

S&P 500

Value: 2.373,52

Internacional, Economia e Sociedade. Em qualquer redação,

estas são as três grandes secções, que tratam grandes temas, que têm muita coisa a acontecer e precisam de mais gente". (Fonseca, 2017: p.3, Entrevista)

Ao longo do período de estágio optei por criar filtros, através do LUNA, que me permitissem encontrar informação que pudesse justificar os dados recolhidos (Por exemplo: BCE ou Fed). Porém, no último mês indicaram-me que poderia recorrer ao site do BPI Online, onde são apresentadas várias justificações para as subidas e descidas na bolsa.

Apesar da bolsa abrir às 14h45, os dados não devem ser recolhidos, exatamente, a essa hora. Por vezes, verifica-se que a bolsa abre em queda, mas cinco minutos depois já está em alta. No entanto, essa informação só me foi passada no final do estágio, quando houve a necessidade de reconfirmar uns valores, pouco tempo após a bolsa ter aberto, e verificou-se que os mesmos já eram completamente diferentes.

Apesar de estarem disponíveis vários indicadores, devem-se retirar os mais importantes: Dow Jones, S&P 500 e Nasdaq. O valor deve ser acompanhado da variação em percentagem.

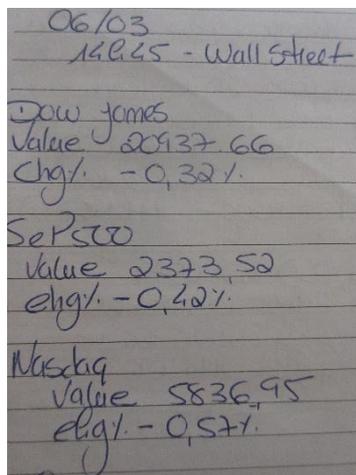
É importante perceber a que se devem estes valores, ou seja, se existe algum motivo que os justifique, como por exemplo,

Chg%: - 0,42%

Nasdaq

Value: 5.836,95

Chg%: -0,57%



06/03
14:45 - Wall Street

Dow Jones
Value 20937,66
Chg% - 0,32%

S&P 500
Value 2373,52
Chg% - 0,42%

Nasdaq
Value 5836,95
Chg% - 0,57%

Figura 1

Na figura 1, pode ver-se um dos exemplos em que os valores foram retirados, exatamente, às 14:45.

o aumento das taxas de juro ou (que foi o que aconteceu neste caso) um discurso alarmista da presidente da reserva federal Janet Yellen. Depois deve-se indicar, quando possível (porque nem sempre os dados estão disponíveis), se a bolsa já tinha fechado em queda ou em alta no dia anterior.

À partida podíamos logo constatar que a bolsa de Nova Iorque tinha aberto em queda, com o principal índice, Dow Jones, a recuar 0,32% para 20.937,66 pontos. Devendo esta informação ser logo mencionada no título e no lead.

Os valores do S&P e do Nasdaq são referidos no parágrafo seguinte.

Os câmbios seguem, mais ou menos, o mesmo processo. Primeiro verifica-se o terminal da 'Bloomberg', pelas 18:00, para retirar o valor do euro face ao dólar, à libra e ao Iémen e o da libra face ao Iémen.

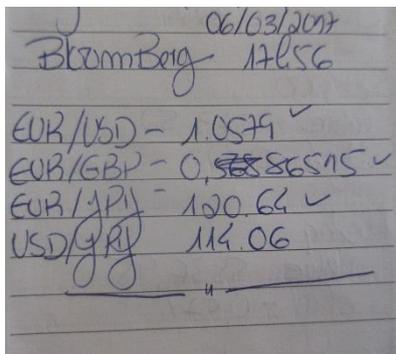


Figura 2

Tanto na bolsa como nos câmbios, os valores apresentados estão, constantemente, a sofrer alterações, pelo que é necessário retifica-los, como ilustra a figura 2.

No lead e no título utiliza-se sempre a informação do posicionamento do euro face ao dólar. Por exemplo, face a estes resultados, o lead deveria começar com: o euro recuou hoje face ao dólar, negociando às 17:56 a - 1.0579 dólares. À semelhança do que acontece com o Wall Street, sempre que possível, deve verificar-se a quanto negociava o euro no dia anterior, bem causas que sustentem o valor encontrado.

Por exemplo, no dia 06 de março, às 17:56 os dados retirados foram os seguintes:

EUR/USD: -1.0579
EUR/GBP: - 0,86515
EUR/JPY: 120.64
USD/JPY: 114.06

A terminar a peça está sempre um pequeno quadro com todos os valores retirados.

A notícia acaba por seguir o mesmo caminho que as breves no que toca a edição, sendo que existe uma preocupação maior com a forma como se justificam os valores apresentados. A bloomberg é a fonte de informação para este tipo de trabalhos, no entanto, não é uma fonte disponível a todos os meios de comunicação, uma vez que é um serviço pago e bastante caro, tendo em conta que o valor vai aumentando, de acordo com as funcionalidades a que queremos aceder a partir do terminal.

Reunião de Concertação Social.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave:

Concertação; Cultura; Economia

As principais televisões estão presentes nas reuniões e fazem diretos, ao contrário da Lusa, que para se diferenciar acaba por fazer peças mais longas, não só apresentando o que há de novo, ou seja, os resultados da reunião, mas também é inserindo um 'background' sobre a temática. Daí, sempre que possível, estes serviços são entregues a jornalistas mais ligados aos sindicatos e que dispõem de fontes mais diretas, que podem ajudar a complementar o texto com novas informações.

As reuniões são à porta fechada, por isso, a preparação da notícia começa muitas vezes na sala onde os jornalistas aguardam pela chegada dos parceiros sociais. Uma vez que a reunião dura cerca de duas horas existem alguns pormenores que já podem ser avançados como a questão do 'background', que já referi ou algumas normas da Lusa exige que sejam cumpridas no 'LUNA'. Para que a informação se transforme em notícia é necessário, sobretudo, que se inicie um processo de organização do material recolhido. Primeiro seleciona-se a informação mais importante, que constitui a novidade e que é do interesse público. É com essa que se inicia a notícia. Depois, as restantes intervenções acabam por pintar o texto.

Como se tratava de um trabalho que não justificava a presença da LusaTV e, em simultâneo, gravar apenas o áudio levaria a um trabalho redobrado, optou-se por retirar notas dos depoimentos dos intervenientes.

À medida que foram discursando anotei pontos/ matérias semelhantes para poder utilizar um termo de comparação.

Cabe à equipa editorial verificar a coerência do texto e eventuais falhas e controlar a dimensão do mesmo, porque, nestes casos, existe sempre uma tendência para escrever um texto demasiado longo, que acaba, muitas vezes, por não ser utilizado, na totalidade, pelos clientes.

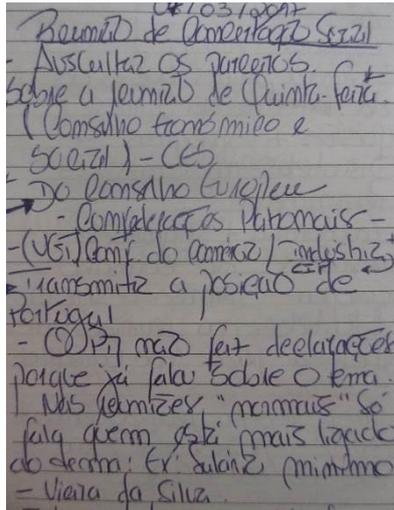


Figura 3

A figura 3 corresponde a um excerto das anotações retiradas na conversa com a jornalista Rosária Rato.

No dia anterior, a jornalista Rosária Rato propôs-me que 107- 110

sáíssemos em serviço, para assistir à conferência resultante da Reunião de Concertação Social. Posteriormente, iríamos fazer peças em separado e, no fim, confrontávamos as mesmas para perceber quais os erros que tinha cometido.

Sair em serviço com os tutores de estágio, serve como exemplo prático do trabalho que deveremos executar antes, durante e depois estarmos presentes no evento. Para além disto, este tipo de exercícios permite-nos esclarecer algumas dúvidas, de modo a ficarmos mais contextualizados. Este tipo de exercícios vai de encontro à expectativa que temos quando iniciamos o estágio. Uma vez, que acaba por coincidir com o período académico, espera-se um período de formação, até estarmos aptos a sair em serviço sozinhos.

03.07-14 Recolha dos dados sobre a produção noticiosa da secção de Cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e das notícias difundidas na secção de TV, Média e Cultura do Correio da Manhã.

Palavras-chave: Correio da Manhã; Cultura; Lusa; RTP

Delimitou-se o período de recolha entre os dias 7 e 14 de março, abril e maio, por estarem dentro do período de estágio e por configurarem uma amostra significativa.

Optou-se por selecionar o Correio da Manhã por se conhecido como um jornal mais popular, ou seja, situado num polo oposto à agência Lusa, e o Telejornal da RTP, de modo a incluir no estudo não só a informação escrita, como a difundida de forma oral e com recurso à imagem. O objetivo é perceber, de acordo com o conjunto de dados recolhido, qual o uso que estes média fazem das notícias de âmbito cultural lusófono que a agência difunde. Tendo em conta a dimensão da lusofonia, optou-se por cingir o universo a Angola, Brasil, Cabo Verde e Portugal.

03.08 Breves; Peça sobre os resultados da ACAP- Associação do Comércio Automóvel de Portugal registados em fevereiro de 2017; Bolsa de Wall Street.

A informação chega à Lusa por parte das próprias empresas. Quando se tratam de resultados, as entidades optam por divulgar apenas os mais importantes, como o aumento das vendas ou das exportações ou divulgam um

A divulgação de resultados, por vezes, é um trabalho complexo pela quantidade de informação que é disponibilizada, uma vez que são apresentadas várias tabelas com informação detalhada. Daí a necessidade de, por 110- 111

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: ACAP; Bolsa; Breves; Cultura; Economia

documento completo com várias tabelas e gráficos.

vezes, efetuar os cálculos necessários para chegarmos aos valores que queremos retirar.

Porém nem todos os valores podem ser apresentados, ou seja, não podemos afirmar, por exemplo, que a comercialização de automóveis ligeiros registou uma subida de 22%, se não estiver disponível o número de veículos a que esse aumento corresponde, uma vez que, sem ele, o leitor não tem a noção exata da realidade que estamos a apresentar.

Apesar da informação disponibilizada neste tipo de comunicados ser mais técnica, o jornalista não pode limitar-se a fazer uma cópia do texto presente no mesmo. Existe sempre um trabalho de investigação que tem que ser feito para complementar e editar a informação disponibilizada. Por exemplo, juntar aos dados informações sobre a empresa, como é que ela está representada em Portugal, em quantas lojas e quantos postos de emprego disponibiliza, juntar citações, entre outros aspetos.

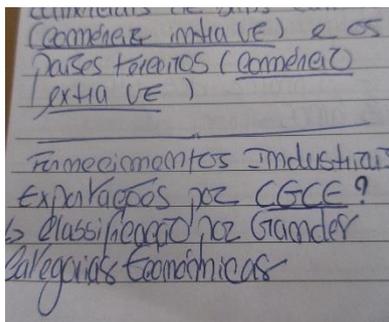


Figura 4

Os comunicados utilizam, por vezes, siglas específicas que não são do conhecimento geral e que não se encontram discriminadas no mesmo. Por isso, deve-se procurar o seu significado (Figura 4). Por exemplo a sigla da Autoridade da Concorrência é AdC, porém se fizermos uma breve pesquisa, através do Google, constatamos que a mesma sigla pode corresponder à Agência para o Desenvolvimento e Coesão.

Período de Observação.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Economia; Observação

Por indicação da administração, as editoras não poderiam publicar os textos que eu produzisse, antes de finalizar o primeiro mês de estágio. A Lusa, tal como a generalidade dos meios de comunicação, está sujeita a um determinado número de regras no que diz respeito aos estágios. Por isso, é exigido que aplique aos estagiários um período de observação, em que podem apenas executar trabalhos como treino.

Apesar de ter correspondido a um período de treino, o mesmo não contribuiu muito para a minha aprendizagem. Como não podia produzir, não me era entregue nenhum trabalho de relevância ou muito diferente daqueles que já havia praticado até ali.

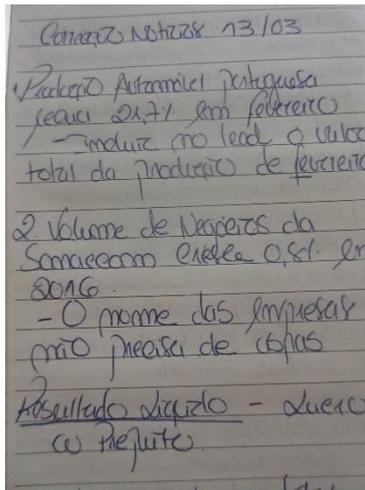


Figura 5

03.14 Entrevista ao secretário-geral da UGT- União Geral de Trabalhadores, Carlos Silva.
Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.
Palavras-chave: Economia; Entrevista; UGT

Este serviço foi realizado com a jornalista Rosária Rato. Ficou combinado que, desta vez, poderia intervir e, por isso, deveria preparar algumas questões com antecedência para as mesmas serem discutidas.

A marcação deste tipo de entrevistas depende, novamente, dos contactos do jornalista. A preparação prende-se, tal como já foi referido, com a leitura das últimas entrevistas que a pessoa em questão deu, com a atualidade em que a mesma está inserida e também com o passado de entrevistas que o indivíduo tenha com o jornalista.

A informação recolhida, sobretudo nos casos em que o serviço engloba a LusaTV, obriga a uma desgravação do material, que, no caso das entrevistas, é completo. Quando se trata apenas de uma notícia, podemos ver/ouvir as imagens e os áudios e selecionar apenas a informação que mais nos interessa para cortar os vivos. Nas entrevistas, esse trabalho não é possível, uma vez que, por norma, são mais longas e atravessam várias temáticas. Neste caso, o jornalista, recebe o áudio, através de uma pasta partilhada, e faz a desgravação do mesmo, que constitui um trabalho de várias horas.

Durante o período de observação, efetuava o trabalho que me era destinado e enviava para o e-mail da editora que, posteriormente, indicava algumas correções. Na prática, não me era pedido que as efetuasse, por isso, optava por anotá-las no bloco, para quando surgissem situações semelhantes pudesse corrigir o erro antes de terminar o texto (Figura 5).

Optei por ler grande parte do que estava disponível na comunicação social sobre Carlos Silva, de forma a procurar questões e temas da atualidade que ainda não tivessem sido abordados.

As questões foram apresentadas e na última foi acrescentada uma pequena introdução de modo a ficar ajustada ao congresso que a UGT estaria a organizar. Ficou também decidido que as minhas questões fechariam a entrevista.

A desgravação total da entrevista demorou, sensivelmente sete horas a ser concluída. Neste caso, justificou-se a sua execução, uma vez que não existia uma data limite para a divulgação do trabalho, no entanto, ao longo do estágio desgravei várias entrevistas, integralmente, pensando que era "obrigatório" a 'Lusa' ficar com esse registo e passado algum tempo chegou-me a informação que não era necessário fazer sempre esse trabalho, poderia apenas retirar a parte que iria utilizar no meu trabalho, recorrendo às

Segue-se a leitura da desgravação e a seleção do material mais importante.

notas retiradas durante a entrevista para me situar.

Depois de realizarmos o trabalho, elaboramos as peças separadamente. Nas correções, foi-me dito que poderia desdobrar o meu texto e fazer uma peça sobre as respostas relativas ao contexto português e outra sobre o contexto europeu, no geral.

Este trabalho permitiu, antes de mais iniciar um processo de investigação para a formulação das perguntas. Por outro lado, foi a primeira vez que, neste estágio, pude intervir de uma forma autónoma, após ter iniciado um período de formação e tutoria.

As notícias da Lusa não assumem o formato pergunta-resposta. Por exemplo, em entrevista ao Professor Francisco Veloso foi formulada a seguinte questão: Pretende utilizar em Londres, quando assumir o cargo de ‘Dean’ do Imperial College, as mesmas estratégias que utilizou para projetar a Universidade Católica, de modo a projetá-lo internacionalmente?

No entanto, no texto final, a resposta a esta questão aparece da seguinte forma: 113- 114

Lisboa, 07 abr (Lusa) – Francisco Veloso, diretor da universidade Católica-Lisbon, prepara-se para assumir o cargo de *Dean* (reitor) na ‘Business School’ do Imperial College, em Londres.

A menos de quatro meses de assumir a liderança da escola, Francisco Veloso revela, em entrevista à Lusa, que o grande desafio será estruturar as bases para que a universidade esteja entre as melhores ‘Business Schools’ do mundo.

“Não é realista pensar que em cinco anos vamos lá chegar, mas espero que haja bases e uma evolução clara nessa direção”, vincou.

As entrevistas não seguem as habituais regras da Lusa, sobretudo em termos de dimensão, podendo ultrapassar os quatro mil caracteres máximos, exigidos nas notícias. A sua construção assume o formato do exemplo apresentado, terminando, normalmente, com uma citação que conclua o raciocínio apresentado ao longo da peça.

As entrevistas têm um formato diferente e não seguem as mesmas regras que as notícias porque são elaboradas como um produto diferente.

As notícias são postadas, quase automaticamente, pelos clientes da agência, ou seja, por grande parte dos meios de comunicação social portugueses. O mesmo não se passa com as entrevistas, que, de uma forma geral, apenas são difundidas pelos media cuja política editorial engloba a

			temática ligada à entrevista em questão.	
			As notícias seguem, portanto, um estilo diferente, que visa informar, de uma forma simples e clara, daí recorrer-se à explicação de conceitos e siglas. Por outro lado, a sua dimensão é mais reduzida para estar de acordo àquelas que se têm como as exigências habituais dos leitores: uma informação simples e rápida.	
03.20	Breves; Peça sobre os resultados da procura de imóveis em Portugal. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'. Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura	A peça sobre a procura de imóveis não exigiu a procura de informação de raiz, traduzindo-se numa conversão dos dados disponibilizados num texto.	A elaboração de peças sobre estudos também segue algumas regras específicas. Por exemplo, a notícia deve terminar com uma "ficha técnica", que identifique a amostra e a forma utilizada para a recolha de informação.	115
03.21	Breves; Peça sobre a previsão de uma subida de resultados na 'Dreambooks'. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'. Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura	A principal dificuldade em fazer peças sobre previsões de lucros é condensar toda a informação no título. Deve ser incluída uma indicação temporal e as percentagens têm que ser acompanhadas do valor correspondente.	As breves são consideradas o produto menos atrativo da Economia. Porém, constituem-se como um exercício de síntese, permitindo que, em três parágrafos, seja condensada a principal informação da notícia. Por outro lado, obrigam a um estudo diário dos termos empregues, assimilando também novos conhecimentos no que se refere às empresas portuguesas, às lojas que englobam e aos investimentos que efetuam.	116
03.22	Breves; Peça sobre investimento na renovação do Hotel Tivoli Avenida da Liberdade. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'. Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura; Tivoli	A principal dificuldade ao escrever a peça foi separar a "publicidade" que vinha no comunicado de imprensa, daquilo que era a informação económica que dizia respeito à secção. Por exemplo, interessava saber quantos milhões de euros é que foram investidos, no entanto detalhar a criação de novos espaços no Hotel já é uma informação que deve ser posta à margem.	Este tipo de peças acaba por ter uma dimensão reduzida. Segundo os critérios utilizados na Lusa, convém não exceder os quatro ou cinco parágrafos, tendo em conta a temática da notícia, ou seja, o conteúdo noticioso justifica que não seja uma notícia breve, porém a informação não é suficiente para que a notícia ultrapasse os cinco parágrafos.	116
03.23	Peça sobre um estudo do Observador Cetelem e '5-7'. Acompanhamento da produção noticiosa, da	'5-7' é o termo empregue para definir as peças divulgadas entre as cinco e as sete da manhã, que procuram fazer um anúncio antevisão de algum acontecimento	Os '5-7' são peças programadas, o que significa que são elaboradas com um dia de antecedência e a sua divulgação é agendada para o	116-117

secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Economia; Cetelem; Cultura

importante que vá acontecer, por exemplo, uma manifestação. Os primeiros parágrafos são dedicados à novidade, segue-se um que relembra alguns acontecimentos passados e a terminar alguma informação sobre a entidade em questão.

As informações sobre a empresa em questão, podem ser investigadas, através da linha onde estão disponíveis todos os trabalhos produzidos na Lusa e ainda nos 'sites' oficiais das entidades. Neste caso, recorreu-se a trabalhos anteriores para ter acesso ao que já se tinha passado sobre o tema, bem como ao 'site' da Casa da Moeda.

A informação chega à Lusa por parte dos sindicatos, que acabam por ter interesse em que a agência esteja presente nas concentrações que organizam, uma vez que é uma forma de se certificarem que a notícia chega a todos os órgãos de comunicação. As informações disponibilizadas permitem saber o local e os objetivos pretendidos.

PZE (RRA) //
Lusa/Fim

Figura 6

período referido. Este tipo de trabalhos, por norma, executa-se em 30 minutos ou menos e implica, sobretudo, que se domine o assunto que se está a abordar para que se possa elucidar o leitor sobre o mesmo, por isso, recorre-se, com frequência ao arquivo para reler o que já saiu sobre o tema.

Quando se recorre à linha (que funciona como uma espécie de arquivo), para saber mais sobre determinada temática e se utiliza alguma informação que já foi trabalhada, anteriormente, por outro jornalista, essa indicação deve aparecer na peça. 117- 118

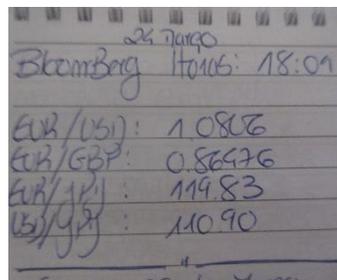
A figura 7 ilustra essa situação, o texto é assinado por PZE (Z corresponde à letra que identifica os estagiários), mas, entre parênteses aparecem as iniciais RRA, da jornalista Rosária Rato. A seguir às duas barras, a editora responsável coloca a suas iniciais, quando publica o texto.

03.24

Breves; Câmbios; Peça sobre o plenário de trabalhadores da Casa da Moeda.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Economia; Casa da Moeda; Cultura



25 Junho
Bloomberg Horas: 18:09
EUR/USD: 1.0826
EUR/GBP: 0.86976
EUR/JPY: 119.83
USD/JPY: 110.90

Figura 7

Quando não existe a possibilidade de assistir ao plenário de trabalhadores, recorre-se ao representante do sindicato para averiguar quais foram as conclusões retiradas da reunião. 118- 119

Neste caso, verificou-se a convocação de uma greve, o que justifica a produção de uma notícia.

O contacto com organizações e/ou pessoas especializadas em determinada área possibilita criar um grau de confiança que permite a troca de informações vantajosas

	<p>Breves; Peça sobre a greve dos trabalhadores dos 'Call Centers'.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Economia; Call Centers; Cultura</p>	<p>A figura 7 é mais um exemplo da recolha de dados, necessária para a elaboração de uma peça sobre os câmbios. Neste caso, registaram-se valores positivos.</p> <p>A Peça teve características semelhantes a um '5-7', uma vez que era o anúncio de uma concentração de trabalhadores. No entanto, este trabalho em questão foi divulgado num período diferente e foi realizado a partir de informações disponibilizadas pelo próprio sindicato a todos os meios de comunicação, mas também com recurso a declarações recolhidas junto dos responsáveis, via telefone.</p> <p>Para a construção da notícia, neste caso, justificou-se entrar em contacto com um representante do sindicato, uma vez que não existia nenhuma informação antiga que justificasse a sua inclusão no texto. Esta peça poderia ter sido efetuada forma posterior a um '5-7' uma vez que a informação recolhida para a noticia, resulta das conclusões retiradas de um plenário de trabalhadores.</p> <p>A figura 8 ilustra um excerto de uma entrevista feita por telefone. Existe a possibilidade de gravar este tipo de entrevistas, porém estão disponíveis apenas três terminais para fazê-lo. Muitas vezes, ao mesmo tempo que se efetua a conversa, retiram-se as principais citações.</p>	<p>para as duas partes. Nesse caso, o jornalista fica com a informação e a entidade acaba por ser divulgada com esse trabalho.</p> <p>As entrevistas não presenciais favorecem a existência de "um tempo diferente", que permite que o entrevistado reflita de forma a dar uma informação, por vezes, demasiado elaborada / pensada.</p> <p>119-118</p>
<p>03.28</p>	<p>Breves; Reportagem.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura; Reportagem</p>	<p>Desta vez, o serviço foi realizado com o jornalista Pedro Primo. Ficou acordado que a parte de reportagem seria eu a fazer e, por isso, teria liberdade para entrevistar as pessoas que quisesse, enquanto as notícias, que envolviam um trabalho de contexto, ficavam a cargo do jornalista Pedro Primo.</p> <p>Por norma, os manifestantes acabam por remeter declarações para o dirigente sindical ou</p>	<p>Para a elaboração de uma reportagem é necessário recolher vários depoimentos, para que exista material suficiente para se efetuar uma seleção. É importante que os testemunhos sejam diversos, não só no que se refere às respostas obtidas, mas também ao género, idade e profissão dos entrevistados.</p> <p>A reportagem deve ainda incluir alguns detalhes que</p> <p>119-120</p>

perguntam se têm que dar o nome verdadeiro (o que na Lusa é obrigatório), o que não possibilita a diversidade de fontes pretendida.

possam fazer a caracterização do ambiente vivido. Por exemplo, no caso da concentração, justificava-se dizer que os manifestantes gritavam frases de luta, deslocavam-se ao som de buzinas e com faixas na mão, perante o olhar dos turistas.

Depois de finalizadas, é necessário fazer a desgravação das entrevistas e selecionar os excertos mais importantes para incluir no texto.

À semelhança do que acontece nos textos das entrevistas, não se segue um modelo de pergunta-resposta, devendo, por isso, existir um parágrafo, antes de cada citação, que introduza explique o que o entrevistado vai dizer. Por exemplo:

Os manifestantes foram crescendo em número e quando chegaram à Assembleia da República perto das 17:00 já totalizavam mais de mil pessoas.

Ali, sentado num muro junto ao camião da CGTP, estava Joaquim Pereira, 76 anos, reformado do setor automóvel, que se juntou à manifestação para ajudar os jovens a lutar pelos seus direitos.

Nem sempre se ganha a luta, mas não podemos deixar de lutar. Eu também estou a manifestar-me à minha maneira, estou sentado por causa dos problemas que tenho nos joelhos, mas também acompanhei parte do percurso”, afirmou.

As reportagens foram os trabalhos mais completos que pude executar ao longo do estágio na agência Lusa. Este género permite treinar a notícia, a entrevista e ainda realizar um trabalho de investigação, cuja profundidade vai de encontro à temática tratada.

Este trabalho sobre a manifestação da CGTP foi bastante útil porque, mesmo não o tendo realizado a solo, assumi parte da responsabilidade do trabalho e, enquanto jornalista estagiário, pude selecionar quem e como queria entrevistar, bem como decidir sobre a estrutura da peça.



Figura 8

A figura 8 corresponde à página do Diário de Notícias da Madeira, onde foi publicada a reportagem. Neste caso, verifica-se que o jornal em questão identificou que a peça foi produzida pela agência Lusa (com uma indicação por baixo do título), o que nem sempre acontece.

Independentemente da natureza do trabalho, é necessário que o título e o lead estejam em consonância, ou

			<p>seja, que a informação presente no título esteja descrita no primeiro parágrafo da notícia. Por exemplo:</p> <p>A manifestação era dos jovens, mas tocou a todos – Título</p> <p>A manifestação era dedicada aos jovens trabalhadores, mas foram várias as gerações que se reuniram em Lisboa para reivindicar o fim dos vínculos precários e o aumento dos salários.</p> <p>A concentração iniciou-se na Praça da Figueira, pelas 15:25, com algumas centenas de manifestantes, que erguiam cartazes e faixas dos respetivos sindicatos e entoavam frases reivindicativas, como: “A luta continua nas empresas e na rua”.</p>
03.29	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura</p>	<p>O bloco noticioso do dia foi constituído por seis breves sobre: a distinção da Mota Engil nos ‘Africa Ceo Forum Awards’; a chegada da fibra ótica da PT à Lourinhã, a renovação da concessão de três parques da Saba; o melhor resultado do índice de confiança dos consumidores italianos, a eleição do administrador da CMVM como presidente do Comité de Convergência de Supervisão da ESMA e a conferência organizada pela Câmara do Comercio e da Indústria Portuguesa.</p>	<p>Apesar de seguirem as regras presentes em todas as publicações da Lusa, as breves acabam por ter alguma liberdade que outros textos não têm. Exemplo disso é a dimensão do título. Apesar de se dever evitar, nas breves é possível colocar-se um título de maior dimensão.</p> <p>No dia 29, uma das breves efetuadas tinha como título: Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa organiza conferência dedicada aos negócios e às mudanças climáticas.</p> <p>Neste caso, era difícil encurtar o título tendo em conta que ninguém conhece a Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, pela sigla correspondente (CCIP).</p> <p>Podem utilizar-se siglas em casos de demonizações mais conhecidas como TAP ou INEM.</p>
03.30	<p>Breves; Entrevista a Francisco Veloso; Bolsa de Wall Street.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da</p>	<p>Alguns dias antes, a subdiretora da Lusa, Mafalda Avelar, perguntou-me se não gostaria de ir com ela entrevistar o reitor da Universidade Católica que estava</p>	<p>A entrevista não correu como idealizada, uma vez que não foi seguido o método da pergunta intervalada, porque o seguimento da conversa não se</p>

secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Bolsa; Breves; Economia; Entrevista; Cultura

prestes a assumir o cargo de 'Dean' no Imperial College, em Londres. Ficou acordado que iríamos dividir a entrevista ao meio e fazer perguntas intervaladamente.

No entanto, o resultado final foi uma peça bastante extensa (mais de 14 mil caracteres), porém justificava-se, tendo em conta que era uma entrevista de fundo.

Para me preparar voltei a procurar tudo o que havia na imprensa sobre Francisco Veloso, de modo a elaborar perguntas diferentes sobre aspetos pessoais, profissionais e sobre a atualidade. Elaborei cerca de dez questões e todas elas foram aprovadas.

A entrevista foi marcada por iniciativa da jornalista, que já conhecia o Professor Francisco Veloso e procurou-se delinear quais os temas mais importantes, para encontrar as respostas mais elaboradas e "interessantes", no que se refere à vida pessoal e profissional do entrevistado, bem como à situação política do país.

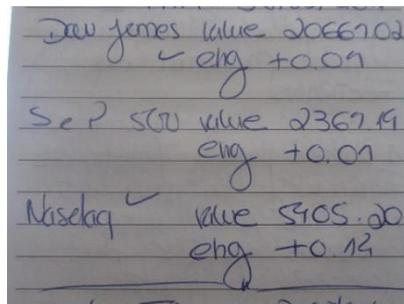


Figura 9

A figura 9 ilustra a variação que se regista na bolsa consoante o horário em que se retiraram os dados. Cerca de onze minutos antes, tinha sido efetuada uma

justificou, o que colocou algumas dificuldades para que ao colocar as minhas questões não estivesse a interromper o discurso ou cortar uma linha de perguntas que a jornalista pretendia seguir. No entanto, o resultado final acabou por ser positivo.

Para o desenrolar deste tipo de trabalhos muito contribuiu a tutoria dos primeiros serviços. Nomeadamente, o processo de investigação utilizado para a formulação de perguntas e o processo de tratamento da informação recolhida.

Fiquei encarregue de fazer o texto e editar o vídeo, mas até ao final do estágio os mesmos ainda não tinham sido divulgados. Ao longo do estágio, foi possível analisar a facilidade com que as informações ficam desatualizadas. Por exemplo, o facto da Lusa não ter lançado a entrevista fez com que o semanário Expresso se antecipasse, perdendo o texto da agência, a atualidade e parte do interesse que poderia ter, caso fosse divulgado pouco depois de se ter realizado a entrevista.

Dada a constante alteração de dados no que concerne aos indicadores do Wall Street, por vezes, torna-se necessário aguardar alguns minutos, após o início da bolsa, para que a mesma estabilize. Ao longo do período de estágio foi possível perceber que nem sempre os assuntos do dia justificam os resultados da bolsa, logo na sua abertura, o que acaba por ser contraditório. Porém, após acontecer a referida estabilização a justificação coincide com os valores recolhidos.

120-
121

recolha da variação de cada índice analisado. No primeiro caso, a bolsa encontrava-se mista, ao registar valores positivos e negativos. No entanto, algum tempo depois, verifica-se que a bolsa estava em alta, com todos os indicadores a registarem uma subida, tal como comprova a figura 9.

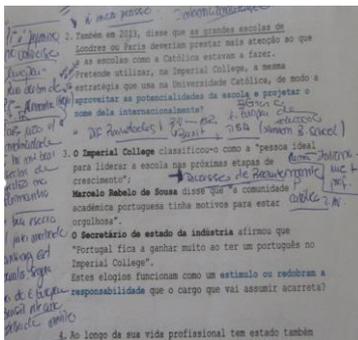


Figura 10

A figura 10 revela o guião de entrevista ao Professor Francisco Veloso, anotado consoante as respostas obtidas, de modo a destacar os pontos mais relevantes de cada resposta, para, posteriormente, poderem vir a ser utilizados na produção do texto.

Durante os três meses em que estagiei na agência Lusa, pude que anotar o guião de entrevista pode ser útil na altura de construir o texto final. No caso da entrevista ao Professor Francisco Veloso isso foi visível, porque o volume material recolhido era bastante denso e, para aligeirar o processo, recorreu-se às anotações do guião para identificar quais as respostas mais significativas. Este trabalho permitiu, mais uma vez, treinar o processo de investigação e seleção da informação.

03.31

Breves.
Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Economia; Cultura

Bloco noticioso constituído por três breves sobre: a nova rota da TAP, a atribuição do prémio de reabilitação urbana à sede da Misericórdia do Porto e a presença do Porto de Lisboa na feira de logística de S. Paulo.

Alguns dias depois chegou à Lusa um comunicado sobre a presença do Porto de Leixões na feira de logística de S. Paulo. No início surgiu a dúvida se não iria existir a duplicação de uma breve, tendo em conta que o comunicado disponibilizado era, praticamente, igual. Posteriormente, constatou-se que apesar do material enviado ser igual, trava-se de uma atualização que mencionava a presença do Porto de Leixões no evento e não apenas do Porto de Lisboa.

04.03

Breves; Notícia sobre o investimento da Europac numa fábrica em Espanha.
Acompanhamento da produção noticiosa, da

A notícia envolvia não só o investimento realizado, mas como indicadores específicos como o EBITDA (que mede a produtividade da empresa).

Este tipo de peças exige que se simplifique ao máximo a

A notícias que se referem a empresas exigem uma adequação ao contexto do meio de comunicação em causa, ou seja, neste caso em concreto, apesar de estarmos a falar de um investimento no

	<p>secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Economia; Europac; Cultura</p>	<p>informação disponibilizada e, por isso, acabam por ser mais demoradas (por norma, à volta de 40 minutos). Para além disto, devem ser acompanhadas de citações, disponibilizadas, muitas vezes, em comunicado de imprensa.</p>	<p>território espanhol, é necessário perceber qual a influência da empresa e como atua em Portugal.</p> <p>Para fazê-lo, recorre-se à página 'online' da empresa, a informações que a mesma disponibiliza ou, quando não é suficiente, deve entrar-se em contacto com a mesma, o que neste caso não foi necessário.</p>
<p>04.04</p>	<p>Concentração da Federação dos Sindicatos de Transportes e Comunicações (FECTRANS).</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Cultura; FECTRANS; Manifestação</p>	<p>A manifestação da FECTRANS constituiu aquele que viria a ser o meu primeiro serviço a solo, ou seja, sem ir a acompanhar um jornalista profissional.</p> <p>Fazendo uma comparação com aqueles que viria a desempenhar mais para a frente, este foi um dos mais complexos. Em primeiro, lugar o local marcado para a concentração foi o escolhido por dois grupos distintos, neste caso, o da FECTRANS e dos trabalhadores da casa da moeda, o que pedia que existisse uma menção a ambos.</p> <p>Por outro lado, mais uma vez verificou-se a dificuldade em recolher testemunhos anónimos e credíveis, sobretudo, porque estas manifestações são, maioritariamente constituídas por sindicalistas, que passam a palavra ao dirigente. Por exemplo, durante uma entrevista (que estava a correr bastante bem) a entrevistada decide interromper-me e começar a mandar "cumprimentos" para todos os jornalistas da Lusa, claro que o depoimento acabou por ser "desqualificado". A própria manifestação teve contornos pouco usuais como o transporte e entrega de uma caneta gigante para o Ministro das Finanças e de um CD para o Primeiro Ministro.</p>	<p>Este trabalho permitiu-me ter, novamente, mais autonomia em executar as peças, não tendo a possibilidade de recorrer a um jornalista em caso de dúvida. Por outro lado, foi também mais exigente, sobretudo no processo de recolha de informação, existindo sempre a preocupação de recolher depoimentos diversos no que se refere aos manifestantes presentes, mas também, se possível, exclusivos dos representantes sindicais.</p> <p>Dada a variedade de acontecimentos, a elaboração do texto também não foi fácil e levou mais algum tempo que o habitual, não só porque tinha que ser impresso um registo de notícia e não de reportagem, mas porque os próprios acontecimentos eram difíceis de relatar e suportar com os depoimentos recolhidos. Por isso, por sugestão da editora Carla Jorge, optou-se por eliminar a informação da presença de outra concentração do mesmo local, para tornar a notícia mais perceptível.</p>

04.05

Manifestação de trabalhadores do Grupo Auchan.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Auchan; Cultura; Manifestação

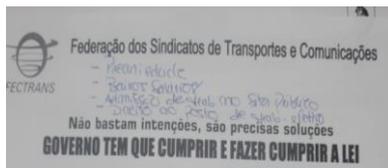


Figura 11

A figura 11 corresponde a um excerto da moção enviada pelo sindicato, onde estão presentes os motivos que levam à concentração, as empresas representadas e o que exigem à tutela.

A concentração dos trabalhadores da Auchan foi realizada com a LusaTV, o que implica um trabalho diferente. Não é possível retirar, constantemente, notas uma vez que é necessário entrevistar as pessoas e fazer com que elas olhem para a câmara. Por outro lado, se já é difícil fazer com que alguém se disponha a falar para um gravador, em frente a uma câmara a situação ainda é mais difícil. Neste caso, os entrevistados acabaram por ser o líder da CGTP, Arménio Carlos e uma delegada sindical, o que acabou por facilitar a construção do texto.

Mais uma vez, a informação da concentração chegou através do sindicato responsável. Depois de recolhidos os depoimentos e da sua edição, ou seja, seleção dos vivos a serem utilizados, comecei a construção do texto. À semelhança do que aconteceu nos trabalhos anteriores é necessário caracterizar o ambiente, desde o local onde se encontravam, ao número de participantes, passando pelas palavras de ordem que proferiam.

Posteriormente, enumeram-se as principais razões que levaram à concretização da manifestação, suportadas com depoimentos dos responsáveis.

No caso das manifestações, é sempre importante perceber quais têm sido as respostas que a tutela tem dado aos manifestantes e a terminar deve-se incluir alguma informação sobre as conclusões retiradas e se os manifestantes

As moções quando chegam antes da concretização da manifestação, por vezes, podem servir de base, por exemplo para um '5-7', uma vez que possuem informação suficiente para a contextualização dos leitores. Aos dados que são apresentados pode juntar-se ainda alguma informação retirada do arquivo, nomeadamente, as últimas ações organizadas pelo sindicato.

Os trabalhos com TV acabam por demorar mais tempo a serem executados, porque, vindos da manifestação, temos que selecionar as imagens, que são cortadas pelo operador de câmara, posteriormente é retirado o áudio dos vivos que escolhemos e colocado numa pasta partilhada. Depois, temos que desgravar o conteúdo e construir o texto.

Os trabalhos com TV acabam por demorar mais tempo a serem executados, porque, vindos da manifestação, temos que selecionar as imagens, que são cortadas pelo operador de câmara, posteriormente é retirado o áudio dos vivos que escolhemos e colocado numa pasta partilhada. Depois, temos que desgravar o conteúdo e construir o texto.

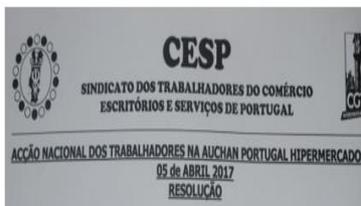
Pela leitura dos vários textos disponíveis na linha, que dizem respeito a anteriores manifestações, foi possível verificar a importância presente na caracterização do ambiente vivido, sobretudo, para se possa transmitir se o evento decorreu de uma forma pacífica e como é que aqueles que observavam a concentração reagiam ao passar dos manifestantes.

Com os vários serviços que realizei pude constatar que, por norma, quando a tutela não se pronuncia face às reivindicações dos manifestantes, a organização acabar por levar preparado um

ponderam ou não organizar novas formas de luta.

Quando o serviço é acompanhado por foto e LusaTV essa informação deve ser mencionada antes da notícia, para que os clientes possam aceder a esses conteúdos, através do site.

conjunto de ações que pretende desenvolver.



Nem sempre as moções são enviadas com antecedência, verifica-se que, nalguns casos elas são distribuídas no próprio dia, sobretudo quando as manifestações possuem mais elementos do sindicato do que manifestantes da empresa em causa.

Figura 12

A figura 12 corresponde a um excerto da moção enviada pelo sindicato que, desta vez, optou por indicar apenas os problemas apontados na Auchan e as medidas que os trabalhadores ponderavam adotar.

04.06

Breves.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Cultura.

Bloco noticioso composto por cinco breves sobre: a taxa de ocupação da Easyjet; a avaliação reputacional dos CTT; as vendas da Daimler; o volume de negócios do Viriato Concept Hotels e as operações no Grupo PSA.

Apesar do mecanismo de elaboração já se tornar automático e rápido, por vezes existem situações que podem induzir em erro. Por exemplo, numa breve sobre a taxa de ocupação da Easyjet em março, a subida referida era de 1,4 pontos percentuais e não 1,4%, situação que me levou a rever o texto.

A informação para a elaboração de breves, nem sempre chega à Lusa através dos comunicados, apesar de ser a forma mais recorrente. Por vezes, as próprias fontes de informação, quando têm maior proximidade com o jornalista, envia informação por 'Skype', muitas vezes, com embargo.

04.07

Breves.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Cultura.

Bloco noticioso composto por três breves sobre: um estudo do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo; a presença da TAP na feira de viagens do Mundo Abreu e um estudo do Havas Media Group.

Com o desenrolar do trabalho na agência de notícias foi-me transmitido que, sempre que passamos uma informação de um estudo para título, deve ficar clara a qual é a fonte dessa mesma informação. Por exemplo, no caso da breve sobre o estudo do Havas Media Group, existiam,

122-
123

122-
123

04.07-
14

Recolha dos dados sobre a produção noticiosa da secção de Cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e das notícias difundidas na secção de TV, Média e Cultura do Correio da Manhã.

Palavras-chave: Correio da Manhã; Cultura; Lusa; RTP

Neste dia deu-se início à segunda fase da recolha de dados sobre a produção noticiosa cultural da Lusa, do Correio da Manhã e do Telejornal da RTP. Delimitou-se o período de recolha entre os dias 7 e 14 de março, abril e maio, por estarem dentro do período de estágio e por configurarem uma amostra significativa.

preferencialmente, duas formas de construir o título:

“Estudo da Havas Media Group revela que Google, Youtube e

Olá são as marcas mais relevantes para os portugueses”

Ou “Google, Youtube e Olá são as marcas mais relevantes para os portugueses - estudo”.

Com a análise dos dados ficou perceptível que por vezes, existem situações em que fica a dúvida se deveria ser ou não a Cultura ou outra secção a tratar determinado tema. Porém, em entrevista, Maria Augusta Gonçalves, editoria de Cultura da Lusa, destacou a ligação entre a cultura e a Lusofonia, embora as temáticas estejam distribuídas.

“Há sempre temas que são zonas de junção e que têm de ser sempre discutidas taco a

Taco...por acaso eu creio que há mais com internacional e

lusofonia do que com qualquer outra editoria. O que tem a ver também com a distribuição, ou seja, há muitas iniciativas que têm ponto de partida nas comunidades

portuguesas no estrangeiro e...justifica-se essa abordagem mesmo que, da nossa parte, pareça que é uma expressão manifestamente, cultural, como um concerto,

uma digressão, mas aquilo pode ter outro significado”. (Gonçalves, 2017: p.4, Entrevista)

Por vezes, a construção de um título configura-se um trabalho moroso, dadas as limitações de espaço impostas. Durante algum tempo, sobretudo nas notícias sobre os lucros, essa dificuldade era bastante visível. Porém, mais tarde, acabaram por chegar as primeiras dicas que facilitam esse processo. Exemplo disso

123

04.10

Breves.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.

Palavras-chave: Breves; Cultura.

Bloco noticioso constituído por dez breves sobre: Feira Internacional da Construção e Obras Públicas; o novo centro de atendimento da DHL; A renovação e construção de lojas da marca Sport Zone; Os finalistas do Prémio ‘Heróis PME’; Os lucros do grupo MediaPro; Amortização de dívidas do grupo Sacyr; Vendas da Volkswagen; Faturação da

04.11

Manifestação dos
Trabalhadores da
PRESTIBEL.

Acompanhamento da
produção noticiosa, da
secção cultura, através do
'LUNA'.

Palavras-chave: Cultura;
Manifestação; PRESTIBEL

Agap2it, Investimentos da Mota-Engil e a distinção da AEP em Moscovo.

A informação chegou à Lusa através do sindicato responsável pela organização do evento. Depois as editoras, numa das suas reuniões diárias decidem a quem atribuir o serviço, consoante as áreas em que o jornalista está mais à vontade ou consoante a disponibilidade do mesmo. Tal como nas anteriores concentrações mencionadas, o objetivo do trabalho é recolher cerca de dois ou três depoimentos diversos e retratar os problemas dos trabalhadores, as soluções que a tutela tem procurado oferecer e quais as posições que os manifestantes ponderam tomar, caso não vejam solução para o problema.

Por norma, as manifestações de menor dimensão acabam por não levar à presença de muitos meios de comunicação, o que é positivo uma vez que a Lusa tem o exclusivo, logo todos os clientes vão usar o material desenvolvido pela agência noticiosa.

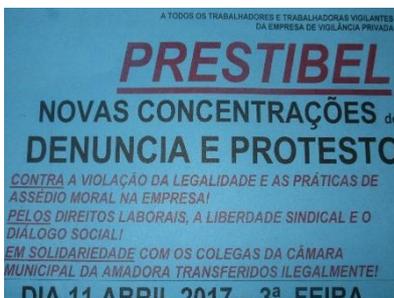


figura 13

A figura 13 ilustra um excerto do comunicado enviado pelo sindicato responsável pela concentração, onde são indicados os motivos de descontentamento dos trabalhadores, bem como as novas formas de luta agendadas.

é a substituição de milhões de euros por ME, passando de três para uma única palavra.

Na manifestação dos seguranças da PRESTIBEL apenas estiveram presentes a LUSA e a TV Record. Apesar de neste caso não ter constituído um problema, a roda de jornalistas é algo que sempre que pude tentei evitar, uma vez que existe quase que um atropelo constante para fazer primeiro a pergunta, repetindo-se várias vezes as mesmas temáticas, enquanto existem jornalistas que não intervêm e utilizam o material que os outros conseguiram.

123-
124

Os comunicados do sindicato tornam-se bastante úteis na altura de escrever as notícias. Vindo da manifestação, por vezes a informação recolhida é tão vasta que acaba por dificultar e atrasar a execução da peça, mas os comunicados servem como ponto, uma vez que sintetizam os pontos mais importantes e, a partir deles, torna-se mais fácil selecionar a informação mais pertinente para cada trabalho.

124

04.12	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por 13 breves, sobre: os lucros da ISTOBAL; um estudo da Trivago; as exportações da Garland; os dados do Airbnb; infrações em espaços de jogo e recreio; vendas da Volkswagen; previsões da Organização Mundial do Comércio; vendas da BMW; prémio Montepio Acredita; índice de risco de pagamentos; a distinção da Sonae pelo desenvolvimento da Parklake; JeniAl Awards e os prémios 'Boa Cama Boa Mesa'.</p>	<p>Por vezes, não existem muitos comunicados que sirvam para uma notícia breve, por isso é importante consultar as agências internacionais, através do 'LUNA', para perceber se existem temas a ser tratados que possam entrar na produção da secção. Por norma, as agências divulgam muito os resultados das empresas e quando estas operam em Portugal, a notícia acaba por ter interesse para a secção.</p>	124
04.13	<p>Breves; Bolsa de Wall Street</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por quatro breves sobre: A nova funcionalidade do Google; as vendas da Audi; A nova loja da Robbialac e os prémios 'Boa Cama Boa Mesa'.</p>	<p>Tiago Dias, editor adjunto da secção de cultura da Lusa, define a produção noticiosa da secção de uma forma mais abrangente, destacando a importância da Lusofonia.</p> <p>“A Cultura da Lusa aborda todas as áreas que dizem respeito a todas as dimensões artísticas e culturais, quer a nível nacional quer a nível internacional, com um olhar especial para aquelas desenvolvidas nos países de língua portuguesa. Da literatura à música, passando pelo cinema e o património, a cultura lusófona tem o maior dos interesses para o nosso trabalho quotidiano”. (Dias, 2017: p.1, Entrevista)</p>	124
04.17	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por seis breves sobre: os mestrados da Universidade do Porto presentes no ranking Best-Masters da Eduniversal; O novo diretor da Škoda; O estudo da OnStrategy e a distinção do hotel Tryp Lisboa Aeroporto.</p>	<p>Tanto nas breves como nas outras peças, tem que existir a preocupação de manter a forma correta de designar o nome de uma determinada empresa. Por exemplo, no caso da OnStrategy, deve manter-se a utilização de maiúsculas no início a meio da palavra.</p>	124
04.18	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por sete breves sobre: a presença da TAP no aeroporto London City; a rede de lojas da Well's; a nova diretora de recursos humanos da MDS Portugal; a plataforma Orey iTrade; as vendas da H&M e a presença de Jeff Bulas no CLICKSUMMIT.</p>	<p>Apesar de existir a preocupação de explicar o significado das siglas, casos existem em que se pode manter apenas a sigla sem a designação. Por exemplo, no caso da breve sobre a TAP, apesar de ter incluído a explicação da mesma, foi-me dito que, se tivesse excesso de informação no título não necessitava de apresentar por</p>	124

			extenso o significado, porque é uma sigla muito utilizada no dia-a-dia.	
04.19	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por 12 breves, sobre: A nova plataforma da RE/MAX; o prémio inovação NOS; a nova rota da TAP; o novo seguro da Zurich; Prémios Marriott Excellence; volume de negócios da BI4ALL; Salema Beach Village; vendas do grupo Sika; prémio para estudantes de Direito; o novo serviço da Adecco; a expansão da parceria entre a Visa e a AirRefund para toda a Europa e a Feira Ilimitada de Lisboa.</p>	<p>Quando, num texto, referimos a candidaturas ou à estreia de algo deveremos indicar um período temporal referente à informação que estamos a transmitir. Por exemplo, no caso da breve sobre a plataforma da RE/MAX foi importante indicar a partir de quando a mesma estava disponível.</p>	124
04.20	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura.</p>	<p>Bloco noticioso constituído por cinco breves, sobre: a distinção da Teleperformance; a lista dos maiores sinistros provocados por ataques cibernéticos; a distinção da sede da GSI Portugal; o Programa Contacto da Sonae e a abertura de duas lojas ZIPPY em Abu Dhabi.</p>	<p>O LUNA diferencia o iniciador do texto dos seus autores, pelo que, sempre que existe um bloco de breves que é feito por mais que um jornalista, essa informação deve constar. Este tipo de indicação pode ser importante, sobretudo quando se pesquisa, através do 'software' trabalhos feitos por determinado jornalista, uma vez que o programa não reconhece as assinaturas colocadas no final da peça, mas apenas a informação editorial inserida.</p>	124
04.21	<p>Breves; Notícia sobre as previsões da Volkswagen; Notícia sobre o plenário dos trabalhadores da Casa da Moeda.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Plenário; Volkswagen</p>	<p>A peça sobre o plenário dos trabalhadores da Casa da Moeda foi executada com base num serviço feito pelo telefone.</p> <p>Neste caso, foi necessário entrar com contacto com o dirigente do Sindicato das Indústrias Transformadoras (SITE) e perceber quais as conclusões retiradas do plenário de trabalhadores.</p> <p>Quando a base da notícia é um 'take' de uma agência de notícias internacional, a transformação da informação recebida é de grande importância. Apesar de as agências terem um estilo semelhante, existe a necessidade de adaptar o texto à</p>	<p>Ao longo do período de estágio pude verificar que nem sempre se pode "dispensar" um jornalista da redação, daí a necessidade de muitas vezes os serviços serem executados via telefone. Este tipo de trabalhos acaba por ser útil para a aprendizagem, porque eles exigem uma maior atenção, decorrente da necessidade de escrever, ouvir a conversa e produzir questões, em simultâneo. Por outro lado, o áudio pode ser sempre aproveitado para ser difundido como mais um produto.</p> <p>Existe uma preocupação em explicar os conceitos e de procurar expressões semelhantes que possam substituir os estrangeirismos.</p>	124

		<p>realidade do país em questão. Desta forma, a notícia não pode ser uma mera tradução e ‘copy-paste’ da informação.</p>	<p>Por outro lado, não existindo a possibilidade de contactar com a marca e obter alguns depoimentos, é legítimo utilizar as citações que a outra agência obteve, nunca deixando de identificar que as mesmas não são da Lusa.</p> <p>Por exemplo:</p> <p>“Citada pela agência EFE, a Volkswagen destaca que nos próximos cinco ou dez anos haverá mais mudanças na indústria automobilística, com base em quatro eixos – conectividade, condução autónoma, mobilidade e eletrificação”.</p>	
04.24	<p>Breves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura</p>	<p>Bloco noticioso constituído por sete breves sobre: a distinção da H&M; o lançamento do guia prático para condóminos; o protocolo assinado pelo LIDL Portugal, Associação 5 ao Dia e SIMAB, que visa promover uma alimentação saudável; a abertura de uma empresa de assistência de doentes em Alfragide; o salão auto do Porto; o projeto ‘ShopView2Market’ e a nova zona residencial das Amoreiras.</p>	<p>No bloco das breves inserem-se todos os textos que não possuem informação suficiente ou relevante para se transformarem em notícias. A identificação destes textos também constituiu um exercício importante, nomeadamente porque passamos a identificar, com mais facilidade, as temáticas e assuntos mais abordados pela secção em que estamos inseridos.</p>	124-125
04.26	<p>Breves; Notícia sobre a ‘Go Youth Conference’ e Notícia sobre o debate realizado na Lusa, que analisou o futuro do trabalho e as mudanças tecnológicas.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Debate</p>	<p>A moderar a discussão esteve a jornalista Rosária Rato.</p> <p>A edição da informação assumiu contornos semelhantes à Reunião de Concertação Social, uma vez que apesar de existirem alguns documentos que foram disponibilizados, a base para a peça foram as notas retiradas.</p> <p>Impôs-se também que o texto fizesse uma síntese do debate, uma vez que de outra forma não chegaria à generalidade do público. Desta forma, é importante estruturar a notícia de modo a que estejam presentes as principais conclusões do debate. Por exemplo:</p> <p>“Não se pode estudar para médico e advogado”, mas é necessária uma formação que permita “que as pessoas sejam adaptáveis a várias profissões”, revelou.</p>	<p>Os estagiários foram chamados para assistir ao debate, passados cerca de 20/30 minutos, a coordenadora de estágio pediu à editora Carla Jorge que me dissesse para fazer a notícia sobre o evento.</p> <p>A peça demorou mais tempo a ser finalizada do que o habitual, provavelmente, mais de uma hora, uma vez que implicou organizar toda a informação que me tinha sido disponibilizada, bem como as notas que tinha retirado na conferência, que foi, maioritariamente, falada em espanhol.</p>	125-126



Figura 14

A figura 14 corresponde a um excerto do documento distribuído antes da conferência que inclui vários tópicos abordados e a uma parte das anotações efetuadas durante o debate, respetivamente.

Antes do início do debate, foram distribuídos alguns materiais sobre a conferência, no entanto, os mesmos apresentavam os pontos tocados de uma forma mais desenvolvida e alguns deles encontravam-se à margem do debate, o que dificultava a tarefa de elaborar uma notícia sobre o mesmo. Passados cerca de dois meses sobre o início do estágio foi possível identificar a importância que a informação disponibilizada recebe, sobretudo quando é bem executada. Não se deve tratar de uma cópia do material entregue, mas sim da sua utilização como uma guia orientadora para a peça.

04.27	<p>Breves; Notícia sobre os lucros do Deutsche Bank.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura</p>	<p>Bloco noticioso constituído por 13 breves, sobre: dados da Gate28; contratações na Ebury; comercialização de lotes na Herdade de São Lourenço; memorando de entendimento da COSEC; venda de apartamentos em Sintra; vendas da Nissan; lucro líquido da Nitendo; viagens com livros; nova loja do El Corte Inglés; Alimentaria e Horexpo; finalistas do concurso Montepio Acredita; revista 'Food & Travel' e a inauguração de uma microbiblioteca em Leiria.</p>	<p>Tanto as breves como as notícias, são bastante importantes para a interiorização do livro de estilo da Lusa. Por exemplo, a escrita dos números obedece a determinadas normas, no que respeita a utilização da vírgula ou do ponto. No caso da breve sobre a Gate28 isso é visível, veja-se: "15.450 passageiros que receberam uma indemnização total que ultrapassou os 5,4 milhões de euros em 2016".</p>
05.02	<p>Breves; Notícia sobre o anuncio de que a Reserva Federal dos EUA (Fed) iria rever a politica monetária.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Fed</p>	<p>A noticia sobre a Fed foi realizada com base num comunicado de imprensa internacional e assumiu, praticamente, os mesmos contornos que as noticias do género. A diferença é que a informação disponibilizada se encontrava em inglês e, por isso, é necessário traduzi-la, completá-la e adequá-la ao conceito da agência portuguesa.</p>	<p>Por vezes, existem algumas informações que suscitam dúvidas. Por exemplo, uma das breves que realizei neste dia, tinha como tema o impacto que a Eurovisão teve nas viagens de portugueses para Kiev e o valor apresentado rondava os 162%, o que não é um número muito normal quando se fala em aumentos de taxas de ocupação. No entanto, verificou-se que o número estava correto e não se tratava de um lapso.</p>

05.04 Notícias sobre os lucros do Facebook, da Shell, Air-France-KLM e Ferrari; Notícia sobre o défice comercial dos EUA; Breves. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'

O início de maio é uma época propícia à apresentação de resultados das empresas, o que facilita a sugestão de algumas notícias a realizar, recorrendo às agências noticiosas internacionais.

Não existe nenhuma razão técnica que justifique que o mês de maio seja marcado pela divulgação dos resultados das empresas. Porém, é sempre no início desde mês que são difundidas as informações sobre os resultados trimestrais das organizações.

126

Lucros da Ferrari sobem 60% no primeiro trimestre

Lusa
04 Mai. 2017, 17:29 | Economia

A Ferrari, fabricante de automóveis italiana, obteve um lucro líquido ajustado de 124 milhões de euros no primeiro trimestre deste ano, mais 60% que o registado entre janeiro e março de 2016.



Já as vendas da Ferrari cresceram 22% no primeiro trimestre deste ano, com um total de 2.003 veículos comercializados.

TÓPICOS:

Ferrari, Japão, Austrália, Singapura, Indonésia, Roma.

No período de referência, a faturação da empresa atingiu 621 milhões de euros, face aos 765 milhões registados em igual período do ano anterior, enquanto o EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) situou-se em 242 milhões de euros, um aumento de 30% face a igual período do ano anterior.

As vendas da Ferrari subiram 8,8% na Europa e no Médio Oriente, 4,2% na América e 3,2% no Japão, Austrália, Singapura, Indonésia e Coreia do Sul.

Figura 15

A figura 15 corresponde à notícia sobre os lucros da Ferrari publicada, integralmente, no site da RTP, minutos depois de ter sido difundida.

Ao longo do trabalho que desenvolvi na agência, pude perceber que são várias as editorias que se lamentam da falta de regulação que existe, no que se refere à apropriação dos textos da Lusa.

Por exemplo, Maria Augusta Gonçalves, editora de Cultura, revelou essa preocupação, ao analisar o site da TSF.

“Há bocado estava a ver...o novo site da TSF e a sensação que eu tenho é que o site da TSF podia ser o nosso”.

(Gonçalves, 2017: p.7, Entrevista)

126

05.06 Breves. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.
Palavras-chave: Breves; Cultura

Bloco noticioso constituído por dez breves, sobre: Tektónica; Lisbon Challenge'17; Programa de Estágios da Gfi Portugal; reforço da cobertura de redes de comunicação no Parque da Peneda-Gerês; distribuição do lucro do AKI pelos colaboradores; prémio Euroinfoliteracia; abertura de estúdios da Vivafit e do Personal20 nos Emirados Árabes; distinção do Instituto da Segurança Social e da TAP pelos Human

Por vezes, algumas breves podem ser sobrepostas. Por exemplo, se existem dois comunicados sobre a chegada da fibra ótica a duas localidades diferentes, não se justifica fazer duas breves sobre a mesma temática, por isso, juntam-se as duas numa só.

126

Resources Portugal e lucros trimestrais da Scania.

05.07-14	<p>Recolha dos dados sobre a produção noticiosa da secção de Cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e das notícias difundidas na secção de TV, Média e Cultura do Correio da Manhã.</p> <p>Palavras-chave: Correio da Manhã; Cultura; Lusa; RTP</p>	<p>Início da terceira fase da recolha de dados.</p> <p>Recolha de dados sobre a produção noticiosa da secção de cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e da secção TV, Média e Cultura do jornal Correio da Manhã.</p> <p>Delimitou-se o período de recolha entre os dias 7 e 14 de março, abril e maio, por estarem dentro do período de estágio e por configurarem uma amostra significativa.</p>	<p>Em entrevista, João Pedro Fonseca, chefe de redação da Lusa afirmou que apesar de existirem áreas temáticas que fazem fronteira, a cultura não é uma secção problemática.</p> <p>“Tudo o que acontece da cultura desde a música, escultura, pintura, literatura... está tudo muito claro, muito evidente”.</p> <p>(Fonseca, 2017: p. 4 Entrevista)</p>	126
05.08	<p>Breves; Notícia sobre um anúncio da Autoridade da Concorrência (AdC); Notícia sobre a vigília de trabalhadores do Estado.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Autoridade da Concorrência; Breves; Cultura</p>	<p>A notícia sobre a concentração foi realizada com a jornalista Nádía Dinis. A informação chegou à agência através do sindicato responsável pela organização, posteriormente, foi atribuído o serviço à jornalista. Não existindo um fluxo de trabalho que justificasse a minha permanência na redação foi-me dito que poderia acompanhar a Nádía Dinis.</p> <p>Optámos por dividir o trabalho, eu fiquei com a parte das entrevistas e a Nádía foi iniciando a peça e colocando informação que a contextualizasse.</p>	<p>Na agência, não é muito comum ver-se uma peça elaborada por dois jornalistas. Apesar da secção ser uma das maiores, existem alguns constrangimentos que não permitem que isso aconteça. Para além da falta de recursos humanos e do excesso de trabalho, existem alguns redatores que não fazem serviços no exterior da agência. Estas situações são decididas pela administração que impede alguns jornalistas seniores de realizar algumas tarefas, de modo a que estes acabem por entrar no plano de pré-reforma.</p>	126-127
05.09	<p>Breves; Notícia sobre uma campanha internacional do Turismo de Portugal.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p>	<p>Os comunicados da Autoridade da Concorrência aparecem, constantemente, nos media, mas acabam por passar despercebidos entre a publicidade.</p> <p>Bloco noticioso constituído por 11 breves, sobre: programa da Mota-Engil para captar jovens; CTT distinguidos pela Human Resources; presidente da câmara luso-belga- luxemburguesa visita o BlueBiz e a ZILS; lucros trimestrais da Adecco; CarAmigo</p>	<p>Por norma, estes comunicados apresentam a compra de uma empresa por uma determinada entidade e a Lusa aproveita-os para construir uma notícia. Neste caso, o importante é complementar a noticia com informação extra, nomeadamente sobre as empresas em questão e sobre a própria Autoridade da Concorrência.</p> <p>Em Economia, a forma de produção noticia é muito semelhante, independentemente, do tipo de textos produzido. Por exemplo, quando elaboramos os câmbios utilizamos um conjunto de expressões</p>	126-127

	<p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Turismo</p>	<p>começa a a operar em Portugal; EBC e Trigger Systems distinguidos pela Bolsa de Empreendedorismo; distinção da Iguarivarius pelos European Business Awards; Dia do Betão 2017; UPS lança serviço ‘Express Critical’ na Europa; novos sócios da PLMJ Advogados; estudo da Informa D&M.</p>	<p>específicas como “fixou-se” ou “situou-se”, que podem também ser empregues nos casos em que a informação mencionada refere-se aos lucros.</p>	
05.10	<p>Breves; Notícia sobre os lucros da Toyota;</p> <p>Entrevista à Editora de Cultura da Lusa – Maria Augusta Gonçalves.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; Toyota</p>	<p>Bloco noticioso constituído por cinco breves, sobre: a chegada da fibra ótica da PT a Arcos de Valdevez; a parceria entre a PhoneHouse e a Blueticket; aumento do tráfego da Air France-KLM; subida dos lucros trimestrais do grupo Azkoyen e investimento da Lusiaves em plano de inclusão social.</p>	<p>Sempre que possível, nas notícias que se referiam aos lucros de uma determinada empresa, era necessário fazer menção às vendas efetuadas em Portugal ou na Europa.</p>	<p>Página na 127</p>
05.11	<p>Breves; Notícia sobre os lucros da Nissan; ‘5-7’ sobre a divulgação dos resultados da Oferta Pública de Venda da TAP.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura; OPV</p>	<p>Bloco noticioso constituído por cinco breves, sobre: 413 mil clientes do cartão Universo; chegada da fibra ótica da PT a Vale de Cambra; investimentos da Crioestaminal; OutSystems abre escritório no Japão; nova emissão filatélica dos CTT dedicada aos doces tradicionais.</p>	<p>Através deste bloco de breves pode verificar-se que nem toda a informação que se refere a questões internacionais é tratada pela secção Internacional. Neste caso, a abordagem pela Economia é justificada pelo facto de se tratar de uma empresa.</p>	
		 <p>The image shows a news article header from Lusa. The title is 'Lucros da Nissan sobem quase 30% para 5.343 ME em 2016'. The Lusa logo is visible on the left, and there are social media icons on the right.</p>	<p>A peça em causa é mais um exemplo da apropriação que os restantes meios fazem do trabalho da Lusa, uma vez que foi publicada, integralmente, no site da RTP, minutos depois de ter sido difundida.</p>	
		<p>Figura 16</p> <p>A figura 16 corresponde à notícia sobre os lucros da Nissan.</p>		
05.12	<p>Notícia sobre a reunião G7.</p> <p>Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’.</p> <p>Palavras-chave: Breves; Cultura</p>	<p>O dia 12 de maio foi um dia particular, uma vez que a agenda da Lusa foi marcada pela vinda do Papa Francisco a Portugal e pela celebração do centenário das aparições de Fátima. Foi-me atribuído um serviço que consistia no acompanhamento da reunião do G7 e das informações que eram disponibilizadas à imprensa,</p>	<p>Ao longo do período de estágio pude aperceber-me que os serviços de agência acabam por ser muito incertos. Apesar de, por norma, abrangerem um grande período de tempo, a informação que se encontra pode servir apenas para uma notícia ou não estar sequer enquadrada naquilo que são os</p>	<p>127-128</p>

		através de ‘sites’ oficiais e agências de notícias. O objetivo era selecionar informações que se pudessem enquadrar nos objetivos de produção da agência e posteriormente, ver com equipa de edição se poderia fazer uma notícia sobre as mesmas.	produtos difundidos pela secção.
05.15	Breves; Notícia sobre os resultados da Toshiba. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’. Palavras-chave: Breves; Cultura	No entanto, acabaram por não ser divulgadas grandes informações à imprensa, tendo feito apenas uma notícia sobre a discussão da visão económica de Donald Trump. Bloco noticioso constituído por oito breves, sobre: expansão da Goldcar; delegação em viseu do Sindicato Nacional dos Quatros e Técnicos Bancários; loja Kiabi em Matosinhos; novo diretor-geral da Volkswagen; eletricidade renovável na Tetra Pak; adesão do Sindicato XXI à Federação Nacional dos Sindicatos de Trabalhadores Portuários; Tranquilidade distinguida pela Superbrands e novo serviço da Teleperformance.	Os limites impostos ao número de caracteres a utilizar me cada parágrafo ou título podem levar a que algumas regras sejam “quebradas”. Por exemplo, os termos estrangeiros devem ser adaptados ao contexto português ou explicados, porém nem sempre essa explicação pode ser apresentada logo em seguida, sobretudo quando os termos são empregues no título ou no lead.
05.16	Breves (duas edições). Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’. Palavras-chave: Breves; Cultura	Este dia foi marcado pelo grande número de notícias breves, o que levou a que fossem difundidos dois blocos noticiosos, um pelas 16:00 e outro (o habitual) pelas 19:00	Ao longo de três meses pude observar que a existência de duas edições de breves é um procedimento atípico na secção, uma vez que não existe tempo nem recursos que possibilitem / justifiquem a elaboração de dois blocos, difundidos em horários diferentes.
05.17	Breves; Notícia sobre o ‘Brexit’; Entrevista ao editor adjunto de Cultura da Lusa – Tiago Dias. Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do ‘LUNA’. Palavras-chave: Breves; Cultura; Entrevista	Bloco noticioso constituído por cinco breves, sobre: estágios na Sonae; novo presidente-executivo da AIG; renovação de plataforma digital do Santander Totta; Expofranchise em Lisboa e crescimento da Montiqueijo em 2016.	Em entrevista, Tiago Dias, editor adjunto de Cultura na Lusa, disse que a agência recorre às agências internacionais como ponto de partida para as próprias peças ou como fonte. “A Lusa recorre às agências internacionais quer como ponto de partida para notícias quer como fonte para notícias”. (Dias, 2017: p.1, Entrevista)
05.18	Breves; Manifestação do Sindicato Ferroviário (com TV); Notícia sobre os resultados da Sothebys International Realty.	A informação chegou à Lusa, através do sindicato responsável pela sua organização, neste caso o sindicato ferroviário. O objetivo, tal como em todas as manifestações, seria recolher	A manifestação do sindicato ferroviário teve número reduzido de pessoas, mas foi a primeira vez em que vi transeuntes a demonstrarem o seu desagrado face aos

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Cultura; Sindicato Ferroviário

depoimentos, descrever ambientes e perceber quais as reivindicações dos trabalhadores. Porém, durante a entrevista ao secretário-geral do sindicato, houve uma informação que se sobrepôs à habitual discrição do evento.

barulhos que os manifestantes estavam a fazer, até os próprios turistas, que por norma, optam por fotografar o momento e até perguntar aos jornalistas mais sobre assunto, mostravam o seu desagrado face às buzinelas que se faziam ouvir.

Por indicação da editora Jennifer Mota, o foco da peça passou a ser o valor das multas por cobrar e não a manifestação.

Por outro lado, o resultado final acabou por ser uma peça diferente da esperada, uma vez que durante a entrevista com o dirigente sindical, o mesmo acabou por revelar uma informação que se sobrepunha à própria manifestação: a CP contabilizou, cerca de 12 milhões de euros em multas por cobrar.

Depois de enviado para a equipa de edição, o texto não sofreu quaisquer alterações.

128-
129

CP tem 12 milhões de euros de multas por cobrar

Figura 17

A figura 17 corresponde à notícia sobre a manifestação do Sindicato Ferroviário, publicada, integralmente, no site da TVI24. Neste caso, não está presente que a notícia foi realizada pela agência Lusa.

05.19

Breves; Conclusão de trabalhos;

Entrevista ao Chefe de Redação da Lusa - João Pedro Fonseca.

Acompanhamento da produção noticiosa, da secção cultura, através do 'LUNA'.

Palavras-chave: Breves; Cultura; Entrevista; Reportagem

Entrei em contacto com colegas, ex-colegas e com os restantes estagiários, no entanto, é difícil encontrar pessoas de áreas além da comunicação e do jornalismo que sejam obrigadas a fazer estágios curriculares, ou seja, não remunerados. Posto isto, acabei por começar a fazer algumas entrevistas e ver o material que conseguia recolher. Uma vez, que me pareceu que era consistente decidi propor que a reportagem se focasse apenas em alunos de comunicação, visto que os entrevistados acabavam por ter no seu percurso formação na área, quer seja através de uma licenciatura ou mestrado.

O último dia de estágio foi dedicado à finalização de trabalhos.

129

No final de abril tinha-me sido proposto fazer uma reportagem sobre vários jovens que tinham andado de estágio em estágio sem conseguir integrar a equipa de nenhuma das empresas por onde tinham passado.

A peça acabou por ser divulgada em várias páginas gerou algum debate entre os leitores.

limbo", ou seja,

Realizei várias rondas de entrevistas às mais variadas pessoas, para depois seleccionar as que apresentavam testemunhos mais diversos e situações de “abusos” que deveriam ser revelados.

Posto isto, a editora Carla Jorge sugeriu que juntasse à reportagem a análise de alguns dados do INE e o testemunho dos precários inflexíveis. Uma vez, que os dados estatísticos demoraram algum tempo a ser divulgados, segui para o contacto com a associação dos precários inflexíveis. No entanto, acabámos por não ter nenhum depoimento dos mesmos.

Os dados do INE, apresentavam-se demasiado aglomerados, ou seja, a informação sobre os jovens formados em comunicação aparecia junta com um conjunto de outras profissões que nada tinham a ver com a área e apesar de várias tentativas da editora Carla Jorge, o instituto acabou por não ter nenhum dado mais específico que pudesse apresentar. Por isso, utilizámos a informação disponibilizada, naquele conjunto de profissões, nas classes compreendidas entre os 16 e os 24 anos e 24 e os 35.

A peça foi divulgada no dia 21 (domingo), às 11:05.

Optou-se por iniciar a peça com uma pequena introdução:

“Alexandra, Joana e Rute, com vinte e poucos anos, têm em comum o gosto pela comunicação e no currículo contam com pelo menos dois estágios, mas não conseguem arranjar emprego na sua área de formação”.

Em seguida, relatou-se a experiência das três jovens, sem seguir nenhuma ordem específica, mas optei por apresentar em último aquele que funcionava como uma síntese de todas as entrevistas que realizei, até chegar ao fim da reportagem.

"Quem faz um estágio neste país, tem obrigações, mas não tem direitos, perante a lei estamos no "trabalhamos, cumprimos horários, somos eficientes, mas, para efeitos legais estamos em casa sentados no sofá, não temos direito a férias ou subsídios e no final recebemos uma palmadinha nas costas", concluiu.

A terminar foram apresentados os dados do INE, relativos ao desemprego jovem na área da comunicação.

O horário de divulgação das peças influencia muito a sua utilização pelos média. Dá a importância de textos como os ‘5-7’ serem divulgados de madrugada, uma vez que se referem a um evento que vai ocorrer durante o dia em questão ou de, no caso das reportagens difundidas a um fim de semana, a sua publicação não ser feita logo de manhã mas, por volta das 11:00.

As figuras 20,21 e 22 correspondem a algumas das páginas onde a reportagem foi difundida.



Figuras 18-19



Figura 20

15 Serviços
10 Manifestações
500/ 600 Breves
75 Textos

4. Jornalismo Cultural

4.1. O Conceito de “Jornalismo Cultural”

Celiana Azevedo, na sua abordagem ao conceito de jornalismo cultural, interliga-o aos acontecimentos históricos e sociais que Portugal atravessava, na altura em que este tipo de área começou a ter mais destaque.

Para a autora, foi o fim da ditadura que marcou a emergência do jornalismo cultural nos jornais de grande tiragem, uma vez que significou o fim à repressão sobre as manifestações culturais. Desta forma, esta área “surgiu com a função social de divulgar, para a generalidade da população, temáticas que estavam restritas às elites, principalmente àquelas ligadas às artes, filosofia e literatura”. (Azevedo, 2010: p.130)

Sérgio Gadini defende que o jornalismo cultural é, em parte, “historicamente associado ao olhar de uma emissão crítica de análise sobre os respetivos produtos, serviços e atividades culturais que são tematizados e agendados pelo jornalismo da área”. (Gadini 2002: p. 18)

Desta forma, pode ser entendido como uma espécie de “sinónimo de crítica das expressões, eventos e situações da cultura, na maneira (e proporção) em que não se limita a informar”. (Gadini, 2002: p.20)

Fábio Gomes propõe uma definição mais ampla, ao afirmar que este género é um dos ramos do jornalismo que, “tem como missão informar e opinar sobre a produção e circulação de bens culturais na sociedade”, podendo surgir como veículo para que, parte desta produção, chegue ao público. (Gomes, 2009: p.8)

Para o autor, este tipo de jornalismo pode dividir-se em dois géneros de textos: informativo e opinativo. No primeiro caso, a prioridade “é contar ao leitor algo que ele não sabe”, enquanto que, no segundo, o objetivo é “apresentar ao leitor a opinião do jornalista sobre uma obra ou evento cultural. No género informativo, incluem-se notícias, notas, recensões, reportagens e entrevistas. Já do género opinativo, fazem parte o comentário, a crítica e o ensaio. (Gomes, 2009: pp.8 e 9)

Daniel Piza, opta por defender que o jornalismo cultural apresenta uma riqueza de temas e implicações, uma vez que a “cultura está em tudo, é da sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens”. (Piza, 2003: p.7)

Dora Santos Silva aponta uma definição do conceito que vai ao encontro das práticas que lhe estão associadas, bem como as suas especificidades.

Neste sentido, a autora opta por definir jornalismo cultural como “aquele que tem na sua essência práticas, bens ou perspectivas culturais” e acrescenta que este género “tem um tipo específico de cobertura, lógicas diferenciadas, especificidades linguísticas e naturalmente, uma amplitude temática”. (Santos Silva, 2012: p.70)

Porém, afirma que, a generalidade dos temas pode ser também tratado na cultura, desde que o ângulo de abordagem se adequa.

“O lançamento de um carro pode ser, por sua vez, tratado na secção cultural de um jornal, se o jornalista partir do *design* da marca e da sua história patrimonial”. (Santos Silva, 2012: p.70)

Dora Santos Silva acrescenta ainda que a cultura é uma área de especialização que, de uma forma geral, tem os mesmos critérios de noticiabilidade que o jornalismo geral e que é influenciada pela evolução política e económica do país. (Santos Silva, 2012: p.71)

No entanto, autores como Enrique Bustamante o conceito de jornalismo cultural apresenta um carácter mais amplo, uma vez que implica não só entender o que é a cultura na sociedade contemporânea, mas também a forma como ela se relaciona com as regras sociais e económicas, bem como a forma como os média agem nessas derivações.

“Colocar a questão sobre o papel da cultura no jornalismo contemporâneo ou, no inverso, o que o jornalismo tem feito com a cultura nos últimos anos, implica um desvio conceptual prévio, capaz de contextualizar a análise e as chaves de interpretação da realidade atual: primeiro, sobre a própria definição de cultura nas nossas sociedades; em segundo lugar, sobre a natureza da cultura contemporâneas, as suas regras sociais e económicas e o papel que os meios de comunicação desempenham nessas derivações, ou melhor, como os média são integrados na própria cultura contemporânea, como grandes fábricas industriais de bens simbólicos e como plataformas essenciais para a circulação social de produtos culturais”.⁴(Bustamante, 2017: p.13)

⁴ Tradução livre de : "Platarse el interrogante sobre el papel de la cultura en el periodismo contemporáneo o a la inversa qué hace el periodismo con la cultura en los últimos años, exige un rodeo conceptual previo capaz de fijar el contexto del análisis y las claves de interpretación de la realidad actual: primero, sobre la definición misma de la cultura en nuestras sociedades, en segundo lugar sobre la naturaleza de la cultura contemporánea sus reglas sociales y económicas, y el papel que los medios de comunicación juegan en esas derivaciones; o mas bien como los medios se integran en la cultura contemporánea misma, en tanto grandes fábricas

Em suma e com base nas definições apresentadas pelos autores, podemos caracterizar o jornalismo cultural como uma área que surgiu com uma função social, que visa informar a população sobre temáticas que até ao final da ditadura, em Portugal, estavam sujeitas a mecanismos repressivos.

Por outro lado, este género pode ser ainda distinguir-se por imprimir um olhar crítico aos assuntos que marcam a atividade produtos, serviços e atividade cultural.

O jornalismo cultural apesar de incluir práticas, bens ou perspetivas culturais, possibilita que todos os temas sejam tratados, desde que o ângulo de abordagem se adegue.

Este género jornalístico não se caracteriza apenas por tratar temas culturais, mas também por abordar a sua relação com os media e da forma como estes analisam a sociedade e a economia. Pois, seguindo a abordagem de Enrique Bustamante, este é um conceito, extremamente ambíguo, que está carregado de conotações e interesses, uma vez que pode ser interpretado de formas diferentes, de acordo com a área a que se refere. Por exemplo, no sentido económico, a cultura pode ser apontada como um ramo da indústria e do negócio. Já, naquilo que o autor classifica como “tribos urbanas”, a cultura pode aparecer associada aos jovens, à terceira idade, à moda ou à alta cozinha. (Bustamante, 2017: p.14)

4.2. A Cultura na Lusa

4.2.1. O formato e as áreas

A editoria de Cultura tem vindo a sofrer, ao longo dos anos, várias alterações. Desde logo, o formato em que hoje se encontra, regressou no início de 2017, após seis anos de fusão com a editoria da Sociedade.

Os principais motivos que levaram a esta junção foram o aumento dos cortes, provocados pela crise instalada, a falta de redatores e consequente necessidade de fazer uma redistribuição de jornalistas.

“Houve uma secção de Cultura, em meados dos anos 2000, que viveu até ao final de 2011. A decisão prendeu-se muito com os cortes que existiram nos anos da crise, [por exemplo]

industriales de bienes simbólicos y como plataformas esenciales para la circulación social de los productos culturales". (Bustamante, 2017: p.13)

na indenização compensatória da Lusa, houve perda de pessoas, portanto houve uma redistribuição. Ao diluíres uma editoria noutra vais ter economias de escala e nós andamos aqui, normalmente, aos tostões, a contar cêntimos”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

No entanto, Maria Augusta Gonçalves, editora de cultura, considera que a decisão tomada vai ao encontro do que tem sido o passado da agência, nomeadamente, no que se refere à distribuição das secções.

“Quando se pensa que se acabou com a editoria cultura...não é uma coisa dramática, porque é uma coisa menosprezada ou posta de parte. Há de facto um passado e uma estrutura mental em que isso se enquadra e não é, necessariamente, conflituoso, mas, não dá jeito nenhum, a abordagem contemporânea é diferente. Por algum motivo, quando é repostado dinheiro, volta a emergir a editoria”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Já João Pedro Fonseca, chefe de redação da Lusa, considera que “é um fenómeno que acontece quando há cortes. Já aconteceu, é cíclico. Quando tu juntas duas secções poupas, por exemplo, em editores. Não há dinheiro, há menos gente e temos que aproveitar os recursos da melhor forma”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

Atualmente, a secção de cultura na agência Lusa é formada por oito jornalistas. Maria Augusta Gonçalves é editora, enquanto Tiago Dias assume a função de subeditor, trabalhando na delegação do Porto. Para além dos editores, existem mais seis jornalistas que finalizam a equipa: Nuno Lopes, Sílvia Borges da Silva, Ana Leiria, Joana Simões, Ana Goulão e Cláudia Páscoa.

Apesar de existirem jornalistas mais vocacionados para determinadas temáticas, não existe uma separação clara de áreas, dados os constrangimentos impostos pela rapidez exigida e pela falta de meios disponíveis.

“Temos jornalistas mais ou menos vocacionados [para determinada área], porque já a acompanham há mais tempo, porque estão mais familiarizados com determinadas áreas, porque têm mais fontes e um *background* que lhes dá segurança”. No entanto, “é um serviço de agência, trabalhamos 24 sobre 24 horas, portanto aquela repartição de áreas e de temas, como se pode ver num jornal...é um bocado difícil”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Concluimos assim que na secção Cultura não existe uma divisão fixa de temáticas, porém existem jornalistas vocacionados para determinadas áreas, o que significa que possuem

uma carteira de fontes mais vasta e, por isso, acabam por ficar com mais serviços relacionados com a sua especialização.

Posto isto, podemos depreender que, com o passar dos anos, a secção de Cultura tem sofrido várias alterações de formato sendo que, a mais significativa, foi a sua junção com Sociedade.

No entanto, na perspetiva dos entrevistados, esta aglomeração não significou que a área deixasse de ser abordada pela agência. Pelo contrário, a decisão foi potenciada pela necessidade de se efetuar uma redução de custos, nomeadamente, com o pagamento dos editores.

4.2.2. Um editor à distância do *Skype*?

Apesar de estarem geograficamente separados, o contacto entre os editores e os jornalistas é constante, para que cada redator saiba das decisões tomadas e dos trabalhos que se encontram em desenvolvimento. Para que a informação passe, as chamadas por telefone, pelo *Skype* e a troca de *e-mails*, são frequentes.

“É exatamente a mesma coisa que ter dois editores em Lisboa... aqui, de algum modo, até se combinam os nossos feitios com a noção de que temos uma pessoa que está a 300km de distância, mas ligado em linha. Como temos a noção de que há uma pessoa fora, temos sempre a preocupação de manter a informação atualizada, em tempo real”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Maria Augusta Gonçalves destaca que o facto de não estarem todos na mesma redação não é algo negativo, porque significa que existe uma representação da editoria noutra distrito, estando assim os jornalistas do Porto munidos com fontes regionais que podem ser úteis para o trabalho que a agência desenvolve.

4.2.3. Zonas de fronteira e tratamento da informação

A definição do que a agência determina que é ou não cultura está bem definida, apesar de, por vezes, poderem existir zonas de fronteira com outras secções e, nesse caso, a divisão tem que ser acordada entre editores.

João Pedro Fonseca, afirma que é na secção Agenda a origem desta delimitação e que as áreas de cultura não são as mais problemáticas.

“A origem começa na agenda. Os temas estão muito bem definidos. A cultura não é problemática, porque as coisas de cultura são muito claras e muito evidentes”. (Fonseca, 2017: Entrevista)

Já Tiago Dias, editor adjunto de Cultura, refere a editoria tem uma dimensão temática abrangente, no entanto, em caso de dificuldade, as questões são debatidas com as diversas secções e com a chefia.

“A cultura da Lusa aborda todas as dimensões artísticas e culturais, quer a nível nacional quer internacional, com um olhar especial para aquelas desenvolvidas nos países de língua portuguesa. Há uma base subjacente que permite dizer, na maioria dos casos, que algo é ou não competência da Cultura, em caso de dúvida fala-se com uma ou mais secções”. (Dias, 2017: Entrevista)

Maria Augusta Gonçalves afirma que existem temas que formam zonas de junção entre diversas secções, nomeadamente, internacional e lusofonia. Portanto, na Cultura, apesar das temáticas estarem bem definidas, não existem fronteiras, ou seja, por vezes, impõem-se novas abordagens a diferentes temas e áreas.

Por exemplo, “se falares de ensino artístico, há temas que estão relacionados com conservatórios e com escolas, há outros que têm a ver com a área da criatividade, projetos ou perspectivas de montagem de espetáculos, relacionadas com a política cultural o outras coisas que são, necessariamente, cultura”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

A informação pode chegar à editoria de diversas formas. O jornalista pode propor determinado trabalho, em função da informação e das fontes que possuiu para o tratar; os clientes podem solicitar que seja a Lusa a cobrir um tema ou acontecimento e as agências de comunicação, as fontes institucionais e as agências internacionais de notícias assumem um papel importante.

O tratamento da informação recebida não difere muito, independentemente da fonte. Quando se recebem comunicados de imprensa, a informação é trabalhada e adaptada ao contexto de uma agência noticiosa, as fontes são sempre citadas e, sempre que possível são acrescentadas novas informações.

Por sua vez, quando a peça é baseada numa informação publicada por uma agência internacional não se pode prender apenas a uma mera tradução, existe a necessidade de acrescentar factos que justifiquem a informação e o contexto português que reforça a pertinência da mesma.

“Não nos fechamos sobre a informação que vem nas agências e fazemos só aquilo. Indicamos a fonte, indicamos que são eles a dar-nos e depois juntamos aquilo que tem a ver com a realidade portuguesa ou que se justifica, de algum modo, juntar”. (Gonçalves, 2017: Entrevista)

Por vezes, o que determina que uma notícia, vinda de uma fonte internacional, integre a produção da ‘Lusa’, não é o “protagonista” em si, mas o contexto do acontecimento.

Como exemplo, Maria Augusta Gonçalves aponta a notícia da morte de um músico inglês, percussionista e que, em determinado momento, foi um dos vencedores do prémio ‘Guilhermina Suggia’ da Royal Academy. A notícia acabou por ser difundida, sobretudo, pelo facto de o prémio atribuído ser inspirado na violoncelista portuguesa.

O próprio *software* que a Lusa utiliza para produzir e difundir as notícias (LUNA), exige que cada notícia seja identificada consoante o país, cidade, fonte, autor, distribuidor, palavras-chave e temas seleccionados. Depois de terminada, a peça é aprovada pelo editor e, em seguida, ainda é vista por algum dos elementos da direcção de informação.

Podemos assim afirmar que a secção de Cultura tem uma dimensão, relativamente, reduzida e que, ao longo dos anos, sofreu várias alterações. Tendo vivido uma fase em que foi integrada na secção Sociedade, devido aos constrangimentos económicos que justificavam a necessidade de cortes, por exemplo, com os editores.

No entanto, a secção voltou, sensivelmente, há três ou quatro anos. A editora de cultura opta por destacar que o período de junção não significou que a área fosse menosprezada ou maltratada pela Lusa, no entanto, existe um passado histórico em que se verifica que várias áreas já se fundiram e, mais tarde, vieram ou não a individualizar-se. Opinião partilhada por João Pedro Fonseca, que classifica o fenómeno como “cíclico”.

No total, a secção é formada por oito jornalistas. Apesar de existirem profissionais que, pelo seu percurso e quantidade de fontes acabam por estar mais vocacionados para determinada área, não se pode afirmar que existe uma divisão rígida de temas, pelos profissionais.

A editoria tem uma característica que não se verifica em mais nenhuma secção da agência noticiosa, que é o facto do editor adjunto não se encontrar na sede de Lisboa, mas sim no Porto. No entanto, Maria Augusta Gonçalves sublinha que esta condição não constitui um problema, porque acabam por estar sempre em contacto, através no telefone, do e-mail ou do *Skype*. A editora destaca ainda que, uma das principais características da secção, é

o facto de todos os redatores saberem os temas e os trabalhos que estão a ser tratados, entre eles. Situação que verifiquei, várias vezes, durante o processo de observação. O editor adjunto, quando “puxa uma peça” (termo utilizado para ilustrar o processo em que o editor retira uma peça da pasta geral e muda-a para a sua pasta privada para editar) e tem que fazer algum tipo de alterações, liga, para Lisboa, para falar, diretamente, com o autor da mesma.

A forma como a Lusa determina o que é ou não cultura tem início da agenda, como apresenta João Pedro Fonseca, com a delimitação e distribuição dos temas.

Tiago Dias opta por afirmar que a secção aborda todas as dimensões artísticas e culturais, nacionais ou internacionais, e dá também destaque às que são desenvolvidas nos países de língua portuguesa, cumprindo assim uma das funções do serviço público.

Apesar de existirem zonas de fronteira entre as várias secções, sobretudo entre cultura e lusófona / internacional, a questão acaba por ser resolvida com os editores e também, de acordo com os recursos humanos disponíveis para cobrir determinado evento ou tema.

A secção também utiliza, muitas vezes, os comunicados de imprensa como fonte. Porém, tal como foi indicado, os mesmos servem apenas como ponto de partida, porque é necessário incluir novas informações e adaptá-los àquilo que é a realidade portuguesa.

Enquanto estagiário, o período dedicado à observação da secção de Cultura foi bastante útil, antes de mais, permitiu que a experiência de estágio não se fechasse apenas sob a área Económica, pondo de parte todas as secções que fazem parte da agência noticiosa e que acabam por estar ligadas, ou seja, estão, constantemente, a par dos trabalhos que as restantes editorias estão a desenvolver.

Para além disto, o estudo de caso, presente neste relatório, em anexo, permitiu-me refletir, de uma forma mais profunda, sobre o tipo de escrita empregue nesta secção que, obviamente, possui algumas diferenças, desde já, visíveis pela exclusão de alguns termos ligados à linguagem económica como “deflação”, “inflação” ou “défice”.

Por outro lado, e ainda dentro do tema tratado, verifica-se que há uma certa homogeneização das peças, provocada, pelas regras que regem o trabalho dos colaboradores, tal como aqui já foi mencionado.

Destaco ainda a importância da conversa com os entrevistados, uma vez que facilitou a percepção das principais mudanças que ocorreram na secção, bem como do funcionamento e divisão de temáticas, no modelo em que agora se encontra.

5. Jornalismo Económico

5.1. O jornalista especializado em Economia

A crise financeira, nos Estados Unidos da América, e mais tarde a crise do endividamento do sul da Europa e a introdução dos programas de ajustamento da troika em Portugal, em 2011, tornaram a informação económica imprescindível para as microeconomias das nossas casas e para as escolhas individuais do dia-a-dia dos portugueses. Consequentemente, a informação económica dirigida atualmente [para os leitores] converteu-se numa das principais e mais preponderantes áreas de especialização jornalística, com uma audiência de um vastíssimo espetro”. (Mendes, 2014: pp. 16 e 17)

Segundo Diana Inácio Mendes, se analisarmos a história recente do país apercebemo-nos da importância que a Economia e consequentemente o jornalismo económico passou a ter entre a população. Sobretudo, se tivermos em conta o papel que o jornalista de agência assume enquanto prestador de um serviço público, esta evidência torna-se ainda maior, uma vez que este tem como um dos seus deveres passar uma informação clara e concisa, fazendo-a chegar a toda a população, não fazendo distinções regionais.

Isto significa que, durante este período, podemos afirmar que o jornalismo económico passou a ter um especial destaque, por evidenciar as alterações que as medidas governamentais traziam para a vida dos cidadãos, desconstruindo-as e adaptando-as a uma linguagem mais simples e perceptível. Isto, no sentido de facilitar a perceção no que se refere à linguagem macroeconómica.

É precisamente na relação entre a linguagem numérica e a linguagem jornalística que Christina Martins vai suportar a sua definição das especificidades do jornalista económico.

“A maleabilidade das palavras pode entrar em choque com a dureza dos números, com a frieza de adjetivos tais como produtivo ou eficaz ou com a obscuridade de substantivos como, por exemplo, mais-valias ou inflação, para não falar no terror de expressões recorrentes como arrefecimento económico, deflação ou desemprego de longa duração” (Martins, 2007: p. 18)

Para a autora, existem capacidades que devem ser intrínsecas a qualquer jornalista, tais como saber recolher a informação e passa-la à sociedade. No entanto, é no tratamento da

informação que um jornalista especializado se destaca, uma vez que “tratar exige intimidade com o tema, exige conhecimento prévio, exige domínio do vocabulário articulado pelos agentes de um determinado campo social” (Martins, 2007: pp. 19 e 20)

Neste sentido, Christiana Martins refere que os jornalistas especializados na área económica, para além de lidarem com os valores de notícia, a procura de objetividade e com a pressão temporal, têm que possuir um conjunto de capacidade técnicas dentro da temática.

“Não é um jornalismo melhor que o dito generalista, apenas exige outros cuidados e, principalmente, uma preparação complementar por parte do profissional de informação que a ele se dedica”. (Martins, 2007: p. 20)

Por sua vez, autores como César Coca e Maria Pilar Díezhandino optam por apontar que os jornalistas económicos fazem parte da chamada “elite da imprensa”, sendo considerados um grupo muito especial dentro da redação, do qual, à semelhança com os que trabalham em Política e, tal como já foi afirmado, saem, usualmente, os membros da direção das redações, realidade que pode ser vista, por exemplo, no Público e no Negócios.

Porém, estes autores referem que os jornalistas da área acabam por estar sujeitos a uma maior pressão que os seus pares, uma vez que lhe são exigidas uma independência e imparcialidade, que assumem características que não são intrínsecas aos profissionais de outras áreas.

“Muitas vezes é pedido aos jornalistas de economia, uma independência e imparcialidade que não são exigidas a outros jornalistas. É menos chocante, para os leitores, quando os mesmos jornalistas não admitem que desejam que os jornalistas desportivos, fazem crónicas apaixonadas pelas suas equipas (...) mas, não toleram a mínima inclinação de um jornalista económico face ao sindicato, à banca, à administração ou aos trabalhadores”⁵(Coca & Díezhandino, 1991: p. 89)

⁵ Tradução livre de: “A menudo se pide para los informadores económicos, una independencia e imparcialidad que no se exige a otros periodistas. Resulta al menos chocante que los lectores, cuando no lo mismos periodistas admitan hasta deseen que in informador desportive haga crónicas apasionadas sobre el equipo de sus amores (...) pero luego, no telere la más mínima inclinacion del informador económico hacia las posturas de la Patronal, los Sindicatos, la Administración, la Banca o los trabajadores”. (Coca & Díezhandino, 1991: p. 89)

Seguindo a linha de pensamento dos autores, e partindo do exemplo espanhol, os jornalistas económicos acabam por ser alvo de alguma “inveja” entre colegas, uma vez que saem, muitas vezes, para serviços, que incluem viagens ou almoços. Os autores vão mais longe, ao associar que, frequentemente, estes profissionais são acusados, com base num estereotipo, de serem comprados por algumas “regalias”.

“Invejados pelos seus colegas porque viajam com mais frequência do que a média ou comem em restaurantes luxuosos, cercados de pessoas importantes, quase diariamente, criticados com base no velho estereotipo do jornalista comprado por privilégios e viagens, se não, diretamente pelo dinheiro, os jornalistas económicos são sempre considerados, como um grupo muito especial na redação”. ⁶(Coca & Díezhandino, 1991: p. 76)

César Coca e Maria Pilar Díezhandino vão ainda ao encontro de Christiana Martins, ao afirmar que, apesar de todas as especialidades que a área exige, os jornalistas de economia, se distinguem do comum dos cidadãos pela sua profissão e não pela sua especialização.

“Devemos dizer que os jornalistas de informação económica podem ser um pouco especiais, mas, são, sobretudo, jornalistas e isso já os situa num lugar distinto do comum dos cidadãos”⁷. (Coca & Díezhandino, 1991: p. 76)

Partindo das reflexões apresentadas pelos autores citados, podemos dizer que a importância do jornalismo económico é vista, principalmente, em situações de crise financeira, em que o profissional surge como um elemento que faz a ponte entre as medidas aplicadas e aqueles que nelas são visados, ajudando a interpretar a burocracia que lhes é associada.

No que se refere ao trabalho dos jornalistas da área económica, existe, por vezes, um choque entre as palavras e os números, porque noutras áreas a linguagem não envolve termos tão específicos como juros ou inflação. No entanto, estes jornalistas especializados

⁶ Tradução livre de: “Envidiados por sus compañeros porque viajan con más frecuencia que la media, o comen en lujosos restaurantes rodeados de gente importante casi a diario, y criticados sobre la base del viejo estereotipo del periodista comprado por régulos y viajes, cuando no directamente por dinero, los redatores dedicados a la información económica son siempre considerados, como un colectivo muy especial dentro de la redación” (Coca & Díezhandino, 1991: p. 76)

⁷ Tradução livre de: “Debemos decir que los periodistas de información económica pueden ser un poco especiales, pero son sobre todo periodistas, y eso yalles sitúa en un lugar distinto de común de los ciudadanos”. (Coca & Díezhandino, 1991: p. 76)

destacam-se por um conhecimento vasto e aprofundado das temáticas que trabalham, podendo assim distinguir-se entre os demais. Trata-se de um conhecimento específico sobre a área em que trabalham, o que não significa que seja uma condição intrínseca aos jornalistas de economia.

Esta abordagem não significa que os jornalistas de economia sejam melhores que os jornalistas de cultura ou desporto, por exemplo. Significa que, cada especialidade tem características intrínsecas e exige um trabalho diferente. Tal como, Coca e Diezhandino referem, os jornalistas de economia estão sujeitos a exigências de imparcialidade e independência, que não estão tão marcadas noutras áreas.

Porém, é certo que, dentro de uma redação, áreas como a Política e a Economia são vistas como “superiores”, basta analisarmos os atuais diretores dos meios de comunicação portugueses, para constatarmos que têm um historial como jornalistas económicos ou políticos.

É a partir dos pressupostos aqui presentes que vamos continuar com a análise do trabalho dos jornalistas na área de economia, em particular, os que trabalham numa agência noticiosa. A base deste trabalho será o estágio desenvolvido, ao longo de três meses, na Agência Lusa.

A importância do tratamento desta questão relaciona-se com a necessidade de enquadrar a área onde se desenvolveu a experiência de estágio.

Por outro lado, e, a partir das reflexões aqui presentes, podemos compreender melhor a descrição das práticas que serão apresentadas nos capítulos seguintes, nomeadamente, no que se refere ao papel de interpretação e até de tradução de algumas informações que assumem um carácter, marcadamente, técnico.

5.2. A semana de formação

A receção dos estagiários foi efetuada pela jornalista Sofia Branco, que assume a pasta de coordenadora dos estágios na 'Lusa', profissão que acumula com a presidência do Sindicato dos Jornalistas.

Depois da apresentação da agência de notícias, bem como da sua redação, seguiu-se uma conversa com o chefe de redação, João Pedro Fonseca, sobre o livro de estilo da Lusa, as várias editoriais que compõem a redação e a importância de não deixar que a rapidez que o jornalismo exige, penalize a qualidade e a verdade.

O livro de estilo faz parte do conjunto de matérias que nos havia sido enviado antes do início do estágio, este engloba o conjunto de regras que moldam a elaboração de qualquer trabalho na agência. Destaca-se, por exemplo, a rigidez na confirmação, mesmo que isso implique que a Lusa seja a última a dar a notícia, uma vez que, segundo a direção da agência, os restantes meios de comunicação sabem que, quando a Lusa dá a notícia, significa que existe a garantia de que a informação está correta e, devidamente, sustentada por fontes oficiais.

Foi também no dia 20 de fevereiro que se deu início ao registo que, mais tarde, deu origem à grelha com a apresentação, nalguns casos, diária daquilo que foi o meu trabalho na agência Lusa. Para a sua elaboração foi importante, o conjunto de notas retiradas diariamente, sobre as principais aprendizagens e / ou peças desenvolvidas, mas, também o arquivo de todos os textos que produzi.

O primeiro dia de formação terminou com a primeira sessão de formação editorial. A jornalista Rosária Rato falou sobre as características do noticiário de agência, a evolução e, conseqüente, modernização do trabalho dos jornalistas da Lusa e, por último, a importância da carteira profissional de jornalista.

A carteira profissional é um elemento indispensável para quem queira desempenhar a profissão, uma vez que sem ela ninguém pode exercer jornalismo. Por isso, a agência opta por identificar os textos que são produzidos pelos estagiários curriculares, colocando a letra Z entre a inicial do primeiro e último nome de cada um.

A última exposição ficou a cargo de Nuno Simas (Política), que abordou os diversos tipos de fontes de informação, as regras de identificação e o princípio do contraditório.

A questão das fontes também assume grande importância no trabalho da Lusa, uma vez que não é possível sustentar um texto de agência com fontes anónimas ou fontes próximas. Tem que existir alguém que sustente a informação que está a ser difundida, porque os desmentidos e as correções, envolvem um processo complexo, uma vez que a informação já seguiu para os clientes, onde estão englobados grande parte dos meios de comunicação social portugueses.

O segundo dia foi dividido em duas partes. A primeira, dedicada à formação, contou com uma apresentação de Fernando Peixeiro (Sociedade), que veio desmistificar a ideia de que existem palavras proibidas em agência e que o jornalismo praticado não pode ser criativo. Porém, tal como descrevi no “diário de bordo”, o jornalista sublinhou que não devem ser utilizadas palavras que dificultem a perceção da mensagem.

Por sua vez, Susana Bernardes (Piquete da Manhã) explicou, recorrendo a exemplos práticos, como se processa a construção de um lead de agência. A segunda parte, foi dedicada ao início da apresentação das diversas editorias, de modo a que os estagiários pudessem ficar a conhecer o trabalho desenvolvido, temas abordados e serviços efetuados. A apresentação contou com a presença de Susana Bernardes (Piquete da Manhã), Eduardo Lobão (Lusofonia e Internacional), José Pedro Simões (Desporto), José Pedro Santos (Política), Carla Jorge (Economia) e Alexandre Ribeiro de Almeida (Piquete da Noite).

No mesmo dia, em conversa com o editor Eduardo Lobão, ficou claro que a secção de Lusofonia e Mundo se debruça sobretudo, em questões políticas e que o trabalho dos estagiários estaria relacionado com a tradução de textos de agências internacionais, pelo que nenhum destes tópicos se insere no objeto de estudo pretendido.

Esta questão deve-se, principalmente, à junção das secções de Lusofonia e Internacional, provocada pela necessidade de redução de custos.

O dia 23, começou com a segunda sessão de formação editorial. António Navarro (Agenda) explicou o peso da agenda nos media e, sobretudo, na agência Lusa.

Seguiu-se uma conversa sobre a importância da memória nas redações e a perda da mesma. João Pinheiro de Almeida (jornalista da Lusa em processo de pré-reforma) e António Caeiro e Natal Vaz (antigos jornalistas da Lusa) partilharam as suas memórias sobre o trabalho na redação da agência e a importância de ter um jornalista mais experiente a quem recorrer, sobretudo, quando se inicia na profissão.

Tal como refere a grelha com o registo das atividades desenvolvidas apresenta, os jornalistas referiram que, tal como é importante ter profissionais mais antigos, é necessário que também se vá verificando uma renovação das secções. Por exemplo, enquanto os mais novos podem ter maior facilidade com as tecnologias, os mais velhos conseguem apresentar uma melhor contextualização sobre determinadas temáticas, uma vez que já vivenciaram um período temporal mais alargado.

Para além disto, o painel sublinhou as diferenças verificadas na entrada no mercado de trabalho hoje em dia face a antigamente. Natal Vaz destacou o aumento da presença feminina e, no final, lamentou a forma como foi “convidada a abandonar a profissão” aos 62 anos, mesmo querendo continuar a trabalhar.

Entre as mudanças sentidas no método de trabalho, destaca-se por exemplo a utilização do telex, através do qual chegavam informações à redação, e até mesmo o recurso aos telefones dos estabelecimentos, para que o jornalista, que estava em serviço, ditasse a notícia a quem estava na redação.

Seguiu-se a restante apresentação das editorias que compõem a redação, com a presença de António Navarro (Agenda), Paulo Carriço (Multimédia / Fotografia), Maria Augusta Gonçalves (Cultura), Rosa Carreiro (País), Henrique Botequilha (Sociedade) e Miguel Sousa Pinto (Responsável pela redação do Porto).

O penúltimo dia foi destinado, em grande parte, à apresentação do ‘LUNA’, o *software* que a empresa utiliza para produzir, difundir e armazenar as notícias. A utilização deste programa obriga à aplicação de algumas regras patentes no Livro de Estilo da agência, nomeadamente a limitação do número de caracteres no texto e, sobretudo, nos títulos, bem como a identificação das fontes, nomeadamente, quando se trata de uma agência internacional e de palavras-chave.

A parte da tarde foi dedicada à distribuição dos estagiários pelas diversas editorias e a uma, posterior, conversa individual com os editores. Para que cada um ficasse na secção que mais desejava e garantindo que todas as secções teriam estagiários ficou acordado o estágio seria realizado em duas editorias diferentes, à exceção de quem ficasse em Multimédia ou Fotografia, uma vez que implicam uma série de conhecimentos específicos e uma formação base diferente.

Ficou também decidido, pela coordenadora de estágios, que, cada estagiário, seria acompanhado, de uma forma mais próxima, por um jornalista em particular, de

preferência que não fosse editor da secção em questão. Esta opção foi tomada para que exista um acompanhamento mais personalizado, de modo a que o estágio se traduza num momento de aprendizagem. Isto acontece porque, na maioria das vezes, os editores não dispõem de tempo suficiente para fazer esse acompanhamento.

Do grupo de 10 estagiários, mais de metade queria desempenhar funções na secção Cultura ou no País, de fora ficavam, tal como tem vindo a ser hábito entre os estagiários da Lusa, a Economia ou o Desporto.

Na impossibilidade de a Cultura receber cinco estagiários, uma vez que à data só tinham um computador disponível, foi-nos pedido que nos organizássemos o mais possível para que a escolha das secções não tivesse que ser feita a partir de um sorteio, correndo assim o risco de irmos a trabalhar, durante três meses, numa área que tivesse pouco a ver com aquilo que procurávamos.

No primeiro dia da formação foi-nos perguntado se já tínhamos alguma ideia da área em que gostaríamos de trabalhar na Lusa, tendo em conta as temáticas que pretendia vir a abordar no presente trabalho, o mais lógico seria optar, em primeiro lugar, por Cultura ou Lusofonia.

Em conversa, com o editor de Lusofonia, Eduardo Lobão, constatei, tal como já foi referido, que um estágio na Lusofonia não iria de encontro aos objetivos do meu trabalho.

Posto isto, na altura de decidir a secção onde iria trabalhar a primeira opção foi Cultura. Não existindo vagas para todos, o grupo acordou com a coordenação, que o mais justo seria dividir o tempo de estágio, ou seja, um mês e meio numa secção e um mês e meio noutra, de forma a totalizarmos o número de horas exigido.

Como segunda opção, à semelhança dos meus colegas, tinha País, por ser uma área geral e, aparentemente, com menos dificuldade, e Economia, uma vez que já noutra experiência de estágio tinha alguma curiosidade sobre o tema, mas não houve possibilidade de estar em contacto direto com a área. No entanto, à altura via Economia como uma possibilidade remota, visto que, tendo essa oportunidade, pensava que seria mais proveitoso desenvolver o meu trabalho dentro de uma das áreas de estudo.

Tendo em conta a afluência de pessoas e a escassez de lugares em Cultura e País, ficou acordado que iria iniciar o meu estágio em Economia e depois ocuparia o lugar da estagiária que começou o trabalho em Cultura, embora o mesmo não se tenha vindo a verificar.

Trabalhar em Economia não se revelou um problema, uma vez que podia acompanhar a produção noticiosa da Cultura, através do 'LUNA'. Para além disso, houve abertura por parte da secção para que, sempre que quisesse, entrasse em contacto com a editora ou com os redatores de modo a esclarecer dúvidas ou qualquer outro tipo de problemas.

Feita a divisão, fomos encaminhados para as nossas futuras secções para conhecermos os editores e acordarmos o dia e o horário em que iniciaríamos as nossas funções. Carla Jorge, editora de Economia, definiu que o meu estágio teria início no dia 01 de março, entre as 11:00 e as 18:00, uma vez que o fluxo de trabalho a que teria acesso não justificaria entrar mais cedo.

O último dia de formação iniciou-se com uma apresentação sobre Ética e Deontologia, com a jornalista Sofia Branco, na qual se destacaram os limites à liberdade de imprensa, a responsabilidade social dos media e os desafios atuais do jornalismo.

Sofia Branco enumerou alguns dos princípios que fazem parte da ética e deontologia do jornalismo, tais como: a credibilidade e reputação da profissão, o reconhecimento dos pares, a confiança do público e a responsabilidade social dos média no que concerne à limitação de danos, à não discriminação, à presunção de inocência, bem como aos limites da liberdade de imprensa e os desafios que a profissão enfrenta todos os dias.

A primeira semana terminou com uma conversa com elementos dos Órgãos Representantes dos Trabalhadores (ORT). A representação do Conselho de Redação, da Comissão de Trabalhadores e dos Delegados Sindicais, destacou a importância da presença destes três órgãos na Lusa, uma vez que não é algo usual nas empresas de comunicação e que tem a função de zelar pelos interesses dos trabalhadores.

A regulação da atividade jornalística cabe à Entidade Reguladora para a Comunicação Social e à Comissão da carteira, porém, algumas empresas têm órgãos internos que procuram fazer a autorregulação da atividade, tais como o Conselho de Redação, os Provedores e o Código de Ética, já analisado no capítulo 2.

5.3. Uma área desconhecida

Quando iniciei o meu estágio em economia não me via, uns meses depois, a estar presente na reunião com os novos estagiários para tentar convencê-los a trabalharem na secção.

A economia é uma área complexa que, acaba por estar sempre associada à matemática, área que, por norma, não agrada muito aos alunos de ciências humanísticas. Porém, o que a torna acessível é a multiplicidade de áreas que engloba e que, ao longo do estágio tive a oportunidade de experimentar, tal como pode ser visto, ao pormenor, através do registo diário, já aqui apresentado.

Macroeconomia é a área mais específica, onde se incluem as principais rotinas económicas, como a bolsa e os câmbios. A Banca acaba por estar muito associada, ao abordar temáticas relacionadas com os bancos nacionais e internacionais.

A área dos sindicatos está associada às manifestações, reuniões de concertação social, emprego e função pública, possibilitando muitos serviços no exterior. Dai o aliciante da área e o facto de os estagiários, sempre que possível, fazerem algo dentro destas temáticas para se inteirarem e aprenderem a executar serviços fora da agência.

Em Empresas são abordados temas como a comunicação social, inovação, através de eventos como o *Web Summit*, grelhas de informação e tecnologia. Esta subárea também permite vários serviços no exterior, no entanto, no que se refere a empresas e, de acordo com a minha experiência, o trabalho que é entregue aos estagiários passa pelas breves, através da divulgação de novas empresas e / ou serviços.

Agricultura e Mar, área em que agora me iniciei, foi, durante um ano, diluída no trabalho dos restantes jornalistas, com a saída, temporária, da jornalista Raquel Rio. Durante este período, os principais temas não deixaram de ser noticiados, porém houve menos oportunidade de deslocações a serviços e de um acompanhamento constante da área, devido à falta de recursos. As temáticas aqui abordadas prendem-se com alguns planos do Governo, investimentos, problemas associados às questões ambientais, pareceres científicos sobre as pescas, pesca ilegal, entre outras.

Por último, podemos afirmar que existem algumas subáreas como o Turismo, que andam um pouco mais à deriva e que são tratadas por quem se encontrar mais livre.

Verifica-se assim que Economia proporciona uma diversidade de temas e trabalhos que não estão, de todo, unicamente ligados a números e cálculos, tal como a descrição da experiência de estágio vai ilustrar.

A secção de Economia é uma das maiores da Lusa, à semelhança do que acontece em todos os órgãos de comunicação social. No período em que o trabalho foi desenvolvido, a equipa era formada por 16 jornalistas.

A equipa de edição inclui Carla Jorge (editora), Ana Tomás Ribeiro (editora adjunta), Mónica Freilão (editora adjunta) e Jennifer Mota (editora adjunta). Apesar de não existirem jornalistas, exclusivamente, dedicados a uma área, Elsa Oliveira, João Pedro Serafim e Marta Contreras estão mais dedicados à macroeconomia. Enquanto a Rosária Rato tem o monopólio dos sindicatos (depois da saída da jornalista Sandra Santiago). Alexandra Luís, Diogo Nunes, Irina Melo, Joana Gaivão, Nádía Dinis, Paula Lagarto, Susana Paula e Vanda Proença completam a equipa.

Desde o primeiro dia, tal como havia sido determinado durante a semana de formação, foi-me atribuída uma tutora. Neste caso, a jornalista Rosária Rato. Receber um apoio mais próximo por parte de um jornalista, não significa que limite a capacidade criativa do estagiário ou que o trabalho seja facilitado. No entanto, possibilita um acompanhamento e uma aprendizagem personalizada que não é possível de ser efetuada pelos editores, por mais presentes que sejam. Esta situação possibilita ainda por, pela primeira vez, em prática os conhecimentos teóricos, transmitidos durante a formação, de modo a começar a interiorizar as exigências presentes no Código de Ética, no Livro de Estilo e no Prontuário da instituição, que já aqui foram abordados.

A tutora surge assim na hierarquia como a primeira pessoa a quem recorrer em caso de dúvida. Para além disso, acaba por simbolizar um modelo a seguir, quando a estamos a observar no exercício das suas atividades. Porém, isso não significa que se faça uma cópia ou que se perca a individualidade de cada colaborador, que o podem fazer distinguir dentro da empresa.

Já a equipa de edição surge como a entidade que vai corrigir os erros formais das peças, por exemplo, no que se refere à estrutura ou à escolha das expressões mais corretas e, por outro lado, também são as editoras a atribuir os serviços.

A atribuição dos serviços decorre de uma das reuniões que as editoras realizam ao longo do dia. Por volta das 16:00, a equipa reúne-se para definir os horários de edição, ou seja,

quem é que faz a abertura, o meio dia e o fecho, para distribuir os serviços e aprovar folgas. As folgas são acumuladas pela realização dos piquetes de fins de semana, ou seja, cada vez que o jornalista faz um serviço destes acumula duas folgas que pode gozar ou acumular como lhe for mais conveniente, não deixando de haver a preocupação de confirmar se existem jornalistas presentes na secção para assegurar o normal funcionamento e o volume de notícias produzido.

Na reunião das 18:00, a editora que assegura o fecho reúne com os editores de todas as secções e com os chefes de redação para que, cada secção saiba o que a outra vai fazer. Por outro lado, também serve para determinar quais os serviços que vão ou não ser acompanhados pela LusaTV.

5.4. Início do trabalho, rotinas e primeiras dificuldades

Chegado a Economia, no dia 01 de março, depois das apresentações e de algum tempo para me instalar, foi-me dada a primeira tarefa - Breves, trabalho que me acompanhou ao longo de todo o estágio.

As breves constituem um bloco noticioso composto com o mínimo de três notícias. A fórmula, à partida, parecia simples: título, lead até 35 palavras e mais dois parágrafos. A principal dificuldade é que a informação para estas notícias vem em comunicados de imprensa, por norma, com duas ou mais páginas e com um texto, extremamente, adjetivado. A esta juntava-se a necessidade de traduzir estrangeirismos ou, em alguns casos, colocá-los entre plicas, e explicar termos menos comuns. Aqui foi possível, pela primeira vez, ter um contacto prático com as exigências impostas pelo Livro de Estilo.

No final, resultava uma notícia que não demonstrava um grande desafio, no sentido que não é necessária uma investigação profunda para os temas abordados, e que, apesar de ser trabalhosa, não assumia grande relevância. Ingredientes que contribuem para que as breves sejam um trabalho que, por norma, ninguém anseia fazer.

Tal como foi mencionado no registo diário, os comunicados chegam à Lusa através das agências de comunicação ou dos gabinetes de marketing e relações públicas de algumas empresas. Estas procuram estabelecer uma relação de confiança com os editores ou com os jornalistas dedicados às áreas relacionadas com essas empresas e, a partir daí, enviam comunicados de imprensa e informações via e-mail ou *Skype*, que “gostariam de ver publicadas”.

Por norma, os comunicados, independentemente, da empresa de onde sejam provenientes, seguem a mesma linha: os primeiros parágrafos são destinados à novidade, ou seja, àquilo que vai constituir a notícia. Nos rodapés é inserida informação sobre as empresas envolvidas na informação e, entre os dois tópicos apresentados, são inseridas algumas citações, nomeadamente, de presidentes executivos ou de algum representante de topo. Sempre que se justifica, as entidades acabam por inserir algumas informações sobre as áreas em que se destacam.

Chegado à Lusa, os editores avaliam a pertinência do comunicado, de acordo, em primeiro lugar, com aquilo que são as notícias que, habitualmente, são produzidas pela agência e, por outro lado, com o que diz respeito à secção em causa. Por exemplo, o grupo Marriott Hotels envia vários comunicados para a agência, sobretudo, quando renova um dos hotéis da cadeia. No entanto, para a Economia, o comunicado só tem valor se tiver alguns dados numéricos, como o investimento realizado. Se for apenas uma descrição da intervenção e uma forma de promoção ao novo espaço, a informação não serve para as breves e, muito menos, como notícia.

Desta forma, a equipa de edição assume um papel quase de *gatekeeper*, uma vez que decide o que se vai transformar ou não em notícia.

No caso das breves, quando a informação é válida, é reencaminhada para o jornalista que estiver mais livre ou, neste caso, para o estagiário.

A proximidade que a fonte estabelece com os jornalistas não legitima, automaticamente, a informação, mas pode possibilitar um acesso antecipado às mesmas. Porém, pode ainda referir-se que os gabinetes de marketing exercem uma pressão, sobre os jornalistas, para que as informações que difundem sejam publicadas, uma vez que, quando a resposta é negativa, as empresas tentam enviá-la para outro jornalista da agência, de modo a tentarem que a mesma seja divulgada.

No entanto, como existe uma articulação entre os vários jornalistas e a equipa de edição, para que cada um saiba o que o outro está a fazer, as tentativas referidas acabam por não ter sucesso. Situação que vai de encontro ao que afirma o Código de Ética, quando refere que o jornalista não deve permitir que as relações que estabelece entre em choque com os interesses da agência.

Como já foi referido, as breves não devem ultrapassar os três parágrafos (quatro, em casos excepcionais). O primeiro parágrafo corresponde ao lead da notícia, que deve responder às questões; Quem? O quê? Onde? E quando?

No segundo ou terceiro parágrafo, deve estar uma citação de um dos intervenientes e, no restante, opta-se por colocar mais informação sobre a empresa em causa ou desenvolve-se mais o tema tratado no primeiro parágrafo, de acordo com a sua pertinência. No entanto, não se pode afirmar que as breves mantêm sempre a estrutura apresentada, uma vez que a mesma pode variar, quando a informação assim o justifica.

O bloco das breves, por norma, é finalizado entre as 18:00 e as 19:00, posteriormente, é guardado e enviado, através do LUNA, para a pasta da secção, à qual as editoras têm acesso.

Por sua vez, as editoras, para além de verificarem a coesão do texto e os aspetos relacionados com a escrita, analisam se, por exemplo, quando a peça apresenta percentagens, se são apresentados os valores correspondentes, bem como se a informação selecionada é a mais importante, se o título se adequa e se tem uma dimensão aceitável, se o jornalista preencheu a informação editorial e se os valores inseridos são coerentes e válidos.

Quando a peça apresenta algum tipo de problema, o jornalista que a assinou é chamado para a reescrever ou alterar ou, se for um pequeno erro, para dizer se concorda ou não com as alterações que a editora responsável pretende introduzir. Depois de ser terminado, o texto é aprovado e segue para a linha, ficando assim disponível para os clientes. Por sua vez, um dos elementos da direção irá verifica-la novamente e se encontrar alguma falha, edita-a e notifica a equipa de edição.

Como referido, a secção é uma das maiores da Lusa e isso traduz-se num maior volume de notícias, produzido diariamente, quando comparado com secções como a Cultura. João Pedro Fonseca, chefe de redação da Lusa, afirma que a disparidade encontrada é sentida em todos os meios de comunicação, uma vez que as secções tidas como mais importantes e que lidam com mais assuntos, devem ter por isso uma equipa maior.

“Temos três grandes secções, em número de jornalistas: Internacional, Economia e Sociedade. Em qualquer redação são estas as três grandes secções que tratam de grandes temas, que têm muita coisa a acontecer e que precisam de mais gente”. (Fonseca, 2017: p.3, Entrevista)

As primeiras dificuldades surgiram com a forma ou estilo do jornalismo de agência, em particular o jornalismo económico. Nas notas que tomei no dia 01 de março, pode ler-se: “O lucro é sempre mais importante que a venda, por isso, deve ser destacado. Quando falo de valores percentuais, devo sempre por os valores correspondentes ao aumento ou à queda. Uma *startup* é uma empresa com rápido potencial de crescimento económico e um CEO é um presidente executivo, em caixa baixa porque não é Presidente da República”.

Nos primeiros dias, tal como é visível registo diário, o meu trabalho foi aprender e treinar a forma de se fazer as breves. Comecei por escrever quatro ou cinco por dia, até atingir o número máximo, que rondou as dezasseis. Depois de algum tempo, acaba por tornar-se quase automático. Deixa de ser preciso andar, constantemente, a contar as palavras do *lead*, a recorrer aos apontamentos para desmistificar algum termo e mesmo a forma de escrita acaba por ser mais fácil, sobretudo quando a notícia estava relacionada com a expansão da fibra ótica da Portugal Telecom (PT), tema recorrente nas breves. Isto significa que, a melhor forma de interiorizar o que os documentos que regem o trabalho dos colaboradores da Lusa apresentam, é praticar. Sobretudo porque, constatei que depois de ser corrigido, salvo raras exceções, esse erro não voltou a ser cometido.

No dia seis de março inicia-se o processo de aprendizagem das rotinas económicas com a elaboração da bolsa de ‘Wall Street’. Para fazer a bolsa recorre-se à *bloomberg*, um terminal tecnológico que apresenta, em tempo real, dados sobre o mercado financeiro nacional e internacional. O objetivo é recolher o valor e a percentagem dos três principais indicadores do Wall Street (*Down Jones, Standard and Poor’s e Nasdaq*), de modo a perceber se a bolsa estava em alta ou registava um recuo ao início da sessão, que acontecia depois das 14:45 (hora de Lisboa), que corresponde à abertura da bolsa.

Apesar da bolsa abrir às 14:45, os dados não devem ser recolhidos, exatamente, a essa hora. Por vezes, verifica-se que a bolsa está em queda ao início da sessão, porém, cinco minutos depois, já está em alta. Esta não foi uma informação que tivesse aprendido logo na primeira vez que realizei um texto sobre a bolsa. Foi até, no final do estágio, quando houve a necessidade que reconfirmar os valores recolhidos, que constatei que o cenário era completamente diferente e aí foi-me dito que poderia aguardar mais uns minutos, após o fecho da bolsa, e só depois dar início à recolha dos dados.

A dificuldade prende-se com a justificação dos valores apresentados, ou seja, não bastava retirar os valores e coloca-los na peça, era necessário perceber quais os motivos que

potenciavam a subida ou o recuo dos indicadores, como por exemplo uma reunião da reserva federal (fed) em que foi determinada uma nova subida das taxas de juro. Sempre que possível, deve ainda indicar-se se a bolsa já tinha fechado em queda ou em alta no dia anterior.

Os câmbios constituem outro exercício que faz parte das rotinas económicas. O processo é semelhante ao da bolsa, por volta das 18:00 consulta-se o terminal da ‘Bloomberg’, com o objetivo de perceber se existe alguma alteração no valor do euro face ao dólar, à libra e ao Iémen, bem como do dólar face ao Iémen.

No lead e no título utiliza-se sempre a informação do valor do euro face ao dólar, á semelhança do que acontece com o Wall Street, deve, sempre que possível, verificar-se a quanto negociava o euro no dia anterior, bem como as causas que sustentem o valor encontrado. No fim da peça, aparece sempre um quadro com todos os valores retirados. Em termos de edição, a notícia acaba por seguir o mesmo caminho que as breves, no entanto, existe ainda uma maior preocupação no que toca aos valores apresentados e à sua justificação.

Um dos primeiros erros que dei, foi utilizar como justificação para os valores obtidos, acontecimentos nacionais, que apesar de se encontrarem inseridos no âmbito macroeconómico, não serviriam para sustentar os dados recolhidos.

Este tipo de trabalhos tem como fonte principal a *Bloomberg*, no entanto, esta não é uma fonte que esteja disponível para todos os meios de comunicação social, uma vez que o serviço disponibilizado é caro, aumentando o valor de acordo com as funcionalidades que queremos aceder a partir do terminal.

Desde os primeiros dias ficou determinado que a jornalista Rosária Rato iria assumir o papel de minha tutora, apesar das editoras, em particular a jornalista Carla Jorge, corrigirem os meus textos, nem sempre dispunham do tempo necessário para fazer o acompanhamento do meu percurso, tendo em conta o número diário de textos que têm que editar.

Posto isto, coube-lhe a “missão” de me levar aos que viriam ser os meus primeiros serviços, acompanhar o trabalho que fui desenvolvendo, demonstrando sempre disponibilidade e vontade de me ajudar, esclarecer dúvidas e perceber como estava a correr o meu percurso.

O primeiro serviço com a Rosária Rato foi uma reunião de concertação social, no Conselho Económico e Social- CES. A reunião tinha como objetivo o Primeiro Ministro, António Costa, auscultar os parceiros sociais (CGTP- Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses, CIP- Confederação Empresarial de Portugal, CCP – Confederação do Comércio e Serviços de Portugal, UGT – União Geral de Trabalhadores e o Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social) sobre algumas temáticas a serem debatidas no Conselho Europeu, tais como a possibilidade de a Europa desenvolver-se “a duas velocidades”.

Antes da realização do serviço, houve tempo para que a jornalista Rosária Rato me fizesse um pequeno enquadramento da situação e do que era esperado acontecer durante a reunião, tal como se pode ver, através da Figura 3 do registo diário da atividade.

A reunião, tal como seria de esperar, realiza-se à porta fechada, enquanto os jornalistas aguardam, pelas declarações dos parceiros sociais. António Costa, normalmente, não comenta a reunião.

Durante a conferência de imprensa, os parceiros sociais responderam a questões dos jornalistas, porém não adiantaram nenhuma “novidade”. Daí, a jornalista Rosária Rato ter dito ao ministro Vieira da Silva: *Senhor Ministro vai falar-nos do que interessa ou só dessas coisas?*

De volta à redação, depois de trocarmos os apontamentos retirados da conferência e tendo em conta que, para mim, ainda era apenas um exercício de treino, o objetivo era produzir um texto de forma autónoma e depois confrontar com aquele que a jornalista tinha feito. Terminada a peça, verificámos que ambos tínhamos utilizado a mesma temática para o lead, embora atribuída a fonte a parceiros sociais diferentes. O balanço final foi positivo.

A agenda tem uma tarefa importante na Lusa. Apesar das informações sobre a realização de uma reunião de concertação social estarem disponíveis a todos, é a agenda que reúne e organiza todos os eventos de maior importância para cada uma das secções.

Os canais generalistas estão sempre presentes neste tipo de eventos e recorrem aos diretos para fazer passar as suas informações. A Lusa não faz diretos e, para se diferenciar, tem que recorrer a peças mais longas que, não só apresentam o que há de novo, ou seja, o resultado da reunião, mas também insere um ‘background’ sobre a temática. Daí, sempre que possível, estes serviços são entregues a jornalistas mais ligados aos sindicatos e que

dispõem de fontes mais próximas que podem ajudar a complementar o texto com novas informações.

As reuniões são à porta fechada e, por isso, a preparação da notícia começa, muitas vezes, na sala onde os jornalistas aguardam pela chegada dos parceiros sociais. Uma vez que a reunião dura cerca de duas horas, existem alguns pormenores que já podem ser avançados como a questão do *background*, que já foi referida, bem como o preenchimento de alguns campos no LUNA.

Para que a informação se transforme em notícia é necessário, sobretudo, que se inicie um processo de organização do material recolhido. Primeiro seleciona-se a informação mais importante, que constitui a novidade. Depois, as restantes intervenções acabam por pintar o texto. Cabe à equipa editorial verificar a coerência do texto e eventuais falhas, bem como controlar a dimensão do mesmo, uma vez que, nestes casos, existe sempre uma tendência para escrever um texto demasiado longo, que acaba por não ser utilizado, na totalidade, pelos clientes.

Como este trabalho não justificava a presença da LusaTV, uma vez que, tal como referido, alguns dos clientes estavam presentes e a fazer diretos, gravar apenas o áudio levaria a um trabalho redobrado, por isso, optou-se por retirar notas dois depoimentos dos intervenientes. É importante, anotar pontos e matérias semelhantes tocadas pelos vários parceiros sociais, de modo a que se possa estabelecer um termo de comparação.

Sai em serviço com os tutores de estágio, serve como exemplo prático dos trabalhos que deveremos executar, antes, durante e depois de estarmos presentes no evento. Para além disto, este tipo de exercícios permite o esclarecimento de algumas dúvidas, indo de encontro à expectativa sentida quando se inicia um estágio, um período de formação e adaptação até estarmos aptos a sair em serviço sozinhos.

Foi também no dia sete de março, que se iniciou a primeira recolha de dados sobre a produção noticiosa da secção de Cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e das notícias difundidas na secção Tv, Media e Cultura, do Correio da Manhã.

No dia seguinte, para além das breves, foi-me entregue os resultados da Associação do Comércio Automóvel de Portugal (ACAP) para escrever uma peça. A informação chega à Lusa por parte das próprias empresas. Quando se tratam de resultados, as entidades optam por divulgar apenas os mais importantes, como o aumento das vendas ou das

exportações. Por vezes, também podem encaminhar o documento completo, com várias tabelas e gráficos.

No entanto, nem todos os valores podem ser apresentados, ou seja, não podemos afirmar, por exemplo, que a comercialização de automóveis ligeiros registou uma subida de 22%, se não estiver disponível o número de veículos a que esse aumento corresponde, uma vez que, sem ele, o leitor não tem uma noção exata da realidade que estamos a apresentar.

Dado o volume de dados apresentado na divulgação de resultados, existe a necessidade de, por vezes, efetuarmos alguns cálculos para chegarmos aos valores que queremos retirar.

Apesar da informação disponibilizada neste tipo de comentários ser mais técnica, o jornalista não pode limitar-se a fazer uma cópia do texto presente no mesmo. Existe sempre um trabalho de investigação que tem que ser feito para editar e também complementar a informação disponibilizada. Por exemplo, deve incluir-se informações sobre a empresa, nomeadamente, como é que ela está representada em Portugal, ou seja, quantas lojas e postos de emprego disponibiliza.

Para além da extensão do volume de dados, os comunicados apresentam outro “problema”, a utilização de siglas específicas que não são do conhecimento geral e que, ao não se encontrarem discriminadas no mesmo, podem induzir em erro quem as lê. Por exemplo, a sigla AdC corresponde a Autoridade da concorrência. No entanto, se fizermos uma pesquisa no Google, podemos constatar que a mesma pode designar Agência para o Desenvolvimento e Coesão.

5.5. Observação

Desde o primeiro dia em que comecei a estagiar em Economia, tive a oportunidade de começar a publicar a maioria dos meus trabalhos, desde as breves até pequenas notícias com base em ‘takes’ de agências internacionais. No entanto, na terceira semana de março, a editora Carla Jorge foi informada, pela coordenadora de estágios, que não poderia publicar os meus trabalhos, durante o meu primeiro mês na Lusa, porque o período em questão era exclusivamente dedicado à observação.

Apesar de me faltar apenas uma semana de “observação”, este período revelou-se bastante monótono e, tal como evidenciei no registo diário que efetuei, foi também um pouco

desmotivante, uma vez que os textos que elaborava eram, normalmente, editados para perceber o que falhava, por parte da equipa da edição estavam aptos para serem divulgados, mas acabavam no “lixo” porque não existia ordem para isso.

Apesar de ser uma norma, de acordo com a Lusa, que deve ser aplicada em todos os meios de comunicação, acaba por não demonstrar quaisquer vantagens para a instituição ou para o estagiário. Na prática a agência Lusa, paga a um jornalista para que faça um trabalho que podia ser desenvolvido por um estagiário, enquanto, nesse período, os jornalistas em questão podiam estar ocupados com outras tarefas mais complexas. Por outro lado, os estagiários continuam em “observação”, apesar de os editores dizerem que já estão aptos a produzirem.

Ainda no mesmo mês, a jornalista Rosária Rato tinha agendada uma entrevista com o secretário-geral da UGT, Carlos Silva e possibilitou-me a oportunidade de a acompanhar, não sem antes me dizer que eu poderia preparar umas questões para serem, previamente, discutidas e, depois, podia também questioná-lo.

A marcação deste tipo de entrevistas depende, novamente, dos contactos do jornalista. A preparação prende-se com a leitura das últimas entrevistas que, neste caso, Carlos Silva havia dado, mas também com a perceção da atualidade em que o entrevistado está inserido e do passado de entrevistas com o jornalista em questão.

Entre as várias temáticas, sobre as quais a UGT se posiciona, optei por focar-me no problema da precariedade, na resolução programática aprovada para o congresso da UGT, que previa a reversão de algumas medidas implementadas durante o período de austeridade e no funcionamento da União Europeia a “duas velocidades”, um dos temas abordados na reunião de concertação social. As questões foram aprovadas e ficou acordado que seriam as perguntas que iam fechar a entrevista.

Tendo em conta que ainda me encontrava no período de “observação” ficou decidido que iria, novamente, fazer um texto à margem da peça que ia sair em linha, que iria ser igualmente corrigido e melhorado.

A informação recolhida, sobretudo nos casos em que o serviço inclui a LusaTV, obriga a uma transcrição do material que, no caso das entrevistas, é completo. Quando se trata apenas de uma notícia podemos ver / ouvir as imagens e os áudios e seleccionar apenas a informação que mais nos interessa, de forma a cortar os vivos. Nas entrevistas esse

trabalho não é possível, uma vez que, por norma, são mais longas e atravessam mais temáticas.

O jornalista recebe o áudio, através de uma pasta partilhada, e faz a desgravação do mesmo, que constitui um trabalho de várias horas. Neste caso, a desgravação total da entrevista durou, sensivelmente, sete horas a ser concluída. A sua execução justificou-se, uma vez que não existia uma data limite para a divulgação do trabalho. Porém, ao longo do estágio desgravei várias entrevistas, integralmente, pensando que era obrigatório a Lusa ficar com esse registo e, passado algum tempo, chegou-me a informação de que não era preciso fazer sempre esse trabalho, poderia apenas retirar a parte que iria utilizar no meu texto, recorrendo às notas retiradas durante a entrevista.

Terminada a peça, as correções prenderam com a diversidade de temas presentes na peça. Não existia necessidade de ter um texto de grande dimensão que tocava assuntos tão diversos como a União Europeia e a resolução programática da UGT, quando, tendo boas citações, se poderia dividir a peça em dois.

As notícias da Lusa não assumem o formato pergunta-resposta nem seguem as mesmas regras que as notícias, uma vez que são elaboradas como um produto diferente.

As notícias são divulgadas, quase automaticamente, pelos clientes da agência, ou seja, por grande parte dos meios de comunicação social portugueses. O mesmo não se passa com as entrevistas que, de uma forma geral, apenas são difundidas pelos media cuja política editorial engloba a temática ligada à entrevista em questão.

As notícias seguem, portanto, um estilo diferente, que visa informar, de uma forma simples e clara, daí recorrer-se à explicação de conceitos e siglas. Por outro lado, a sua dimensão é mais reduzida, para estar de acordo àquelas que se têm como as exigências habituais dos leitores; uma informação simples e de rápido consumo. As entrevistas acabam por se constituir como um estilo menos formal, onde é possível elaborar textos mais longos.

Terminado o período de “observação”, faltavam apenas duas semanas para o fim do estágio em Economia. No entanto, esta mudança acabou por não se efetivar. À data a secção de Cultura ainda não dispunha de uma nova vaga e a chegada de uma nova leva de estagiários não previa que a situação melhorasse. O trabalho desenvolvido e a possibilidade de participar em serviços tão diversos e de produzir vários textos, bem como o bom ambiente da secção e a possibilidade de contactar tão perto com o meu objeto de

estudo, contribuíram para a solução encontrada. Posto isto, foi acordado com a editora Carla Jorge e com a, coordenadora de estágios, Sofia Branco, que iria desempenhar funções em Economia, até ao dia 19 de maio.

5.6. Fim do período de observação

Depois de terminado o período de observação (que teoricamente decorreria durante o primeiro mês de estágio - 20 de fevereiro a 20 de março – no entanto e, tal como já foi referido, correspondeu apenas a, cerca de uma semana, entre os dias 13 e 20 de março), seguiram-se alguns dias em que, para além das breves, fiquei encarregue de fazer algumas peças, nomeadamente sobre estudos.

A elaboração de peças que se baseiam em estudos, segue também algumas regras específicas. Por exemplo, os textos devem terminar sempre com uma espécie de ficha técnica, ou seja, o último parágrafo deve identificar a amostra, em número, sexo e idade, bem como a forma utilizada para recolher a informação, como um inquérito por telefone ou porta-a-porta.

No dia 22 de março fiquei encarregue de escrever um texto sobre a renovação do Hotel Tivoli Avenida da Liberdade, com base num comunicado enviado pela entidade em questão. A principal dificuldade ao descrever a peça foi separar a publicidade daquilo que era a informação económica que diz respeito à secção. Por exemplo, interessava saber quantos milhões de euros é que foram investidos, no entanto, apresentar os novos espaços que foram criados já é uma informação que deve ser posta à margem.

Este tipo de peças acaba por ter uma dimensão reduzida. Segundo os critérios utilizados na Lusa, convém não exceder os quatro ou cinco parágrafos, tendo em conta a temática da notícia, ou seja, o conteúdo noticioso justifica que não seja uma notícia breve, porém a informação não é suficiente para que ultrapasse os cinco parágrafos.

No dia seguinte aprendi a elaborar um 5'-7', que corresponde a uma peça divulgada entre as cinco e as sete da manhã. Estes trabalhos procuram fazer uma antevisão de algum acontecimento importante que vá acontecer, por exemplo, uma manifestação.

Os primeiros parágrafos são dedicados à novidade, segue-se um parágrafo que relembra os acontecimentos passados que se referem à temática e a terminar algumas informações extras sobre a entidade em questão.

As informações sobre a empresa / entidade envolvida, podem ser investigadas através na linha, consultada com recurso ao LUNA, onde estão disponíveis todos os trabalhos produzidos na agência e ainda aos sites oficiais.

Neste caso, recorreu-se a trabalhos anteriores, de modo a ter acesso aquilo que já se tinha passado sobre o tema, bem como ao *site* da Casa da Moeda (INCM).

Quando se recorre à linha para se saber mais sobre determinada temática e se utiliza alguma informação que já foi trabalhada, anteriormente, por outro jornalista, essa informação deve aparecer no final da peça, colocando entre parênteses, as iniciais do jornalista que elaborou o trabalho consultado.

A informação necessária para efetuar estes trabalhos chega à Lusa, por exemplo, através dos próprios sindicatos, que acabam por ter interesse que a agência esteja presente nas concentrações que organizam, uma vez que é uma forma de se certificarem que a notícia chega a todos os órgãos de comunicação. As informações disponibilizadas permitem saber o local, bem como quais os objetivos dos trabalhadores.

Alguns dias mais tarde, segue-se o primeiro serviço por telefone. Os trabalhadores da Imprensa Nacional Casa da Moeda estavam reunidos em plenário e era necessário perceber quais foram as conclusões dessa reunião, nomeadamente, se tinha sido convocada uma greve ou uma manifestação.

Para isso, foi necessário entrar em contacto com o dirigente do SITE- Sindicato dos Trabalhadores das Indústrias Transformadoras, Navalha Garcia.

Neste caso, foi possível constatar a necessidade de confirmar a informação várias vezes. No primeiro contacto, o dirigente do site afirmou, entre outras coisas, que os trabalhadores da Imprensa Nacional tinham decidido avançar com uma greve, face à falta de resposta da tutela às reivindicações dos funcionários. Já num segundo contacto, a mesma fonte disse que afinal não se tratava de uma greve, mas de um novo plenário, ou seja, caso não surgisse a necessidade de existir um novo contacto, neste caso, para confirmar em que horário iria decorrer a greve, provavelmente, teria saído para a linha um texto com informações que não correspondiam à realidade. Esta talvez tenha sido a maior “dificuldade” de realizar serviços que não permitiam um contacto direto, pois no terreno seria mais fácil confirmar a informação, ouvindo várias intervenientes. No entanto, sem sempre isso é possível, nem se justifica.

As entrevistas não presenciais favorecem a existência de um tempo diferente, que permite que o entrevistado reflita de forma a dar uma informação, por vezes, demasiado elaborada / pensada. Existe a possibilidade de gravar entrevistas feitas por telefone, porém estão disponíveis apenas três terminais para fazê-lo. Muitas vezes, ao mesmo tempo que se efetua a conversa, retiram-se as principais citações.

No dia 28 de março tive agendado um novo serviço, desta vez com o jornalista Pedro Primo, que, embora trabalhando na secção de Política, esteve “emprestado”, durante um mês, à Economia.

O trabalho prendia-se com a cobertura de uma manifestação que reunia jovens trabalhadores e funcionários dos centros de atendimento para reivindicar aumentos salariais, o fim dos vínculos precários e melhores condições de trabalho. A concentração teve início na Praça da Figueira, seguiu pelo Largo do Carmo e terminou junto à Assembleia da República, ao som de palavras de ordem e algumas buzínadelas. O jornalista Pedro Primo decidiu que a reportagem ficaria a meu cargo, enquanto ele iria cobrir as questões menos “apelativas”, como o enquadramento e o discurso do líder sindical da CGTP, Arménio Carlos. Ficou acordado que eu teria liberdade para entrevistar quem considerasse pertinente, para retirar algumas notas e para produzir o texto de forma autónoma.

Para realizar este trabalho recolhi, ao longo do percurso, cinco depoimentos, de modo a recolher informação de pessoas provenientes de diversos setores e classes etárias. Para o produto final, acabei por utilizar as citações de Elisabete Ribeiro, funcionária de uma empresa de trabalho temporário há mais de 20 anos, Hugo Pinheiro, jovem funcionário do setor hoteleiro e Joaquim Pereira que, apesar de ter 76 anos e estar reformado, não deixava de se manifestar pelos seus colegas.

“Nem sempre se ganha a luta, mas não podemos deixar de lutar. Eu também estou aqui a manifestar-me à minha maneira, estou sentado por causa dos problemas que tenho nos joelhos, mas também acompanhei parte do percurso”, disse-me, evidenciando, o clima e as atitudes que marcaram o protesto.

Depois de escrever a peça, faltava afinar alguns pormenores com a orientação do Pedro Primo, nomeadamente a introdução de um título e terminar as citações com um “vincou”, “referiu” ou “afirmou”, por exemplo. Batizada “A manifestação era dos jovens, mas tocou

a todos”, acabou por não ter mais nenhuma alteração, depois de ser enviada para a editora Jennifer Mota, responsável pelo fecho do dia em questão.

Alguns minutos depois, a reportagem já estava em algumas páginas como o Diário de Notícias da Madeira, como se pode ver através da Figura 9, do registo diário.

Já nos últimos dias de março, surgiu a oportunidade de ir entrevistar o reitor da Universidade Católica, Francisco Veloso, com a subdiretora da Lusa, Mafalda Avelar. A entrevista prendia-se com a nomeação de Francisco Veloso como *dean* do Imperial College em Londres. À semelhança do que aconteceu na entrevista ao líder da UGT, tive liberdade para preparar algumas questões para, posteriormente, aplicar durante a entrevista.

A preparação exigiu algum trabalho de investigação, uma vez que, até à data, não conhecia o percurso de Francisco Veloso, nem a sua envolvimento em áreas como a política ou a economia. Posto isto, foi necessário acompanhar tudo o que tinha saído na imprensa, até à data, quer a nível nacional como internacional.

Várias tinham sido as vezes em que o Professor Francisco Veloso aparecia nos media portugueses, posicionando-se face aos assuntos da atualidade, no entanto, informações sobre o seu percurso, nomeadamente, académico, só viriam a surgir aquando a sua nomeação. As entrevistas disponíveis eram poucas, apenas o Expresso disponibilizava uma recente e com questões focadas na alteração do cargo.

Para formalizar as minhas questões acabei por basear-me na entrevista que o Professor tinha dado ao Financial Times, em 2013, onde prometia atingir determinadas metas enquanto reitor da Católica, de modo a perceber se as mesmas tinham sido alcançadas e se iria utilizar as mesmas estratégias no Imperial College, em Londres. Para além disto, apercebi-me que várias entidades públicas se tinham manifestado sobre nomeação de Francisco Veloso, nomeadamente, o Presidente da República e o secretário de Estado da Indústria, daí considerar relevante averiguar se os elogios obtidos funcionavam como um estímulo ou se duplicavam a responsabilidade que iria assumir.

Por outro lado, alguns aspetos do perfil pessoal de Francisco Veloso ainda não tinham sido abordados em anteriores entrevistas, por fazia todo o sentido inclui-los na conversa, nomeadamente, se iria ter tempo para continuar a investigar? Quais seriam as suas prioridades enquanto *dean*? Quem é que o iria suceder na direção da Universidade Católica? Se optou por levar alguém da equipa de Lisboa? Como analisa o ensino em

Portugal? E ainda um comentário acerca do trabalho desenvolvido com o comissário Carlos Moedas.

As questões foram apresentadas e aprovadas em reunião com a jornalista Mafalda Avelar e ficou decidido que iríamos questionar o professor alternadamente, a menos que no desenrolar da conversa o mesmo não se justificasse. No final, constituiu-se um guião de entrevista que pode ser visto, em parte, através da Figura 12, do registo diário.

A entrevista em questão, talvez tenha sido dos trabalhos mais complexos em que participei sobretudo porque acabámos por não fazer, praticamente, nada do que havíamos planeado anteriormente, nomeadamente, as questões intercaladas. A conversa foi bastante longa e surgiram sempre novas questões. No entanto, ao longo da conversa, também surgia alguma incerteza de quando é que seria o momento exato para intervir, mas, de uma forma geral, não correu mal.

A produção do texto final também constitui um problema, uma vez que, acabou por ser quase posto de parte, porque a direção não considerou ser o momento certo para o divulgar. No entanto, com o passar das semanas, vários meios de comunicação começaram a entrevistar o Professor Francisco Veloso e divulgaram esses trabalhos primeiro que a Lusa.

A peça foi terminada, no entanto, até ao final do meu estágio ainda não tinha sido posta em linha e a previsão era que só saísse perto da data em que o reitor iria assumir novas funções.

No dia 04 de abril realizei o meu primeiro serviço a solo, uma manifestação promovida pela Federação dos Sindicatos de Transportes e Comunicações (FECTRANS), que reivindicava a reposição do material circulante e frotas, admissão de trabalhadores, o fim da precariedade e aplicação do Acordo da Empresa (AE).

Os sindicalistas reuniram-se em frente ao Ministério das Finanças onde, simbolicamente, iam entregar uma caneta gigante de cartolina ao Ministro das Finanças, com o intuito de lembrar que existiam muitos problemas à espera de serem resolvidos, ou seja, dependentes de uma assinatura. A concentração seguiu depois até à residência oficial do Primeiro-Ministro onde foi deixado um CD, em tamanho grande, uma vez que, segundo os sindicalistas, já haviam sido entregues vários dossiers com as reivindicações dos trabalhadores e, até ao momento, ainda nada tinha sido alterado, por isso, deixavam a

informação num formato digital para que António Costa a pudesse ouvir durante as suas deslocações.

À semelhança do que já tinha acontecido na manifestação dos jovens, o objetivo era acompanhar a concentração, perceber o ambiente e entrevistar alguns dos presentes, nomeadamente, o coordenador nacional do FECTRANS, José Manuel Oliveira.

O principal problema desta concentração é, tal como em quase todas, conseguir falar com os manifestantes. Na maioria dos casos, as concentrações são, maioritariamente, formadas por sindicalistas, por vezes, não chega a estar presente um dos trabalhadores da empresa em questão. Desta forma, os presentes acabam por delegar como porta-voz o dirigente sindical o que impede a multiplicidade de fontes e enfraquece o texto.

Por outro lado, quando se estabelece o contacto, por vezes, surgem situações “caricatas”, por exemplo, no meio de uma conversa com as manifestantes que, até estava a dar um depoimento, bastante, completo e desenvolvido, a mesma decide interromper o discurso para debitar uma série de recados, como: cumprimentos para X ou Y.

O texto final da manifestação em causa acabou por ser aquele que, no meu entender, acabou por ser mais difícil de construir, sobretudo, porque em frente ao Ministério das Finanças estava também o grupo de trabalhadores da Casa da Moeda e, o plano, inicial era referir também o desenrolar desse protesto.

Porém, as diferenças entre as duas concentrações acabaram por fazer com que o texto ficasse demasiado extenso e confuso, daí a editora Carla Jorge ter decidido que seria mais sensato que a peça se focasse apenas no grupo que protestava contra os problemas no setor ferroviário.

No dia 05 de abril surgiu a oportunidade de cobrir mais uma manifestação, desta vez a dos trabalhadores do grupo Auchan, que reivindicavam melhores condições de trabalho, aumentos salariais e a regulação do horário dos funcionários.

A concentração justificou a presença da LusaTV, o que implicou um trabalho diferente. Não é possível estar, constantemente, a retirar notas, uma vez que é necessário entrevistar as pessoas e fazer com que elas olhem para a câmara. Por outro lado, se já é difícil fazer com que alguém se disponha a falar para um gravador, em frente a uma câmara a situação é ainda mais difícil. Neste caso, os entrevistados acabaram por ser o líder da CGTP, Arménio Carlos e uma delegada sindical, o que facilitou a construção do texto.

Os trabalhos com TV acabam por demorar mais tempo até serem executados, uma vez que, vindos da manifestação, temos que selecionar as imagens, que são cortadas pelo operador de câmara e, posteriormente, é retirado o áudio dos vivos que escolhemos e é colocado numa pasta partilhada. Quando o serviço é acompanhado por LusaTv e por um repórter fotográfico, essa informação deve ser mencionada antes do início do texto, para que os clientes possam aceder a esses conteúdos, através do *site* da LUSA.

Novamente, a informação chegou à Lusa através do sindicato responsável pela organização. Depois de recolher e editar os depoimentos, inicia-se a construção do texto. À semelhança do que aconteceu nos trabalhos anteriores, é necessário caracterizar o ambiente, identificando o local em que os manifestantes se encontravam, o número de indivíduos presente e as palavras de ordem que proferiram. Posteriormente, enumeram-se as principais razões que levaram à concretização do evento, suportando-as com o depoimento dos responsáveis.

No caso das manifestações, é sempre importante perceber quais têm sido as respostas que a tutela tem dado aos manifestantes e, a terminar, deve-se incluir alguma informação sobre as conclusões retiradas e se os manifestantes ponderam ou não organizar novas formas de luta.

Apesar de ter realizado breves todos os dias e de, com o passar do tempo, o mecanismo para a sua execução ter passado a ser quase automático, por vezes, existem situações que podem induzir em erro. Por exemplo, no dia 06 de abril, numa breve sobre a taxa de ocupação da Easyjet em março, a subida referida era de 1,4 pontos percentuais e não de 1,4%, situação que me levou a rever o texto.

No dia 07 de abril iniciou-se a segunda recolha de dados da produção noticiosa da secção de Cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e das notícias difundidas na secção de TV, Média e Cultura do Correio da Manhã. A segunda fase decorreu até ao dia 14 de abril.

No dia 11 de abril, fiquei encarregue de cobrir a manifestação dos trabalhadores da PRESTIBEL. A manifestação chegou à Lusa através do sindicato responsável. Depois, as editoras, numa das suas reuniões diárias decidem a quem atribuir o serviço, consoante as áreas em que o jornalista está mais à vontade ou de acordo com a disponibilidade do mesmo.

Tal como nas anteriores concentrações, o objetivo do trabalho é recolher cerca de dois ou três depoimentos diversos e retratar os problemas dos trabalhadores, as soluções que a

tutela tem procurado oferecer e quais as posições que os manifestantes ponderam tomar, caso não vejam solução para o problema.

Por norma, as manifestações de menor dimensão acabam por não levar à presença de muitos meios de comunicação, o que acaba por ser positivo, uma vez que a Lusa tem o exclusivo, ou seja, todos os clientes vão utilizar o material desenvolvido pela agência. Na manifestação dos trabalhadores da PRESTIBEL, apenas estiveram presentes a Lusa e a TV Record. Apesar de, neste caso não ter constituído um problema, a roda de jornalistas é algo que, sempre que pude, tentei evitar, uma vez que existe quase um atropelo constante para fazer primeiro a pergunta, repetindo-se várias vezes as mesmas temáticas, enquanto existem jornalistas que não intervêm e utilizam o material que os outros conseguiram.

Seguiu-se um período de vários dias, marcados pela elaboração de notícias breves. No entanto, nem todos os dias existem comunicados ou informações que se encaixem neste tipo de trabalhos, por isso, é importante consultar, todos os dias as agências internacionais, através do ‘LUNA’, para perceber se existem temas a ser tratados que possam entrar na produção da secção. Por norma, as agências divulgam muito os resultados das empresas e, quando estas operam em Portugal, a notícia acaba por ter interesse para a secção.

Quando a base da notícia é um ‘take’ de uma agência internacional, a transformação da informação recebida é de grande importância. Apesar de as agências terem um estilo semelhante, existe a necessidade de adaptar o texto à realidade do país em questão. Desta forma, a notícia não pode resumir-se a uma mera tradução e / ou *copy-paste* do texto produzido por outra agência.

Existe assim uma preocupação em explicar os conceitos empregues e em procurar expressões semelhantes que possam substituir os estrangeirismos, por exemplo, substituir *site* por página na internet, tal como recomendam o Livro de Estilo e o Prontuário da Lusa. Por outro lado, quando não existe possibilidade de entrar em contacto com os envolvidos para recolher alguns depoimentos, é legítimo utilizar as citações que a outra agência obteve, nunca deixando de identificar que as mesmas não pertencem à Lusa. Por exemplo: “Citada pela agência EFE, a Volkswagen destaca que nos próximos cinco ou dez anos haverá mais mudanças na indústria automobilística, com base em quatro eixos – conectividade, condução autónoma, mobilidade e eletrificação. Neste caso, utilizamos a expressão “citada pela agência EFE”, uma vez que não existe a indicação de que tenha

sido um exclusivo, ou seja, provavelmente a informação chegou, por comunicado de imprensa, à EFE e a outros meios de comunicação espanhóis.

No dia 24 de abril, realizou-se na Lusa, um debate sobre o Futuro do Trabalho, com a presença de uma representante da Organização Internacional do Trabalho (OIT), a moderar a discussão teve a jornalista Rosária Rato.

Apesar do debate ter sido realizado à porta aberta, o que significava que qualquer jornalista de outro meio de comunicação poderia assistir, apenas alguns jornalistas da Lusa deslocaram-se ao auditório para participar. Dada a fraca afluência, os estagiários foram chamados a participar. Passados cerca de 20/30 minutos, a coordenadora de estágios pediu à editora Carla Jorge que me dissesse para ser eu a fazer a notícia sobre o evento.

Antes do início do debate foram distribuídos alguns materiais, porém, os mesmos apresentavam os pontos que viriam a ser tocados, mas de uma forma mais desenvolvida e, alguns deles, encontravam-se mesmo à margem da conferência.

A edição da informação teve contornos semelhantes àqueles que foram adotados para elaborar a peça sobre a Reunião de Concertação Social. Apesar de existir um bloco temático, com bastante informação, a base para a peça foram as notas retiradas durante o decorrer da conferência.

O objetivo principal deste trabalho foi criar uma espécie de síntese do debate para que, quem não assistiu, pudesse ter acesso aos principais pontos discutidos. Foi, igualmente, importante, estruturar a peça de forma a que as principais conclusões do debate estivessem presentes, por exemplo: “não se pode estudar para médico e advogado”, mas é necessária uma formação que permita “que as pessoas sejam adaptáveis a várias profissões”.

A elaboração deste texto levou mais tempo a ser terminada do que aquilo que era usual. Isto deveu-se, principalmente, à necessidade de organização de toda a informação disponibilizada, bem como dos apontamentos retirados, mas sobretudo porque a conferência foi falada, maioritariamente, em espanhol e, por isso, também teve que existir um trabalho de tradução e de interpretação do que estava a ser dito. O texto final acabou por não sofrer grandes alterações por parte da equipa de edição, porém, não teve grande impacto entre os clientes, uma vez que apenas foi partilhado pelo Diário de Notícias.

Até ao final do mês e no início de maio, tal como está referido no “diário de bordo”, seguiu-se um período marcado, novamente, pela elaboração de breves e por notícias sobre os resultados trimestrais das empresas, talvez pela ausência de serviços que me pudessem ser atribuídos. Por vezes, na elaboração de breves, existem algumas informações que suscitam dúvidas. Por por quê? exemplo no dia dois de maio, num comunicado vinha a indicado que a Eurovisão teve um impacto de 162% nas viagens de portugueses para Kiev. Este não é um valor muito normal, quando se fala em aumentos de taxas de ocupação e, por isso, houve a necessidade de reconfirmar esta informação, de modo a averiguar se era mesmo verdadeira ou se era um erro. Porém, veio a verificar-se a legitimidade da mesma.

O início de maio é uma época propícia à divulgação dos resultados das empresas, o que facilita a sugestão de algumas notícias a realizar, recorrendo às agências noticiosas internacionais. No entanto, não se pode afirmar que exista alguma razão técnica que justifique que este seja o mês escolhido para a divulgação deste tipo de informações.

No dia 07 de maio deu-se início à terceira fase de recolha de dados relativos à produção noticiosa da secção de cultura da Lusa, do Telejornal da RTP e da editoria TV, Media e Cultura do jornal Correio da Manhã, que se prolongou, à semelhança das anteriores, até ao dia catorze do mesmo mês.

Já no dia 08 realizei, em conjunto com a jornalista Nádía Dinis, um texto sobre uma vigília de trabalhadores da função pública.

A informação chegou à agência através do sindicato responsável pela organização do evento. Posteriormente, foi atribuído o serviço à jornalista, no entanto, como não havia um fluxo de trabalho que justificasse a minha permanência na redação, foi-me dito que poderia acompanhar a Nádía Dinis neste serviço. Posto isto, optámos por dividir o trabalho, ficando eu encarregue de efetuar as entrevistas, enquanto a Nádía iniciava a peça e fazia a sua contextualização.

Na Lusa, não é muito usual ver-se uma peça assinada por dois jornalistas. Tal como já foi referido, Economia é uma das maiores secções da agência, no entanto, não deixam de existir alguns constrangimentos que impeçam que dois jornalistas sejam destacados, com mais frequência, para o mesmo serviço. Para além da falta de recursos humanos e do excesso de trabalho, existem alguns redatores que não fazem serviços no exterior. Estas opções acabam por ser tomadas pela administração, que impede alguns jornalistas

seniores de realizar determinadas tarefas, de modo a que seja um incentivo para que entrem num plano de pré-reforma.

Ainda no mesmo dia, realizei uma notícia com base num comunicado da Autoridade da Concorrência. Este tipo de comunicados aparece, constantemente, nos media, mas acabam por passar despercebidos entre a publicidade.

Por norma, a informação que apresentam refere-se à compra de uma empresa por determinada entidade. Para além da novidade e da descrição do processo, é importante complementar a notícia com informação extra, nomeadamente, sobre as empresas em questão e sobre a própria Autoridade da Concorrência.

No dia 10 realizei uma entrevista à editora de Cultura da Lusa, Maria Augusta Gonçalves, de modo a perceber como funcionava a secção, quais as temáticas mais abordadas e qual é o aproveitamento que os meios de comunicação fazem do trabalho produzido na editoria.

Maria Augusta Gonçalves destacou, sobretudo, a ligação entre a Cultura e a Lusofonia, embora as temáticas estejam distribuídas entre as duas secções.

“Há sempre temas que são zonas de junção e que têm que ser sempre discutidas taco a taco...por acaso, creio que há mais com o Internacional e Lusofonia do que com qualquer outra editoria. Tem a ver também com a distribuição, ou seja, há muitas iniciativas que têm ponto de partida nas comunidades portuguesas no estrangeiro e, portanto, exigem uma visão sobre aquilo que são as comunidades portuguesas no estrangeiro e justifica-se essa abordagem mesmo que, da nossa parte, pareça que é uma expressão, manifestamente, cultural, como um concerto, uma digressão, mas aquilo pode ter outro significado”.
(Gonçalves, 2017: p.4, Entrevista)

O dia 12 de maio foi um dia particular, visto que a agenda da Lusa foi marcada pela vinda do Papa Francisco a Portugal, bem como pela celebração do centenário das aparições de Fátima.

Neste dia, tinha-me sido atribuído um serviço que consistia no acompanhamento da reunião do G7 e das informações que eram disponibilizadas à imprensa, através das páginas oficiais e das agências de notícias. O objetivo era seleccionar informações que se pudessem enquadrar no tipo de notícias tratadas pela secção e, posteriormente, ver com a equipa de edição, se as mesmas poderiam ser transformadas em notícias. Porém,

acabaram por não ser divulgadas grandes informações à imprensa, por isso, realizei apenas uma notícia sobre a discussão da visão económica de Donald Trump.

Uma semana depois, entrevistei o editor adjunto da secção de Cultura, Tiago Dias, para não só perceber qual a sua visão relativamente aos pontos abordados com Maria Augusta Gonçalves, mas também para perceber como é que a secção funcionava com um editor adjunto à distância.

No que se refere ao aproveitamento que a Lusa faz das agências internacionais, Tiago Dias refere, que a Lusa recorre às agências internacionais como uma fonte ou como um ponto de partida.

“A Lusa recorre às agências internacionais quer como ponto de partida para as notícias, quer como fonte para as notícias”. (Dias, 2017: p.1, Entrevista)

No dia 18 de maio, realizei mais uma manifestação, a última durante o período de estágio, desta vez do Sindicato Ferroviário da Revisão Comercial Itinerante (SFRCI).

A concentração foi composta por um grupo com, no máximo, 20 sindicalistas que exigiam o recrutamento de novos trabalhadores e que estavam contra o excesso de trabalho complementar e em dias de descanso.

Tendo em conta o contexto do protesto, questionei o presidente do sindicato, Luís Bravo, sobre as respostas que a tutela tinha dados aos trabalhadores; se estavam previstas novas formas de luta e de que forma é que as limitações impostas pela falta de recursos se traduziam em reclamações por parte dos utentes do serviço ferroviário. Durante a conversa, Luís Bravo, acaba por revelar que, nos últimos três anos, foram contabilizados 12 milhões de euros em multas, aplicadas pelos revisores da CP, que ainda não tinham sido cobradas.

Esta informação acabou por transformar-se no tópico central da peça. Por indicação da editora Jennifer Mota, o importante era centrar-me neste valor e tratar a manifestação em segundo plano.

Apesar de não ter sido um elemento importante para o texto, foi também a primeira vez que assisti a algumas pessoas a mostrarem a sua indignação face ao barulho que os manifestantes estavam a fazer. Talvez por ser uma zona com mais residências do que os locais onde habitualmente se iniciam as concentrações, foram várias as pessoas que ao passarem junto dos manifestantes faziam comentários depreciativos, mesmo os turistas

que, por norma, optam por fotografar o momento, observar atentamente ao ponto até de questionarem os intervenientes sobre os motivos que os levam a estar ali.

Tendo em conta o horário em que se realizou a manifestação (10:00) e o facto de não ser um tema demasiado complexo, a peça acabou por ser divulgada cedo, sendo, posteriormente, publicada em vários meios de comunicação social, como o Jornal Económico, o Dinheiro Vivo ou o Sapo24.

O facto de abordar problemas nos transportes públicos e consideráveis quantias de dinheiro fez com que a peça acabasse por ter vários comentários de pessoas indignadas com o problema.

O dia 18 de maio, que correspondeu ao último dia de estágio, foi dedicado à conclusão de trabalhos, realização de breves e à entrevista a um dos Chefes de Redação da Lusa, João Pedro Fonseca, sobre o serviço que a Lusa presta, as principais mudanças verificadas ao longo dos anos e o trabalho desenvolvido na secção de Cultura.

Questionado sobre a delimitação dos temas e sobre a sua divisão pelas várias editorias, João Pedro Fonseca refere que a origem do processo está na agenda, porém existem algumas temáticas que são de fronteira e, por isso, devem ser discutidas.

“A origem começa na agenda. Os temas estão muito bem definidos. Há coisas que são de fronteira e, de vez em quando tem que se discutir entre os editores. A cultura não é o problemático, porque as coisas de cultura são muito claras e muito evidentes”. (Fonseca, 2017: p.4, Entrevista)

No final de abril, tinha-me sido proposto fazer uma reportagem sobre vários jovens que tinham andado de estágio em estágio, sem conseguir integrar a equipa de nenhuma das empresas por onde tinham passado.

Quando me disseram para pegar neste trabalho pensei que iria ser fácil encontrar jovens com estas características, no entanto não existem muitas áreas de formação em que o estágio curricular seja obrigatório. O estágio existe, mas, em grande parte dos casos, é num regime profissional.

Comecei a efetuar alguns contactos através de colegas, antigos colegas e dos restantes estagiários, no entanto, as pessoas que se encaixavam no perfil pretendido acabavam por ter no seu curriculum um curso ou mestrado em comunicação. Depois de esgotar todas as hipóteses que dispunha, optei por realizar várias entrevistas para depois perceber até que

ponto os depoimentos podiam ser ricos e ter interesse para a reportagem que tinha que desenvolver.

Depois de analisá-los, entendi que alguns deles, apresentavam boas histórias, desde uma jovem que já fez mais de quatro estágios e que, apesar de em alguns casos ter esperança de vir a ser chamada, tinha que trabalhar numa loja de roupa para garantir a sua subsistência ou de outra rapariga que, durante um dos estágios que efetuou, chegou a ser-lhe pedido que fosse ao restaurante buscar o almoço para o chefe ou aos correios enviar cartas pessoais, quando as funções que lhe tinham sido propostas nada tinham a ver com os trabalhos que lhe estavam a ser solicitados.

Posto isto, e tendo em conta a dificuldade em encontrar fontes de áreas diversas, sugeri que o trabalho se focasse apenas na área da comunicação, utilizando o material que já tinha recolhido. A editora de Economia disse que eu poderia avançar com o texto e assim que o terminasse enviava-lhe e logo veríamos se estava adequado ou se teria que voltar a pesquisar novas fontes.

Depois de terminado, o texto acabou por ter apenas uma alteração a nível do título. Para complementar os depoimentos recebidos e finalizar a reportagem foi-me dito que poderia tentar entrar em contacto com a associação dos precários inflexíveis, para obter uma reação às situações descritas e também deveria acrescentar alguns dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), relativos à considerada geração “nem nem” (nem estudam, nem trabalham).

A informação disponibilizada pelo INE era bastante complexa, uma vez que englobava uma grande quantidade de tabelas, divididas por áreas, idades e setores, para a população portuguesa desempregada e não apenas para a geração “nem nem”. Seleccionada a informação pretendida, verificámos que também era importante referir os dados relativos à área de comunicação, no entanto, o INE não disponibilizava esses dados em separado, ou seja, eles estavam aglomerados com a área dos serviços e por isso não representavam um retrato fiel ao pretendido. Ficou então acordado que eu iria tratar os dados relativos aos jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 34 anos, uma vez que era a classe que englobava os jovens que tinham sido entrevistados, enquanto a editora iria tentar arranjar informação específica sobre as pessoas empregadas em áreas de informação ou comunicação.

Depois de tratados o dado iniciei os contactos com a Associação dos Precários Inflexíveis. Depois de algumas tentativas de contacto, acabei por não conseguir entrevistar nenhum dos membros da associação, uma vez que não demonstravam grande disponibilidade para o período em questão e acabavam apresentar demasiadas burocracias para o que nós pretendíamos.

A reportagem acabou por ser finalizada com os dados do INE e foi divulgada dois dias depois de eu deixar a Lusa.

5.7. Comunicados de imprensa e *takes* de agência

Tal como foi referido, ao longo do relatório, os comunicados de imprensa chegam à agência Lusa através dos gabinetes de comunicação e marketing das empresas. Estes documentos acabam por ser um elemento importante para o trabalho do jornalista de economia, tanto para a elaboração de breves como de peças.

No entanto, a sua utilização não se pode resumir a uma cópia daquilo que é apresentado no documento, uma vez que é necessário, muitas vezes, não só confirmar a informação que nos está a ser passada, mas também, acrescentar novos aspetos, declarações e *background* que possam enriquecer a peça.

No caso das breves, podemos afirmar que existe alguma dificuldade em não nos prendermos apenas à informação disponibilizada nos comunicados, uma vez que, por si só já são bastante extensos e o formato destas notícias não permite um texto muito extenso. Por isso, é comum que estas sejam feitas, maioritariamente, tendo por base a informação divulgada pelos departamentos.

Por vezes, é também necessário acrescentar novos elementos que não constam no documento, de que são exemplo, mais informações sobre a empresa, verificar o significado de siglas ou a morada da mesma, para saber em que distrito se encontra as instalações.

Por sua vez, quando se tratam de notícias que permitem um formato diferente, nomeadamente, que os textos sejam mais longos, é importante complementar as informações, por mais que, o comunicado seja longo e completo.

Por exemplo, quando a secção recebe um comunicado do Ministério da Agricultura sobre a realização de uma conferência, é importante entrar em contacto com a assessora do

ministro, para esclarecer eventuais dúvidas, obter algumas declarações, em exclusivo e / ou informações extra. Isto permite que, a Lusa consiga fazer um trabalho mais completo, uma vez que se pressupõe que o documento não tenha sido enviado apenas para a Lusa.

Por sua vez, os *takes* de agência também assumem uma grande importância para a secção, havendo mesmo duas jornalistas (Marta Contreras e Elsa Oliveira) que, por não efetuarem serviços no exterior, acabam por estar mais atentas àquilo que é divulgado.

As peças que vêm das agências internacionais podem servir como fonte ou como um meio de apoio para aceder a informação que não chegou à secção, mas que deve tentar ser complementada. Para isso, e quando não existe informação adicional, opta-se por confrontar várias peças sobre o mesmo assunto, para que se possa confirmar a informação que está a ser dada e, posteriormente, construir o texto da Lusa.

No entanto, sempre que possível opta-se por confrontar a informação que chegou à Lusa com aquela que as agências já divulgaram, uma vez que podem sempre existir informações novas ou diferentes que permitam fazer uma peça atualizada.

Já no que concerne às notícias breves, o que pude verificar é que, apesar de não se poder afirmar que se trata de um mero trabalho de tradução, também não existe uma grande margem de manobra que permita, fazer alterações a fundo, uma vez que a própria dimensão do texto, não possibilita que isso seja feito.

Opta-se então por retirar a informação principal e adaptá-la ao contexto português, por exemplo, caso seja uma marca que também está presente no país, deve referir-se essa informação.

Sempre que a informação que as agências disponibilizam suscite alguma dúvida, as editoras optam por não deixar passar o texto, para segurança da secção e dos próprios jornalistas.

5.8. Balanço

O período de estágio foi uma experiência bastante positiva, não só porque permitiu que adquirisse novas competências, como possibilitou a oportunidade de por em prática os conhecimentos adquiridos na faculdade.

Cadeiras como rádio ou televisão tiveram uma aplicação muito prática durante o período de estágio. A linguagem de rádio é muito semelhante à praticada numa agência de notícias, sobretudo, para elaborar notícias breves releva-se muito útil a ideia de que devemos escrever para quem nos está a ouvir. A clareza, a simplicidade e a concisão marcam o discurso destas duas áreas.

Apesar da agência Lusa não fazer diretos e, na maioria dos casos, as peças irem o mais em bruto possível para que o cliente decida o que fazer com elas, os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos sobre a temática foram bastante úteis, não só em termos de procedimentos a seguir e a forma como me posicionar perante a câmara, como já foi referido, mas também na linguagem utilizada. Por exemplo, se fizer uma questão na negativa é provável que a resposta também seja dada na negativa ou existem várias possibilidades de fazer a mesma pergunta. Não necessariamente para que o entrevistado diga “o que queremos ouvir”, mas porque nem sempre a questão pode ser perceptível ou seguir o caminho que se tinha em mente ao formular a questão.

A articulação entre a formação inicial e a formação de estágio revestiu-se de grande importância, uma vez que as cadeiras teóricas me ajudaram a estar mais capacitado para desenvolver as funções que me foram atribuídas no estágio. Não só porque o trabalho desenvolvido nas mesmas permite um desenvolvimento do discurso e implica leituras sobre diversas temáticas que por vezes podiam não estar dentro das nossas prioridades. Por exemplo, a cadeira de Gestão foi bastante útil para compreender algumas das temáticas que são trabalhadas em economia, como os investimentos ou a criação de negócios. Metodologias de Investigação foram importantes para desenvolver os temas que necessitavam de um maior aprofundamento e ainda, por exemplo, Responsabilidade Social dos Media aborda temáticas necessárias não só para quem trabalha ou estagia em áreas de comunicação, mas também para qualquer pessoa que queira estar informada sobre as regras e limitações da área da comunicação.

Trabalhar numa agência noticiosa é uma realidade a que poucos têm acesso, sobretudo, porque em Portugal apenas existe a agência Lusa. Esta experiência é bastante diferente

daquela que se vive num meio de comunicação social comum. Em primeiro lugar, existe a necessidade de estar sempre a colocar textos em linha para os clientes, mas, por outro lado, essa exigência, não implica uma pressão para que os textos saiam o mais rápido possível. A Lusa pode não ser a primeira a dar a notícia, mas é a que o faz com mais rigor, uma vez que não usa fontes anónimas, não divulga notícias sobre as quais não esteja certa e todas as peças passam por várias edições até serem divulgadas.

A próprio estilo empregue assume várias diferenças como a dimensão, que em notícias simples não deve ultrapassar muito os quatro mil caracteres e o lead não pode ultrapassar as 35 palavras.

Por vezes, a Lusa também recorre aos órgãos de comunicação social como fontes, exemplo disso são os avisos da Autoridade da Concorrência sobre a venda de empresas. Por norma, utiliza-se o a anuncio que é publicado no Jornal de Negócios e trata-se a informação que vem nesse aviso, identificando-se sempre que se recorreu à imprensa.

Durante três meses pude elaborar 75 documentos, nos quais se incluem notícias, reportagens e as breves (cerca de 500), difundidas em bloco.

Isto não significa que não tenham existido os chamados “tempos mortos”. Sobretudo enquanto estagiário nem sempre existiram trabalhos que me pudessem ser destinados, mas o mesmo também se verifica para os redatores profissionais, nomeadamente, em feriados ou épocas festivas.

Por exemplo, o dia 12 de maio, com a vinda do Papa Francisco a Portugal foi o dia mais monótono durante os três meses em que estagiei na agência, uma vez que elaborei apenas uma notícia durante todo o dia. Para os jornalistas, a situação foi semelhante, apesar de ter “melhorado” porque o dia coincidiu com o ataque informático que atingiu algumas empresas portuguesas.

Logo na semana de formação foi-nos transmitido que era importante ser proativo e não estar sempre à espera que os trabalhos nos cheguem às mãos. A melhor forma de o ser é estar atento às agências e identificar peças que possam estar ligadas às temáticas tratadas na editoria e, de alguma forma, relacionadas com o contexto português, para que as mesmas, depois de aprovadas, possam ser trabalhadas em notícia ou breve.

Enquanto aspirante a jornalista, a Lusa possibilitou-me a oportunidade de estagiar na única agência noticiosa portuguesa e poder verificar as diferenças que existem entre uma

experiência em agência e num meio de comunicação social comum, como já havia experimentado anteriormente.

Por outro lado, dotou-me de capacidades que, independentemente, do meu futuro na organização serão muito úteis, como a simplificação da linguagem, a exigência na verificação dos textos e na confirmação da informação, a importância das fontes ou a necessidade de estar apto a qualquer área, por mais que ao início, possa ser vista como complexa.

É ainda possível destacar a importância da sugestão de trabalhos, em primeiro lugar ajuda-nos a estar mais atentos não só ao trabalho que desenvolvemos, mas como ao trabalho dos outros jornalistas, para percebermos quais as temáticas que a secção aborda. Por outro lado, é um treino extra que permite aperfeiçoar as nossas capacidades e adquirir alguma confiança nas atividades que estamos a desenvolver e nas nossas próprias peças.

Por último, destaco ainda o bom ambiente que se vive na redação, entre jornalistas e outros funcionários, independentemente, do seu lugar na hierarquia; a possibilidade de ter trabalhado com profissionais que tanto têm para ensinar e que, na generalidade, nunca deixaram de reconhecer o meu trabalho.

6. Conclusões

Após concluirmos a execução deste relatório podemos começar por afirmar que as agências noticiosas são uma das principais fontes de notícias para os meios de comunicação social que, por sua vez, fazem chegar as informações à população em geral.

As agências, por regra, optam por fazer uma cobertura bastante alargada dos acontecimentos que marcam a sociedade, quer a nível nacional como internacional, nas mais variadas áreas. Já os jornalistas de agência acabam por permanecer no anonimato uma vez que, salvo em raras exceções (como em grandes reportagens) é que os textos são assinados por extenso e não apenas com as iniciais.

Sediada em Benfica, Lisboa, a Lusa é formada por onze editorias, distribuídas ao longo de dois pisos. Está também representada nas principais capitais de distrito, nos PALOP e na União Europeia.

Possui mais de 350 clientes e, diariamente, produz cerca de quatrocentas notícias, quarenta a cinquenta fotos, dez a vinte registos de áudio e cinco a dez vídeos.

O tempo é um dos principais constrangimentos de qualquer jornalista, porém, a Lusa, opta por privilegiar o rigor e a precisão, o que provoca que, muitas vezes não seja a primeira a dar a notícia.

O Estado é o maior acionista da empresa, dedicando-lhe até uma parcela no Orçamento (cerca de 13 milhões em 2017 e mais de 15 milhões para 2018).

Ao longo dos anos a empresa modernizou-se e, apesar de as notícias produzidas em linha, serem o seu principal foco, o acervo fotográfico e os registos de áudio e vídeo têm vindo a ganhar destaque, mesmo após os jornalistas mostrarem alguma relutância em trabalhá-los.

A Lusa está obrigada a produzir um serviço público que, na prática se traduz numa posição territorial bem marcada, uma vez que, tal como João Pedro Fonseca afirmou, “Portugal não é só Lisboa”. Isto acontece para que, todos os cidadãos, independentemente, da zona onde residem, sejam informados.

No entanto, após vender as notícias que produz aos seus clientes, salvo raras exceções, deixa de ter direito sobre as mesmas, ou seja, não é referido aos leitores ou ao público que aquela peça não foi produzida pelo canal X ou pelo jornal Y, mas sim pela agência Lusa.

Posição, que não gera um consenso, como de resto podemos ver ao longo deste documento.

Na empresa, a estrutura organizacional está bem definida e denota-se mesmo pela “arquitetura” e disposição do edifício. No terceiro andar fica o gabinete do diretor e subdiretor, já a administração nem sempre está presente na empresa e, quando o faz, não fica nos pisos que, por norma, são locais de passagem pelos jornalistas. No primeiro andar, onde fica o principal núcleo da redação, encontra-se uma mesa com alguns elementos da direção: os chefes de redação. Por sua vez, os editores encontram-se no topo de cada conjunto de ilhas (mesas da secção).

Ser jornalista de agência acarreta várias implicações, desde logo cumprir o Código Deontológico, como qualquer profissional da área, mas também um Código de Ética e Prontuário, específico da agência, bem como as obrigações inerentes ao Serviço Público. O Código de Ética da Lusa engloba um conjunto de normas a que todos os funcionários se devem sujeitar.

Por sua vez, o Prontuário enumera um conjunto de regras, expressões a evitar e correta formulação de algumas palavras, para que os colaboradores não cometam erros.

O jornalismo cultural pode ser entendido como uma especialização, dentro da área, que procura informar a população sobre temáticas que outrora eram reprimidas. Para além disto, imprimir um olhar crítico sobre a atividade cultural e permite o tratamento de um conjunto de temas muito vastos, de acordo com o ângulo de abordagem adotado.

A secção de Cultura na agência Lusa, tem sofrido várias alterações ao longo dos anos, esteve até aglomerada com a Sociedade. No entanto, tanto a editora de Cultura como o Chefe de Redação entrevistado, desdramatizam esta questão afirmando que é um fenómeno cíclico e que resulta da necessidade de se cortarem nas verbas aplicadas, o que não significa que a agência tenha deixado de tratar temas culturais.

A editoria é formada por oito jornalistas, sendo uma das mais pequenas, e possui uma característica que mais nenhuma tem: um dos editores trabalha na delegação do Porto. No entanto, mantém-se em constante contacto com a equipa, através do *Skype* ou do telefone.

Apesar de existirem profissionais mais vocacionados para determinada área, pelo seu percurso e pela carteira de contactos, na secção não é possível falar-se da existência de uma divisão temática.

A definição daquilo que agência determina como sendo cultura ou não está bem marcada, partindo essa divisão através da agenda. No entanto, podemos afirmar que existem algumas zonas de fronteira com algumas secções, nomeadamente Lusofonia e Internacional. Quando isto acontece, os editores conversam e decidem quem trata o assunto, por vezes, a solução acaba por ser facilmente resolvida, porque se uma secção não tiver recursos humanos disponíveis e a outra tiver, o assunto está resolvido.

A informação pode chegar à editoria de diversas formas. Pode ser o jornalista a propor determinado trabalho, os clientes podem solicitar que seja a Lusa a cobrir um acontecimento e as agências de comunicação, as fontes institucionais e as agências internacionais de notícias assumem também um papel importante.

No que se refere ao tratamento da informação, os comunicados de imprensa servem apenas como base, devendo ser completado e adaptado. Já quando a base é uma notícia internacional, não se faz uma mera tradução do texto, uma vez que deve ser inseridos aspetos que a relacionem com a realidade portuguesa.

Para a produção, tratamento, divulgação e armazenamento da informação, a Lusa utiliza um *software* próprio, o LUNA, que exige que cada notícia seja identificada consoante o país, cidade, fonte, autor, distribuidor, palavras-chave e temas selecionados.

O jornalista que trabalha em economia, segundo os autores citados, vê o seu trabalho reconhecido sobretudo em situações de crise, uma vez que assume o papel de quase tradutor da informação e das medidas económicas aplicadas.

No tratamento diário da informação que recebem verifica-se a existência de um choque entre as palavras e os números, destacando-se os jornalistas especializados, precisamente por terem um conhecimento vasto e aprofundado sobre as temáticas que trabalham.

Podemos concluir ainda que, cada especialidade, possui características intrínsecas, que não se podem traduzir na valorização de uma área em detrimento da outra. No entanto, é de senso comum, que os jornalistas de Política e Economia gozam de um *status* “privilegiado”, assumindo os cargos de chefia da redação.

O início do estágio na agência foi antecedido por uma semana de formação, que tem como objetivo inteirar os estagiários do trabalho que a agência produz e das regras que lhe estão associadas. Para além disto, permite que, ao final das sessões de formação e esclarecimento, possamos tomar uma decisão mais consciente e informada da secção em que queremos estagiar.

Como explicado, o estágio em Cultura acabou por não se justificar e, ao início, Economia poderia parecer uma escolha bastante improvável. No entanto, com o passar do tempo verificou-se possível desenvolver o trabalho dentro de uma área e, com recurso à observação e algumas entrevistas, poder perceber como funciona outra, aparentemente, tão diferente.

Em comparação com Cultura, a Equipa de Economia é bastante grande, tendo mais do dobro dos colaboradores, e existem áreas e temáticas bem definidas entre os jornalistas. Porém, isto não significa que um jornalista de macro não faça sindicatos, quando assim se justifica. Já a equipa de edição acompanha a dimensão da secção, ao ter uma editora e três adjuntas.

Desde o primeiro dia, foi-me atribuída uma tutora o que me permitiu ter um acompanhamento direto e mais personalizado ao longo do estágio. Sobretudo, nas primeiras semanas, reveste-se de grande importância, não só para nos ajudar a aplicar as regras que nos foram passadas na formação, mas também para aprender fazendo.

Em Economia, as breves acompanharam-me até ao último dia de estágio. Estas constituem notícias de três parágrafos, difundidas em bloco e têm, muitas vezes, como base os comunicados de imprensa.

Os comunicados chegam à Lusa através das agências de comunicação ou dos gabinetes de marketing e relações públicas de algumas empresas. Depois de avaliada a sua pertinência, os editores atribuem-nos a quem se estiver mais livre.

Tal como em Cultura, os comunicados não devem servir como a única fonte para se escrever uma notícia, deve-se procurar mais informações, por exemplo, ligando para a empresa ou Ministério, responsáveis pelo documento. Porém, no caso das breves nem sempre isso é possível e se justifica, devido à sua reduzida dimensão.

Alguns dias depois, comecei a aprender as rotinas económicas, ou seja, a bolsa de Wall Street e os Câmbios, recorrendo ao terminal da *Bloomberg* para retirar os valores. A principal dificuldade deste exercício prende-se com a justificação dos valores obtidos.

Tal como referido, os meus primeiros serviços foram a acompanhar a jornalista Rosária Rato a uma reunião de concertação social e, posteriormente, a uma entrevista.

Os trabalhos com LusaTV assumem características diferentes, uma vez que ao normal trabalho do jornalista, junta-se a necessidade de selecionar as imagens, entre o tempo total captado e desgravar as entrevistas, o que é um processo bastante moroso.

No caso das entrevistas, para além de não assumirem um formato de pergunta resposta, devem ser acompanhadas por um trabalho de investigação, por exemplo, para que não se corra no erro de repetir perguntas que já foram, consecutivamente, debatidas.

Em março, iniciou-se um período de observação. Apesar de ter começado a fazer publicações desde o primeiro dia, no entanto, por indicação da coordenadora de estágios o período de observação tinha que ser cumprido. Foi apenas uma semana, mas acabou por ser desmotivante por estar a fazer um trabalho que, ao final do dia acabava no “lixo” e alguém tinha que o refazer, mesmo que este tivesse condições para ser publicado.

Depois de terminado o período de observação seguiram-se alguns dias em que, para além das breves, fiquei encarregue de fazer algumas peças, nomeadamente sobre estudos.

A elaboração de peças que se baseiam em estudos, segue também algumas regras específicas. Por exemplo, os textos devem terminar sempre com uma espécie de ficha técnica.

Pouco tempo depois, tive a oportunidade de começar a sair em serviço sozinho, o que também é um exercício bastante importante para quem está a dar os primeiros passos na área, porque exige que não tenhamos sempre alguém a quem recorrer.

As notícias com base em *takes* de agência também não se devem cingir apenas aquilo que as outras agências já fizeram.

As peças que vêm das agências internacionais podem servir como fonte ou como um meio de apoio para aceder a informação que não chegou à secção, mas que deve tentar ser complementada.

Já no que concerne às notícias breves, o que pude verificar é que, apesar de não se poder afirmar que se trata de um mero trabalho de tradução, também não existe uma grande margem de manobra que permita, fazer alterações a fundo, uma vez que a própria dimensão do texto, não possibilita que isso seja feito.

Dentro do período de estágio, destaca-se ainda a elaboração de uma reportagem sobre os estagiários. Uma vez que, em primeiro lugar, é um género que engloba vários géneros, ou seja, implica realizar investigação, cumprir as normas das notícias e fazer entrevistas.

Depois, exigiu um trabalho em profundidade, a mudança do ângulo de abordagem e depois o retorno de o ver publicado em vários meios de comunicação.

Por último, podemos concluir o período de estágio foi uma experiência bastante positiva permitindo, desde logo aplicar todos os conhecimentos que até aqui tinha adquirido na faculdade.

A exigência que é posta em cada trabalho também é bastante importante, porque possibilita uma aprendizagem constante e, conseqüentemente, o aperfeiçoamento da escrita.

Deve ainda ser destacado o bom ambiente que se vive na redação, entre todos os colegas, algo que não é muito comum nos media, bem como o facto de existir sempre alguém da nossa ou de outra secção sempre disposto a ajudar, quando existe dúvidas ou dificuldades.

Bibliografia

Anderson, B. (2005). *Comunidades imaginadas: Reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo*. Lisboa: Edições 70.

Azevedo, C. (2010), *Jornalismo Cultural: A evolução da cultura no Diário de Notícias entre os anos 2000 e 2010*, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Centro de Investigação Media e Jornalismo.

Bustamante, E. (2017). "El Periodismo Contemporaneo Y La Cultura" in *A Cultura na Primeira Página*, Lisboa: Escritório Editora

Cardoso, C. (2017), "Jornalismo de Agência", Lisboa: Conferência na Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)

Coca, C. & Díezhandino, M. Pilar (1991). *Periodismo Económico*, Madrid: Editorial Paraninfo.

Conwill, G. Harrison (2014). "Informal Ethnography in the corporate workplace: Applying foundational research methods in professional life". *Practicing Anthropology*, 36 (2).

Gadini, S.L. (2002), "Tematização e Agendamento Cultural nas páginas dos diários portugueses, Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/gadini-sergio-jornalismo-cultural-diarios-portugueses.pdf> Acedido a: 08/02/2017

Gomes, F. (2009). *Jornalismo Cultural*. Brasil: Brasileirinho Produções. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf> Acedido a: 08/02/2017

Gonçalves, H. & Pinto, H. (2003). *A Publicidade e o Serviço Público de Televisão (O Caso RTP)*. Braga: Universidade do Minho. Instituto de Ciências Sociais.

Lusa (2017). *Contrato de Prestação de Serviço Noticioso e Informativo de Interesse Público*, Lisboa; Agência Lusa.

Lusa (1997). *Contrato de sociedade da Lusa: Agência de Notícias de Portugal, S.A.*. Lisboa: Lusa.

Lusa. (2011). *Acerca da Lusa: A Nossa História*. Lisboa: Agência Lusa. Disponível em: <http://www.lusa.pt/info.aspx?page=historia> (Acedido a 08/09/2017).

Lusa (2012). *Código de Ética*. Lisboa: Agência Lusa.

- Lusa (2012). *Livro de Estilo*. Lisboa: Agência Lusa.
- Lusa (2012). *Prontuário*. Lisboa: Agência Lusa.
- Martins, C. (2007). *30 anos de Jornalismo Económico em Portugal (1974-2004)*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Mendes, D. Inácio (2014). *Problemáticas do Jornalismo Económico*. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social. Disponível em:
http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/4401/1/Relat%C3%B3rio_Est%C3%A1gio_DianaMendes_20141103.pdf (Acedido a 14/10/2017)
- Moreira, T. Emanuel. (2011), *As agências noticiosas como fonte no jornalismo online generalista: os casos do Jornal de Notícias, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Diário Digital e Portugal Diário*. Porto: Universidade Fernando Pessoa. Disponível em:
http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1978/1/DM_15642.pdf (Acedido a 07/09/2017).
- Pinto, M. (2005). *Pensar e projetar o serviço público com a participação do público*, Universidade do Minho: Instituto de Ciências Sociais.
- Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural*, São Paulo: Contexto.
- Reporters of the Associated Press (2007), “Breaking News: How the Associated Press has covered war, peace and everything else”. Nova Iorque: Associated Press.
- Silva, D. Santos (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural*. Lisboa: Media XXI.
- Silva, S. Marisa Pereira da (2002). *Contributo para uma história das agências noticiosas em Portugal*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em:
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-sonia-agencias-noticiosas-portugal.pdf> (Acedido a 15/10/2017)
- Sindicato dos Jornalistas (1993). *Código Deontológico do Jornalista*. Lisboa: Sindicato dos Jornalistas.
- Teis, D. & Teis, M. (2006), *A abordagem qualitativa: a leitura no campo de pesquisa*”, *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em:
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/teis-denize-abordagem-qualitativa.pdf> (Acedido a 20/10/2017)
- Wolf, M. (2006), *Teorias da Comunicação*(8ª ed.). Lisboa: Editora Presença.

Anexos

Anexo A – Declaração de Estágio



DECLARAÇÃO

Para os devidos efeitos se declara que **Pedro Emídio**, aluno na Escola Superior de Comunicação Social, realizou um estágio não remunerado na sede da LUSA – Agência de Notícias de Portugal, SA, em Lisboa, entre 20 de fevereiro e 19 de maio de 2017.

Lisboa, 7 de junho de 2017

Sofia Branco, coordenadora de estágios



AVALIAÇÃO DE ESTÁGIO

ESTAGIÁRIO: PEDRO EMÍDIO

AVALIADORES: CARLA JORGE/ROSÁRIA RATO

(ESCALA DE 1 A 10)

- profissionalismo - 7
- empenho - 8
- responsabilidade - 8
- autonomia – 6
- criatividade - 6
- iniciativa - 6
- eficácia na execução de tarefas - 8
- rapidez - 6
- escrita clara e concisa - 7
- rigor - 8

- cultura geral
- conhecimentos sobre jornalismo - 7
- assiduidade – 10
- integração e relacionamento interpessoal - 7
- reação a situações de crise e/ou conflito – Não se aplica
- capacidade de adaptação - 7
- capacidade de autocrítica e reação à crítica 7
- evolução 7

NOTA:

Rosária Rato

O Pedro Emídio mostrou que já tem capacidade para fazer trabalho jornalístico.

Na verdade, nem lhe prestei grande apoio porque ele não precisava.

Pouco depois de ele ter chegado à economia convidei-o para ir comigo fazer uma entrevista aprofundada com TV e ele preparou-se bem, fez umas quantas perguntas e o entrevistado pensou que ele era um estagiário contratado.

Só é pena que a Lusa não o possa contratar, ainda que temporariamente, para ajudar a colmatar a nossa falta de recursos humanos.

Carla Jorge

Ao longo do período de estágio, o Pedro revelou interesse e capacidade de iniciativa. Sugeriu notícias a realizar, aprendeu a fazer algumas rotinas da Economia (designadamente, a bolsa de Nova Iorque e os câmbios) e fez uma reportagem que ele sugeriu. Saiu várias vezes em serviço sozinho, evidenciando autonomia, responsabilidade e profissionalismo na execução dos textos.

Adaptou-se perfeitamente ao ritmo da secção e mostrou sensibilidade para os temas que são tratados.

Anexo C – Entrevista a João Pedro Fonseca

João Pedro Fonseca – Chefe de Redação da Lusa

Quais são as principais mudanças que tem verificado na Lusa, ao longo dos anos?

Estou há dez anos na Lusa. Entrei em 2007 como editor de país, tinha a rede de correspondentes, portanto, era o antigo lugar da Rosa Carreiro, depois tive um ano na política e agora estou como chefe de redação há 5 anos.

Quando entrei, o vídeo era residual e essa foi uma das revoluções que foi feita. O vídeo e o áudio são as duas coisas novas que se introduziram em 2008. Até aí tínhamos um serviço de Lusa Tv, ainda temos, mas tinha um formato diferente, era uma coisa muito residual que funcionava apenas como pedidos das televisões. As televisões pediam, do género: nós queríamos que fizessem o tipo da CGTP e nós fazíamos, dois, três serviços por dia e era só neste registo de pedidos, era o contrato feito com as televisões.

Hoje é, completamente, diferente, a Lusa TV tem um objetivo de não só responder aos pedidos das televisões, porque isso está no contrato, mas também fazer escolhas próprias. Como temos outros clientes para além das grandes televisões, sites, a Renascença, órgãos que têm sites onde querem utilizar esses vídeos...

Nós temos uma regra que é sempre ter algumas coisas do dia, a coisa mais importante do dia tem que ter vídeo. É uma coisa que, às vezes, os jornalistas não percebem, “mas se ninguém pediu porque é que a gente vai lá?”, porque temos outros clientes. É como teres um produto que tem coisas simpáticas, coisas que tu gostas, mas nunca tem o mais importante, porque o mais importante os clientes vão e, portanto, não precisam de nós. Portanto, nós não íamos e não damos o mais importante. É ridículo. Aliás, se tu queres vender isto e se nos perguntarem o que é que nós fazemos e dissermos que não vamos às coisas mais importantes...é um bocadinho absurdo. Fazemos essas coisas (do que é mais importante), depois temos os pedidos e as iniciativas. Essa é uma grande diferente em relação ao que existia antes, em que o contrato era fazer televisão na sequência dos pedidos da RTP e SIC.

O produto áudio também não existia. Em 2008 foram distribuídos gravadores por toda a redação, todos os correspondentes têm um Kit multimédia. Há serviços em que vais falar com interlocutores, em que o áudio é importante e é um produto com grande sucesso. No início foi difícil implementar-se, mas, neste momento, vendemos centenas de áudio por mês. É um produto de grande sucesso.

A redação era muito maior, nos últimos dois anos perdeu-se muita gente. Não só por efeito de erosão da crise, mas, um bocadinho antes da crise, houve um processo de reformas antecipadas em que 20 e tal 23 jornalistas aproveitaram essa oportunidade. Hoje sentimos muito isso. Em economia, sente-se bastante isso. Os recursos não chegam. Tu podes sempre querer fazer muito e não ter recursos suficientes para isso, mas, neste momento, isso é muito mais evidente.

O serviço que prestam é um serviço público. Na prática, em que é que isso se concretiza?

No site temos o contrato de serviço público que quantifica: nós temos que fazer não sei quantas notícias, não sei quantos vídeos, áudios. Está tudo quantificado. Uma das características essenciais disso é que tu pensas, por exemplo, achas que neste momento, algum órgão interessaria mandar notícias de Timor? Uma vez que não há uma grande crise... não interessaria gastar dinheiro lá. Nenhum privado... e nós como temos esse dever de serviço público e de representação do espaço lusófono, onde se fala português, temos posições nestes países todos: São Tomé, Angola, Cabo Verde, Brasil...

Não estamos a fazer jornalismo lá só quando há crise, que é o que acontece com os meios provados que não vão estar a gastar dinheiro para acompanhar aquilo. Quando há uma crise ou umas eleições mandam lá um jornalista.

A nível do território... temos que manter uma representação territorial bem marcada, porque isso tem a ver com a identidade do país. Portugal não é Lisboa. Quase todos os órgãos têm redações em Lisboa e depois têm alguns correspondentes. Nós temos isso muito evidente. Todas as capitais de distrito têm que ter um jornalista e em alguns polos também temos. Devemos ter 70 a 80 correspondentes pelo país e essa é uma das componentes do serviço público.

A grande diferença que se vê no serviço público é que nosso serviço não entra no capítulo de notícia para abrir os telejornais, que é o que os privados fazem, mas nós temos que manter uma representação nacional. Temos que mostrar às pessoas que acontecem coisas na Guarda, no Algarve, em Bragança, no país todo. Não é só quando há lá um problema que nós vamos lá. Vamos a reuniões de câmara...temos que transmitir para os nossos clientes o sentir das regiões.

Essas obrigações acabam por se refletir na divisão das editorias? Cultura tem um número reduzido de pessoas, em comparação, com economia ou política ...

O número de pessoas...nem sempre temos aqueles que queremos. Por exemplo, economia antes tinha 20 pessoas. Isso tem a ver com as pessoas que saíram e nós estamos agora num momento em que não podemos contratar. Temos este problema do Orçamento de Estado, em que o setor empresarial e público...

Temos três grandes secções, em número de jornalistas: Internacional, Economia e Sociedade. Em qualquer redação, estas são as três grandes secções, que tratam grandes temas, que têm muita coisa a acontecer e precisam de mais gente. A política, apesar de ter um potencial muito grande de falar para as elites porque são tomadas decisões, normalmente, é uma secção muito importante e de onde nascem os diretores dos órgãos de comunicação social, mas não é uma secção muito grande. É uma secção que precisa de ter o acompanhamento do Presidente da República, o funcionamento da Assembleia da República e os principais partidos e depois os mais pequenos, que se vão fazendo pontualmente. A cultura acaba por ser uma secção com algum peso, mas não tão grande como aqueles três, porque não têm tanto acontecimento.

Como é que funciona o contacto entre as várias delegações e a sede, em Lisboa?

Há duas secções que fazem de pivô para as redes: o País e a Lusofonia e Mundo. Tudo o que acontece no país, fora de Lisboa...as coisas acontecem nos sítios, mas não são todas assunto de país. Por exemplo, em Bragança pode haver uma conferência sobre

educação, com reitores das Universidades dos países Lusófonos e quem vai lá é o jornalista correspondente em Bragança, mas, antes de escrever, vai falar com as pessoas da sociedade que lhe vão dizer o que é que é importante dizer, fazer lá ou pode falar com o editor de economia porque estamos a falar de questões Lusófonas. Portanto, sobrepõem-se à região.

Há depois assuntos que são de país, assuntos regionais, de desenvolvimento estratégico... isso são assuntos de país, são coisas com marca no terreno. Coisas de educação, de saúde, isso são coisas de sociedade, por exemplo. Ou coisas de Cultura que acontecem em Bragança, mas vai ser o Editor de Cultura a falar com o correspondente. Portanto, os correspondentes estão lá e eles falam com eles.

Voltando à Cultura ... é uma secção recente ou que voltou a surgir...

É um fenómeno que acontece quando há cortes, que tu tens que gerir as coisas com menos pessoas. Já aconteceu, é cíclico. Então quando tu juntas duas secções poupas, por exemplo, em editores. Já não precisas de ter três, porque depois juntas.

A Lusofonia e o Internacional ainda continuam juntas, a cultura estava junta com a sociedade e agora voltou a autonomizar-se porque houve um pequeno desafogo e aproveitou-se essa oportunidade e a Lusofonia e Internacional mais tarde também acabará por ter. Tem a ver com essa questão. Não há dinheiro, há menos gente e temos que aproveitar os recursos da melhor forma.

Como é que se delimitam os temas? Como é que definem o que é o não cultura?

A origem começa na agenda. Os temas estão muito bem definidos. Há coisas que são de fronteira e de vez em quando tem que se discutir entre os editores. A cultura não é o problemático porque as coisas de cultura são muito claras e muito evidentes.

Tudo o que acontece da cultura desde a música, escultura, pintura, literatura... está tudo muito claro, muito evidente. Eles (jornalistas) têm as áreas divididas, cada um com a

sua área mas, por exemplo, morre o Chris Cornell e houve uma fase, aqui há uns anos, em que era o internacional que fazia, porque como eles têm uma vocação de acompanhar, minuto a minuto, as agências internacionais, eram os primeiros a apanhar as coisas. Eles aqui (na cultura) estão a fazer entrevistas, serviços e não têm tempo para ver as agências a toda a hora e eles ali, como são os primeiros, estava definido que eram eles que faziam.

Com esta automatização da secção, voltou a ser ... o internacional, como está a monitorizar, avisa e depois a cultura faz. Depois se eles não poderem ... pedem ao internacional se pode fazer. Depois, a cultura lusófona, a lusofonia tem contacto direto, todos os dias com os nossos delegados em Angola, Moçambique, etc.... e, de repente, o delegado em Angola diz: eh pá tenho aqui uma banda que está a encher estádios e acho que isto merece uma notícia e o editor diz claro, então vamos fazer isso. A ser entre cultura e lusofonia ...será que os editores têm essa noção da banda que surge nesse país...” Eu acho que isso vai correr mal se focarem nesses responsáveis por isso, porque não têm essa sensibilidade”. E outra coisa, também é um risco...tu a partir daqui tens os artistas lusófonos como referências internacionais, então tens uma elite cultural, mas depois tens um gajo popular que é um fenómeno brutal, mas que aqui é ignorado... há um cuidado que se tem que ter, quem está no terreno e que percebe a importância das coisas e essa divisão. No país, na sociedade, na economia, não há grande dificuldade.

Pegando na cultura Lusófona, qual é o peso que tem na Lusa? E de que forma é que percecionam se os vossos clientes acabam por aproveitar ou não essas notícias?

A Lusofonia tem uma particularidade, os nossos clientes de cá compram o serviço à parte, é pago à parte. Então, alguns grandes clientes, como por exemplo o Público, aqui há uns tempos, deixou de pagar à Lusofonia. Porque só de vez em quando e que queriam alguma coisa, por exemplo de Angola, e para eles não justificava estar a pagar esse serviço e acabaram com isso. Depois temos os nossos clientes lá, em Angola, em Moçambique, no Brasil ... são completamente distintos. As pessoas lá querem algumas coisas nossas, mas é diferente.

O serviço de lusofonia cá, não é muito representativo. As televisões têm todas porque comprar o serviço completo, mas os jornais e jornais regionais não fazem esse investimento porque não têm dinheiro para isso, portanto não tem grande distribuição por cá. Depois quando tu tens temas de grande dimensão, como agora as eleições em Angola, temos lá a delegação, temos gente e fazemos aquilo melhor do que os outros, depois há mais gente a vir atrás de nós e aproveitar o nosso serviço, mas há dias ...

A Lusofonia é um serviço de nicho, nós fazemos um serviço público, mas depois vemos os telejornais e quando é que aparecem estas notícias? É quando o José dos Santos marcou as eleições. Notícias do dia-a-dia, aproveitam pouco

Anexo D - Entrevista a Maria Augusta Gonçalves

Maria Augusta Gonçalves – Editora de Cultura na Lusa

Como é que a secção funciona, ou seja, quantos jornalistas são e a que área se dedicam?

Ao todo somos oito. Na equipa de edição sou eu enquanto editora e o Tiago Dias que é adjunto, está no Porto, funcionamos muito em linha. Depois há seis jornalistas, o Nuno Lopes, a Sílvia Borges da Silva, a Ana Leiria, a Joana Simões, a Ana Goulão e a Cláudia Páscoa. É um serviço de agência, trabalhamos 24 sobre 24 horas, portanto, aquela repartição de área e de temas, como se pode ver na redação de um jornal, mesmo de uma rádio ou televisão, com jornalistas quase, exclusivamente, dedicados a uma área, numa agência de notícias em que quase a todo o momento se põe notícias em linha é um bocado difícil essa exclusividade, mesmo numa rádio ou numa televisão será mais difícil mas há uma capacidade que é diferente daquilo que é teres uma notícia e teres que a por em linha, imediatamente.

Portanto, não há essa exclusividade absoluta para determinadas áreas. Temos jornalistas mais vocacionados ou que acompanham determinados assuntos ou áreas, ao longo do seu trabalho. Assim, temos jornalistas com uma preocupação maior e com responsabilidade em conseguir e procurar notícias, em acompanhar acontecimentos na área de literatura, artes plásticas, música e nas diferentes áreas de literatura como o mercado livreiro, que envolve também o ponto de vista institucional, aquilo que engloba a política de cultura, o que é desenvolvido, acompanhar também os organismos, os concursos que são abertos, as instituições que existem de apoio e financiamento à cultura, dependentes do Ministério da Cultura, o Instituto do Cinema e do Audiovisual, a Direção-geral das artes e do Património, que são responsáveis pela aplicação da cultura e da política de cultura no espaço português mas também em termos institucionais, opções que são tomadas por instituições e que vão determinar o espaço cultural, como por exemplo, a Fundação Calouste Gulbenkian, a Fundação Serralves no Porto, ou a Casa da Música. Estas têm uma participação do Estado Português, o que não

acontece, por exemplo, na Gulbenkian mas de qualquer modo são instituições de gestão, mais ou menos, privada e que pela sua dimensão têm uma importância muito grande naquilo que depois é a vida cultural.

Temos os jornalistas, mais ou menos, vocacionados porque já o fazem há mais tempo, porque têm mais fontes, é o mesmo das outras áreas todas. As questões estruturais, em termos de notícia e de acompanhamento e investigação são, exatamente as mesmas. Porque já acompanham há mais tempo, estão mais familiarizados com determinadas áreas, porque têm mais fontes, têm um histórico muito grande e um background que lhes dá segurança para pesquisar.

Como é que funciona a interligação da secção de cultura de Lisboa com a do Porto?

Funciona bem. É, exatamente, a mesma coisa que ter dois editores em Lisboa. O Tiago esteve aqui durante uma semana e funcionávamos exatamente da mesma maneira. Dávamos por nós a usar o Skype, a falar, etc. Falamos todos muito com o Tiago, por telefone. O Tiago também nos liga muito. Temos um Skype ligado, mantemos um diálogo no Skype, trocamos mails, às vezes até estamos a falar uns com os outros, em simultâneo, sobre diferentes áreas e suportes. Acho que tem funcionado bastante bem e, uma coisa que temos, uma preocupação que temos entre nós, é estarmos todos sempre a par de tudo e acho que tem funcionado muito melhor connosco, do que com outras experiências, que eu já tive, com editorias, onde estavam todos ao mesmo tempo, muito juntinhos e nos esquecemos de dizer que já tínhamos combinado não sei quê com alguém ou que já tínhamos avisado outra editoria de outra coisa.

Eu acho que aqui, de algum modo, até se combinam, por um lado, os feitios, a nossa maneira de ser e a maneira como nos articulamos, funcionamos muito bem nisto, com essa noção de que temos uma pessoa, um editor que está a 300km de distância, mas ligado em linha. Como temos noção que há uma pessoa fora, temos sempre a preocupação de manter a informação atualizada, em tempo real. Por outro lado, acho que o nosso feitio também é esse, temos a noção de que tem que ser assim. Se estivéssemos aqui todos seria da mesma maneira, se estivéssemos todos espalhados, por

diferentes distritos, seria assim. Nós tivemos uma experiência, para aí há um mês, por motivos vários, estive que ficar em casa porque tinha uma vistoria por causa de infiltrações de água e o Tiago estava no Porto e funcionamos todos. Não houve diferença nenhuma entre estarmos todos juntos aqui e estarmos afastados. Creio que tem a ver com essa noção de que há uma pessoa de fora e que a temos que incluir, mas eu acho que também está na massa do sangue e que funcionaríamos assim de qualquer forma. Tem a ver, por um lado, com essa realidade. Por outro lado, à margem disto, haver um jornalista fora, um editor fora do lugar de edição e estando quase numa segunda delegação, na delegação do Porto, na segunda delegação mais importante da Lusa, a delegação nacional do Norte e que faz a coordenação de todos os correspondentes da zona Norte, acho que isso também tem uma vantagem muito grande que é como termos um posto avançado lá. A delegação do Porto não é só uma delegação da Lusa, com jornalistas ambivalentes e que vão interagindo com a agenda disponível a nível nacional e que, em princípio, respondem a coisas que são do Norte, não é bem assim. Temos um posto avançado da cultura, temos uma lança no norte que intervém e que é também um contacto direto com instituições e com fontes na região, porque o Tiago foi jornalista, por cinco anos na delegação do Porto e fazia muito noticiário da cultura, portanto, há uma relação de proximidade que também ajuda. Acho que estamos a ter uma boa experiência e que estamos a funcionar bem.

A secção regressou recentemente?

Sim. Tinha havido uma secção de Cultura em meados dos anos 2000, para aí 2005, 2006...teve vários editores em sequência, eu fui a última dessa sequência nesse período de existência da editoria cultura até 2011. A editoria viveu até ao final de 2011, depois em 2012, com o aumento dos cortes na editoria não desapareceu completamente, foi incluída, diminuída, houve muitas pessoas que foram embora, houve rescisões de contrato. De maneira que houve pessoas que eram da editoria cultura que foram distribuídas por outras editorias e aquilo que era uma editoria de seis pessoas, passou a três pessoas, incluídas na editoria sociedade. Então eram três pessoas que, nos últimos cinco anos também trabalharam vocacionadas para os temas da cultura.

A decisão prendeu-se muito com cortes que existiram na altura, nos anos da crise, em que houve um corte muito grande na indemnização compensatória da Lusa, houve perda

de pessoas, houve secções que começaram a precisar de mais pessoas, portanto, houve uma redistribuição. Havia a perda de uma editoria...ao diluíres uma editoria noutra editoria vais ter economias de escala, andamos aqui, normalmente, aos tostões, a contar cêntimos, porque deixa de haver um editor adjunto ou um coordenador, na altura eram dois coordenadores Passa a ser um núcleo mais pequeno e passa a haver uma articulação com outras áreas dentro de uma outra editoria. Tudo isso trás economias de escala. É uma solução no quadro da Lusa, porque há também um histórico na Lusa, independentemente de ter havido uma editoria cultura, há também um histórico da Lusa de grandes divisões de temáticas diárias. Nacional e internacional de um lado, com quase subeditorias lá dentro. É um passado que não está tão distante quanto isso, da divisão da Lusa que vem muito do passado da ANOP, do passado mais distante até e que tem a ver com grandes macro divisões a nivel nacional e internacional, com editorias, muitas vezes, até se chamavam secções de comunidades, politica, sociedade... Onde, por sua vez, incluíam, aquilo que nós hoje, numa abordagem mais contemporânea da organização das redações, a que chamamos editoria sociedade, economia, etc.

Se andarmos para trás na própria organização da Lusa vamos encontrar, sobretudo, as grandes divisões de nacional e internacional e depois, ainda hoje, em colegas mais velhos vais encontrar pessoas que dizem: eu era do nacional. E faziam o que? Às vezes faziam economia, às vezes faziam politica. Havia outra que também era muito importante: Comunidades, aquilo que chamamos Lusofonia e internacional com a área para os imigrantes e etc.

Portanto, quando se pensa que se acabou com a Editoria Cultura não é uma coisa dramática, porque é uma coisa menosprezada, porque é posta de parte. Há de facto um passado e uma estrutura mental em que isso se enquadra e não é, necessariamente conflituoso. Não dá jeito nenhum, a abordagem contemporânea é diferente. Por algum motivo, quando é repostado dinheiro, depois volta a emergir a editoria cultura e volta a emergir um certo número de preocupações, mas não tem essa carga negativa. Há um passado, uma estrutura mental, um código genético que suporta esse tipo de decisões, não é aquilo que nós achamos lógico e evidente. Podemos até discordar completamente, mas temos que ter em conta a existência deste tipo de códigos genéticos, estas estruturas que vêm de trás e este passado que, muitas vezes, suporta estas decisões, como foram as vividas em 2011 / 2012.

Como é que definem o que é Cultura? Por vezes, não existem temas que, por exemplo, tanto podem ser tratados pela cultura, como pela sociedade?

A relação cultura - sociedade sempre foi bastante fácil. Há zonas que tocam, por exemplo, quando olhas para a sociedade temos as ilhas completamente definidas, de saúde, justiça, apoio social e solidariedade, educação, tinham uma cultura e não era difícil definires, tematicamente, isto. Há alguns pontos de encontro e que funcionava bem e continua a funcionar bem por que articulamos tudo. Se falares de ensino artístico, há temas que estão relacionados com o ensino nos conservatórios e com as escolas do ensino artístico e que há disposições do Ministério da Educação, que são levantadas pelo Ministério da Educação e que são do ensino mesmo. Há outras que têm a ver com uma área de criatividade, projetos ou perspectivas de montagem de espetáculos ou relacionadas com a política cultural ou de reação à política cultural ou outras coisas que são, necessariamente, cultura e, portanto, tratamos nós.

Um serviço de museu, por acaso, agora foi feito um trabalho audiovisual sobre um serviço educativo do museu de arte antiga, em que há uma senhora que acompanha e que faz uma visita guiada a cegos e surdos, é uma coisa fenomenal e é um documentário fenomenal, obviamente que será uma zona de fronteira entre nós e eles mas neste caso vamos nós tratar, porque tem a ver com museu, com o trabalho daquela historiadora de arte que se especificou no modo com vai falar e apresentar coisas tão complexas como as tentações de Bosch a pessoas que nunca viram e nós abordamos isso, é uma questão cultural mas podíamos até não fazer isso, não ter a oportunidade de fazer isso e podíamos, eventualmente, ir falar com a sociedade e propor : há a possibilidade de fazer este trabalho, neste momento nós não conseguimos fazer porque não temos gente, não temos meios mas se vocês tiverem alguém que queira fazer...então faça. Pode-se fazer isso.

Há sempre temas que são zonas de junção e que têm de ser sempre discutidas taca a taca, também no bom sentido, por acaso eu creio que há mais com internacional e lusofonia do que com qualquer outra editoria. O que tem a ver também com a distribuição, ou seja, há muitas iniciativas que têm ponto de partida nas comunidades portuguesas no estrangeiro e, portanto, exigem uma visão sobre aquilo que são as

comunidades portuguesas no estrangeiro e justifica-se essa abordagem mesmo que, da nossa parte, pareça que é uma expressão, manifestamente, cultural, como um concerto, uma digressão, mas aquilo pode ter outro significado. Nós tratámos muito músicos e temos dividido isso, mais ou menos, de uma maneira, absolutamente, pacífica. Por exemplo, casos no Brasil, a situação política atual do processo que levou o Temer à presidência e que tinha uma carga política muito forte, os músicos brasileiros e os cineastas como, há pouco tempo, o Kleber Mendonça Filho teve aquelas manifestações todas em Cannes a favor da Dilma e que tinham um apoio mesmo à Dilma Rousseff, ele fez aquelas manifestações todas e nós entrevistámo-lo e, obviamente, porque o filme estava a estrear em Portugal, ele veio cá... Portanto, fomos nós entrevista-lo, havia o filme e a questão cultural e era também, na prática, uma questão cultural mas era inevitável não abordarmos a questão política. Aconteceu o mesmo com o Caetano Veloso, mais recentemente. Não há fronteiras definidas. Estas a tratar de uma coisa que é, manifestamente, cultura, mas a cultura... o que eu acho mais interessante nesta área e que acaba por ser mais determinante e o maior desafio é que a cultura, quando menos esperas, espalha-se e impõe de facto a abordagem a diferentes temas e a outras áreas. Por exemplo, no caso do Kleber Mendonça Filho, cabia exatamente porque era a estreia de um filme, falar da questão do Brasil e assim como fez todo o sentido nós tratarmos aqui da questão dos impostos e da contribuição de impostos, quando o adicional que pode ser dado, a consignação do IRS que pode ser dada às instituições, se alargou, pela primeira vez, à área da cultura e, portanto, fazia todo o sentido nós atacarmos isto aqui, quando e, naturalmente, pensavas que era um assunto de economia.

A cultura tem estes elementos surpresa, quando foi constituída a editoria, reunimos, todas as editorias reuniram-se para ficar clara as suas áreas de intervenção ou, pelo menos, ficar claro o entendimento, em relação às áreas de fronteira de cada uma. A cultura é de facto aquela em que, de vez em quando, há fatores surpresa. Depende também das opções, mas a nossa opção é também bastante vasta, desde uma área mais institucional até uma área de artes e espetáculos... Aquilo que seria um cartaz, uma edição do teatro, de espetáculos, de cinema, há uma abordagem de contexto: como é que isso se produz? Como é que está o mercado livreiro? Como é que as políticas estão a ser desenvolvidas? Que opções é que a DGA ou o Ministério da Cultura está a ter? Qual o Orçamento de Estado para cultura? Quais são os dinheiros que vêm de fundos?

Temos um campo de análise que é muito vasto e que não podemos ignorar e que temos que estar sempre a tratar.

Quais são as áreas ou temáticas mais abordadas dentro da cultura lusófona?

Temos feito, principalmente, quando as manifestações são cá. Por exemplo, o Luaty Beirão, rapper, com uma formação brutal atrás dele, formado em economia, história, literatura, é músico, etc.... Foi tratado pela Lusofonia e quando ele veio cá lançar o livro também foi a Lusofonia, era um diário da prisão... Outros casos somos nós que tratamos. No início do ano houve um escritor guineense (Abdullah e Silá) que esteve no festival literário de Macau e fomos nós que decidimos ir lá entrevistá-lo. A ação dele em termos de literatura, a preocupação dele em termos de preocupação literário em Guiné e aliás a entrevista é muito curiosa em termos de língua e de defesa de língua portuguesa. Ao mesmo tempo, no próprio festival houve iniciativas feitas pela Lusofonia, como por exemplo, a ida do Ministro de Cabo Verde, os acordos que o Ministro de Cabo Verde estava a fazer em Macau, a promoção que Macau estava a fazer. Havia um lado institucional que tinha mais a ver com a lusofonia do que conosco. Outras manifestações, iniciativas a nível de cá como por exemplo, Angola, Moçambique, faz todo o sentido que sejam feitas pela Lusofonia porque tem muito a ver com a vivência local, porque há uma carga muito presente ali que tem a ver com essa vivência, com o modo como se vive, neste momento, em Angola, com o modo com que se vive, neste momento, em Moçambique. No caso de Angola é importante que seja a economia a tratar porque o enquadramento político é determinante.

Outras coisas somos nós que fazemos, imagina que havia uma manifestação de músicos ou de intelectuais, de gente da cultura no Brasil, em relação à situação brasileira, fosse pela violência, fosse pela política, corrupção, fosse pelo que fosse... era uma coisa também muito para Lusofonia, da nossa parte já estamos, por exemplo, a acompanhar a festa literária em Paraty, é o principal festival literário na América do Sul, que se realiza em julho e tem uma programação portuguesa e no qual já estamos também a ter atenção a questões de cooperação, de língua, opções políticas, eventualmente, até manifestações de carácter político que os intervenientes e os convidados possam ter. Por exemplo, há uma escritora brasileira que é tida como uma espécie da memória negra no Brasil, há

uma escritora ruandesa que vai estar lá. Conseguimos perceber que há uma carga política nisso, que são assuntos que são política e essa carga política também faz parte da cultura e exige uma abordagem da cultura e que são questões, casos e situações que vão ser tratados pela editoria cultura e que não têm a ver com a editoria lusofonia.

Como existe uma editoria Lusofonia, há uma abordagem que é mais serpenteante e que é vista caso a caso, na maioria das situações. O que se passa cá, além do Brasil, Angola e Moçambique é tratado, normalmente, pela cultura, salvo raríssimas exceções. O que se passa fora, quando falamos em Angola, falamos do enquadramento político, que é muito forte e que nos leva a pensar... um enquadramento em que não é tão marcado pela cultura, mas pela atualidade e pela vivência local, faz pensar que é mais sensato ser a editoria lusofonia a tratar e depois há outras que se passam e que fazem também parte do universo da cultura, e é muito uma área feita em diálogo com a lusofonia.

Existe alguma “obrigatoriedade” de ter presente nas notícias do dia, alguma percentagem de notícias lusófonas?

Não existe, porque não dominamos a atualidade. Não vais criar casos, criar notícias para por em linha. Portanto, é o que for notícia. Em termos de quotas não existe.

Na sua perceção, como é que os jornais e as televisões aproveitam as notícias sobre a cultura Lusófona, nomeadamente do Brasil, de Angola e Cabo Verde?

Se formos ver edições ‘online’, a nível de cultura, quer seja cultura lusófona, quer seja cultura internacional, quer seja a cultura numa perspetiva nacional, de criadores portugueses, etc... a utilização é muito grande, sobretudo, em edições ‘online’. No papel também, mas a sensação que eu tenho é que se formos a meios portugueses, como a TSF, o Diário de Notícias, o P3 do Público e mesmo a edição ‘online’ do público da área da cultura, tem uma percentagem muito grande da Lusa.

Tendo em conta a origem e os primeiros anos de vida do Público e o peso que a cultura tinha no lançamento do Público, o que aparece neste momento da Lusa, nas páginas de

cultura é uma coisa...é muito, é uma presença muito forte, tendo em conta esse passado, essa fase inicial do Público. O P3 do Público é muito marcado pela Lusa.

Há bocado estava a ver com a Zélia o novo 'site' da TSF e a sensação que eu tenho é que o site da TSF podia ser o nosso site. É assim um bocadinho de batota eles terem lá as nossas notícias. Porque é como se o nosso serviço, de repente, voasse pela janela fora.

O Diário de Notícias tem, na edição 'online', muitas notícias nossas. Quase todas as notícias da cultura da Lusa são postas em linha, integralmente, pela RTP e depois há também aquele serviço 'LusaWeb', que tem número disto. Provavelmente a área comercial terá melhor esta contabilidade. Há agências internacionais, sobretudo a EFE, usa muito informações, até a prazo, ou seja, se nós hoje aprovamos uma coisa que se passa cá ou que se passa num país de língua portuguesa, a menos que seja uma coisa de hoje mesmo, a EFE é muito capaz de guardar e mais à frente, dar o seu cheirinho daquilo ou retomar o seu cheirinho daquilo e depois tem efeitos engraçados. No outro dia, demos a vinda do Pachiani a Portugal e falámos com ele em março e pusemos em linha e aprovamos também para agências internacionais e, há uns 15 dias, a EFE fez uma peça a dizer que o Pachiani vinha cá homenagear o José Afonso.

Claro, eles são espanhóis e falaram com o Pachiani na altura, mas respiraram fundo e fizeram mais tarde. Teve efeitos engraçados porque toda a gente me estava a perguntar nesse dia se eu já tinha visto aquela notícia na tentativa de: eles deram a notícia primeiro, mas não. Nós demos a notícia primeiro, demos um mês antes eles depois é que deram. A EFE dá muito esse espaço até voltarem no tema e pegam, muitas vezes, em coisas que se passam cá. Aliás, a atenção que eles prestam às coisas foi muito orientada por alguma coisa que nós já fizemos, o que é natural. Se eu fosse para Espanha, provavelmente, lia muito o serviço da EFE para me orientar no que era o dia-a-dia e a atualidade espanhola, como é óbvio. Dizem, eu não vi porque não tenho acesso, mas agências locais, como a de Angola ou de Cabo Verde, usam muito o nosso serviço e a nossa produção em lusofonia e na cultura lusófona nos seus serviços, outros...tem a ver com os jornais das comunidades e isso é um mundo infundável, que também usam o serviço da Lusa. Números eu não tenho, mas tenho a noção de que existe e que o nosso serviço é importante para as comunidades espalhadas nos cinco continentes. Já me aconteceu estar a fechar, na edição do piquete, e receber chamadas de jornais de New York e de uns tipos perdidos na China, a perguntarem se nós íamos

por em linha um serviço qualquer sobre questões políticas ou de sociedade e cultura, economia... coisas que, para eles, naquele momento eram importantes e estavam à espera que a Lusa, naquele momento, pusesse em linha para eles porem em página e depois fecharem o jornal. Já me aconteceu várias vezes. Eu creio que isso dá a noção da importância que o serviço da Lusa tem a nível fora de portas e do uso que é feito do serviço da Lusa, portanto, não é brincadeira nenhuma.

Como é que funciona o reverso, ou seja, como é que a Lusa trata a informação que recebe das outras agências?

Com toda a honra. Sempre a revelar a fonte. Podemos pegar num texto ou num serviço que sai na EFE ou na Associated Press, na France Press e são as notícias deles. Vamos abordá-las, vamos trabalhá-las... se estiverem relacionados elementos que se tocam de algum modo e se pudermos juntar o que é a realidade portuguesa ou se passou por Portugal, obviamente, que vamos juntar.

No outro dia houve a notícia de um músico inglês que morreu, que fundou um quartetos e que foi percussionista ... e ele foi um dos vencedores do prémio Guilhermina Suggia da Royal Academy, obviamente que isso determinou que prestássemos mais um bocadinho de atenção ao senhor porque ele era um músico inglês, provavelmente veio cá, mas o facto de ele ter recebido um prémio de uma interprete portuguesa, a violoncelista Guilhermina Suggia, pela Royal Academy, uma pessoa acaba por tocar um bocadinho mais. Casos de pessoas que, de algum modo se relacionaram ou que tiveram impacto..., portanto, situações, pessoas ou acontecimentos que, de algum modo têm impacto na realidade portuguesa, temos obrigação de juntar. Os prémios dos finalistas Man Booker, há edições em Portugal, temos a obrigação de juntar essa informação. Não nos fechamos nunca sobre a informação que vem nas agências e fazemos só aquilo. Indicamos a fonte, indicamos que são eles a dar-nos e depois juntamos aquilo que tem a ver com a realidade portuguesa ou que se justifica, de algum modo, juntar.

Anexo E – Entrevista a Tiago Dias

Tiago Dias – Editor adjunto de Cultura

1. Quais são as áreas mais abordadas pela secção de cultura (de uma forma geral) e, em particular, dentro da cultura Lusófona?

A Cultura da Lusa aborda todas as áreas que dizem respeito a todas as dimensões artísticas e culturais, quer a nível nacional quer a nível internacional, com um olhar especial para aquelas desenvolvidas nos países de língua portuguesa. Da literatura à música, passando pelo cinema e o património, a cultura lusófona tem o maior dos interesses para o nosso trabalho quotidiano.

2. Como é que a Lusa define o que é ou não cultura? (Por exemplo: não surgem dúvidas se o tema X é tratado pela cultura ou por outra secção?)

A análise é feita com base numa estrutura que já está montada e, em casos de dificuldades, discutida quer com outras secções quer com a chefia de redação. Ou seja, há uma base subjacente que permite dizer, na maioria dos casos, que algo é ou não competência da Cultura. Em caso de dúvida, fala-se, com uma ou mais secções.

3. Na sua perceção, como é que os média acabam por aproveitar as notícias do âmbito cultural Lusófono, particularmente Portugal, Brasil, Angola e Cabo Verde? (Se apesar de serem difundidas notícias dentro destas temáticas os media acabam por utilizá-las ou não? Acabam por ser utilizadas mais como breves? Mais como notícia? Quem é que as utiliza mais - as televisões, os jornais ou *online*?)

Não tenho dados que permitam dar uma resposta informada a esta pergunta. Em termos de perceção, parece-me que o uso que é feito do nosso trabalho pelos clientes nacionais (não tenho noção do que acontece aos clientes dos países lusófonos) reflete a

importância que é dada à lusofonia em geral pelos órgãos de comunicação social portugueses.

- 4. Como é que se processa o tratamento que a Lusa faz da informação que recebe das outras agências? (Se introduz informação relativa ao contexto português? se, na maioria dos casos, acaba por ser mais uma tradução do material recebido? Se retira muita da informação presente nos textos originais?)**

A Lusa recorre às agências internacionais quer como ponto de partida para notícias quer como fonte para notícias.

- 5. Como é que a Lusa, particularmente a Cultura, tem evoluído ao longo dos anos? (Principais mudanças, constrangimentos que afetem ou não o papel de prestadora de um serviço público...)**

Imagino que a Maria Augusta tenha dado uma resposta muito melhor e mais abrangente do que eu possa dar a esta questão. Trabalho na Agência há seis anos, a noção que tenho da Cultura coincide com esses seis anos e não mais. Como saberás, em dois terços (mais ou menos) do meu período de trabalho na Lusa a secção não existia. Toda a “evolução”, como a classificas, deve, portanto, ter por ponto de partida essa inexistência.

Anexo F – Estudo de Caso

F.1. Objeto de Estudo

Esta análise de caso tem como principal objetivos perceber qual é o peso que a Lusa tem nos meios de comunicação social escolhidos. Por outras palavras, pretendemos perceber como é que a informação difundida pela Lusa, não estando sujeita, legalmente, a uma identificação por parte dos seus clientes, é utilizada pelos mesmos.

Desta forma, pretende-se verificar o grau de tratamento editorial sobre as notícias recebidas da Lusa e editadas pelos media.

No caso das peças da RTP existe uma dificuldade acrescida, uma vez que não existe um suporte escrito que possa ajudar a análise do objeto de estudo. Por isso, para além da informação presente no áudio da notícia, verificou-se se a agência tinha disponibilizado também um serviço de áudio e vídeo, que pode ser identificável através do microfone cinzento com o símbolo da Lusa ou com a ausência de qualquer identificação da agência ou do cliente.

F.2. Objetivos

Esta análise de caso tem como principal objetivos perceber qual é o peso que a Lusa tem nos meios de comunicação social escolhidos. Por outras palavras, pretendemos perceber como é que a informação difundida pela Lusa, não estando sujeita, legalmente, a uma identificação por parte dos seus clientes, é utilizada pelos mesmos.

Desta forma, pretende-se verificar o grau de tratamento editorial sobre as notícias recebidas da Lusa e editadas pelos media.

No caso das peças da RTP existe uma dificuldade acrescida, uma vez que não existe um suporte escrito que possa ajudar a análise do objeto de estudo. Por isso, para além da informação presente no áudio da notícia, verificou-se se a agência tinha disponibilizado

também um serviço de áudio e vídeo, que pode ser identificável através do microfone cinzento com o símbolo da Lusa ou com a ausência de qualquer identificação da agência ou do cliente.

F.3. Metodologia

A metodologia utilizada neste estudo consistiu na análise dos meios selecionados, durante, sensivelmente, três semanas, que corresponderam aos dias 7 e 14 de março, abril e maio, justificando-se esta delimitação com a necessidade de obter um fluxo de notícias que permitisse efetuar o estudo. Durante o período de tempo selecionado, foram excluídos os fins de semana, uma vez que nestes dias a produção noticiosa da Lusa é assegurada por um piquete e assume por isso características diferentes. Uma vez que existem menos recursos humanos, opta-se por privilegiar informações de última hora ou que tenham consequências diretas na vida dos cidadãos, como por exemplo, as eleições.

A análise foi realizada de uma forma descontínua, ou seja, optou-se por selecionar um período de tempo que correspondesse a uma semana de cada mês em que o estágio se realizou. Porém o mês de fevereiro não foi contemplado, uma vez que o estágio teve início no dia 20 seguindo-se-lhe uma semana de formação. Desta forma, o estudo foi realizado entre os meses de março e maio. Esta opção foi tomada para que se englobasse uma visão mais abrangente do trabalho noticioso da agência e, por outro lado, para não corrermos o risco de, ao incidir apenas num mês, estarmos a dar especial destaque a um acontecimento que tivesse marcado esse período e que fosse acompanhado de forma permanente.

Este estudo assumiu assim um carácter quantitativo e qualitativo, recorrendo-se, em vários momentos, à entrevista individual para explicar o funcionamento da Lusa e, em particular, da secção de Cultura.

F.4. Amostra

O presente estudo envolveu a análise de 307 peças produzidas na secção Cultura da agência Lusa, entre os dias 07 e 14 de março, abril e maio (ver Gráfico 1). Este período foi selecionado de modo a permitir a recolha de um volume de dados que fosse significativo para o estudo em questão. Entre as 307 peças analisadas, encontram-se 230 notícias, 02 reportagens e 75 breves.

Em termos mensais, foi em março que se verificou um maior volume de peças, contabilizando-se 119 (das quais 91 são notícias e 28 breves).

Já em abril e maio, o volume de dados fixou-se em 94 peças. Porém, o número de notícias, breves e reportagens foi diferente nos dois meses. Em abril escreveram-se 74 notícias, 02 reportagens e 18 breves. Enquanto em maio, verificaram-se 65 notícias e 29 breves.

No que se refere à imprensa escrita, foram analisados 17 jornais do Correio da Manhã, cingindo-se o estudo apenas à editoria TV, Média e Cultura, uma vez que é a única, dentro do mesmo, que utiliza as peças culturais da agência noticiosa.

No total foram analisadas 131 peças do CM e, posteriormente, foram selecionadas aquelas em que a utilização da Lusa era evidente.

Já em relação ao Telejornal da RTP foram analisadas 17 emissões, que corresponderam a um total de 345 notícias sendo, posteriormente, selecionadas apenas aquelas que correspondiam à área cultural e, em particular, à utilização de informações da agência noticiosa.

A informação recolhida foi, posteriormente, organizada em tabelas, divididas de acordo com a data de divulgação, título das notícias, género e área.

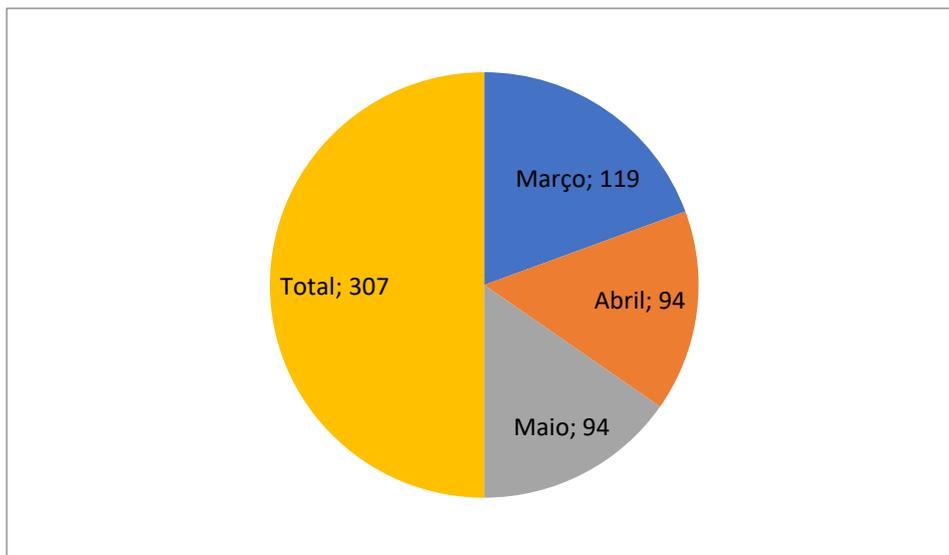


Gráfico 1 – Produção Lusa

F.5. Resultados

F.5.1. Correio da Manhã (CM)

No período de referência, verifica-se que o Correio da Manhã (CM) utilizou 10 peças, das 307 produzidas pela agência noticiosa. É possível constatar que, a publicação dá especial interesse às notícias que se referem a acontecimentos relacionados com a cultura portuguesa (09 em 10).

Verifica-se que o CM utiliza, maioritariamente, as peças da Lusa, um dia após serem divulgadas, contabilizando-se assim 07 peças utilizadas um dia depois de serem produzidos na Lusa e 03 no próprio dia (Ver gráfico 2).

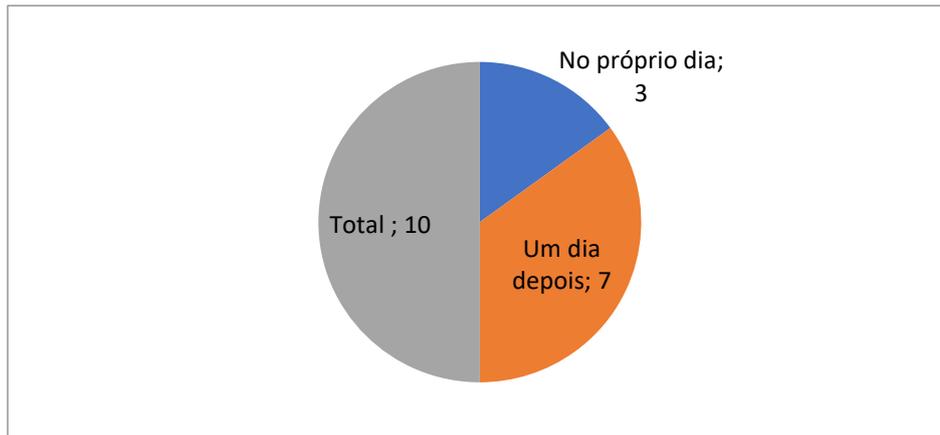


Gráfico 2 - Utilização

No período de referência, a publicação não utilizou, na íntegra, nenhuma peça produzida pela agência. Porém optou por transformar a informação recebida, utilizando excertos, trocando a ordem dos parágrafos, incluindo novas citações ao texto da Lusa.

Por exemplo, no dia 07 de abril, a agência noticiosa difundiu uma peça sobre a nova exposição da artista Paula Rego, em Cascais, onde se lia: “Além das obras de Paula Rego, em pintura, desenho e colagem, há uma sala dedicada à obra do marido, com várias pinturas apresentadas, pela primeira vez”.

Já o Correio da Manhã, utilizou a base da Lusa e acrescentou alguma informação diferente: “Além da recriação do ateliê de Paula Rego, há ainda uma sala que contém as obras do marido da pintora, o também pintor, Victor Willing, que a retratou nua.

Verifica-se ainda que entre as dez peças utilizadas pela publicação, seis foram adaptadas a breve (Ver gráfico 4).

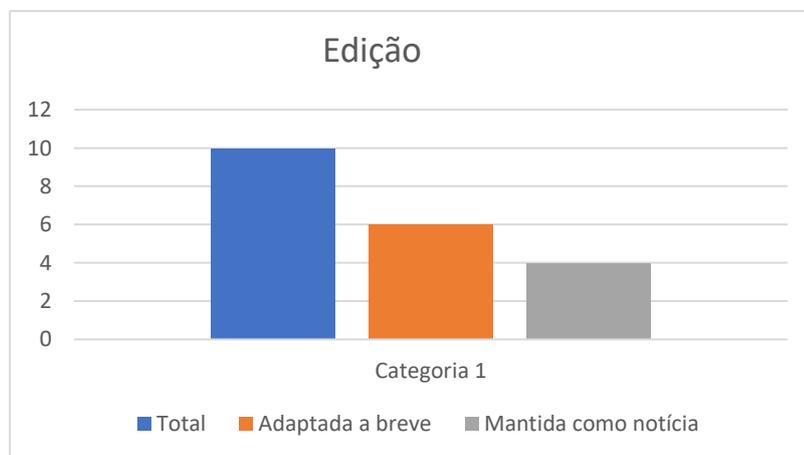


Gráfico 3 - Edição

Verifica-se ainda que, entre as peças analisadas, o Correio da Manhã nunca mencionou que a informação pertencia à Lusa

F.5.2. RTP

No período de análise, constatou-se que a RTP utilizou 7 notícias das 307 peças que a agência Lusa produziu. Verifica-se que a televisão optou por transmitir apenas notícias sobre a cultura portuguesa e, na maioria dos casos, as notícias apareciam na segunda parte do Telejornal.

A RTP optou por difundir, maioritariamente, as notícias utilizadas no mesmo dia em que foram produzidas pela agência de notícias, existindo apenas um caso em que a peça foi divulgada com um dia de atraso (Ver gráfico 5).

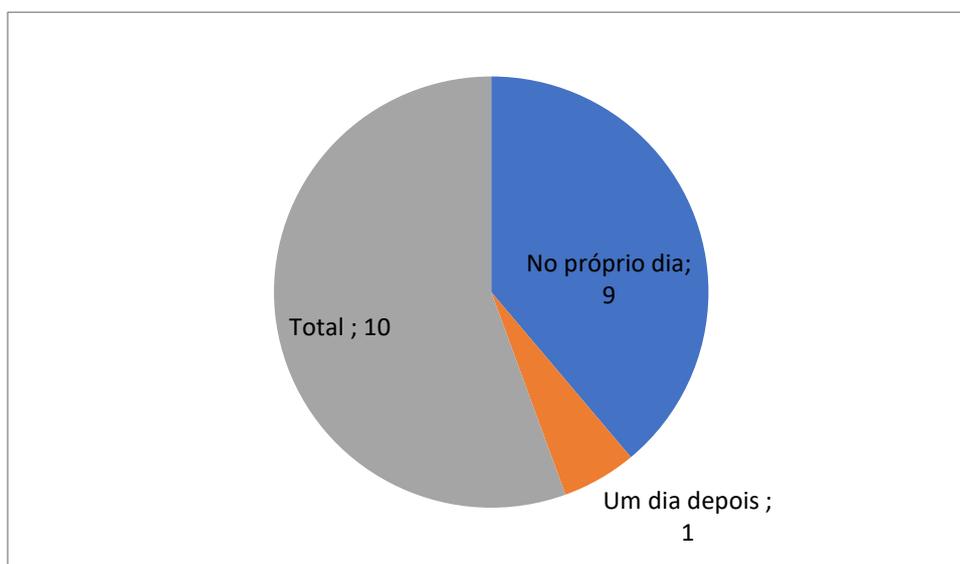


Gráfico 4 - Utilização

No período de referência, a estação televisiva não utilizou na íntegra nenhuma das notícias produzidas pela agência, uma vez que as mesmas também não se encontravam adaptadas ao formato em questão.

Por vezes, a agência disponibiliza também um serviço de áudio e vídeo, que pode ser identificado através do logótipo no microfone ou, em alguns casos pela ausência do equipamento.

Exemplo disso, é a reportagem sobre o concerto do fadista Camané no teatro São Luiz. A RTP difundiu-a, não existe nenhum logótipo ou informação que a mesma é da Lusa, porém também não está visível o microfone da estação televisiva.

Quanto ao texto, verifica-se que o núcleo central da informação divulgada pertence à Lusa, porém são feitas várias alterações, nomeadamente em termos de estrutura e da adaptação à linguagem televisiva. Por exemplo, a substituição de expressões como “esta segunda-feira” por “ontem” ou “amanhã”.

F.6. Conclusões

Após a finalização deste estudo é possível concluir, em primeiro lugar, que a agência Lusa tem um peso bastante elevado na produção nacional de notícias, tendo difundido 307 peças, entre as quais 230 notícias, 02 reportagens e 75 breves.

Por sua vez, no período de referência foram analisadas 17 emissões do telejornal da RTP, onde se contabilizaram 345 notícias.

Já o Correio da Manhã difundiu 131 peças, entre os dias 07 e 14 de março, abril e maio.

No que se refere à utilização que os meios seleccionados fizeram do serviço noticioso da Lusa, constatou-se que o CM utilizou 10 notícias e o Telejornal da RTP sete. O jornal optou por transformar seis em breves e manteve quatro em notícia.

Para isto, a publicação optou por aproveitar parte do material recebido e transformá-lo, quer na ordem dos parágrafos, quer na introdução de novas informações ou declarações. Verifica-se ainda que, na maior parte dos casos, o CM optou por utilizar a informação da Lusa, um dia após esta ter sido divulgada.

A RTP recorreu menos vezes à agência noticiosa e optou, na maioria das vezes, por difundir a notícia no mesmo dia em que foi produzida pela agência.

Por último, é possível constatar que nenhum dos meios analisados identifica ou atribui a informação utilizada à Lusa.

RTP NOTÍCIAS

16 Out. 2017 | 10:48

DESPORTO | PAÍS | MUNDO | POLÍTICA | ECONOMIA | CULTURA | VÍDEOS | ÁUDIOS

Sindicato Ferroviário alerta que CP tem 12 ME em multas por cobrar

Luca
18 Mai, 2017, 14:15 | Economia

O presidente do Sindicato Ferroviário da Revisão Comercial Itinerante (SFRCI), Luís Bravo, disse hoje à Lusa que, nos últimos três anos, a CP contabilizou 12 milhões de euros em multas por cobrar.

“Os revisores da CP passam imensas multas no combate à fraude e nos últimos três anos não têm sido cobradas”, estando em dívida um valor total que ronda “12 milhões de euros”, afirmou à margem de uma manifestação em Lisboa.

Por outro lado, Luís Bravo referiu que existe um défice de trabalhadores da CP e de material circulante, por isso, cerca de 20 dirigentes e associados do SFRCI decidiram concentrar-se hoje junto ao Ministério do Planeamento e Infraestruturas.

“Pretendemos alertar o Governo para o grande défice de trabalhadores que existe na CP, nomeadamente revisores, funcionários de bilheteiras e as suas chefias diretas”, por outro lado, verifica-se também um “défice no material circulante, por falta de comboios, sobretudo, nas linhas do Oeste, Algarve e Vouga”, referiu.

Luís Bravo acrescentou que os funcionários da CP trabalham nos dias de descanso e até ao momento o Governo não deu resposta aos pedidos de recrutamento.

“Não há qualquer resposta aos pedidos de recrutamento, qualquer decisão tomada agora só terá efeitos em 2018”, porque o processo de recrutamento e formação demora “entre seis a sete meses”, afirmou.

Questionado sobre a possibilidade dos trabalhadores avançarem com novas formas de luta, Luís Bravo garante que “se não houver decisões [por parte do Governo]”, os funcionários terão que “fazer greve ao trabalho extraordinário”.

“É inadmissível que se continue a exigir aos funcionários que trabalhem 28 a 30 dias por mês”, concluiu.

InvestEU

DESCUBRA MAIS

AS OPORTUNIDADES COMEÇAM AQUI

União Europeia 2017

NEWSLETTERS DE INFORMAÇÃO RTP

- O Eccenolal
- O Eccenolal da Manhã

E-mail *

SUBSCREVER NEWSLETTER

* Campo de Preenchimento Obrigatório

ÚLTIMOS ARTIGOS

Últimas + Lidas + Coment.

- 1 Há uma organização terrorista a queimar o país”, diz Jaime Marta Soares
- 2 Madrid estabelece quinta-feira como limite para Puigdemont esclarecer o Governo
- 3 Balança sobe para 20 mortos - Proteção Civil
- 4 Circulação ferroviária na Linha da Beira Alta continua cortada
- 5 População portuguesa consome poucas frutas e hortícolas

Partilhe no Facebook 27

Partilhe no Twitter 1

Partilhe no Google+

Partilhe no LinkedIn 0

Défice comercial dos EUA regista queda ligeira de 0,1% em fevereiro

Economia

04 DE MAIO DE 2017
15:07

Lusa



PARTILHAS



ENVIAR POR EMAIL



IMPRIMIR

O défice comercial dos Estados Unidos registou uma queda ligeira de 0,1% em março, que se traduziu num saldo total de 40.021 milhões de euros (43.700 milhões de dólares).

No período de referência, as exportações dos EUA recuaram 0,9%, situando-se em 174.920 milhões de euros (191.000 milhões de dólares), enquanto as importações diminuíram 0,7%, fixando-se em 214.941 milhões de euros (234.700 milhões de dólares).

O défice da balança comercial registou o valor mais baixo desde outubro de 2016, totalizando 40.113 milhões de euros (43,8 milhões de dólares).

O Presidente dos EUA, Donald Trump, já anunciou que o défice comercial do país é demasiado grande e que pretende corrigir a situação, particularmente, no comércio com a China e o México.

O défice dos EUA no comércio com a China cresceu 7%, face a fevereiro, atingindo 22.529 milhões de euros (24.600 milhões de dólares).

Quanto ao comércio com o México, o défice aumentou 20% em março, fixando-se em 6.411 milhões de euros (7.000 milhões de dólares).



PUB

The screenshot shows a news article on the Lusa website. The header features the Lusa logo and navigation icons for 'SÍMBOLOS', 'NETO', 'ASSINATURA', 'NEWSLETTERS', and 'PESQUISAR'. The article title is 'Air France-KLM aumenta perdas para 216 ME no primeiro trimestre'. The sub-header is 'Economia'. The date is '04 DE MAIO DE 2017 18:22'. The article text states that Air France-KLM recorded losses of 216 million euros in the first quarter, a 39.4% increase from the previous year. It also mentions that EBITDA grew by 1.1% to 269 million euros and that passenger volume increased by 1.9% to 5.709 million. A sidebar on the left includes social media sharing icons (Facebook, Twitter, Google+, Email) and options for 'PARTILHAS', 'ENVIAR POR EMAIL', and 'IMPRIMIR'. A right sidebar contains an advertisement for electronics with the text 'Oferta de boas vindas. Qual escolhes?' and a 'QUERO ADERIR' button. The article is marked as 'PUB'.

Air France-KLM aumenta perdas para 216 ME no primeiro trimestre

Economia

04 DE MAIO DE 2017
18:22

Lusa

Entre janeiro e março, o EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) cresceu 1,1%, situando-se em 269 milhões de euros, enquanto o volume de negócios subiu 1,9%, fixando-se em 5.709 milhões de euros.

No período de referência, a companhia aérea transportou 20.923 milhões de passageiros, um aumento de 5,2% face a igual período do ano anterior, enquanto a taxa de ocupação subiu 0,7 pontos percentuais para 85,4%.

A dívida líquida da Air France-KLM registou um decréscimo de 277 milhões de euros, situando-se em 3.378 milhões, no dia 31 de março.

Citada pela agência EFE, a companhia aérea afirma que espera que o tráfego de passageiros registre aumentos entre 3% e 3,5%.

Oferta de boas vindas.
Qual escolhes?

Apple TV 32GB 4ª Geração Lenovo TAB 10" 16GB Smartphone HUAWEI P8 Lite

QUERO ADERIR

PUB



NOTÍCIAS ▾

OPINIÃO ▾

PROGRAMAS

PRIME

GUIA TV

ECONOMIA

Lucros da Ferrari sobem 60% no primeiro trimestre do ano



🕒 04.05.2017 18h23

A Ferrari, fabricante de automóveis italiana, obteve um lucro líquido ajustado de 124 milhões de euros no primeiro trimestre deste ano, mais 60% que o registado entre janeiro e março de 2016.

Já as vendas da Ferrari cresceram 22% no primeiro trimestre deste ano, com um total de 2.003 veículos comercializados.

No período de referência, a faturação da empresa atingiu 821 milhões de euros, face aos 765 milhões registados em igual período do ano anterior, enquanto o EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) situou-se em 242 milhões de euros, um aumento de 36% face a igual período do ano anterior.

As vendas da Ferrari subiram 8,8% na Europa e no Médio Oriente, 4,2% na América e 3,2% no Japão, Austrália, Singapura, Indonésia e Coreia do Sul.

Lusa

Anexo K – Trabalhos: Notícia

SAPO24 16 OUT 2017

Newsletter Notificações

ATUALIDADE ECONOMIA DESPORTO VIDA TECNOLOGIA LOCAL OPINIÃO JORNAIS ARQUIVO LUSA

Inchinos 08:01/8 Catalunya Operação Marquês A Minha Terra

Em atualização - Balança sobe para 27 mortos. O que se sabe até ao momento sobre os inchinos
Incêndios: IP3 reaberto ao tráfego, com condicionamento entre Coimbra e Penafiel
Incêndios: Chama regressa ao continente, mas só ao final do dia aos distritos afetados
Incêndios: Trinta concelhos de este distrito em risco de alagar

Trabalhadores da Casa da Moeda aprovam em plenário resolução que defende aumento salarial

21 abr 2017 16:42

Lusa

Atualidade

0 comentários

f

Os trabalhadores da Imprensa Nacional Casa da Moeda (INCM) reuniram-se hoje em plenário, junto à sede da organização, e aprovaram, por unanimidade, a resolução que defende o Acordo da Empresa (AE) e o aumento salarial.



Depois do plenário, os funcionários deslocaram-se à sede da Parpública, Sociedade Gestora de Participações do Estado, para entregar o documento resultante da decisão dos trabalhadores.

O dirigente do Sindicato das Indústrias Transformadoras (SITE), Navalha Garcia, disse à agência Lusa que o sindicato já havia pedido à tutela um regime de exceção para os trabalhadores da INCM mas, "até agora, a resposta foi sempre negativa".

Questionado sobre a possibilidade dos funcionários virem a avançar com novas formas de luta, Navalha Garcia indica que "só depois do 1º de maio é que serão agendadas novas datas".

A Imprensa Nacional Casa da Moeda tem 653 trabalhadores e é responsável pela produção de bens e serviços para o Estado português, como a cunhagem da moeda metálica e a edição de publicações oficiais.

PZE // ATR

worten **BOSCH** i-DOS

ATESTA-SE SOZINHA, PAGA-SE SOZINHA.
SEM INVESTIMENTO RECURSADO (INDEPENDENTE)
SABA MAS
Concursa até dia 31 de outubro

SAPO

VENDA JÁ

Venda o seu carro e recebe o dinheiro em 24 horas!

PEDIR PROPOSTA

Fácil • Cômodo • Rápido