

**PROBLEMÁTICAS DO JORNALISMO ECONÓMICO**

DIANA INÁCIO MENDES

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM JORNALISMO

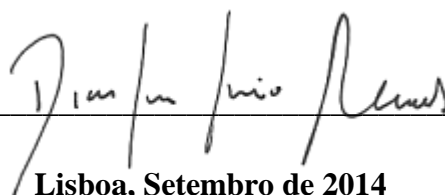
**Orientadora:**

Prof.<sup>a</sup> Doutora Anabela de Sousa Lopes,  
Escola Superior de Comunicação Social

Lisboa  
Novembro de 2014

## **Declaração**

Declaro ser autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.



---

**Lisboa, Setembro de 2014**

## Agradecimentos

*“A gratidão é a memória do coração.”*

*Antístenes*

Às pessoas mais importantes da minha vida, os meus pais, sem os quais este percurso não seria possível, sem os quais a obtenção deste grau de mestrado não teria o mesmo significado, sem os quais as minhas conquistas seriam vazias de sentido.

À minha orientadora, a Professora Doutora Anabela de Sousa Lopes, pela disponibilidade sem horários, pelo apoio, pela paciência, pelos conselhos prestados, imprescindíveis para a realização deste relatório de estágio.

Ao meu orientador no *Público*, Doutor Luis Villalobos, pela confiança, por acreditar nas minhas capacidades, pela oportunidade de falhar, pelas advertências que permitiram o meu aperfeiçoamento, enquanto pessoa e profissional, e que resultaram numa jornada altamente recompensadora.

A toda a redação do *Público*, por terem sido tão bons colegas.

À Escola Superior de Comunicação Social, por me ter introduzido, e proporcionado uma oportunidade, nesta área tão apaixonante.

## **Resumo**

Tendo como base um estágio curricular na secção de economia do jornal *Público* o presente relatório pretende suscitar uma reflexão sobre as complexidades do jornalismo especializado em economia. Com esta experiência questioneei algumas práticas e ideias pré-concebidas, deparei-me com diversos obstáculos e trabalhei para a sua superação.

O escrutínio destas problemáticas próprias do jornalismo de economia é suportado por uma revisão bibliográfica específica, pela minha observação participante, que compreende o entendimento e relato, na primeira pessoa, das ações e interações de um jornalista de economia com os diversos elementos que compõem o quadro da sua atividade e do seu ambiente.

Note-se a relevância do jornalismo de economia, no século XXI, e num país sob um intenso regime de austeridade económica, em que estes profissionais se constituem uma ponte fundamental entre as entidades governamentais e financeiras e o público. Este campo do jornalismo surge como uma das áreas de maior análise porque os temas são de extrema importância e envolvem forças hegemónicas da sociedade.

Certo é que as complexidades do jornalismo especializado em economia se destacam das de mais áreas, quer pelo teor extremamente tecnicista e sensível dos conteúdos, quer pelas inúmeras questões críticas inerentes às fontes de informação, quer pela envolvimento da economia em todas as áreas da sociedade.

## **Abstract**

Based on a traineeship programme in the business section of the newspaper Público this report aims to encourage a reflection on the complexities of economy specialized journalism. Pre-determined ideas and common practices were deeply scrutinized as a result of my involvement. I came across with many obstacles and I've worked with the intent to overcome them.

In the XXI century and in a context of intense economic austerity, the papel of economic journalism became more relevant. Those professionals are a vital link between governments, financial institutions and the overall public. This field of journalism emerges as one of the largest areas of analysis, due to the extremely important issues it handles and the involvement it has with hegemonic forces of society.

The scrutiny of these journalistic matters is supported by a specific literature review, my participant observation, which includes the understanding and report, in the first person, regarding the actions and interactions between an economic specialized journalist with the various elements that comprise its activity and work environment.

The characterized complexities of economic journalism stand out from most areas, either by highly technical and sensitive contents or by the criticality of information sources or even by their involvement in all of society's areas.

## Índice

Introdução .....	7
Capítulo I - O <i>Público</i> : 5 de Março de 1990.....	9
I.1 - O Grupo SONAE e o nascimento do diário de referência.....	10
I.2 - Um novo ritmo na imprensa portuguesa.....	10
I.3 – <i>Público</i> , o líder do <i>online</i> .....	11
I.4 - O futuro e a falta de rentabilidade.....	12
Capítulo II - Economia, Jornalismo e Especialização.....	15
II.1 – Economia, a secção que ninguém lia .....	16
II.2 - Evolução do Jornalismo económico em Portugal .....	18
Capítulo III - Um redação profissional e uma Estagiária “lançada aos lobos” .....	21
III.1 – Primeiros passos de uma principiante .....	22
III.2 – O peso da responsabilidade e da independência.....	24
III.3 – A azáfama de uma redação diária.....	25
Capítulo IV – Ser jornalista? E ainda por cima especializado em economia?.....	27
IV.1 - A questão crítica do jornalismo especializado.....	28
IV.2 - Flexibilidade das palavras vs. dureza dos números .....	30
IV.3 – Géneros jornalísticos: Notícias há muitas .....	33
IV.3.1 – Reportagem: notícia vista à lupa .....	34
IV.4 – Que ângulo noticioso?.....	37
IV.5 - O complexo universo das fontes .....	40
IV.6 - Ética e deontologia do jornalista de economia .....	43
IV.7 – A exigência do trabalho <i>online</i> e a falta de tempo .....	44
Conclusão.....	47
Bibliografia .....	52
Bibliografia eletrónica.....	53
Anexos .....	55

## **Introdução**

Não tendo sido o jornalismo económico uma escolha voluntária, mas sim o ponto de encontro entre as necessidades do jornal *Público* e as minhas habilitações académicas, só decidi o tema do meu relatório de estágio após um mês de trabalho neste jornal diário.

Rapidamente percebi que escrever acerca de temas económicos constituía um tremendo desafio e uma grande responsabilidade. A palavra “economia” deriva da junção dos termos gregos “*oikos*” (casa) e “*nomos*” (costume, lei) resultando em “regras ou administração da casa, do lar”. Por outras palavras, a economia de mercado está na base do funcionamento das sociedades modernas e dita toda a dinâmica de um sistema económico em que organizações atuam com pouco interferência do Estado, no alcance do bem-estar coletivo. A economia trata temas que influenciam desde o preço do pão que comemos todas as manhãs, do nosso emprego, da possibilidade de contrairmos um empréstimo para comprar uma casa, até às importações do país, ao investimento privado ou ao PIB (Produto Interno Bruto).

Daí a escolha do tema do relatório de estágio, através do qual nos propusemos escrutinar as exigências de uma profissão intelectual e constantemente desafiante, da dificuldade e responsabilidade próprias do trabalho de quem está incumbido de traduzir, adaptar, transformar e transmitir a informação especializada em economia para a sociedade. Esta responsabilidade é ainda mais notada quando vivemos uma crise económica global e nacional, quando assistimos a inúmeros escândalos de corrupção económica ou a más políticas de gestão do país. Todo este enquadramento atual dá origem a uma panóplia imensa de trabalho que, por um lado, requer conhecimento científico e técnico e, por outro, uma enorme responsabilidade por parte dos Jornalistas e do *Público*.

Importou, em primeiro lugar, fazer uma retrospectiva do percurso do *Público* no panorama mediático português e em que contexto se deu o desenvolvimento do jornal enquanto referência nos meios de comunicação social e enquanto líder do *online*.

No segundo capítulo, interessou-nos distinguir economia, jornalismo e jornalismo especializado em economia, indagando já a um dos grandes desafios desta área de especialização – as dificuldades inerentes à linguagem tecnicista e à excessiva especialização dos temas económicos. No entanto, propomos uma análise da mudança de paradigma no que diz respeito à descomplicação e entendimento da linguagem e das terminologias económicas por parte dos jornais e do público, respetivamente.

No terceiro capítulo, é resumida a experiência profissional no diário generalista, é descrito o primeiro contato com uma redação profissional de um jornal de referência como o *Público*, bem como, o frente-a-frente com a enorme responsabilidade que é escrever sobre temas económicos.

No quarto capítulo, propusemo-nos fazer uma análise pormenorizada do tema propriamente dito, passando a pente fino os principais desafios que encontrei enquanto estagiária da secção de economia do *Público* e extrapolando-os para uma dimensão macro, cimentada com a bibliografia de autores especializados.

Através da experiência de estágio e de todo o trabalho de investigação questioneei algumas práticas e ideias pré-concebidas, deparei-me com diversos obstáculos e trabalhei para a sua superação.

## Capítulo I - O *Público*: 5 de Março de 1990

No dia 5 de Março de 1990, e com o primeiro número do *Público* disponível nas bancas portuguesas, antecipava-se um “jornalismo independente e agressivo”. O jovem jornal, então dirigido por Vicente Jorge Silva, pretendia estar em harmonia com a realidade de uma Europa em ebulição e procurava contrariar a instrumentalização dos sistemas mediáticos:

“Isto é, a diferença de um jornal que desejava afirmar-se pela positiva, pela exigência, pela qualidade, de um jornal que se recusava a aceitar a realidade cinzenta da imprensa diária portuguesa, onde na época alguns dos principais títulos permaneciam aberrantemente nas mãos do Estado, de um jornal que se definia sem fronteiras e tinha como ambição realizar um jornalismo ao nível do melhor que se praticava e pratica na Europa.” (Público, 2005, p. 6).

Na celebração do décimo aniversário do jornal, José Manuel Fernandes, o segundo e penúltimo diretor do *Público*, escreveu que “a nossa cultura editorial é feita de exigência e de gosto pela inovação, de forma a nunca desiludir os leitores mais críticos do país” (Público, 2005, p. 9). Uma linha editorial, um estilo gráfico, suplementos e uma edição *online* muito próprios, bem como, a conceção do único livro de estilo do país, a conservação da figura do provedor, os artigos de opinião de figuras proeminentes da nossa sociedade, distinguem o *Público* como um periódico elitista, para leitores havidos de profunda e cultura.

O *Público* é um jornal de referência há 24 anos. Sempre perseguiu a transmissão de visões contraditórias ao *status quo*, e “quando o faz de forma equilibrada, rigorosa, sem sensacionalismos ou exageros, funciona como um dos indispensáveis contrapesos que limitam e permitem controlar os poderes escolhidos democraticamente.” (Público, 2005, p. 9). No entanto, Bárbara Reis, atual diretora do jornal, tem trabalhado no sentido de amenizar a perceção de que o *Público* assenta numa forte base ideológica, contra o poder político instituído (noção consolidada principalmente na época do primeiro ministro socialista, José Sócrates). (Reis, 2009).

## **I.I - O Grupo SONAE e o nascimento do diário de referência**

No dia 5 de Março de 1990, saiu para as bancas o primeiro número do Público que, no Estatuto Editorial, se apresentava como um “diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica” e “um projeto de informação em sintonia com o processo de mudanças tecnológicas e de civilização no espaço Público contemporâneo”, inscrevendo-se numa “tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa”. (Ver anexo 2).

Mas a ideia de criar o jornal *Público* nasce em 1989, resultado do encontro entre o projeto de um grupo de jornalistas e a empresa Sonae. Ambos tinham em vista criar, em Portugal, um jornal diário que, através de uma aposta inovadora no plano editorial e tecnológico, reunisse as energias necessárias para responder ao desafio de uma informação moderna e de qualidade no espaço europeu. (Ver anexo 2).

Desde a fundação do Público, que a *holding* de Belmiro de Azevedo se comprometeu a não encarar o jornal como instrumento de propaganda de outras atividades ou interesses do grupo, sendo este o único processo viável e transparente para a concretização da proposta de renovação do sistema mediático português, já que:

“Um projeto jornalístico que não se afirme por si mesmo, em condições de indiscutível independência, não reúne os fatores de credibilidade e prestígio públicos indispensáveis ao seu sucesso editorial e empresarial”. (Ver anexo 2).

Contudo, esta vontade de reestruturação dos média portugueses só vingou com os meios financeiros, tecnológicos e de gestão participados pela SONAE na empresa Público – Comunicação Social S.A..

## **I.2 - Um novo ritmo na imprensa portuguesa**

Em 1990, com o aparecimento do Público, o país assistiu a um acontecimento relevante no campo da imprensa:

“O lançamento do Independente e do Público foram essenciais para que, no início dos anos noventa, a imprensa portuguesa saísse do marasmo e acompanhasse as mudanças que se estavam a operar no campo jornalístico”. (Sousa, 2001, 17)

A publicação diária, que se propunha a rasgar novos horizontes e a introduzir um novo ritmo na imprensa portuguesa (Ver anexo 3), conseguiu efetivamente evoluções importantes ao nível da linha gráfica e do estatuto editorial progressista, não só em Portugal, mas também na Europa:

“O Público apareceu com inovações importantes ao nível do conteúdo – tratamento de fundo de assunto diário – e no domínio da apresentação gráfica. Em formato tabloide conseguiu fazer a síntese do formato com a introdução de cor a partir da primeira página.” (Quintero, 1994, p. 381).

No entanto o primeiro passo do Público foi em falso, a 2 de Janeiro de 1990, quando os jornalistas e o grupo económico liderado por Belmiro de Azevedo encontraram obstáculos complexos que se revelaram uma “ameaça perigosa à credibilidade do projeto”. Esta espera foi utilizada para ensaiar, intensificando a elaboração de edições experimentais, daquele que seria o primeiro jornal multirregional que imprimia edições em Lisboa e no Porto. (Ver anexo 3).

Apesar de o jovem jornal não ter alcançado os “gigantes” do jornalismo popular, como o *Correio da Manhã* e *Jornal de Notícias*, conseguiu, ao fim de alguns meses, ultrapassar aquele que era o diário líder do mercado das publicações de referência, o *Diário de Notícias*, chegando aos leitores mais exigentes e instruídos:

“Com dificuldades num país que lê pouco (trinta e oito jornais por mil habitantes) o jornal foi-se implantando na classe política, nos meios de negócios e nos meios intelectuais tornando-se desde o primeiro número um jornal de referência.” (Quintero, 1994, p. 381)

### **I.3 – Público, o líder do online**

A empresa *Público - Comunicação Social S.A.*, constituída quatro meses antes de o jornal sair para as bancas - surgia num período em que os media eram considerados uma “área em expansão crescente, um sector extremamente dinâmico onde se configuram as novas realidades culturais e empresariais desta nova época de viragem.” (Ver anexo 2).

Desde o início da década de 90 que a estratégia de desenvolvimento do *Público* previa ultrapassar as fronteiras de um jornal diário, “ela estende-se à reflexão conjunta sobre a estratégia multimédia da SONAE, assegurando assim critérios básicos de harmonia entre as diferentes atividades desse sector.” (Ver anexo 2).

E assim, em Março de 1995, o *Público* inaugura o seu *site* na internet (<http://www.publico.pt>), “uma tecnologia que viria a revolucionar a sociedade em praticamente todos os seus aspetos” e a forma de transmitir a informação. Foi no mesmo ano que o jornal iniciou a publicação *online* diária da sua edição de imprensa em versão integral, um formato que se mantém até hoje. O *Público* desenvolveu outros serviços no meio *web*, no início de 1998, destacando-se o lançamento do serviço Última Hora (<http://ultimahora.pulico.pt>) - “um serviço de informação *online* com produção de notícias em contínuo e produção de notícias em tempo real” – e da agenda cultural nacional Guia do Lazer, (Público, 2005, p. 81). O formato *online* do *Público* oferece não só os suplementos semanais e a revista, como as edições dos últimos sete dias em texto integral.

“O *site* do *Público* atingiu logo desde os primeiros anos da sua publicação um lugar de destaque ímpar no domínio dos *media online*, quer em termos de impacto quer de inovação, tornando-se também aqui uma referência de qualidade.” (Público, 2005, p. 81).

A ACEPI (Associação do Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva), estimou que em Novembro de 2013, 3,7 milhões de portugueses navegaram em *sites* de jornais, revistas e informação *online* (63% dos cibernautas do país). No mesmo estudo a associação afirma que o *Público* ocupa o primeiro lugar do ranking dos *sites* mais acedidos, com cerca de 1,4 milhões de utilizadores, seguido do *Expresso* e do *Correio da Manhã*.

“O *Público*, reconhecido como um dos jornais de referência em Portugal e líder em termos de leitura *online*, com uma presença de destaque nas múltiplas plataformas digitais - *web, smartphones, tablets* (...)” (Henriques, 2012).

#### **I.4 - O futuro e a falta de rentabilidade**

Com o aparecimento e o aumento gradual da influência dos novos meios de comunicação, ao longo do século XX, primeiro pelo rádio, depois pela televisão e na última década, pela tecnologia digital, o jornal impresso foi perdendo o lugar de fonte exclusiva de informação.

Não só em Portugal, mas à esfera global, vive-se no setor uma alteração radical de paradigma e do modelo de negócio dos jornais, a somar aos impactos da crise

económica dos últimos anos, quer nas receitas de circulação, com as vendas de jornais a diminuírem de ano para ano, quer nas receitas de publicidade.

Mesmo sendo o *Público* reconhecido como um dos jornais de referência nacionais e líder no mercado *online*, com uma presença de destaque nas múltiplas plataformas não está imune a estes desafios. A necessidade de assegurar a sustentabilidade, sem comprometer o seu papel como referência independente de informação o *Público* tem levado a cabo um plano de reestruturação, nomeadamente, com a redução de salários e com “o reforço e adequação de competências, onde se inclui a maior orientação para as crescentes exigências do mundo digital, e na redução da estrutura de custos em cerca de 3,5 milhões de euros por ano, com a diminuição de custos de funcionamento e previsível saída de 48 colaboradores.” (Henriques, 2012).

Em entrevista a Belmiro de Azevedo, a 28 de Janeiro de 2010, o acionista, quando questionado acerca do financiamento do *Público* explicou que havia um programa para equilibrar o orçamento do jornal, através do fortalecimento do formato *online* em três ou quatro anos. Contudo, reforça que o diário se tornara num “sorvedouro de dinheiro e há-de ter um fim” (Azevedo, "Sou um desafiador", 2010). Mais tarde, a 10 de Março de 2013, entrevistado pelo *Público*, Belmiro de Azevedo, volta a sublinhar a situação de instabilidade financeira que o jornal tem vindo a atravessar. No entanto, declara que se “os compromissos assumidos forem cumpridos, e acredito que sejam, haverá equilíbrio e não acontecerá nada ao *Público*.” (Azevedo, Belmiro de Azevedo quer preservar cultura e valores da Sonae, 2013).

Bárbara Reis, sucessora de José Manuel Fernandes, demonstra-se ciente dos desafios que se impõe à sobrevivência financeira do jornal. Entre eles a necessidade de criar um modelo de negócio híbrido que cruze a tradicional impressão em papel, com as múltiplas plataformas *online* dos diferentes produtos, bem como a procura de potenciais nichos de mercado. No decorrer do meu estágio, a 5 de Março, a famosa música e autora brasileira, Adriana Calcanhoto, foi “diretora por um dia” da edição especial de aniversário do *Público*. Uma publicação que contou com um vasto leque de conteúdos sobre o país da cantora convidada, uma tentativa de chegar a um promissor público-alvo, com quem partilhamos a língua portuguesa.

Contudo, a falta de sustentabilidade económica e o prejuízo que dá à SONAE há 25 anos, não impediram o *Público* de perseguir um “jornalismo que case o rigor com a

capacidade de surpreender, a ambição de ir mais longe com o equilíbrio nas abordagens noticiosas, uma escrita concisa e direta sem deixar de ser viva e inventiva.” (Público, 2005, p. 6).

## Capítulo II - Economia, Jornalismo e Especialização

“Para além das lutas materiais e das exigências da vida de todos os dias, as questões económicas estão intimamente ligadas ao modo como compreendemos a estrutura e a dinâmica da vida social, e aos debates sobre as disposições económicas que melhor possibilitam o avanço do bem-estar da humanidade.” (Holton, 1995, p. 15).

Seguindo a linha de pensamento de Robert J. Holton, a economia é mais do que a ciência que analisa a produção, distribuição e consumo de bens e serviços, é mais do que a “mão invisível” de Adam Smith, ou do que um conjunto de ferramentas estatísticas e matemáticas que relacionam variáveis económicas. A economia e as sociedades contemporâneas vivem “numa relação de mútua dependência”. Por outras palavras, os aspetos económicos assumem uma imensa importância para os indivíduos, as famílias, as comunidades e os governos. Aspetos como - o crescimento e declínio económicos, a riqueza e a pobreza, o emprego e o desemprego, a produtividade e a ineficácia, a liberdade de escolha e desigualdades de poder económico - são alguns dos mais representativos pontos de referência através dos quais é possível avaliar o bem-estar dos indivíduos, das famílias, das comunidades e dos governos.

Importa nesta fase correlacionar conceitos e para isso podemos começar por tentar responder à pergunta de Nelson Traquina: “O que é o Jornalismo?”

“ (...) é a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia. Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o ambiente, à educação, à cultura (...) ” (Traquina, 2002, p. 9)

A economia surge como um dos separadores desta enciclopédia da vida, como uma das esferas mais importantes da sociedade e da atividade jornalística. Na verdade, os aspetos económicos dominam a agenda da vida diária das redações e de todos os formatos da comunicação social, bem como do debate político. Não é por acaso que a jornalista brasileira especializada em economia, Suely Caldas, constata que o “jornalismo económico tem a mesma idade da imprensa. Não há registo de um jornal sem notícias de factos económicos.” (Suely, 2003, p. 5).

Apesar do aparecimento do jornalismo económico “ser irrefutável nos primórdios do jornalismo, a cobertura de temas associados à economia assistiu a uma dinamização fundamental com a viragem da década de setenta do século XX” (Martins, 2007, p. 52). Quer ao nível nacional, quer a uma escala global, são estes os principais fundamentos que podem estar na base deste avanço: “a adesão de Portugal à então chamada Comunidade Económica Europeia (CEE)” (Martins, 2007, p. 9); certo “desenvolvimento da economia” (Ramírez & Moral, 1999, p. 209) como produto do liberalismo económico neoclássico suportado pelo equilíbrio da economia de mercado e do afastamento da intervenção do estado; auge das atividades de investimento; a extensão dos mercados financeiros a novos sectores da população; o aumento da publicidade financeira e bancária, o surto da crise financeira e económica de 2008.

A economia, de entre outras funções, serve para explicar o dia-a-dia de cada um de nós e a ordem mundial, sendo que se constitui mais simples do que efetivamente se faz parecer. Para Milton Friedman, um dos mais destacados economistas do século XX e um dos mais influentes teóricos do liberalismo económico, a Economia “é uma disciplina fascinante. O que a torna mais fascinante é que os seus princípios fundamentais são tão simples que podem ser escritos numa página e qualquer pessoa os pode entender, mas, no entanto, muito poucos o fazem.” (Milton Friedman, 1986).

Aqui importa reter que o jornalismo económico deve em primeiro lugar fazer jus a esta simplicidade, sendo que essa análise levanta questões essenciais para compreender este tipo de jornalismo especializado, indo ao encontro aos desafios da atividade destes profissionais que vivem à procura do equilíbrio entre a especialização profunda e a superficialidade.

## **II.1 – Economia, a secção que ninguém lia**

Naturalmente que 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 converteu-se numa das principais e mais preponderantes áreas de especialização jornalística, com uma audiência de um vastíssimo espectro.

Até os cidadãos menos letrados parecem saber o que é um *spread* bancário, porque estão a pagar empréstimos ao banco; sabem, igualmente, o que é a *Euribor* ou que o aumento do PIB (Produto Interno Bruto) e a diminuição dos juros da dívida pública são sinais de prosperidade económica. Nos dias que correm, a linguagem e terminologia próprias da economia parecem, cada vez mais, já não embarçar muita gente quando se fala em conseguir perceber informação. Se não, vejamos o seguinte exemplo: o PSD levou a cabo uma campanha eleitoral para as Europeias de 2014, onde num *outdoor* publicita a descida dos juros da dívida portuguesa, de 11,4% para 4,49%, desde Julho de 2011 até Março de 2014, deixando aos eleitores uma interpretação económica que seria hermeticamente impossível à esmagadora maioria da população antes da vivência de uma crise económica como a que Portugal tem atravessado.



Fonte: Social Laranjinha

Sem a pretensão de depositar uma certeza, mas sim lançar uma hipótese, quero crer que a descomplicação da linguagem económica, que se nota nos jornais, por exemplo, tenha contribuído para tal.

Pedro Guerreiro, diretor do Jornal de Negócios, explica que com um público cada vez mais diversificado, que até há pouco tempo não leria publicações ou conteúdos económicos, o seu jornal, como outros da área tiveram que se adaptar: “Temos feito um enorme esforço de explicação das causas e consequências do que está a acontecer. Sabemos que muitos dos nossos leitores [atuais] são novos leitores, não

especializados em economia/gestão, por isso, empenhamo-nos também na forma como apresentamos os conteúdos”. (Rodrigues, 2008).

Para Suely Caldas, esta descomplicação passa por não cair na tentação de debitar jargão económico nas publicações: desde que o jornalista siga uma das regras de ouro do jornalismo – escrever de forma clara e objetiva – o mais comum dos leitores entenderá. “Ora, a linguagem do jornalismo é uma só. O texto sobre o défice fiscal do governo deve ter a mesma simplicidade, objetividade e clareza de outro que descreve um confronto entre policiais e traficantes”. (Suely, 2003, p. 1)

O jornalismo económico deve falar desde o aumento do preço do pão, com interesse desde a camada social mais baixa, até à alteração das leis da exportação que interessam mais aos diretores das grandes transportadoras. “Até para o motorista de táxi: se ele ignorar um aumento no preço da gasolina que vai acontecer amanhã, vai perder dinheiro ao não encher o tanque do carro hoje”. (Suely, 2003, p. 1) O que realmente urge é a necessidade crescente de desmontar conceitos e a linguagem económica, transmitindo-a “limpa” e o mais simples possível.

Mas será esta “escrita clara e objetiva”, tão simples para estes profissionais?

A resposta é: Não. Esta temática será discutida, posteriormente, no quarto capítulo.

## **II.2 - Evolução do Jornalismo económico em Portugal**

“Houve, de facto, um “antes e depois” da falência da Lehman Brothers, a 15 de Setembro, um domingo”. É assim que Pedro Guerreiro, diretor do Jornal de Negócios, responde quando a Meios & Publicidade lhe pergunta se a crise económica constituiu uma oportunidade para aumentar as vendas do jornal que dirige. (Rodrigues, 2008).

No entanto, e como mencionado no capítulo anterior, a evolução da importância da economia na sociedade já dava os primeiros passos num período anterior: “Desde a década de setenta do século XX, principalmente, que a economia assumiu o estatuto de um dos assuntos que mais preocupam a sociedade” (Martins, 2007, p. 19).

Em meados da década de setenta assistiu-se ao pico da crise do petróleo, que afundou os Estados Unidos numa recessão económica. Segundo Christiana, este foi “o principal motor para acordar o jornalismo económico”, a que se juntaram fatores

como a explosão da inflação, os défices, orçamentais, os despedimentos coletivos, a retração do consumo” (Martins, 2007, p. 47).

Portugal ficou marcado, nesta mesma década, pela Revolução de 25 de Abril de 1974 e pela independência das colónias portuguesas em África, fenómenos que originaram uma irremediável mudança de paradigma económico, social e político.

A par da evolução exponencial da mediatização dos eventos económicos, “a questão da ética no jornalismo voltou a ser colocada em cena devido aos vários escândalos do mercado de capitais associados à utilização indevida de informação privilegiada em favor de interesses individuais.” (Martins, 2007, p. 47).

Ainda na última década do século XX, com o colapso da economia soviética, consolidou-se a ideologia neoliberal, que substituiu o princípio da solidariedade social motivada pela eficiência económica de mercado livre. A tese ideológica neoliberal emoldurou a economia como a vemos hoje.

“E o jornalismo económico teve um papel importante na campanha neoliberal dos anos noventa pelo desmonte do Estado social-democrata. Ele tem uma participação crucial no processo de naturalização da ideologia neoliberal. Como ideologia dominante, encampada pela cobertura jornalística da área económica, a tese da globalização legitimou a ocupação de novos espaços pelo capital financeiro mundial, especialmente nos países periféricos, sob o argumento de que se trata de um desenvolvimento natural das forças produtivas.” (Lene, 2005, p. 10).

Recuando ainda mais no tempo, os indicadores históricos mostram que a informação económica surgiu a meio do século XVI, “através de informações práticas, como o preço das matérias-primas, ou as taxas das trocas comerciais entre países.” (Martins, 2007, p. 49). Mas “terá sido somente no meio do século XIX que a imprensa económica se terá institucionalizado, com o surgimento em 1843 de outra bíblia desta área, o semanário britânico *The Economist*. E, só posteriormente, este jornalismo especializado ganha terreno nas publicações de carácter generalista.

Entre o final do século XVIII e o início do século XIX, o jornalismo económico veio facilitar as relações comerciais entre Portugal e o estrangeiro, numa vertente publicitária. Neste período, “o jornalismo económico foi considerado um espaço privilegiado para a publicação de anúncios, o que, muitas vezes, explica a dificuldade de esta especialização da atividade jornalística afirmar a sua independência e isenção perante os seus pares” (Martins, 2007, p. 47).

Referindo Hérica Lene, o jornalismo de serviços enraizou-se com mais força no dia-a-dia dos leitores, assumindo duas funções que se foram tornando fundamentais para o funcionamento de uma sociedade contemporânea: “noticiar (e antecipar os fatos e dar furos) e informar as pessoas e empresas sobre os caminhos do dinheiro”. (Lene, 2005, p. 11).

### **Capítulo III - Um redação profissional e uma Estagiária “lançada aos lobos”**

Após a escolha da modalidade de estágio, para o cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de mestrado em jornalismo, carecia a seleção do tipo de organização mediática a integrar. O gosto pelo jornalismo de imprensa, coadunado com a oportunidade de estagiar no Jornal *Público*, materializaram-se numa escolha espontânea, sendo, para mim, este diário uma referência nacional.

No âmbito da integração de uma área de especialização jornalística, a minha passagem pela secção de Economia deveu-se, em grande parte, a obra do acaso, já que na altura de escolher esta era a única divisão do jornal que restava preencher. Contudo, a aleatoriedade transformou-se num feliz equilíbrio entre a oferta de vagas para estágio, e a procura de uma experiência profissional que também se poderia articular com a minha licenciatura em Gestão.

No tão aguardado primeiro dia de estágio à medida que me aproximava da entrada das novas instalações do *Público* em Alcântara-Mar, de frente para a margem lisboeta do rio Tejo e de onde se podia ver na perfeição o terminal de transporte marítimo do Porto de Lisboa, sentia o peito num alvoroço. Conseguia ver, na porta de entrada, seis raparigas, todas com menos de vinte e cinco anos, seguramente, que se mantinham em silêncio, e cuja linguagem corporal demonstrava timidez e desconforto. Deduzi que fossem as minhas semelhantes, já que sabia de antemão que a maioria das secções do jornal integraria um estagiário.

Aguardávamos ansiosamente a chegada de Bárbara Wong, jornalista e editora do *online*, que seria a nossa tutora nesta jornada profissional. Seguimo-la expectantes até uma sala de reuniões, logo à entrada do primeiro piso, onde fica a redação do jornal. Sentadas em torno de uma mesa oval, o ambiente continuava tenso e mudo e o ar compacto, no momento em que olhávamos incomodadas umas para as outras.

Durante aquela hora conhecemo-nos um pouco, partilhámos as nossas expectativas e o nosso entendimento do que seria o nosso percurso enquanto estagiárias, bem como os nossos níveis de disposição para realizar o melhor trabalho possível e sobressair no mundo jornalístico enquanto iniciadas que seríamos. Aprendemos algumas

regras básicas do funcionamento do jornal, quer operacionais, quer éticas – a nossa apresentação, o nosso comportamento enquanto profissionais de uma redação como a do *Público*, o comportamento na relação com as fontes de informação, etc..

Depois desta pequena reunião conheci o editor de economia, Luís Villalobos, que seria responsável por mim durante o meu estágio. Imediatamente me colocou à vontade, mostrou-me o meu lugar de trabalho na redação e apresentou-me aos meus futuros colegas.

Nessa marcante segunda-feira, dia 6 de Janeiro de 2014, conheci a composição e profundidade do mundo e do espaço que representam uma parte da imprensa diária de referência em Portugal. No decorrer desse dia foram-me transmitidos todos os procedimentos, regras e exigências burocráticas a ter em consideração durante a minha “estadia” no jornal, tal como as normas estilísticas e de rigor do *Público*. Tive acesso a todas as plataformas *web* necessárias para conseguir fazer o meu trabalho – credenciais de acesso a diversas plataformas digitais; o funcionamento do *Backoffice* (programa que permite partilhar as peças internamente para que sejam editadas e colocadas *online*); o meu próprio e-mail do *Outlook* ([diana.mendes@publico.pt](mailto:diana.mendes@publico.pt)); a *Gesco* onde podia consultar, em formato digital, os conteúdos de todas as publicações portuguesas; o acesso às fontes oficiais, *Lusa*, *Reuters*, *AFP*; o acesso à *Bloomberg*.

Ao inspirar o profissionalismo e a comprometimento que pairavam no ar da redação, ao observar a dinâmica e a velocidade do trabalho, ao tentar perceber a logística e o funcionamento das atividades do jornal, a minha mente foi invadida por dúvidas. Percebi de imediato que todos os conhecimentos até então adquiridos passariam, dali em diante, durante três meses, por provas de fogo diárias.

### **III.1 – Primeiros passos de uma principiante**

Desde a minha a minha chegada ao *Público* nunca me explicaram efetivamente o que ia fazer durante os três meses de estágio, ou como o iria fazer, ou que horário teria de cumprir. O trabalho surgia naturalmente, as tarefas eram-me dadas consoante a necessidade de produção da informação, ou a falta de disponibilidade dos meus colegas para certos temas.

Naturalmente, adaptei os meus horários às características de funcionamento da minha secção e aos hábitos dos meus responsáveis, moldei a forma como escrevia e estruturava uma peça aos requisitos e ao arbítrio da secção, ajustei as minhas expectativas às do editor, desenvolvi as minhas próprias formas de me inteirar da atualidade, de pesquisar novas informações, de lidar com fontes. No fundo a minha conduta profissional surgiu instintiva e espontaneamente.

Na secção de economia do *Público* muito do trabalho já estava pré-determinado aos colegas jornalistas. Esta divisão acontecia por área económica, cada um dos colaboradores da secção tinha responsabilidade por: banca, transportes, telecomunicações, macroeconomia, microeconomia, consumo, trabalho, etc.. Importa aqui notar que o fator proximidade norteia a linha editorial e os destaques diários do *Público*. Consequentemente, e numa fase mais inicial do meu estágio, estava incumbida de, por um lado, tratar os temas menores, para os quais os outros profissionais não dispunham de tempo, pequenos telexes transmitidos pela *Lusa* ou comunicados de imprensa, e por outro, trabalhar a informação económica internacional, que nos chegava através da *Reuters*, da *Bloomberg* e da *AFP*.

Mas todas as atividades que implicavam trabalhar com agências noticiosas foram sendo intercaladas com produção própria, de forma exponencial. Mais do que qualquer outra colega estagiária, e mais do que os próprios colegas da secção de economia, tive a oportunidade de fazer muitas horas de trabalho de campo, e inclusive sair de Portugal. Luís Villalobos, editor da secção, fazia questão de “humanizar a informação”, em detrimento do “jornalismo sentado”, e este método de trabalho permitiu-me vivenciar um crescimento profissional notório.

Não é possível definir uma linha homogénea da tipologia de tarefas que desempenhei, dos estilos jornalísticos, ou dos temas que abordava. Foi um estágio rico, repleto de provas de fogo, e para mim um suplemento fundamental para complementar o mestrado.

Debruçar-me-ei, no quarto capítulo, sobre as mais importantes e marcantes peças que concebi e os obstáculos que tive de ultrapassar.

### III.2 – O peso da responsabilidade e da independência

Nos primeiros dias tudo se configurava num desafio, a informação recebida parecia interminável. Apesar de as exigências de “rigor de uma informação completa e fundamentada (...) a imparcialidade da atitude jornalística, a correção, clareza e concisão da escrita” (Público, 2005, p. 15), não serem novidades para uma finalista do mestrado em jornalismo, a integração de uma redação profissional com a dinâmica de trabalho do Público foi um derradeiro desafio para uma principiante.

A informalidade e a proximidade física facilitaram a comunicação e as relações de trabalho, tanto para o bem, como para o mal, já que a confiança foi um veículo para chegar a altos níveis de exigência e produtividade, a muitas horas de trabalho diárias e a muita responsabilidade, tudo num curto espaço de tempo.

Apesar da instrução e das técnicas adquiridas no mestrado em jornalismo, a insegurança e a incerteza acompanharam-me, mesmo que de forma decrescente, ao longo dos três meses, devido, grosso modo, à tremenda responsabilidade e independência que me foram concedidas precocemente.

Sem dúvida, a minha licenciatura em Gestão facilitou o meu trabalho, pois conhecia os jargões económicos, tinha estudado grande parte dos conceitos, sabia calcular índices e percentagens. Por outro lado, a unidade curricular de *Jornalismo de Economia e Internacional* foi crucial para adquirir conhecimentos acerca do sector da banca e dos mercados financeiros, áreas que não tive oportunidade de estudar tão profundamente na licenciatura e que, atualmente, são imprescindíveis para trabalhar em economia. Num mundo regido pela economia financeira e de serviços, onde a banca tem uma importância inquestionável, estes são temas que estão regularmente no destaque económico do *Público* e na manchete do dia. O seu peso está particularmente acrescido com a entrada da *troika* em Portugal, com a crise de endividamento bancário, com polémicas financeiras, com casos de corrupção bancária, com o processo de reestruturação da banca nacional levado a cabo pelo Estado, etc..

No meu estágio fui tratada como uma profissional efetiva, era-me imposta a mesma versatilidade de competências, a mesma exigência na diversidade e na qualidade das peças que escrevia. De entre todos estes requisitos externos, surgiam ainda incertezas

quanto à aplicação das normas deontológicas no jornalismo e às questões de objetividade. Devido a uma ideologia romântica do jornalista enquanto árbitro da sociedade, perguntava-me constantemente se teria de viver com a dualidade do envolvimento e do distanciamento, descrita por Mário Mesquita, entre o “jornalista observador” que se restringe ao relato, versus o jornalista descrito como “militante”, “comprometido” ou “comunitário”. (Mesquita, 2004, pp. 49 - 51).

Por outro lado, e sendo o jornalismo, também, uma atividade com fins lucrativos, o tema tabu da instrumentalização dos meios de comunicação social, baseado na informação como bem de consumo, aguçavam a minha curiosidade para a perceção da realidade mediática “nua e crua”.

### **III.3 – A azáfama de uma redação diária**

Fisicamente, o dia no Público começa tarde. Os jornalistas têm o hábito de chegar à redação a partir das 11 horas da manhã, excepto os editores do *online*, e um jornalista de cada secção que inicia a cobertura dos temas diários às 7h00 da manhã.

Em termos de planificação, o dia do Público começa algum tempo antes, dias ou até semanas. A essência das publicações jornalísticas depende da planificação, que se expressa através de uma agenda com os assuntos a cobrir. Todas as segundas-feiras, o agendamento é feito numa reunião editorial, onde estão presentes os editores de cada secção, a chefia e o secretariado da redação. Estes encontros servem para coordenar as atividades da redação, seleccionar assuntos a cobrir, escolher ângulos de abordagem desses assuntos, decidir os temas das primeiras páginas, as manchetes, seleccionar especialistas para escrever sobre temas específicos, etc.. Posteriormente, e no decorrer da semana, todas as manhãs, os jornalistas de cada secção reúnem-se e programam a agenda diária, com os temas que estão na ordem do dia da secção, bem como alguns temas a desenvolver ao longo da semana, que por norma têm o formato de reportagem ou de entrevista.

Paralelamente a esta planificação diária e semanal, a agenda é construída em função das informações que vão chegando à redação, e que são avaliadas e filtradas pela secretaria, pelas chefias e pelos editores.

Diariamente, a agenda dos assuntos a cobrir é distribuída de acordo com a disponibilidade de recursos humanos e de materiais. Cada jornalista, de cada secção,

é especializado numa área particular, e depois de consultada a agenda, consoante os temas que lhe estão atribuídos, fica a saber quais as tarefas a cumprir, se tem de se deslocar, para contactar fontes ou para ir cobrir algum acontecimento, por exemplo. Escusado será dizer que o trabalho deve ser feito rápida e diligentemente, respeitando as *deadlines* de um jornal do século XXVI, *deadlines* para ontem, devido ao imediatismo da informação e à instantaneidade do *online*.

Em simultâneo, com as tarefas diárias a desenvolver por estes profissionais, cada um deles trabalha tendo em conta uma agenda pessoal, através da qual gere a sua relação com as fontes potenciais e habituais, onde marca os eventos da sua área de especialização, etc..

#### Capítulo IV – Ser jornalista? E ainda por cima especializado em economia?

*“I believe in equality for everyone, except reporters and photographers.”*

*Mahatma Gandhi*

*“The man who reads nothing at all is better educated than the man who reads nothing but newspapers.”*

*Thomas Jefferson*

*“Better a good journalist than a poor assassin.”*

*Jean-Paul Sartre*

Proposições e sentenças tão fortes e ruidosas como as supramencionadas dão que pensar no que é ser jornalista.

Ser jornalista é sem dúvida um título fascinante, mas estigmatizado. É atrativo e repugnante, ao mesmo tempo. Veja-se todos os mitos por trás da profissão, a sua imagem pública, as figuras de jornalistas criadas em Hollywood, “o elevado número de cursos de jornalismo e ciências da comunicação que existem em Portugal e, de uma forma geral, em todo o mundo ocidental, que atraem milhares de alunos” (Sousa, 2001, p. 36).

Para além dos julgamentos maniqueístas e da dualidade entre a valência e a aversão a este profissional tem ainda múltiplas exigências e obstáculos significativos ao longo de toda a sua carreira:

“Ser-se jornalista é um desafio. É difícil. A profissão exige elevadas capacidades profissionais. Exige, por vezes, sacrifícios físicos. Exige elevados conhecimentos e uma boa cultura geral. Exige atenção à atualidade, domínio dos assuntos e discernimento para distinguir o essencial do acessório. Exige performance. Exige compromissos éticos e capacidade e capacidade de relacionamento inter-pessoal. Exige conhecimentos de direito e de deontologia para se saber até que ponto a atuação de um jornalista pode afetar o seu órgão de comunicação. Exige capacidade de comunicação na língua materna em línguas estrangeiras, particularmente em inglês. Exige humildade para se reconhecer que não se é detentor da verdade universal. Exige abertura para se aceitar críticas fundamentais e para debater o papel e o poder que se possui. Exige habilidade para se evitar que o jornalista se

substitua à notícia (“newsman is no news”, dizem os americanos). Exige contenção para não se usar mal o extraordinário poder de construção da atualidade. Exige o domínio da informática. Exige capacidade de obtenção de informação credível, em documentos, junto de fontes de informação, na Internet. Exige simpatia, espírito dialogante e capacidade de cultivo de fontes de informação” (Sousa, 2001, pp. 36-37).

Num dos polos está a importância do jornalismo enquanto: produtor de conhecimento, moldura da realidade, impulsionador do debate, elemento criador da opinião pública, “cão de guarda da sociedade”. No polo oposto, está a classificação de jornalismo por Meditsch (apud Martins) enquanto “ciência menor”, a “história escrita à queima roupa”, a fragilidade “enquanto método analítico e demonstrativo”. Mas, por outro lado, Meditsch também elucida:

“ (...) o jornalismo não é uma ‘ciência mal feita’, simplesmente porque não é uma ciência e nem pode aspirar a ser tal. Por um lado, o jornalismo como forma de conhecimento é capaz de revelar aspetos da realidade que escapam à metodologia das ciências; por outro lado, é incapaz de explicar a realidade que se propõe a revelar” (Martins, 2007, p. 15).

Esta dualidade materializa-se na perfeição quando falamos em jornalismo especializado. Quando os jornalistas vivem “divididos entre assumirem-se como especialistas ou despirem-se desta condição para abordarem os temas como se os vissem pela primeira vez (...)” (Martins, 2007, p. 17).

A base do presente capítulo assenta nas problemáticas e obstáculos de se ser jornalista especializado e mais especificamente especializado em economia. É facto que este profissional se depara com desafios peculiares quer no que diz respeito ao tipo de linguagem a usar, considerando o difícil equilíbrio entre a maleabilidade das palavras e a dureza dos números, quer no que concerne ao complexo e sensível universo das fontes de informação e à difícil relação entre jornalismo, economia e opinião pública.

#### **IV.1 - A questão crítica do jornalismo especializado**

À medida que a economia se foi dinamizando, tal como mencionado no segundo capítulo deste relatório, a partir da viragem da década de setenta do século XX, também “os jornalistas especializados em economia tiveram de se adequar a uma situação de crescente mediatização dos temas económicos” e do crescimento da sua

influência sobre a opinião pública, “evolução acompanhada por uma crescente profissionalização dos jornalistas que trabalham nesta área”. (Martins, 2007, p. 19).

Para além desta progressiva exigência e das pressões exteriores que envolvem o complexo universo de um jornalista de economia, são também, algumas vezes, criticados internamente como, "parciais, subordinados, limitados, demasiado técnicos" (Martins, 2007, p. 17), sendo que esta tendência é ainda mais amplificada quando um jornalista especializado em economia exerce a sua função num órgão de comunicação generalista.

"Divididos entre assumirem-se como especialistas ou despirem-se desta condição para abordarem os temas como se os vissem pela primeira vez, dirigindo-se a um público generalista, estes jornalistas assumem uma posição dupla que transparece no discurso que produzem. Estes profissionais precisam de conquistar credibilidade como especialistas numa determinada área, junto do público a quem se dirigem e junto dos seus pares e superiores hierárquicos, mas não se podem esquecer de que têm que fazê-lo sem perder de vista as características intrínsecas de qualquer jornalista. É a dificuldade e a neurose de serem diferentes e, simultaneamente, serem como todos os outros." (Martins, 2007, p. 17).

A missão quotidiana de um jornalista especializado baseia-se regularmente na procura de um equilíbrio numa balança de dois pratos. No primeiro, o jornalista isola-se, abordando os temas de forma tão profunda e hermética que o leitor não consegue compreender o essencial; no noutro prato, coloca-se numa posição demasiado corriqueira e superficial.

Para além desta eterna incerteza, no caso do jornalismo especializado em temas económicos, são exigidos “outros cuidados e uma preparação complementar por parte do profissional da informação que a ele se dedica” (Martins, 2007, p. 20). “Há que saber do que se fala quando se fala com alguém; há que saber o que se esconde ou desvenda por trás dos números” e por trás desses números estão situações concretas, pessoas com determinados interesses. Aliado a estes cuidados, o jornalista nunca pode perder de vista a sua função primordial, a transmissão da informação em tempo útil e de forma compreensível.

A minha experiência enquanto jornalista estagiária na secção de economia do *Público*, vai ao encontro da tese da autora, já que senti uma exigência acrescida àquela que foi conferida às demais colegas estagiários. Esta conjetura materializa-se, quer no número de horas de trabalho, no número de peças escritas, na quantidade de

trabalho de campo executado ou na quantidade de material científico e técnico que tive necessidade de estudar.

Apesar da minha formação em Gestão ter sido um apoio importante para decifrar informação económica que me chegava muitas vezes em bruto - demonstrações de resultados de empresas ou bancos, de balanços, de relatórios técnicos, de percentagens, estatísticas, gráficos, etc. - e reproduzi-la para o público, este período de estágio foi um verdadeiro desafio. Uma complexidade que surgiu do rigoroso complemento de todas estas competências técnicas, às tarefas fundamentais e rigorosas do jornalismo - o tratamento e transmissão da informação, a inexorável procura pela objetividade ou a exponencial falta de tempo na produção dos conteúdos informativos.

#### **IV.2 - Flexibilidade das palavras vs. dureza dos números**

“Na prática, as profissões e atividades se interligam cada vez mais e é através do jornalismo que a informação circula, transposta para uma linguagem comum e simplificada, menos precisa, mas suficiente para a compreensão de determinado assunto. A informação torna-se matéria-prima fundamental e o jornalista um tradutor de discursos, já que cada especialidade tem um jargão próprio e desenvolve o seu próprio esquema de pensamento.” (Kárita, p. 123)

Para abordar a questão da linguagem jornalística da melhor forma, importa ter sempre presente na memória a função social do jornalismo – a transmissão verdadeira dos factos que ocorrem numa sociedade, de forma clara, objetiva e precisa. Estes são os princípios básicos da linguagem jornalística. “A narrativa jornalística ou a própria linguagem jornalística apresenta determinadas regras e características para se alcançar alguns objetivos básicos como a clareza, coesão e a objetividade” (Francisco, Barreiras na produção de conhecimento pelo jornalismo económico, 2006, p. 118).

Esta questão é ainda mais levada ao limite quando se fala no hermetismo patente na linguagem económica. Para alguns, criar matérias económicas compreensíveis para os comuns mortais, “é o principal problema enfrentado pelo redator da editoria de economia.” (Francisco, Barreiras na produção de conhecimento pelo jornalismo económico, 2006, p. 122).

Christiana Martins também faz referência à linguagem, à dificuldade inerente à informação económica e ao trabalho de quem a deve divulgar como sendo dos principais desafios do jornalismo especializado em economia:

“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, etc.” (Martins, 2007, p. 18).

Conseguimos então responder à questão deixada em aberto na secção II.1 do relatório - “Mas será esta ‘escrita clara e objetiva’, uma tarefa simples para estes profissionais?”.

Com toda a certeza: não. Não é fácil produzir conteúdos económicos, desta forma clara e objetiva, para que todos os leitores a consigam compreender.

Voltamos a tocar na questão da especialização. Por um lado, o jornalista não pode partir do pressuposto de que o leitor domina os temas e o jargão económico, pois daria espaço para a criação de peças jornalistas impenetráveis e herméticas. Por outro lado, quando se fala em economia, fala-se habitualmente em números, estatísticas ou percentagens, conceitos demasiado rígidos para serem adaptados.

Esta problemática é ainda mais intensificada com o ritmo alucinante de uma redacção diária e com o confronto ao segundo do jornalista com a falta de tempo para trabalhar e apurar a informação. Este ponto será explorado, mais à frente, no subcapítulo IV.7 deste relatório.

Tal como exponho no subcapítulo II.2, apesar de acreditar no exponencial interesse dos indivíduos pela informação económica e pela influência que esta pode ter nas decisões do quotidiano, não é fácil, por exemplo, tornar um assunto de finanças públicas simples, compreensível e cativante.

No período em que estagiei no Público, foram inúmeras as vezes que me deparei com esta dificuldade. Veja-se a peça que escrevi sobre microeconomia, mais especificamente sobre os resultados anuais da Estradas de Portugal, conferência de imprensa que tive oportunidade de assistir na sede da própria empresa. Utilizei em algumas partes da notícia expressões e linguagem hermética: “EBITDA (lucros antes de encargos financeiros, impostos, depreciações e amortizações)”, “redução das

receitas operacionais” ou “variação homóloga”, para não mencionar a enorme quantidade de algarismos presentes na notícia. (Mendes, 2014)

Estando ciente da linguagem fechada que estava a utilizar, de facto, há expressões que não podem ser adaptadas e outras que não podem ser explicadas uma a uma, sempre que se fala sobre o mesmo tema, se não o trabalho do jornalista tornar-se-ia tão explicativo como um manual científico de economia.

Outra peça que escrevi diz respeito a um acordo de financiamento conseguido na expansão do canal do Panamá que se encontrava parada devido a uma derrapagem de custos, ou seja, a custos extra orçamentais. Apesar da quantidade de números, e valores monetários exaustivos, tanto em euros como em dólares, acredito que a forma como redigi a notícia foi bastante clara. A atratividade é mais discutível, talvez seja um conteúdo mais chamativo para um engenheiro de estruturas ou para um acionista de uma empresa da área da construção, mas ainda assim, bem enquadrada com as perspetivas das várias partes interessadas e com uma hiperligação a outra notícia sobre o mesmo tema. (Mendes, 2014). “As histórias económicas nunca parecem ser suficientemente claras ou significativas como os jornalistas queriam que [elas] fossem.” (Kluge apud Martins, 2007, p. 41).

Seguindo esta linha de pensamento, e na minha opinião, a tentativa de chegar a um leitor leigo, utilizando uma linguagem simples, objetiva e precisa deve ser a meta de qualquer jornalista, e mais ainda de qualquer jornalista especializado, sendo que, em determinadas ocasiões, pode ser inatingível.

Seguir estas características da linguagem, “partir pedra” e apurar a informação; enquadrar as peças noticiosas a determinados ângulos, a entrevistas, à observação direta e posterior transmissão por parte do jornalista; recorrer à “memória” digital (hiperligações a outras notícias); são algumas das vias para se “alcançar com sucesso a distribuição do conhecimento nas matérias de economia aos mais variados tipos de público.” (Francisco, Barreiras na produção de conhecimento pelo jornalismo económico, 2006, p. 125). “Em suma o repórter, além de traduzir, deve confrontar as diferentes perspetivas de seleccionar factos e versões que permitam ao leitor orientar-se diante da realidade.” (Lage apud Francisco, 2006, p.122).

### IV.3 – Géneros jornalísticos: Notícias há muitas

Este alcance do sucesso na transmissão da informação, e especificamente a informação económica, está também no enriquecimento das peças e dos diferentes géneros jornalísticos que podem ser adotados – notícia, entrevista, reportagem, análise, opinião, etc.. Contudo, e seguindo a tese de Jorge Pedro Sousa, “os géneros jornalísticos não têm fronteiras rígidas e, por vezes, é difícil classificar uma determinada peça, até porque, consideradas estrategicamente, todas as peças jornalísticas são *notícias*, especialmente se aportarem informação nova.” (Sousa, 2001, p. 231).

A notícia, considerada como o género básico do jornalismo, pode ser definida essencialmente como “um pequeno enunciado reportativo, um discurso sobre um acontecimento recente, vários acontecimentos ou desenvolvimentos de acontecimentos” (Sousa, 2001, p. 232). Este foi sem dúvida o tipo de peça que mais escrevi durante o meu estágio. No entanto, importa focar um aspeto relevante acerca do estilo discursivo das notícias que redigi no *Público*, grosso modo, todas essas peças continham elementos de entrevista, como citações, ou de reportagem, por meio da observação direta e depois de relato.

Estas referências a respostas de entrevistados, no corpo dos vários tipos de texto jornalístico, eram feitas por meio de entrevistas de rotina, realizadas no dia-a-dia, na maioria das vezes por telefone, para comprovar factos, para acrescentar informações e esclarecer outras, para dar as diferentes perspetivas da mesma história. Estas entrevistas em “discurso indireto”, estão na base das citações, e são incorporadas em textos com outras informações, como um complemento para o entendimento da informação. Não me recordo de alguma notícia ou reportagem que tenha redigido, que não contasse com alguma citação, se não obtida por mim, obtida através das agências noticiosas, ou nos casos temas internacionais, por meio de outros meios de comunicação social de referência.

Já que a reportagem pode abrigar elementos da entrevista, da notícia, da crónica, de análise, etc., no ponto seguinte do relatório será focada a reportagem, como “género nobre, o género jornalístico por excelência” e os desafios que lhes estão inerentes. (Sousa, 2001, p. 259).

### IV.3.1 – Reportagem: notícia vista à lupa

No meio jornalístico ouvem-se frequentemente as expressões: “uma reportagem é uma notícia vista à lupa”, ou, “escrever uma reportagem é como contar uma história”.

“Género específico até pela sua liberdade narrativa e de estilo, a reportagem assenta no terreno preferencial dos factos e da sua observação direta no local onde se registaram. Deve conter, por isso, o máximo de pormenores ambientais e humanos.” (Público, 2005, p. 52)

Este estilo vivo e cativante, é conseguido devido ao carácter híbrido deste tipo de peça, que incorpora, como focado no ponto anterior, vários elementos dos outros géneros jornalísticos.

“A reportagem é um espaço apropriado para expor causas e consequências de um acontecimento, para o contextualizar, interpretar e aprofundar, mas sempre num estilo vivo, que aproxime o leitor do acontecimento, que emirja o leitor na história.” (Sousa, 2001, p. 259).

Não é por acaso que Vicente Jorge Silva, o primeiro diretor do Público, defende que o jornalista deve começar a sua atividade profissional como repórter, “a reportagem é a base do jornalismo”. (LUSA, 2013)

Nem de propósito, foi assim que comecei a minha experiência enquanto jornalista. No segundo dia de estágio, e ainda aturdida e confusa, a minha primeira peça foi a reportagem da cobertura de uma manifestação na sede da Metro, em Lisboa. Esta reportagem, apesar de ser considerada de rotina pois as greves e manifestações têm de ser agendadas com antecedência, para mim foi uma reportagem imprevista. Não sei se por esquecimento da subeditora, se por falta de informação ou de agendamento, soube no próprio dia que teria de cobrir este acontecimento, mais especificamente nos dez minutos antes de entrar no táxi que me levariam até ao local.

Durante o mestrado tive oportunidade de escrever uma reportagem de imprensa numa das disciplinas que compõe o plano de estudos do curso - *Ateliê de Reportagem Entrevista e Edição de Imprensa*. Tive a formação necessária, tempo suficiente para pensar sobre que tema ou evento me debruçar, bem como um acompanhamento personalizado na execução da tarefa. A utilidade desta unidade curricular foi evidente no meu primeiro dia de trabalho, no entanto “ir para o terreno”

sozinha, cobrir uma manifestação, inteirar-me acerca da contextualização do protesto e de tudo o que estava implícito, em menos de dez minutos, foi um desafio.

Chegada ao local do protesto, a sede da Metro de Lisboa, sem gravador, apenas com um papel de rascunho e uma caneta emprestada, parecia que as técnicas estudadas eram apenas uma ínfima parte do trabalho por detrás de uma boa reportagem. Faltava perceber a melhor forma de lidar com a situação precária que os reformados e pensionistas da empresa estavam a viver, após os cortes nos seus rendimentos e pensões. Ou seja, enquanto observava atentamente o ambiente de uma manifestação (o cenário, os ruídos, o número de pessoas, os seus comportamentos e reações), simultaneamente tinha de encontrar a melhor forma de entrevistar estas pessoas, conseguir depoimentos e citações, na maioria das vezes delicados, perceber o que estava em causa, qual seria o resultado esperado ou quais seriam os próximos passos caso o resultado da manifestação não fosse o espectacular.

E aqui mais uma vez toca-se na questão da dificuldade que muitas vezes existe na distinção de fronteiras entre os diferentes géneros jornalísticos. Esta peça poderia ter sido uma notícia básica, redigida com base num telex da Lusa, mas tornou-se muito mais do que isso, e a observação direta da manifestação e as entrevistas, permitiram que eu desse uma “cara”, que desse vida ao texto, que humanizasse a informação.

O investimento do tempo na “humanização” da informação é uma forma de o *Público* se diferenciar da concorrência, e no caso específico das peças de economia, é um meio de chegar a peças mais aliciantes e completas. Através da publicação de elementos de reportagem, da deslocação aos locais e da descrição do ambiente que aí se vive e o que aí se passa, o jornalista tem a oportunidade de transportar o leitor para o local do acontecimento. Esta necessidade torna-se ainda mais gritante numa secção onde a informação é tão fria e rígida quanto uma percentagem ou uma estatística.

No *Público* aprendi que é possível transmitir emoção, interesse e vivacidade, através da descrição do clima, da cor, da ação dos acontecimentos, da captação dos pormenores e das *nuances* das declarações pessoais, ou seja, da capacidade de “ (...) transformar um facto rotineiro numa narrativa que surpreenda e seduza o leitor.” (Público, 2005, p. 50).

“Fazer coincidir o novo com o humano, interessar e aproximar o leitor da notícia, dar-lhe rostos, atmosferas, climas e sentimentos – é a protagonização

da notícia. Sempre que possível, a informação do *Público* deve ser humanizada, ter nomes e conter pormenores suficientemente identificadores que retratem personagens vivas e com interesse para os leitores.” (Público, 2005, p. 49).

“A protagonização é a identificação completa das personagens em qualquer história que se conte.” (Público, 2005, p. 49). Recorrendo ainda à peça acerca da manifestação dos trabalhadores da Metro é possível exemplificar este elemento da reportagem:

“Amável Alves, de 65 anos, reformado há dois, conta que os complementos de reforma começaram a ser pagos ainda no tempo de Salazar, em 1973. ‘Esta lei é altamente gravosa. A empresa quis fazer uma reestruturação reduzindo o número de trabalhadores. Fê-lo não pela via da rescisão, mas sim pela via da antecipação da idade de reforma’ explica.” (Mendes, 2014).

Toda esta aprendizagem e os obstáculos por que passei foram muito desafiantes e enriquecedores. Se, no primeiro dia de estágio, o cenário que via na minha cabeça era assustador, até às últimas reportagens que tive oportunidade de escrever a minha sensibilidade e perspicácia foram progressivamente apuradas até sentir à vontade e confiança suficientes para fazer um trabalho mais eficiente. Esta evolução só se concretizou com a aquisição de conhecimento empírico através da experiência prática que o estágio me proporcionou.

Foi com maior destreza nesta recolha de pormenores e declarações, que redigi a reportagem da manifestação dos inspetores da ASAE (Mendes, 2014):

“O protesto entre o Terreiro do Paço e o Largo Camões, que segundo o sindicato teve uma adesão de 80%, aconteceu numa marcha lenta e ruidosa, entre o som contínuo de dezenas de apitos, interrompido por palavras de ordem. A maioria dos manifestantes exibia bandeiras azuis e brancas com as insígnias do sindicato a branco, mas muitos preferiam não fazer comentários sobre o que os levou ali.”

Por outro lado, a última, e mais relevante, reportagem que escrevi foi planificada e agendada com antecedência. Esta peça era o mais completa possível, incorporava componentes de todos os géneros jornalísticos. O ângulo pretendido não era concreto, andava em torno do elevado número de encerramentos de agências de bancos, que tem vindo a ocorrer mais intensamente a partir da crise de endividamento do nosso país. Dei os meus primeiros passos no jornalismo de investigação e junto dos nove principais bancos portugueses e da Associação

Portuguesa de Bancos reuni os dados mais relevantes sobre a matéria. Seguidamente já conseguia calcular uma série de indicadores demonstrativos da evolução da rede de retalho do sector da banca desde 2009 até à atualidade, e assim chegar a algumas conclusões importantes.

Depois de feita esta recolha e de analisados os dados, a peça estava extremamente seca e maçadora. Foi imprescindível humanizar a informação, deslocar-me aos espaços onde estavam os antigos balcões dos bancos, conhecer e transmitir o ambiente envolvente dos mesmos, a quem os encerramentos afetaram, as alternativas e entrevistar os vários agentes envolvidos - os bancos, as associações, os sindicatos, os mediadores e consultores imobiliários e os donos destes espaços comerciais.

Outra questão importante está na forma de abertura de uma reportagem que é a parte do texto que vai ou não envolver o leitor. Segundo Jorge Pedro Sousa, as formas mais comuns de abrir uma reportagem são através da exploração do interesse humano e da exposição de casos particulares, em primeiro lugar, antes de partir para o geral, ou até mesmo começar pela descrição de um facto ou pormenor inédito ou insólito.

A reportagem sobre o fecho de agências bancárias espelha isso mesmo. O fator novidade inerente à zona de Portugal que assistiu a mais encerramentos e depois a descrição de dois casos ilustrativos:

“Só na zona da Grande Lisboa já encerraram 115 agências bancárias, num processo de redução de sucursais que está a ocorrer a nível nacional e que tende a continuar.

Na Alameda dos Oceanos, em Lisboa, no espaço onde antes estava um balcão para atender clientes de um banco, há agora secretárias para receber quem precisa de se deslocar à nova junta de freguesia desta zona oriental da cidade. Em Belém, perto do rio Tejo, onde antes havia filas para fazer depósitos ou levantamentos, há agora pessoas a pedir pequenos-almoços.” (Ver anexo 11 e 12)

#### **IV.4 – Que ângulo noticioso?**

Porque é que alguns acontecimentos se tornam notícia e outros não? Que critérios definem aquilo que é notícia?

O jornalista tem uma “autonomia relativa” para decidir aquilo que é ou não notícia. O que significa que “na seleção das notícias, ora os jornalistas agem sob a influência de uma cultura e identidade próprias – que dizem o que é e o que não é notícia – ora agem segundo interesses externos ao campo e arbitrariedades do poder”, construindo desta forma a realidade social. (Moreira, 2006, p. 14)

No decorrer deste processo, importa compreender a dinâmica de recolha da informação por parte dos jornalistas enquanto *gatekeepers* e por parte dos órgãos de comunicação social.

As decisões permissivas ou restritivas destes “porteiros” da informação têm como base critérios de noticiabilidade, ou seja, determinados componentes que definem a noticiabilidade de um determinado tema ou acontecimento.

A definição corriqueira de notícia inclui alguns atributos dos factos noticiáveis, tais como, “atualidade, proximidade, consequência (eventos que podem mudar a vida das pessoas), interesse humano (evocando uma resposta emocional ou ilustrando uma verdade universal), conflitualidade (o choque de interesses na guerra, no desporto, na política e a proeminência dos atores envolvidos).” (Meyer apud Nunes, 1990, p.26).

Durante a unidade curricular de Seminário de Estudos Jornalísticos tive a oportunidade de compreender o conceito de *gatekeeper*, descrito por Kurt Lewin (1947), como o indivíduo ou grupo que tem “o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia” (Wolf, 1994, p. 60). Mas importa focar que, enquanto jornalista estagiária, esta autonomia na decisão do que era noticiável não me era conferida com frequência, já que esta deliberação era feita pelos diretores, editores ou sub-editores e dependia também das necessidades do *Público* para a produção de notícias.

“Nem todos os factos, sem dúvida, servem como notícia. E não nos referimos agora ao maior ou menor interesse que tenham, mas às necessidades técnicas dos meios, à sua estrutura de trabalho, às suas limitações para captar a realidade.” (Moreira, 2006, p. 25).

De referir também que a quantidade de factos de foro económico considerados noticiáveis, tanto pelo seu intrínseco interesse, como pelas necessidades do veículo, jorravam diariamente por entre os meus dedos e dos nove jornalistas da secção, ou

seja, o fluxo de acontecimentos noticiáveis diariamente era tanto para a quantidade de trabalhadores disponíveis, que não havia muito tempo para pensar em novos temas ou em investigar novos assuntos.

No entanto, o ato de selecionar citações, dados, informações, títulos, etc., que contribuíssem para construir a realidade social, através das notícias, tinham repercussões e para mim esta foi das tarefas mais temerosas que desempenhei enquanto jornalista, devido à enorme responsabilidade e às consequências da informação sensível que deixava passar ou que bloqueava. Ou seja, a versão jornalística, ou o recorte, que dava a um facto tinha repercussões, entendidas como a resposta do público ou como novos factos que surjam a partir do primeiro. (Moreira, 2006, pp. 21-24)

Da descrição que Fabiane Moreira faz das notícias enquanto construtoras da realidade, isto é, enquanto resultado de uma série de negociações que envolvem agentes interessados e que atuam de acordo com estratégias específicas, é de salientar a singular complexidade de construção da realidade através da informação decorrente dos acontecimentos económicos. Esta profundidade, quando se fala especificamente de factos económicos, está patente na natureza hipersensível e muitas vezes hegemónico dos agentes que constituem este universo.

Apesar deste processo de “recorte” que determina o ângulo de um determinado facto, dando-o a conhecer e tornando-o real, ter ficado claro durante o segundo semestre do mestrado em Jornalismo, percebi que a escolha desse enquadramento implica interpretar e eleger aquilo que é mais importante. Quer isto dizer, que esse trabalho de *gatekeeping* pressupõe um juízo de valor, dar maior ou menor atenção a certos acontecimentos, a certas citações, a certos dados, ou escolhendo determinados títulos, uma responsabilidade que se constituiu um enorme peso para mim enquanto profissional inexperiente.

Utilizar certas ideias, palavras, expressões, adjetivos, que promovem um determinado enquadramento, algum tipo de enfoque, que modela o acontecimento, e destaca ou oculta determinados aspetos, consoante a apresentação e interpretação feita por mim enquanto jornalista foi um extraordinário obstáculo.

Exemplo prático desta dificuldade na escolha do ângulo noticioso das peças que escrevi espelhou-se na minha ida ao IX Encontro da Cotec, em Lisboa, onde o Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, e o Ministro da Economia, António Pires de Lima, estiveram presentes e onde prestaram declarações. Terminado o evento, e chegada à redação, tinha apenas páginas e páginas de declarações dos dois governantes, mas não tinha comigo uma notícia ou, pelo menos, não tinha comigo “A” notícia. Na minha cabeça passavam diferentes enquadramentos e nesta situação concreta não fui capaz de escolher o ângulo com o maior valor notícia, ou aquele que estivesse de acordo com as expectativas editoriais.

O que para mim tinha valor noticioso, não tinha para a secção de Economia. Sendo a Cotec um encontro cujo centro de gravidade estava na reeindustrialização do sul da Europa, considerei que as principais estratégias para o desenvolvimento da indústria fossem o enquadramento mais interessante e adequado. No entanto, para os responsáveis de edição o recorte da peça estava numa pequena frase dita pelo Presidente da República, de entre cerca de quatro páginas de declarações: “a competitividade não pode depender só do ajustamento dos custos de trabalho”. Um comentário à parte do tema central do encontro mas que tinha interesse humano, que era capaz de revelar uma contradição política e fomentar o debate. Na minha opinião, regularmente, mais do que os acontecimentos em si, são as reações dos agentes políticos e económicos que constituem o ângulo desejado.

#### **IV.5 - O complexo universo das fontes**

“It is not enough for journalists to see themselves as mere messengers without understanding the hidden agendas of the message and the myths that surround it.”

— *John Pilger*

A credibilidade da informação económica conquista-se não só pela fiabilidade dos números mas também pelas fontes da notícia. No entanto “antigamente as pessoas iam para a rua, relatavam o que viam, o que ouviam, reportavam e entrevistavam mais” (Cristina Ferreira, 2014).

Consequentemente, há quem considere que o trabalho do jornalista de economia favorece o *statu quo* em prejuízo do valor notícia, isto é, a utilização de uma

propaganda encoberta que favoreça a cumplicidade com "determinados sectores financeiros ou grupos empresariais" (Ramírez & Moral, 1999, p. 217).

Isto acontece porque, regularmente, a atenção está nas instituições, no Governo, nas empresas, nos economistas, nos mercados. Efetivamente, a realidade económica é habitualmente abordada “pelo ângulo da perceção do poder instituído, afastando-se da realidade concreta das sociedades, do consumidor, do contribuinte, do desempregado, do pensionista” (Martins, 2007, p. 22).

Apesar de, em alguns casos, este afastamento se verificar, durante o meu estágio tive a oportunidade de noticiar sob o ângulo contrário, quando escrevi uma peça acerca dos cortes dos complementos pagos pela empresa Metro aos seus reformados e pensionistas. Fui para o terreno, entrevistei uma amostra significativa de manifestantes, bem como responsáveis sindicais, que se encontravam à porta da empresa, e consegui perceber e descrever o ambiente que se vivia, bem como contar histórias particulares dando uma perspetiva mais concreta.

A “conivência ou cedência” citadas pela autora surgem no que toca à origem e ao ciclo da informação económica que "em vez de se dirigir ao público no geral, centre a sua atenção nas fontes onde se alimenta, criando assim uma informação fechada que parte das fontes e volta às mesmas fontes" (Ramírez & Moral, 1999, p. 217). É assim que, muitas vezes, nascem as dúvidas se o produto informativo estará comprometido.

Esta confusão surge também associada "à proximidade destes profissionais com as suas fontes, proximidade muitas vezes classificada de conivência ou cedência a pressões exteriores à atividade jornalística" (Martins, 2007, p. 17).

Outro obstáculo que pode surgir no que toca às fontes e ao jornalismo de economia é que se o jornalista não tiver formação suficiente e não dominar os assuntos, pode revelar-se frágil e pouco independente, constituindo-se ele próprio uma ponte para transmitir cenários que favoreçam e dêem visibilidade a determinada fonte.

Apesar de toda a teia que envolve as fontes do jornalismo económico, são estas “as mais difíceis de conquistar” (Cristina Ferreira), “são muito ariscas, e é um meio onde a informação é muito pormenorizada e onde qualquer incorreção pode ter um efeito desastroso” (Martins, 5 de Julho, 2010).

Na obra, *Jornalistas e Fontes de Informação*, Rogério Santos, citando Lean V. Sigal, triparte os canais de informação:

“Os canais de rotina incluem acontecimentos oficiais, comunicados e relatórios, conferências de imprensa e encontros com porta-vozes. Os canais informais destinam-se a encontros reservados e restritos, fugas de informação, relatórios de outras organizações noticiosas e entrevistas com jornalistas e editores. Finalmente, nos canais de iniciativa consideram-se entrevistas por iniciativa do jornalista, acontecimentos espontâneos com um testemunho jornalístico em primeira mão e pesquisa independente e análise dos próprios jornalistas.” (Santos, 2003, 19).

Quantitativamente, a percentagem de informação mais importante é a das fontes chamadas oficiais, ou como Sigal denomina, canais de rotina. As figuras políticas, o Executivo, os organismos públicos e os principais agentes económicos, têm a capacidade de centralizar a informação e de se sobrepor às fontes desconhecidas no que toca à preferência dos jornalistas de economia.

No *Público* a definição semanal e diária da agenda respeita em primeiro lugar uma linha transversal a estes canais de informação oficiais e num segundo plano aos diferentes canais informais, sendo completada e personalizada com os canais de iniciativa.

A categorização de Sigal é mais certa e atual que aquela que é citada na obra *Areas de especialización Periodística*, (Ramírez & Moral, 1999) e que divide as fontes em duas grandes categorias: as fontes difíceis - gabinetes de comunicação/imprensa, organismos oficiais, empresas, instituições bancárias, etc.; as fontes básicas - estatísticas, análises económicas, etc..

Para Cristina Ferreira, a escrever para a secção de economia do *Público* desde a sua fundação, as fontes do jornalismo de economia são “as mais difíceis de conquistar”. No que concerne ao mesmo tema, Christiana Martins, escreve que estas fontes são “muito ariscas”, e que este é um meio onde a informação é muito pormenorizada e onde qualquer incorreção pode ter um efeito desastroso.

Deparei-me com dificuldades neste sentido, já que as *deadlines* e a inexperiência não me permitiam ter sempre as bases e os enquadramentos necessários sobre os temas que tratava, isto é, a falta de tempo e o facto de algumas vezes não ter formação suficiente e não dominar os assuntos deu lugar a alguma fragilidade e a uma menor

independência. Pode advir daqui um resultado obscuro, onde as fontes têm a oportunidade de transmitir cenários que as favoreçam e lhes dêem visibilidade.

No caso da peça que redigi, “Distrito de Lisboa foi o mais afetado pelo fecho de agências bancárias”, quis complementar a reportagem com o fator humano inerente à redução de balcões em Portugal, ou seja, o número de trabalhadores afastados dos seus postos de trabalho. O Vice-Presidente do Sindicato dos Bancários, quando questionado acerca da redução de recursos humanos na banca, concedeu-me números desajustados, valores que não contrapus imediatamente por falta de conhecimento acerca desta realidade. Posteriormente, analisando dados fornecidos pelos próprios bancos e artigos já escritos acerca do tema, consegui chegar ao número de postos de trabalho que foram extintos na banca.

Atualmente, o acesso às fontes por parte dos jornalistas económicos está a ser posta em causa pelas estratégias das empresas de relações-públicas. Vivi com esta realidade, já que todos os pedidos de colaboração que solicitei, a organismos públicos, a empresas, a bancos, a sindicatos, etc., passaram em primeira instância por assessores de imprensa.

A consequência desta nova dinâmica é a dificuldade acumulada no trabalho do jornalista, quer em termos de tempo, quer pelo facto de não haver contacto direto com as fontes cardeais, o que resulta em conteúdos informativos menos desenvolvidos e aprofundados.

#### **IV.6 - Ética e deontologia do jornalista de economia**

A relação entre os jornalistas económicos e as suas fontes é um dos aspetos mais delicados do jornalismo económico. Este elo levanta questões éticas e deontológicas conhecidas desta área de especialização jornalística, questões inerentes a abusos de mercado (*insider trading*, manipulação de mercado e não-divulgação) e conflitos de interesse.

Ao longo dos três meses que passei no Público não fui confrontada com nenhum destes dilemas éticos específicos, mas sim com o facto de que uma dádiva de informação por parte de uma fonte pressupõe gratidão, mesmo não sendo assumida ou imediata. Esta correspondência de benefícios está implícita ao quotidiano dos

jornalistas, à essência da sua profissão. Mesmo estando consciente desta realidade, ter contacto direto com a mesma foi mais um desafio.

A convite da companhia aérea Ryanair, o *Público*, representado por mim, viajou a Londres para assistir a uma conferência de imprensa cujo tema se centrava nas estratégias da empresa para 2014. Após estadia na capital britânica, ficou o peso de como escrever sobre uma companhia que me recebeu, me proporcionou uma viagem, estadia e refeições. O ângulo noticioso caiu sobre o plano da empresa para Portugal, e mais especificamente sobre as intenções de a Ryanair ultrapassar as concorrentes TAP e Easyjet num curto espaço de tempo, um tema que iria suscitar o debate e a desconfiança no mercado da aviação, já que as duas primeiras ocupam, a largos passos, o pódio no aeroporto da portela.

#### **IV.7 – A exigência do trabalho *online* e a falta de tempo**

“Atualmente, o denominador comum entre a maior estação de televisão mundial e o mais pequeno jornal de província, é o recurso à Internet na luta constante contra o tempo e a distância. Nas fases de pesquisa e contactos com as fontes, duas etapas que absorviam muito do tempo de produção de uma notícia, os jornalistas passaram a contar com preciosos auxiliares, como a WorldWideWeb, o correio electrónico ou os newsgroups, entre outras funcionalidades da Internet.” (Canavilhas, *Os Jornalistas Portugueses e a Internet*, 2004, p. 2).

A internet e as novas tecnologias alteraram significativamente aquelas que foram, durante décadas, as práticas comuns do jornalismo. Atualmente o recurso a estes meios digitais trata-se de um processo massificado e transversal a todos os órgãos de comunicação e a todas as gerações de profissionais, surgindo como parte inerente das rotinas dos jornalistas (Canavilhas, *Os Jornalistas Portugueses e a Internet*, 2004, p. 2). De facto, o crescimento exponencial da internet, e a sua função de canal permanente de informação, diminuíram as barreiras do espaço e do tempo, tornando-se uma das maiores aliadas no trabalho jornalístico.

Mesmo não sendo o *Público* um jornal criado especificamente para a web, o ciberespaço foi sem dúvida o que mais utilizei para investigar, para memorizar, para produzir e para difundir a informação noticiosa.

No entanto esta nova “cultura multimédia está a deslocar a função clássica de elaboração de um relato verdadeiro e fiável dos acontecimentos do dia, criando um novo jornalismo de declaração, que está a esmagar o velho jornalismo de verificação.” (Kovach & Rosenstiel, *Warp speed : american in the age of mixed media*, 1999).

Sabendo-se de antemão que as notícias são um bem “construído” – Fontcuberta (1999: 7-8) descreve-as como “produtos manipulados pelo homem, representações da realidade tanto quanto ela permite ser representada e com o engenho e a arte que o homem em cada momento e situação encontra para o fazer” – e que a luta dos repórteres passa por fornecer “a melhor versão da verdade que é possível obter”, a realidade é que a nova cultura multimédia está a deslocar a função clássica de elaboração de um relato verdadeiro e fiável dos acontecimentos do dia, criando um novo jornalismo de declaração, que está a esmagar o velho jornalismo de verificação. (Kovach e Rosenstiel:1999)

Os mesmos autores (Kovach & Rosenstiel, *Os elementos do jornalismo : o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, 2004, p. 47) fazem um elucidativo ponto de situação: “Na nova cultura da informação 24 horas por dia, as notícias tornaram-se mais fragmentadas; as fontes estão a ganhar poder relativamente aos jornalistas que as cobrem; padrões variados de jornalismo estão a derrubar a função de seleção da imprensa; as reportagens estão a ser esmagadas sob o peso de argumentos fáceis e extremados; a imprensa está cada vez mais concentrada em encontrar o “grande furo” que temporariamente reunirá as grandes audiências, hoje cada vez mais fragmentadas”.

A constante atualização de conteúdos e a necessidade de a informação ser publicada tão rápido quanto possível, por razões de competitividade no meio digital, fragilizam a qualidade da produção de conteúdos informativos por parte dos jornalistas, que não têm tempo para fazer a investigação mais adequada, nem para recorrer a quantas fontes forem necessárias para chegar a um produto noticioso original e fundamentado. Uma estratégia utilizada na redação do *Público*, com vista a ultrapassar este problema do tempo é a publicação de uma notícia incompleta, cuja estrutura é composta pelo título, pela entrada, pelo lead e, em alguns casos, por um segundo parágrafo. Isto permite publicar a notícia *online* no menor tempo possível, colocando um pequena nota informativa no *site* que informa o leitor de que a peça

está em atualização. Exemplo: Inquérito mostra sentimento de que a austeridade no país é "inevitável" (Ver anexo 8).

John Pavlik (2001, *apud* Canavilhas) diferencia a evolução do ciberjornalismo em três fases: a primeira correspondente à disponibilização dos mesmos conteúdos no *online* que haviam sido publicados no impresso, o chamado *shovelware*; uma segunda em que os conteúdos são já produzidos especificamente para o *online*, com a inclusão de hiperligações, aplicações interativas e, por vezes, fotos, vídeos ou sons; e uma terceira que diz respeito à produção exclusiva de conteúdos para a *web*, tirando partido de todas as suas características. Segundo João Canavilhas, o ciberjornalismo em Portugal encontra-se ainda na segunda fase definida por Pavlik, (Canavilhas, Retrato dos jornalistas online em Portugal, 2005, p. 2). No entanto, da minha experiência no *Público*, consigo concluir que, pelo menos, este jornal se encontra na terceira fase mencionada pelo autor, já que foram inúmeras as ocasiões em que produzi conteúdos exclusivamente direcionados para o *online*, devido ao conteúdo das próprias peças ou devido à falta de espaço no formato em papel.

## Conclusão

O desfecho desta jornada, após a frequência nas unidades curriculares do mestrado em jornalismo, o contacto com os professores, o estágio de três meses no *Público*, e a redação deste relatório, demonstra, em primeiro lugar, que o esforço dá resultados palpáveis, que de facto compensa. A auto-avaliação que faço no que respeita ao crescimento profissional, intelectual e pessoal, é excelente.

Foram dois anos muito duros, mas de uma elevada realização pessoal. Dois anos em que, simultaneamente, me dediquei ao mestrado, trabalhei como assistente de Marketing da *Bosch* (durante o primeiro ano do curso), em que posteriormente estagiei no *Público*. Atualmente, e em paralelo com o término da redação do relatório de estágio, trabalho como assistente de comunicação de uma das direções da *Portugal Telecom*.

A experiência no *Público* foi, sem sombra de dúvidas, a mais exigente e recompensadora da minha vida profissional e académica. O grau de aprendizagem aumentava ao minuto, cada tarefa, cada *deadline*, cada erro, cada reprimenda, cada peça impressa no papel, cada tema extraordinariamente atual, cada contacto com as fontes, cada saída do jornal, cada viagem para fora de Lisboa, permitiram o meu intenso amadurecimento enquanto aspirante a jornalista, enquanto profissional e enquanto pessoa. Jamais esquecerei o ruído dos passos apressados dos meus colegas jornalistas em direção à paginação, às 21h00; as manhãs quietas com aroma a papel de jornal impresso e a café; o som ininterrupto e infinito do teclado dos dedos; o sangue a correr nas veias com a adrenalina da cobertura de um acontecimento imprevisto e sem possibilidade de preparação prévia.

Após terminada esta etapa, na secção de economia do Jornal *Público*, desenvolvi o presente relatório de estágio na expectativa de refletir acerca das particularidades desta área de especialização jornalística. Por um lado, através de conclusões empíricas, decorrentes da minha experiência profissional, por outro, através de um suporte teórico, cimentado com o apoio de autores que se debruçaram sobre as problemáticas do jornalismo económico.

São diversas as conclusões que vêm explicar as dificuldades e os crescentes desafios dos jornalistas, no geral, e dos jornalistas especializados em economia, em particular.

Em primeiro lugar, a turbulência económica afeta, sem exceção, todos os setores, e o jornalismo – o jornalismo de imprensa em particular - é cada vez mais uma área em crise, tendo em conta a falta de meios, despedimentos, inúmeras horas de trabalho consecutivas, salários baixos, escassez de tempo e consequente diminuição da qualidade de muitos produtos jornalísticos.

Só autênticos “ases” das ciências económicas analisam urgentemente relatórios da Troika, documentos de estratégia orçamental, diferentes obrigações regulatórias europeias, novas leis do emprego e do trabalho ou metas impostas pelo FMI e todas as suas implicações para a sociedade. O progressivo aumento da pressão sobre os jornalistas, a relevância e a dimensão do trabalho destes profissionais especializados, também se justifica pela mediatização exponencial dos temas de economia e da crescente influência sobre a opinião pública, num sentido lato, e sobre a vida de cada um de nós, de forma estreita mas bem marcante com crise instalada desde 2008.

Os jornalistas, estes “mestres à força”, tratam os temas como especialistas, embora habitualmente os vejam pela primeira vez, mesmo antes de terem de os dominar suficientemente bem para fazê-los chegar a todo o tipo de leitores. No *Público* senti “a neurose de ser diferente e, simultaneamente, de ser como todos os outros” (Martins, 2007, p. 17). A procura eterna de um equilíbrio entre a transmissão de informação através de uma linguagem e de uma abordagem hermética ou superficial.

Das diferentes particularidades sobressai também o emaranhado e escorregadio universo das fontes de informação económica, que representa um verdadeiro desafio para os jornalistas. Fontes credíveis são parte integrante da qualidade das peças económicas, e daí nasce a proximidade destes profissionais com as suas fontes de informação. Esta proximidade com as fontes não é uma ambição, mas sim uma consequência do tipo de relacionamento e do tipo de informação transacionada, regularmente sensível e de difícil tratamento. Este tipo de interação é, por norma, cultivada e mantida através de contactos regulares, com o intuito de explorar novos temas económicos.

No entanto, esta não é uma coexistência fácil. O jornalista tem de se precaver de tentativas de instrumentalização por parte das fontes, através de formação constante e suficiente domínio dos temas tratados, para que não se materializem numa ponte para a propagação de cenários que favoreçam propósitos políticos ou económicos, de determinada pessoa ou organização que tem interesse em fornecer a informação. Por sua vez, esta proximidade e confiança origina pressões externas para com estes profissionais, que são habitualmente acusados de coniventes para com o *statu quo*.

Deste relacionamento erguem-se, ainda, questões éticas e deontológicas muito delicadas, bem conhecidas desta área de atuação jornalística, ocorrências inerentes a abusos de mercado (*insider trading*, manipulação de mercado e não-divulgação), conflitos de interesse e a gratidão intrínseca a dádivas de informação. Tive de lidar com o último dilema, enquanto estagiária do *Público*, já que viajei para Londres, a convite da *Ryanair*, para representar Portugal e o jornal numa conferência de imprensa. A intenção da *Ryanair* era publicitar novos destinos, bem como a nova estratégia de mercado focada não só nos preços baixos mas também no bem-estar dos clientes. O meu trabalho teve em conta o ângulo noticioso mais interessante para os leitores, independentemente de uma possível expectativa de gratidão por arte da companhia aérea.

Outra questão crítica experimentada nesta área da comunicação de massas, enquanto trabalhei na redação do *Público*, diz respeito aos resultados da nova cultura da informação 24 horas por dia, em que o emagrecimento do tempo me causou grandes constrangimentos devido à necessidade de imediatismo e urgência na transmissão dos conteúdos informativos, uma problemática com consequências significativas num universo digital extremamente competitivo. Senti todos os dias uma enorme tensão em relação ao tempo disponível para redigir as peças, senti, também, que menos tempo para fundamentar os conteúdos lhes conferia menor qualidade, já que em diversas ocasiões não foi possível fundamentá-los com entrevistas a especialistas, com opiniões de economistas, com recolha e análise de dados quantitativos junto das entidades adequadas, com pesquisa e estudo sobre temas próprios da macro e microeconomia.

Todo este trabalho de fundo é de extrema importância para a criação de peças sólidas, em detrimento desta realidade contemporânea que se vive nos jornais, grosso

modo, e que se sente com significativa intensidade no jornalismo económico, já que, gráficos, percentagens, relatórios, demonstrações de resultados, taxas, etc., requerem disponibilidade para que se proceda a uma recolha, análise e decomposição confiáveis de todos os elementos que constituem esta informação. O tempo para dissecar os dados económicos escasseia na altura de escrever peças que, por um lado, não se alicerçam em informação demasiado hermética e desinteressante para o leitor e que, por outro lado, não sejam esmagadas pelo peso de fundamentos fáceis e extremados ou pelo peso do inacabado “grande furo”.

Deste processo de seleção de elementos que complementam as peças jornalísticas – citações, títulos, taxas, gráficos, relatórios, etc. - decorre a questão melindrosa da construção da realidade social, através do trabalho de *gatekeeping* exercido pelos jornalistas. Este é, na minha opinião, um exercício muito difícil, o de deixar passar ou bloquear determinada informação, que, em conjunto, recortará a realidade dentro de uma moldura com um formato esculpido pelo jornalista. O dilema, para mim, residiu nesse trabalho de recorte da realidade, ou seja, da construção da realidade consoante uma série de negociações que envolvem agentes interessados e que atuam de acordo com estratégias específicas. Complexidade que é de salientar quando se fala de uma construção da realidade através da informação decorrente dos acontecimentos económicos, devido à sua natureza hipersensível.

Ora, esta dinâmica, que não é simples no seu âmago, torna-se ainda mais pesada quando pensamos que, efetivamente, o recorte dado à informação económica tem repercussões palpáveis e, em alguns casos, catástrofes económicas – por exemplo, desvalorização de ações de empresas, cotadas em bolsa, que resulta na perda de largos milhões de euros ou o incentivo ao investimento pelas famílias incitado por uma informação furtiva ou incorreta.

A somar a todas estas particularidades críticas do jornalismo de economia, a exigência deste estágio foi aumentada graças à intensa responsabilidade e independência que me foram conferidas, desde o primeiro dia.

Apesar de todas estes inconvenientes existe, por parte do *Público* e dos profissionais que o representam, um esforço constante por manter os critérios de rigor e de criatividade editorial, a par da procura constante pelo afastamento de dependências

ideológicas ou económicas, com resultados palpáveis e à vista de todos, sendo o jornal uma referência do que se faz de melhor no jornalismo em Portugal.

O *Público* diferencia-se de outras publicações e ultrapassa as adversidades através de um trabalho jornalístico diversificado, tanto ao nível dos géneros jornalísticos, como do rigor e da seriedade do tratamento da informação, como no aproveitamento das potencialidades da internet, constituindo-se o líder do *online* em Portugal.

Na secção de economia, em particular, permanece um investimento significativo na “humanização” da informação, uma estratégia essencial de diferenciação e de acrescentar valor aos conteúdos económicos. Através da publicação de elementos de reportagem, da deslocação aos locais e da descrição do ambiente que aí se vive e o que aí se passa, o jornalista tem a oportunidade de transportar o leitor para o local do acontecimento, tornando informação hermética e fria em peças aliciantes e surpreendentes para o leitor.

No *Público*, enquanto profissional, aprendi que, apesar de todas os obstáculos contemporâneos do jornalismo económico, é possível trabalhar orientado para a independência, que o trabalho árduo e a preparação permitem que não nos verguemos perante pressões, que com responsabilidade e ética as tarefas de construção da realidade e de relacionamento com as fontes estão salvaguardadas, que transmitindo emoção, interesse e vivacidade é possível transformar um facto rígido e hermético numa narrativa que surpreenda e seduza os seus leitores.

## **Bibliografia**

- Azevedo, B. d. (28 de Janeiro de 2010). "Sou um desafiador".
- Azevedo, B. d. (10 de Março de 2013). Belmiro de Azevedo quer preservar cultura e valores da Sonae.
- Holton, R. J. (1995). *Economia e Sociedade*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo : o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (1999). *Warp speed : american in the age of mixed media*. New York : The Century Foundation Press.
- Martins, C. (2007). *30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal*. Livros Horizonte.
- Mesquita, M. (2004). *O Quarto Equívoco - O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- Nunes, M. J. (2012). *Para uma Reflexão do Valor Notícia da Ciência*. Escola Superior de Comunicação Social.
- Público. (2005). *Livro de Estilo do Público*. Lisboa: Público.
- Público, D. d. (1990). Estatuto Editorial. *Público* , 16. [Ver anexo 1]
- Público, D. d. (1990). Nasceu um jornal. *Público* , 17. [Ver anexo 2]
- Público, D. d. (1990). O pacto do Público. *Público* , 16. [Ver anexo 3]
- Quintero, A. P. (1994). *História da Imprensa*. Lisboa: Grafitexto.
- Ramírez, F. E., & Moral, J. F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Wolf, M. (1994). *La investigacion de la comunicacion de masas : critica y perspectivas* (2ª ed.). Barcelona: Paidós.

## Bibliografia eletrónica

Antístenes. (s.d.). *www.citador.pt*. Obtido de <http://www.citador.pt/frases/a-gratidao-e-a-memoria-do-coracao-antistenes-de-atenas-12090>

Canavilhas, J. (2004). <http://www.bocc.ubi.pt/>. Obtido em 25 de Março de 2014, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>

Canavilhas, J. (2005). <http://www.bocc.ubi.pt/>. Obtido em 25 de Março de 2014, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-retrato-jornalistas-online-portugal.pdf>

Francisco, K. C. (s.d.). Obtido de [https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CDIQFjAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicos.ufsc.br%2Findex.php%2Fjornalismo%2Farticle%2Fdownload%2F2317%2F2023&ei=ra2QU-6ADe\\_M0AWi44HwBA&usg=AFQjCNHv1Spt3vyLvwqdc0qvRnoJfMeoWQ&s](https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CDIQFjAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicos.ufsc.br%2Findex.php%2Fjornalismo%2Farticle%2Fdownload%2F2317%2F2023&ei=ra2QU-6ADe_M0AWi44HwBA&usg=AFQjCNHv1Spt3vyLvwqdc0qvRnoJfMeoWQ&s)

Francisco, K. C. (2006). Obtido em 2 de Maio de 2014, de [https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CDIQFjAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicos.ufsc.br%2Findex.php%2Fjornalismo%2Farticle%2Fdownload%2F2317%2F2023&ei=ra2QU-6ADe\\_M0AWi44HwBA&usg=AFQjCNHv1Spt3vyLvwqdc0qvRnoJfMeoWQ&s](https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CDIQFjAB&url=https%3A%2F%2Fperiodicos.ufsc.br%2Findex.php%2Fjornalismo%2Farticle%2Fdownload%2F2317%2F2023&ei=ra2QU-6ADe_M0AWi44HwBA&usg=AFQjCNHv1Spt3vyLvwqdc0qvRnoJfMeoWQ&s)

Gandhi, M. (s.d.). *www.goodreads.com*. Obtido de <http://www.goodreads.com/quotes/tag/journalism>

Henriques, J. P. (2012). *Diário de Notícias*. Obtido em 15 de Março de 2014, de [http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content\\_id=2819631&page=1](http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=2819631&page=1)

Jefferson, T. (s.d.). *www.goodreads.com*. Obtido de <http://www.goodreads.com/quotes/tag/journalism>

Lene, H. (2005). [http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=891](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=891). Obtido em 17 de Fevereiro de 2014, de <http://bocc.ubi.pt/pag/lene-herica-emergencia-do-capitalismo-cognitivo.pdf>

LUSA. (19 de Novembro de 2013). *www.publico.pt*. Obtido em Maio de 2014, de <http://www.publico.pt/politica/noticia/livro-sobre-vicente-jorge-silva-e-a-longa-vida-do-jornalismo-1613111>

Mendes, D. (2014). *www.publico.pt*. Obtido de <http://www.publico.pt/economia/noticia/reformados-do-metro-invadem-sede-da-empresa-em-lisboa-1618836>

Mendes, D. (2014). *www.publico.pt*. Obtido de <http://www.publico.pt/economia/noticia/lucros-da-estradas-de-portugal-caem-60-em-2013-1627206>

Mendes, D. (28 de Fevereiro de 2014). *www.publico.pt*. Obtido de <http://www.publico.pt/economia/noticia/conseguido-acordo-de-financiamento-na-expansao-do-canal-do-panama-1626574>

Mendes, D. (21 de Março de 2014). *www.publico.pt*. Obtido de <http://www.publico.pt/economia/noticia/ministerio-da-economia-aceita-reunirse-com-inspectores-da-asae-em-maio-1629269?page=2>

Moreira, F. B. (Junho de 2006). Obtido de <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7773/000556586.pdf>

Reis, B. (2 de Novembro de 2009). Bárbara Reis, jornalista. TSF ON M. TSF, Lisboa. Obtido de [http://www.tsf.pt/PaginaInicial/Vida/Interior.aspx?content\\_id=1407394](http://www.tsf.pt/PaginaInicial/Vida/Interior.aspx?content_id=1407394)

Rodrigues, S. (28 de Novembro de 2008). *Meios & Publicidade*. Obtido em 21 de Janeiro de 2014, de <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/11/crise-traz-novos-leitores-para-o-jornalismo-economico/>

Sartre, J.-P. (s.d.). *www.goodreads.com*. Obtido de <http://www.goodreads.com/quotes/tag/journalism>

Sousa, J. P. (2001). <http://www.bocc.ubi.pt/>. Obtido em 15 de Abril de 2014, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>

Suely, C. (2003). *Ebooks e Afins*. Obtido em 5 de Janeiro de 2014, de <http://ebookeafins.blogspot.pt/2010/04/jornalismo-economico-suely-caldas.html>

Segunda-feira  
5 de Março de 1990

Ano 116 1

67800 (Continente)  
70830 (Madeira) 60400 (Açores)

Director: **Vicente Jorge Silva**  
Director adjunto: **Jorge Weimans**

Rua 5 de Abril, Cadeia 111, 1200 LISBOA  
Rua 5 de Abril, 177-1, 9000 FORTI

# PÚBLICO

edição LISBOA

Suplementos  
**ECONOMIA**  
GESTÃO SEM DESPERDÍCIO  
**ESPECIAL**  
A NOVA EUROPA

Comité Central do PCP recusa abertura para o Congresso

## Cunhal: resistir até ao fim

O PCP mantém-se igual a si próprio: os primeiros sinais da reunião do Comité Central, ontem iniciada, confirmam a recusa da direcção comunista em seguir os novos ventos que sopram do Leste. A proposta de regulamento do próximo Congresso Extraordinário obedece às mesmas regras do Congresso anterior: não vai haver voto secreto nem circulação oficial de documentos contrários à Direcção. O PÚBLICO esteve na Saeiro Pereira Gomes, observou o ambiente e entrevistou Cunhal. Entretanto, também ontem, realizaram-se importantes eleições locais na União Soviética que poderão proporcionar a Gorbatchov a oportunidade para uma nova ofensiva contra os adversários da perestroika. E hoje faz 37 anos que morreu José Estaline. **p. 2**



Américo Cunhal, ontem, à entrada da reunião do Comité Central do PCP

## Porto: luz verde para o título



Cinco minutos de grande "suspense" marcaram o final de um FC Porto-Sporting que aos 22 minutos da primeira parte os portistas pareciam ter já resolvido, quando ganhavam por 2-0. Num jogo de emoções fortes, os "leões" protestaram contra o "penalty" que deu origem ao terceiro tento do Porto, mas ninguém discute a superioridade "azul e branca". Jaime Magalhães foi o motor da equipa, resultando com João Pinto a famosa "asa direita das Águias", há muito desaparecida. A vitória de ontem permite agora ao Porto descer à Luz, no próximo domingo, com a tranquilidade de quem lidera o campeonato com três pontos de avanço sobre o Benfica. Os cinco golos do FC Porto-Sporting dão também o tom de uma jornada em que foram mais de duas dúzias os golos marcados. Em posição crítica ficou o Portimonense ao perder em casa com o Chavus (0-1). **p. 24**

## Jardim recusa "dinheiro sujo"

Um relatório publicado no final da semana em Washington, sobre a situação do tráfico de drogas no mundo, manifesta preocupações quanto à possibilidade da futura zona "alfândega" da Madeira vir a servir para o "branqueamento" de dinheiro pelos países do noroeste. João Jardim, em declaração ao PÚBLICO, reage: "Qualquer referência desse tipo relativamente à Madeira é um absurdo". **p. 18**



## Rosa Mota exila-se nos EUA

Rosa Mota tem as malas feitas para sair do país. Segundo o seu treinador e companheiro, José Pedroza, o atleta poderá tomar a decisão de emigrar caso o conflito com a Federação Portuguesa de Atletismo não se resolva no prazo de uma semana. O local de exílio seria os Estados Unidos. **p. 23**

## TV da Igreja divide PSD

Deputados do PSD quecom a verdade de voto na questão da TV privada como resposta às críticas que, em Lagos, Lázaro Silva lhes dirigiu, Assunção e Coorreado se terem voltado às pressões da RTP. A Igreja está a fazer as movimentações e lança hoje a sua campanha de "marketing" junto das polícias empresariais. **p. 6**

## As tentações de Olga

1990 está a ser o ano de todas as tentações para Olga Roriz. Depois de uma "bald" inesperada, em janeiro, firma e mantém o "Jardim de Inverno", um desafio ao público e com as fontes comunitárias "filmes II", sobre o mistério de Xenakis, estreia absoluta quarta-feira, no 3.º Programa de Ballet Galactikion. **p. 22**

## Violência nos transportes

Injúrias, agressões, fúria e exultâncias são manifestações de violência que invadem os transportes coletivos com assiduidade freqüente. Tudo começa, em geral, por uma pequena divergência entre condutores e passageiros, mas avança muitas vezes na busca de um novo terreno. É a pressão da condutoria **LOCAL**

# Estatuto Editorial

PÚBLICO é um projecto de informação em sintonia com o processo de mudanças tecnológicas e de civilização no espaço público contemporâneo.

PÚBLICO é um jornal diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica.

PÚBLICO inscreve-se numa tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa.

PÚBLICO aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de actividade e correspondendo às motivações e interesses de um público plural.

PÚBLICO entende que as novas possibilidades técnicas da informação implicam um jornalismo eficaz, atractivo e imaginativo na sua permanente comunicação com os leitores.

PÚBLICO estabelece as suas opções editoriais sem hierarquias prévias entre os diversos sectores de actividade, numa constante disponibilidade para o estímulo dos acontecimentos e situações que, quotidianamente, são noticiados e comentados.

PÚBLICO considera que a existência de uma opinião pública informada, activa e interventiva é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta, que não fixa fronteiras regionais, nacionais e culturais aos movimentos de comunicação e opinião.

PÚBLICO participa no debate das grandes questões que se colocam à sociedade portuguesa na perspectiva da construção do espaço europeu e de um novo quadro internacional de relações.

PÚBLICO é responsável apenas perante os leitores, numa relação rigorosa e transparente, autónoma do poder político e independente de poderes particulares.

PÚBLICO reconhece como seu único limite o espaço privado dos cidadãos e tem como liame de existência a sua credibilidade pública.

PÚBLICO é o lugar de encontro entre um grupo de jornalistas e um grupo empresarial, a SONAE, tendo em vista um objectivo comum: a criação em Portugal de um jornal diário que, através de uma agenda inovadora no plano editorial e tecnológico, reúna as condições necessárias para responder ao desafio de uma informação actualizada e de qualidade no espaço europeu.

PÚBLICO não existiria sem o projecto editorial dos jornalistas que o concebem e sem os meios financeiros, tecnológicos e de gestão empresarial com que a SONAE nele participa. Por isso, os protagonistas deste encontro reúnem-se mutuamente como parceiros complementares e indissociáveis num projecto de reconstrução dos "meios" portugueses, para o qual é essencial a existência de um jornal diário de elevada expressão nacional, ultrapassando as fronteiras geográficas e os bloqueios culturais que têm separado país de si mesmo, afastando-o de um diálogo lucido e quotidiano com as grandes transformações que atravessam o mundo contemporâneo.

Os "meios" são hoje, nas modernas sociedades democráticas, uma área em expansão crescente, um sector extremamente dinâmico onde se configuram os novos realidades culturais e empresariais desta época de viragem. A integração activa nesse movimento global não podia, por isso, deixar de ocorrer-se à SONAE. Mas, também por isso, a SONAE não confundiu os seus interesses estratégicos nesta área com o equívoco fatal de encarar os "meios" como instrumento de propaganda de outras actividades ou interesses do grupo. Um projecto jornalístico que não se afirma por si mesmo, em condições de indiscutível independência, não reúne os factores de credibilidade e prestígio públicos indispensáveis ao seu sucesso editorial e empresarial. Pelo contrário, constituiu-se em empreendimento condutor à partida, sujeito à rejeição do opinião pública e arrastando para a reputação do grupo empresarial (por a reputação dos profissionais da imprensa, convertidos em "yes men" e "vozes do dorso"). O novo órgão definitivamente consensuado à SONAE e os jornalistas que concebem este projecto.

De qualquer modo, não é fortuito nem ocasional que os jornalistas que animam

# O pacto do PÚBLICO

*Há precisamente um ano, o grupo de jornalistas fundadores do PÚBLICO estabeleceu um pacto com o grupo económico, a SONAE, que decidira financiar e apoiar, com meios tecnológicos e de gestão empresarial, um projecto de características inovadoras na imprensa portuguesa. Foi a primeira iniciativa formal de uma associação inédita de vontades que se encontram para erguer este jornal. Quisemos que o testemunho de confiança mútua num projecto jornalístico independente e moderno fosse transparente e público. Eis-lo.*

a criação de PÚBLICO lucham encontrado na SONAE o interlocutor mais receptivo, decidido e empenhado em apoiar o projecto. De imediato modo, se a SONAE aceitou como interlocutores este grupo de jornalistas foi exactamente porque reconheceu neles, para além da capacidade de gerar um produto de sucesso, a identificação com um código deontológico de independência e escrupulo profissional que, tal como têm demonstrado ao longo das suas carreiras, não se compadece com qualquer espécie de servilismo.

São simétricas as opções que nos conduziram a este encontro e ao pacto que hoje celebramos. Entre nós, os nomes de associação são caras e as regras do jogo perfeitamente transparentes. Essa situação reflecte-se, nomeadamente, na participação do grupo de jornalistas responsáveis pela concepção de PÚBLICO no capital social da empresa editora do jornal. Entretanto, a nossa associação ultrapassa as fronteiras de um jornal diário: ela estende-se à reflexão conjunta sobre a estratégia "multimedia"

da SONAE, assegurando assim critérios básicos de harmonia e coesão entre as diferentes actividades desse sector.

Mas, para nós, não basta ser. No universo das aparições em que frequentemente se movem os "meios", é também preciso parecer. A preocupação mútua em eliminar qualquer tipo de suspeição que minasse a confiança do público e suscitasse perigosas ambiguidades levou-nos a criar uma estrutura empresarial que garante, desde logo, a autonomia da gestão face a quaisquer interesses particulares dos acionistas. A empresa editora do PÚBLICO adoptará um modelo institucional inédito em áreas imprensivas e que se traduz na existência de um Conselho Geral e de uma Direcção

Entre os dois modelos de órgãos sociais previstos na lei portuguesa, é este o que melhor garante a independência jornalística, além de atribuir a Direcção, composta por três elementos da direcção editorial e dois da direcção administrativa e comercial, uma responsabilização permanente pelo resultado de todo o tipo de proclamações perante o mercado e os acionistas. Estamos conscientes, porém, de que este modelo se concretizara se a prioridade da empresa estiver seguramente concentrada numa única acção: a criação. Por outro lado, quer o risco financeiro do projecto, quer a sensibilidade do jornal de facto essencialmente por um grupo económico de dimensão da SONAE, aconselham, por princípio, a distribuição do capital por mais acionistas.

Mas a conveniência objectiva da abertura do capital do PÚBLICO a outros acionistas contempla também um dos principais interesses que informam o espírito deste projecto jornalístico e os limites intransigíveis da sua concepção. Esse princípio é o de responder positivamente às estruturas "multimediais" que se afirmam na Europa, tendo em vista o horizonte de 1985, e no processo actualizante em curso de optimização entre órgãos de imprensa de vários países europeus que partilhem de uma filosofia identitária de informação. Para nós, todas as relações e contribuições emriquecedoras para a criação de um grande jornal diário de referência e expansão nacional em Portugal projectam-se, desde já, numa escala e numa vocação europeias, em sintonia dinâmica com a própria condição portuguesa numa Europa sem fronteiras.

GUARDA RICARDO  
POR SAM



Editorial

# Nasceu um jornal

**F**inalmente, a longa espera terminou. Foi um desafio dramático à confiança dos leitores e anunciantes e à capacidade de resistência de toda a equipa — jornalistas, colunistas e colaboradores, gráficos, quadros administrativos e técnicos — que produziu este jornal.

A "falsa partida" de 2 de Janeiro, com as frustrações que suscitara, poderia ter constituído uma ameaça por vezes à credibilidade de um projecto que se propõe noscar novos horizontes e introduzir um novo ritmo na imprensa portuguesa. Durante dois meses, os vicissitudes vividas pelo PÚBLICO tornaram-se motivo de crítica nos meios de informação e entre a opinião pública, motivando os rumores mais desalentadores e, por vezes, mais fantasiosos. Chegou a haver mesmo quem pretendesse que o adiamento da nossa saída obedecia a uma ardida estratégia de "marketing", visando aumentar ainda mais a expectativa.

Nunca decidimos de arrelivar — e, cunhos, o grupo editorial que financiou e permitiu erguer este projecto — na superação das adversidades que tinham impedido, a 2 de Janeiro, o nosso encontro com o público. De qualquer modo, a complexidade desses obstáculos veio revelar-se muito maior do que inicialmente prevíamos. Através da experiência deste tempo de espera, da prolongada incerteza sobre uma data definitiva de saída, desde centos o prazo que, num país como Portugal, as iniciativas inovadoras têm de pagar para podermos ver a luz do dia. Ao voluntarismo que animara a nossa saída na data "impossível" de 2 de Janeiro sucedeu uma consciência mais evadida e fria das realidades. Não basta querer para poder.

Perdida a inocência, conseguimos vencer, porém, a tentação do desistirmo e rebuscetar a nossa determinação. Não criámos os braços, aguardando passivamente que as condições técnicas estivessem finalmente reunidas para podermos sair. Aproveitámos a espera forçada para continuar a enasar-nos activamente o nosso projecto, multiplicando a um ritmo cada vez mais intenso a realização de edições experimentais. Por isso, o jornal que hoje entregamos aos leitores é um produto mais amadurecido e mais sólido do que aquele que teríamos obtido há dois meses. Apesar das falhas e insuficiências que persistem — e que só o contacto com os



leitores permitirá ir corrigindo —, dominamos hoje, com maior rigor e segurança, os mecanismos editoriais e técnicos da produção de um jornal diário. Ao entusiasmo e persistência da equipa do PÚBLICO corresponde, admiravelmente, o onha de curiosidade, compreensão e simpatia com que, desde sempre, a opinião pública acompanhou a nossa trajetória. A realização de números zero levou-

— a contactar inúmeras fontes de informação que acataram, de bom grado, perder o seu tempo falando por um jornal em fase de ensaios e sem divulgação exterior. Essa colaboração generosa e desinteressada teve uma função insubstituível no equipamento do nosso estilo jornalístico.

O desejo de fazermos o PÚBLICO encontra um interesse no desejo dos seus leitores potenciais: conhecer Portugal e o aperfeiçoamento de um novo jornal há tão comentado, nos mais variados registos, como se trata de um grande acontecimento ou de uma instituição nacional. Mas não é institucional o jornal que queremos fazer. Se nunca podemos em dúvida as razões que nos conduzem a aventurar-nos no mundo de um novo diário, sabemos melhor agora porque é que essa aposta vale a pena. Os outros diários representam horizontes que estamos a viver, especialmente na Europa, reforçados de forma decisiva a conversão com que partirmos para este projecto: um mundo em sociedade em ligação com a actualidade.

Encontramos nos hoje mais conscientes dos riscos que ocupa o esforço pioneiro compreendido pelo PÚBLICO, associando uma nova sensibilidade jornalística à utilização de recursos tecnológicos nunca anteriormente testados na imprensa portuguesa. Avontamos num caminho ainda por desbravar e não dispomos de soluções mágicas para a vencer as dificuldades. Mas o preço da nossa aposta é precisamente esse: não é possível responder aos mitos e fascínios dos mitos ou temporariamente sem assumir todas as consequências desta época de incertezas onde se esboça o perfil do próximo milénio.

A Direcção do PÚBLICO

## Iniciativas do PÚBLICO

Entre diversas iniciativas em preparação, o PÚBLICO tem já em curso um projecto, O PÚBLICO NA ESCOLA, dirigido a estudantes do ensino básico e secundário e coordenado por três professores daqueles graus de ensino. O projecto, apoiado pelo Ministério da Educação, visa promover a imprensa — e não apenas o PÚBLICO — como instrumento educativo e de apoio às actividades escolares. Por outro lado, o PÚBLICO propõe o lançamento de um grande concurso de características inéditas em Portugal, segundo modelo existente em alguns grandes jornais europeus. Detalhes das suas e outras iniciativas serão divulgados em próximas edições.



# Nicarágua

## Serrada a meio para juntar o Pacífico ao Atlântico

Imagine-se que as retroscavadoras arrancavam de Viana do Castelo e só paravam em Miranda do Douro, cortando a terra ao meio para que as águas do Atlântico chegassem à fronteira com Espanha e com elas navios de grande calado. É isto mesmo que a Nicarágua se prepara para fazer, cumprindo assim um velho sonho de rivalizar com o Panamá no mapa das rotas mundiais de comércio

Diana Inácio Mendes

**D**esde a Guerra Civil de 1980 que não existem tantas atenções a pairar sobre a Nicarágua. Desta vez, ao contrário de rebeldes sandinistas ou indígenas, a maior república da América Central é ocupada por um batalhão de advogados, consultores de negócios americanos, engenheiros australianos, auditores ambientais britânicos e executivos chineses. Esta agitação é encabeçada por Wang Jin, um empresário chinês que pretende cavar uma enorme via interoceânica entre o Atlântico e o Pacífico através da Nicarágua, que virá a competir directamente com o canal do Panamá. A construção de cerca de 286 quilómetros — uma distância superior àquela que vai de Viana do Castelo a Miranda do Douro — está orçamentada em cerca de 40 mil milhões de dólares (cerca de 30 mil milhões de euros).

Depois de o projecto de lei para a construção do canal ter sido aprovado no Parlamento nicaraguan

o, a 13 de Junho de 2013, com 61 votos a favor e 25 contra, o ambiente é de comemoração por parte do Governo — “Este é um dos dias mais importantes do desenvolvimento histórico e económico do país”, afirmaram os responsáveis — que prevê um crescimento do PIB de 10% a 15% num curto prazo e a criação de milhões de postos de trabalho nos próximos anos.

Com esta aprovação, a frente sandinista liderada pelo presidente Daniel Ortega concedeu ao grupo chinês HKND uma concessão de 50 anos (renovável por mais 50) a troco de uma taxa de 10 milhões de dólares por ano (cerca de sete milhões de euros). No décimo primeiro ano de operacionalização do canal, a Nicarágua terá 10% da empresa, valor que será de 100% no espaço de um século, segundo o *The Wall Street Journal*.

Para dar início a esta obra multimilionária, o empresário chinês registou em Hong Kong uma unidade empresarial criada exclusivamente para o desenvolvimento do canal — grupo HK Nicaragua Canal Development Investment Co. Limited (HKND Group).

Este projecto não revela ainda uma rota concreta para o traçado do canal e são poucos os detalhes

do financiamento ou da viabilidade da obra. Para agilizar os trabalhos, o grupo HKND contratou as consultoras australianas MEC Mining (Mining Engineering Consultants) e a belga SBE (Studiebureau voor Bouwkunde en Expertises) especializadas em obras hidráulicas, engenharia civil e geotecnia. A americana McKinsey também leva a cabo análises de mercado e de crescimento de comércio global que fundamentam economicamente o canal.

Esta ideia está longe de ser recente, tem as suas raízes na época colonial quando uma importante rota comercial atravessava a Nicarágua entre as costas Leste e Oeste da América Central. No século XIX, quando ainda não funcionava o canal interoceânico do Panamá, as embarcações provenientes do oceano Atlântico entravam no rio San Juan (rio que nasce no Lago da Nicarágua e desemboca no mar do Caribe) e navegavam até ao lago da Nicarágua. Percorrido o maior lago da América Central, as pessoas, bens e produtos faziam uma travessia em carruagens perto da cidade de Rivas (entre o rio da Nicarágua e o Pacífico) até chegarem ao oceano paralelo.

O actual projecto de construção do canal, três vezes maior que o do Panamá, é um sonho que durante épocas

decepcionou todos os que nele acreditaram. Mas Wang Jin mostra-se muito confiante e atento a quaisquer obstáculos que a sua obra possa vir a enfrentar. “Nós não queremos que isto se torne numa piada internacional e não queremos que se transforme num exemplo de investimentos chineses falhados”, declarou numa conferência em Pequim.

A um dos maiores trabalhos de construção do mundo estão associados um oleoduto, dois portos de águas profundas, uma ferrovia transcontinental e dois aeroportos. O conjunto destas obras foi avaliado em cerca de quatro vezes o valor do PIB da Nicarágua (10 mil milhões de dólares, cerca de sete mil milhões de euros).

“O canal da Nicarágua — Uma oportunidade de crescimento e prosperidade” é o slogan da empresa concessionária e enquadra as envolventes do projecto.

Segundo análises económicas do grupo HKND a taxa de crescimento média actual do comércio vai triplicar até 2020. A consequência directa deste aumento das trocas mundiais será a criação de embarcações de maior dimensão que irão ultrapassar a capacidade dos canais já existentes.

O alargamento do canal do Pana-

má, actualmente em curso, significa que as embarcações serão capazes de aumentar a sua carga de 5000 contentores para 13.000. De acordo com o especialista em transportes, Rodney McFadden, o canal da Nicarágua pode suportar mais do que o dobro dos contentores conduzidos através da América Central, ou seja, 30.000 contentores por embarcação. Sublinha que embarcações maiores são mais vantajosas porque transportam mais carga pelo mesmo preço, aumentando assim o fluxo de comércio e beneficiando o ambiente, segundo a *Vozes of America*, o serviço oficial de radiodifusão do Governo dos Estados Unidos.

Assim, este canal na Nicarágua pode acomodar uma nova geração de transporte marítimo de minérios, gás e petróleo que de outra forma faria uma rota mais longa pela ponta Sul da América Latina.

A obra, com início agendado para o final de 2014, promete duplicar o PIB da Nicarágua e triplicar o emprego já em 2018, segundo Paul Quist, secretário de políticas públicas da Presidência da República.

A HKND aponta para um prazo de 10 anos até à conclusão da obra e acredita que em 2030 — pouco mais de 16 anos a partir de agora — o volume de comércio terá crescido 240%.





“Este canal pode acomodar uma nova geração de transporte de minérios, gás e petróleo que teria que fazer uma rota mais longa à volta da América Latina

”

o investimento, bem como potenciar a criação de milhares de postos de trabalho em diversos sectores de actividade.

O empresário asiático de 40 anos será responsável pelo financiamento do projecto e, numa entrevista à Reuters, disse que a HKND vai liderar um consórcio de parceiros que irão operar de forma “justa, imparcial e aberta” e que pode vir a incluir empresas internacionais. Embora as negociações estejam a decorrer lentamente, a obra será financiada por grandes bancos chineses e outros internacionais ainda desconhecidos.

Um parceiro provável é a empresa China Railway Construction, uma das maiores corporações estatais de infra-estruturas do país, e que recentemente assinou um acordo de cooperação com o grupo Xirwei Telecom Enterprise, também do empresário Wang Jin.

Mas acresce outra importante polémica – o impacto ambiental de tão monumental obra. A consultora britânica Environmental Resources Management (ERM) foi contratada pela construtora para averiguar as consequências de escavar um canal profundo através do Lago da Nicarágua, o maior lago de água doce da América Latina, e de talhar terras ancestrais indígenas até chegar ao mar do Caribe. E tentar compensar os danos.

“Assumo toda a responsabilidade por qualquer dano ambiental. Disse aos meus funcionários que se se cometer um erro nesta frente vamos ser desonrados nos livros de História da Nicarágua”, declarou Wang Jin, segundo o *The Guardian*.

Mesmo com o compromisso do empresário, as organizações ambientalistas qualificam a construção do canal como “a maior ameaça ao ambiente na história do país” e “o maior risco para a população, que fica desprotegida e incapaz de satisfazer as suas necessidades básicas de água e alimentação”, segundo a *Klonyke*, uma revista colombiana

independente. “É como se houvesse um slogan codificado: ‘O canal a qualquer custo’” disse Manuel Ortega Hegg, vice-presidente da Academia de Ciência da Nicarágua, conforme o *The Economist*.

Víctor Campos, porta-voz do Centro Humboldt de Manágua, revelou à *Klonyke* que fizeram uma denúncia formal e internacional advertindo para as consequências desta construção para o lago da Nicarágua. Segundo explicou, as rotas que atravessarão a reserva de oito mil quilómetros quadrados põem em risco o abastecimento de água potável para milhões de cidadãos. “Nas encostas e proximidades deste lago vive a maioria da população; limitar o acesso à água potável afectaria todos os territórios próximos”, notou.

Além disso, na vasta reserva de água doce habitam mais de 120 espécies ameaçadas – aves, mamíferos, répteis, peixes, anfíbios, moluscos e crustáceos. Os especialistas citam o exemplo de espécies nativas como o crocodilo Acutus, que ficará sem a sua zona de reprodução, ou do tubarão de água doce. O porta-voz do centro diz que o canal será uma barreira ao livre trânsito da fauna e da troca genética entre espécies, provocando um desequilíbrio na biodiversidade da América Central.

#### Legalidade questionada

O projecto pode entrar também em terrenos legais instáveis. Gabriel Alvarez, professor de Direito na Universidade Nacional Autónoma da Nicarágua, disse ao *The Economist* que existem 32 acusações de violação da Constituição, um número sem precedente na Nicarágua. O professor destaca a lei que dá à empresa isenção de impostos e direitos sem restrições a uma vasta extensão de terra, regulamento que viola a soberania do país.

Alguns analistas admitem que um canal deste tipo poderia favorecer a China da mesma forma que o Canal do Panamá favoreceu os Estados Unidos no início do século XX, num momento em que a potência asiática tenta consolidar uma agressiva expansão comercial e política ao nível global.

Um panorama económico possível é que o canal possa aumentar a competitividade dos produtos chineses na América devido à diminuição dos custos de transporte. Isso é especialmente atractivo dada a dimensão do mercado consumidor dos EUA.

“Para a China, é um golo geopolítico nos Estados Unidos”, disse à BBC Mundo Heinz Dietrich, investigador da Universidade Autónoma Metropolitana (UAM) do México. “A China] teria um acesso estratégico muito melhor à América do Norte, algo que não tem neste momento.”

### Projecto do canal da Nicarágua



Acrescenta também que o valor total de mercadorias que transitam os canais da Nicarágua e do Panamá vai exceder os 1,4 biliões (milhões de milhões) de dólares (cerca de 1,03 biliões de euros), tornando esta uma

das mais importantes rotas comerciais do mundo.

A empresa líder do consórcio afirma que a Nicarágua terá benefícios significativos através do aumento do investimento estrangeiro, da

construção de infra-estruturas vitais – estradas, aeroportos, portos – do estabelecimento de zonas de comércio livres e do desenvolvimento de zonas de turismo ecológico que vão estimular o crescimento e



de telecomunicações numa lógica de total convergência de serviços. E neste contexto, e à luz de um mercado em que a mobilidade já não é só voz, é também (e cada vez mais) Internet e entretenimento, que a TMN desaparece. Por enquanto, mantém-se o Moche, a marca tribal destinada aos consumidores mais jovens.

#### Marca em coma induzido

A extinção da marca já estava a ser equacionada há cerca de um ano, mas o investimento publicitário na TMN há pelo menos dois anos que vinha a encolher, assumindo-se a preponderância do Meo (o festival de música Sudoeste, um dos patrocínios mais emblemáticos da marca, deixou de ser TMN para ser Meo). Em declarações ao PÚBLICO, Carlos Coelho, presidente executivo da Ivity Brand, refere "alguma estranheza" na forma como o processo de descontinuação da TMN foi conduzido. "Foi uma marca descontinuada por abandono, por sobreposição de ou-

tra [Meo], mas sem grande explicação", referiu o especialista.

Convicto de que "o processo de transferência de marcas tem mais sucesso quando é feito de forma mais clara", Carlos Coelho não rejeita, ainda assim, que o Meo seja uma marca "melhor posicionada" num "momento decisivo" do mercado de telecomunicações, em que "já não é o móvel que toma a dianteira da modernidade, mas sim o acesso aos conteúdos". Numa época em que "a Vodafone tem um grande desafio" como operador móvel que quer estar no fixo e a Zon e a Optimus prepara a criação de uma nova marca para mostrar que "tem condições de ser muito mais do que a soma das partes", a TMN "deixou de ter espaço", afirma. Nesse sentido, apesar dos riscos que comporta a extinção de uma marca com anos de presença no mercado, não seria possível afirmar que a PT "ficasse mais segura" se não desse este passo, defende.

Mas nem por isso o especialista em

marcas deixa de notar que "é algo estranho fazer-se uma campanha de morte". "Do ponto de vista técnico, não tenho interesse em ir buscar coisas do passado para recordar uma marca que vai morrer, tenho é de concentrar-me no futuro", refere, aludindo à campanha televisiva em que se assinala a extinção da TMN com *remakes* de anúncios da marca dos últimos 20 anos protagonizados pelos Gato Fedorento.

Carlos Coelho reconhece que a marca de serviços convergentes da PT cota sempre melhor que a concorrência nas análises de notoriedade, mas diz tratar-se de "uma marca muito publicitária, que tem muita presença de *media* e está desde o início muito ligada aos Gato Fedorento". O que é sempre um risco: "Os valores da marca têm de ser construídos antes, não se deve construir uma marca em cima de pessoas", constata. "É uma fórmula que tem sido muito bem aplicada", mas que tem prazo de validade.

## Telemóveis: a cronologia do mercado



**1992** A TMN (Telecomunicações Móveis Nacionais) – o primeiro operador móvel português – entra no mercado das telecomunicações móveis com o serviço de rede móvel digital (GSM), complementando a rede analógica (existente desde 1989). A empresa, nascida em 1991, arranca de forma comercial ao mesmo tempo que a concorrente de capitais privados, a Telecel – actual Vodafone. Em 1992, previse-se uma taxa de penetração de 5% para o ano 2000.

**1996** "O telefone móvel é o grande negócio dos anos 90", a taxa de penetração de 5% estimada para o ano 2000 é ultrapassada neste ano, com as vendas a crescerem 90%. Os 270 mil utilizadores de telemóveis quase duplicaram para 516 mil no espaço de um ano. A guerra de quotas de mercado, entre a pública TMN e a operadora dos grupos Espírito Santo e Amorim, é vencida pelos consumidores que, a par da significativa descida de preços dos produtos, ganham na qualidade dos serviços.

**1995**, a TMN lançara o MIMO, o primeiro cartão pré-pago do mundo, e contribuiu para a democratização do telemóvel, depois de, em 1993, ter lançado o *voice mail* e o *roaming* e em 1994 o primeiro plano personalizado de preços. Passados dois anos, nasce a Optimus, através da união do grupo Sonae, EDP e France Telecom.

**2000** Os telemóveis conquistam Portugal com uma taxa de penetração quase a chegar aos 60% e a TMN ultrapassa os 2,5 milhões de clientes, à frente da Telecel com cerca de 2 milhões e da Optimus com cerca de 1 milhão. A TMN é a primeira a comercializar a tecnologia GPRS (com uma taxa de transferência de dados superior à GSM) e comprova a sua liderança tendo todo o seu campo de actividade certificado segundo



a Norma ISO 9001. Neste ano, as telecomunicações representam cerca de 4% do PIB, contrastando com a baixa contribuição do sector para o emprego nacional – 0,41%. No ano seguinte, a Telecel passa a Vodafone.

**2004** Vive-se a febre do envio de imagens e vídeos através do telefone, consagrando-se a TMN como o primeiro operador nacional e o terceiro na Europa a lançar o serviço de videochamada sobre a rede de terceira geração móvel. O número de utilizadores de telemóveis, que em 1990 era de 6500, ultrapassou os 10 milhões neste ano, contando a TMN com uma quota de mercado de cerca de 40%, a Vodafone cerca de 33% e a Optimus cerca de 21%. Este ano, os portugueses



tornavam-se os campeões no que toca a comunicações móveis, proporcionando uma taxa de penetração de cerca de 106% – valor acima da média europeia de cerca de 94%. De tal forma que, em 2006, empresas de conteúdos móveis, como a norte-americana Jamba, utilizam Portugal como "tubo de ensaio" para a venda de *wallpapers*, toques ou jogos através de portais da Internet.

**2008** A operadora da PT lança a assinatura "Até já" e o Mobile TV, um serviço actualmente com 27 canais de televisão acesíveis através do telemóvel, iniciativas que lhe permitiram celebrar os 6 milhões de clientes, em 2007.



Durante este ano e, depois da separação da TV Cabo e da PT, o grupo lança o seu serviço *triple play* com a marca MEO e surge a ZON Multimédia como marca independente.

**2013** A PT anuncia que os serviços da TMN passarão a ser prestados sob a marca MEO, que passa a MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia.

Diana Inês Mendes

## Fosun compromete-se com colaboração “a longo prazo” na Caixa Seguros

**Privatizações**  
Diana Inácio Mendes

**Presidente da capital de risco chinesa afirma que o negócio com a CGD será “o primeiro passo significativo para a internacionalização”**

A privatização do negócio de seguros da Caixa Geral de Depósitos (CGD) foi formalizada ontem, depois de o Governo ter escolhido, em janeiro, a proposta da Fosun International Limited, num negócio superior a mil milhões de euros. A companhia chinesa promete “cooperação de longo prazo” com o banco público português.

Com a compra de 80% da Fidelidade, da Multicare e da Cares pelo grupo chinês, o Estado totalizou um encaixe de 1209 milhões de euros, em resultado da distribuição prévia de dividendos no valor de 208,9 milhões. As receitas com esta privatização vão chegar, no entanto, a 1264 milhões de euros, já que outros 55 milhões serão arrecadados com a oferta pública de venda de 5% da Fidelidade, destinada aos trabalhadores. Se a procura não abranger a totalidade da oferta, as acções que restarem serão entregues à Fosun.

Guo Guangchang, administrador da Fosun, afirmou ontem, no Ministério das Finanças, que a concretização desta cooperação entre Portugal e a China será “o primeiro passo significativo para a internacionalização da actividade seguradora da Fosun”. Em Portugal, a Fidelidade, a Multicare e a Cares representam 30% do mercado segurador.

Durante a cerimónia, José de Ma-

tos, presidente executivo da CGD, explicou que, com a cedência do controlo accionista da Caixa Seguros, a instituição bancária fortalecerá a sua solvabilidade para cumprir as novas regras europeias para o sector da banca e assim poderá “continuar a apoiar a economia nacional”. O responsável garantiu ainda que o grupo “assumirá as suas responsabilidades no sector segurador, nomeadamente com o novo accionista maioritário”.

A ministra das Finanças, Maria Luís Albuquerque, depois de defender que a operação “beneficia sobretudo a CGD”, garantindo que o banco do Estado “pode agora canalizar recursos e poupanças para a recuperação da economia portuguesa concedendo crédito à actividade produtiva”.

Para José de Matos, a parceria com a Fosun “tem potencialidade para ser estendida a outras áreas de actividade, dentro e fora de Portugal”. Esta ideia é partilhada por Guo Guangchang, que pretende criar sinergias com a Peak Reinsurance e com a Yong na P&C Insurance (participadas da Fosun). O objectivo é “alcançar um rápido desenvolvimento do negócio pelo mundo, especialmente na comunidade de países de língua portuguesa”.

O administrador da Fosun não quis comprometer-se com a longevidade do investimento na seguradora, mas garantiu que “esta cooperação será sem dívida estável e de longo-prazo”. A garantia dada pelo investidor chinês, de que se manteria no capital da Caixa Seguros durante dez anos (quando a exigência era de quatro), terá sido um dos factores que pesou na escolha do Governo.

A Fosun disputou a corrida a esta privatização com a *private equity* Apollo (EUA).



Foi assinado ontem o contrato de venda da Caixa Seguros à Fosun



Empresa acabou por colocar todas as acções, com a procura a exceder ligeiramente a oferta

## Adesão de trabalhadores às acções da ES Saúde recuperou na recta final

**Bolsa**  
Pedro Crisóstomo

**Grupo de saúde conseguiu dispersar 49% do capital, que fica nas mãos de apenas 60 institucionais e de 2740 pequenos investidores**

A operação de dispersão em bolsa de 49% do capital da Espírito Santo Saúde (ESS), que antecede a estreia das acções da empresa na praça lisboeta, conseguiu captar 2800 investidores, permitindo ao grupo colocar no mercado as acções estimadas e concretizar a alienação de 49% do capital, anunciou ontem o grupo.

A Rio Forte, *holding* do GES para os activos não-financeiros, mantém o controlo do grupo, com 51% do capital, através da Espírito Santo Healthcare Investments.

Com esta operação, anunciada em meados de janeiro com o objectivo de reforçar os capitais da empresa e garantir-lhe “flexibilidade para investimentos futuros”, os investidores institucionais ficam com 39,2% do capital, enquanto 9,27% dos títulos estão agora nas mãos de investidores de retalho e 0,53% dos trabalhadores.

A procura superou a oferta, chegando a 104,9%. A adesão dos trabalhadores, que no início da semana era reduzida, acabou por chegar

aos 100%, atingindo 502.160 acções (exactamente o mesmo número de títulos em oferta).

Já as ordens de compra do público, que já haviam superado a oferta, chegaram a 105,1%, atingindo 9,3 milhões de títulos, acima dos 8,8 milhões em oferta. Assim, no conjunto destes dois segmentos, a procura ascendeu a 9,8 milhões de acções, ultrapassando as 9,36 milhões de acções a alienar.

Quando, na próxima quarta-feira, o braço de saúde do Grupo Espírito Santo (GES) se estreiar em bolsa, as acções vão ser vendidas a 3,20 euros, o preço mínimo estabelecido para a operação de dispersão de 49% do capital do grupo. O preço final da oferta ficou definido com a conclusão do período de subscrição dos títulos, confirmado ontem em sessão especial de bolsa.

A oferta decorreu de forma combinada. Enquanto uma parte foi realizada através da chamada Oferta Pública de Distribuição (OPD) e dirigida aos trabalhadores do grupo liderado por Isabel Vaz (na foto) e ao público em geral, a outra envolveu os investidores institucionais, que, embora estejam em minoria, concentram nas suas mãos a maior fatia do capital em causa (37,5 milhões de acções).

Dos 2800 investidores que aderiram à operação, apenas 60 são investidores institucionais. Os restantes 2740 são investidores de retalho ou funcionários que compraram acções e que, embora em pequena escala,

ficaram accionistas do grupo onde trabalham. No início da semana, os trabalhadores haviam subscrito apenas das acções que lhes poderiam ser atribuídas, mas a adesão acabou por melhorar, chegando ao objectivo pretendido pela empresa.

Ao todo, o encaixe associado à operação é de 149,8 milhões de euros: enquanto 29,9 milhões foram conseguidos através da OPD (retalho e trabalhadores), a maior fatia veio da oferta institucional, cerca de 119,8 milhões de euros. Se, no primeiro caso, 99% dos investidores são residentes, na oferta institucional, só 15,9% das ordens de compra partiram de Portugal, registando-se um interesse significativo de investidores do Reino Unido (mais de metade) e ainda dos EUA e de Espanha.

A Espírito Santo Saúde, a operar desde 2000, tem 18 unidades. Controla o Hospital da Luz, em Lisboa, gere o Hospital Beatriz Ângelo (Loures) em regime de parceria público-privada, tendo ainda sete hospitais privados, sete clínicas em regime de ambulatório e duas “residências sénior”.

Depois de a EDP Renováveis avançar para a dispersão de capital, em 2008, a praça lisboeta esteve durante cinco anos sem que alguma empresa concretizasse uma oferta pública inicial, mas num curto espaço de tempo interrompeu o jejum com duas operações. A primeira foi em Dezembro, com os CTT, seguindo-se agora a ES Saúde. **com Ana Brito**

### Inquérito mostra sentimento de que a austeridade no país é "inevitável"

**A** austeridade mata muito mais do que cura". Esta é o sentimento de 61,7% dos portugueses inquiridos pela Fundação de Inquirições das Políticas de Austeridade (FIP) feitas pela ICS. Estes resultados foram ontem apresentados em Lisboa, durante a apresentação do livro *A Austeridade Cuius? Austeridade de Quem?*. O estudo de opinião, encomendado no âmbito da obra coordenada por Eduardo Paz Ferreira, responde a um "semimemório comum à 'austeridade'", lá que mais do metade dos inquiridos considera que a austeridade "trouxe o país económico e socialmente", conforme afirma o professor sociológico da Faculdade de Direito de Lisboa. No entanto, os sentimentos da amostra consideram o vínculo entre a inevitabilidade (42,5%) e a insustentabilidade (31,7%). Este é um resultado "impressionante", já que espelha a "passividade" e "resignação" com que a população está a lidar com o programa concebido para Portugal, reagiu Paz Ferreira, após questionar o INEPI (CCI) sobre os resultados. No que respeita ao fim do programa, 63,6% dos inquiridos preferem que, mesmo não a recusada das políticas da troika, a austeridade vá prosseguir por uns anos. O misto entre a convicção de que a austeridade "mata" e vai continuar, é, para o responsável deste projeto, "pouco agradável". Contudo, 49,3% dos inquiridos "duvidam da existência de propostas credíveis para lhe por fim". Quanto a saber de quem depende mais o encaminhamento das medidas, uma ligeira maioria acha que o Governo

## Governo já lançou consulta ao mercado de transportes e quer transferir dívida

Raquel Almeida Correia

**O** Governo lançou ontem a consulta pública ao mercado para avaliar em que condições dos transportes públicos. No documento, o executivo queritmo: se os privados estão dispostos a assumir dívida histórica das empresas, em troca da atribuição de indemnizações compensatórias ou de uma extensão na duração do contrato. Deixa em aberto a possibilidade de concessão a empresas em conjunto ou em separado, mas definiu dois modelos para a operação: um em que o operador assume todos os riscos e provisão do negócio e outro em que é remunerado em função de objetivos. Os interessados têm até 7 de Março para se pronunciarem.

O documento, a que o INEPI (CCI) teve acesso, foi divulgado ontem junto de cerca de uma dezena de potenciais concorrentes, bem como das autarquias e autoridades reguladoras de Lisboa e de Porto, entre outros. Esta consulta ao mercado é o primeiro passo formal da operação, já que os resultados vão servir para o Governo fechar o modelo das concessões a privados da Metro de Lisboa, Carris, Metro do Porto e STCP. Uma vez escolhidos os comentários, o executivo irá, em articulação com os municípios, lançar um concurso público que se prevê que esteja concluído até ao final do primeiro semestre. O processo está nas mãos do secretário de Estado das Infra-estruturas, Transportes e Comunicações, Sérgio Monteiro.

Nesta consulta, que foi lançada antes da clara acórdão, com a troika final de Março, como referia o relatório da última avaliação divulgado ontem pelo Fundo Monetário Internacional, o Governo definiu, à partida, duas grandes opções para o modelo de concessão. A primeira pressupõe que o operador privado se sujeite ao risco de paragem e fique com todas as receitas tarifárias e comerciais,

e uma taxa de retorno adequada", já que deixaria de ser pagas indemnizações compensatórias, atualmente concedidas às transportadoras do Estado para compensar a prestação de serviço público.

É um segundo modelo em que a mesa em que o privado fica responsável pela operação, passando a ser remunerado através de uma comissão fixa e de uma variável, em função dos resultados atingidos. Poderão ainda ser dados incentivos e o aumento da procura, limitados entre 5 a 10% das receitas anuais, embora não se especifique de que tipo. No documento, refere-se, porém, que "estes dois modelos podem ser combinados entre si".

Com base nestes cenários, é elaborado um conjunto de questões aos interessados, nomeadamente sobre soluções para minimizar a eliminação das indemnizações compensatórias. O tema, muito a ser debatido, não é, porém, a pergunta crucial: o Governo volta a insistir na transferência de passivo das empresas para os privados. "Como avalia a viabilidade de os operadores assumirem parte da dívida histórica?", questiona-se, acrescentando que esta assunção poderia ser compensada pela

facilidade em que

exten-

Utrik

No em

quatro

milhões

maior

Lisboa

se vai

devo

va. E,

então

preço p

insisti

so, pe

do Est

adão,

as pt

se ali

costa:

No

atua

em p

quant

bilho

de 31,

taque

20,5



## Jugal e Ministério correm da caso Jardim-BCP



António da Horta, governador do Banco de Portugal

sociedades *offshore* (de propriedade do último dono), as Ilhas Cayman, e que tinham valores de 100 milhões de euros; em 2007, depois de um grande acionista (o mensageiro), sobre este ponto, ter sido testemunhado a Horta, deu a entender que existia violação do código (uma vez de FI que evocou a nulidade do crime que, segundo a investigação do caso BCP, deu por terra grande parte do regulado na audição de 17

abertura de um inquérito para apreciação da transição do processo desde que foi remetido ao tribunal pelo TUP. A decisão do juiz António da Horta de considerar ex-litis (clausura) as contra-ordenações a Jardim Gonçalves só afecta o ex-fundador. Os restantes arguidos que se mantiveram em funções após Março de 2005 (Christopher de Beck, António Rodrigues, Filipe Pinhal, Alípio Dias, António Castro Henriques, Luís Gomes, Paulo Teixeira Pinto, além do próprio BCP) vão continuar a ser julgados. Neste caso os processos prescrevem, em várias fases, até 2014. Reza de ser que o BCP, no processo BCP, foi apoiado juridicamente pelo gabinete de advocacia Sêculo Carreira & Associados. De acordo com a documentação oficial, entre Agosto de 2000 e Fevereiro de 2004, o valor do contrato (que pode não ter sido executado na íntegra) totalizava 635 mil euros por serviços de assessoria

## Portugueses nunca reclamaram tanto como em 2013

### Consumo Diana Inácio Mendes

Portugueses apresentaram 222.434 queixas no ano passado, um número recorde. Destaque vai para a ASAR e Anacom

Os consumidores fizeram mais de 200 mil queixas no livro de reclamações, em 2013, o que significou um aumento de 7,9% face ao ano anterior, e o maior valor registado desde 2010. O aumento das participações aconteceu sobretudo nos sectores das comunicações, da banca e de todas as actividades de comércio reguladas pela ASAR (como a restauração).

Os dados foram divulgados pelo secretário de Estado, Leonardo Matias, que afirmou que os portugueses realizaram um total de 222.434 reclamações, no ano passado, atingindo um valor recorde. "Foi o ano em que os portugueses mais reclamaram", sublinhou.

A ASAR pelo seu "carácter transversal" na actividade comercial foi a entidade que registou o maior número de queixas, com 119.154, a Anacom recebeu 61.620 queixas, consagrando o sector das comunicações como "o que teve mais reclamações", seguida do Banco de Portugal, com 9.400 participações.

No sector das comunicações os consumidores portugueses reclamam especialmente das "cláusulas dos contratos, equipamentos deficientes e avarias", ligados às telecomunicações. No caso da ASAR, uma das principais queixas está relacionada com "atendimento deficiente", enquanto as participações

registadas pelo Banco de Portugal dizem respeito a operações de depósito, poupança e crédito ao consumo.

Durante a conferência de imprensa, no âmbito do dia mundial dos direitos dos consumidores, que hoje se celebra, o governante acrescentou que o Estado irá avançar com um livro de reclamações eletrónica, em sectores piloto tutelados pela Anacom e pelo Instituto Nacional de Aviação Civil (INAC), para que seja possível "desmaterializar alguns procedimentos".

No entanto, o livro em formato digital, afirmou Leonardo Matias, "não vai substituir o livro convencional", já que "nem toda a gente tem acesso à Internet". Não obstante, no entanto, quanto à esta iniciativa será levada à prática.

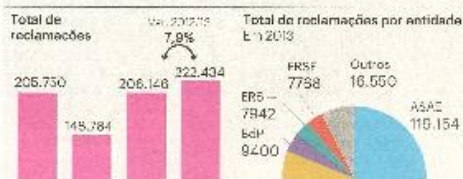
As compras online de viagens apresentam 50% do peso total em Portugal. Este sector, por sua vez, é tutelado pelo INAC, que ficou em sexto lugar em quanto entidade que mais reclamações recebeu em 2013 (6.092 queixas).

### Novas regras ao telefone

Em vigor, a partir de 13 de Junho, vai entrar em vigor uma nova directiva europeia (2011/83/EU), que implicará novos direitos e obrigações para os consumidores e operadores económicos. Em especial destaca-se que os contratos celebrados à distância, seja via *online*, por telefone ou fora do estabelecimento.

A partir dessa data, os consumidores não poderão ficar vinculados nos contratos se, independentemente do que ficar estabelecido por telefone, assinarem a oferta em causa ou enviarem o seu consentimento escrito aos operadores económicos.

### ASAR com mais reclamações



## Jovens serão alvo da Ecco nas novas contratações

### Calçado

A fábrica que a marca sueca de calçado Ecco tem em Portugal vai contratar 300 trabalhadores e o director-geral da unidade, instalada no concelho da Feira, anuncia que será dada prioridade "à geração mais jovem". Gustavo Kremer afirma que aos actuais 861 colaboradores da fábrica de S. João de Ver se juntarão, assim, cerca de 300 novos funcionários "maioritariamente operadores, mas também quadros técnicos e de apoio à produção".

A selecção de candidatos verificar-se-á "sem nunca descuidar o recrutamento de pessoas com experiência, que serão sempre uma mais-valia para a empresa", mas o director-geral da fábrica revela que "tendo em conta a situação actual do país, com uma elevada taxa de desemprego jovem, a Ecco quer dar a oportunidade à geração mais nova".

Reconhecendo que, em 2009, a fábrica procedeu ao despedimento colectivo de 177 trabalhadores, Gustavo Kremer explica que, neste momento, a empresa está mais concentrada em "recrutar as pessoas certas para os lugares certos".

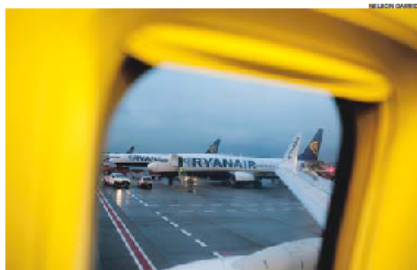
Sem entrar em detalhes técnicos, o mesmo responsável adianta que "15 milhões de euros é o valor estimado para a renovação e ampliação das instalações da fábrica", que pretende proporcionar melhores condições de trabalho ao pessoal da casa.

"A unidade de Portugal é responsável pela produção de amostras e protótipos de todas as colecções Ecco e pelas edições especiais, assim como por produtos de elevado nível de exigência e complexidade", realça Kremer. "É extremamente importante estar perto dos mercados e a Ecco em Portugal é muito flexível, tem trabalhadores altamente especializados, ancorados com competências na arte do fabrico de sapatos", acrescenta.

Actualmente, os produtos da marca sueca são comercializados em 87 países – os principais mercados são os EUA, a China e a Rússia.

No ano passado, o volume global de negócios do grupo foi de 1131 milhões de euros e a estratégia passa agora por dar continuidade a esse crescimento sustentado, com Gustavo Kremer a prever que, em 2014, a facturação e o lucro "sejam superiores aos alcançados em 2013".

Mas mais do que crescer em volume, "a visão do grupo é ser a melhor empresa de calçado do mundo e não a maior", garante Kremer. **Lusa**



Empresa já é líder no aeroporto Sá Carneiro, no Porto

## Ryanair pretende superar a TAP em Lisboa em dois anos

### Aviação Diana Inácio Mendes

Companhia irlandesa quer ultrapassar a EasyJet dentro de um ano e desafia o território da TAP no aeroporto da Portela

O Presidente da Ryanair, Michael O'Leary, afirmou que a companhia pretende "ultrapassar a TAP entre os próximos 18 meses a dois anos", previsão que a colocaria numa posição dominante no transporte de passageiros do aeroporto de Lisboa, acrescentando que este crescimento "depende de discussões que estão a decorrer com a Vinci", a nova detentora da gestora aeroportuária ANA. Após uma conferência de imprensa, realizada quarta-feira em Londres, o presidente da low-cost afirmou ainda que a Ryanair "será o número dois em Lisboa, no prazo de um ano", ultrapassando a EasyJet que tem uma quota de mercado de 10%, logo a seguir à TAP. A companhia portuguesa domina actualmente o topo da lista de companhias aéreas a operar no aeroporto da Portela, com um volume de transporte de viajantes de 59%.

A Ryanair já é líder no aeroporto Sá Carneiro, no Porto, com 41% dos passageiros movimentados e no aeroporto de Faro, com 30%, de acordo com os dados do último trimestre do ano passado divulgados pelo INAC.

A empresa irlandesa quer uma quota de mercado de 16% até ao final do ano, através do transporte de "cerca de 5 milhões de passageiros" a nível nacional. No ano passado, os aeroportos portugueses movimentaram 32 milhões de passageiros. Quando questionado acerca da pri-

vatização da TAP, Michael O'Leary, disse que a companhia "devia ser vendida à British Airways e à Iberia", reunidas na IAG, e afirmou que a empresa "precisa de melhores parceiros do que o Governo português". A alienação da TAP está nos planos do Governo, mas ainda não arrancou formalmente a segunda tentativa de venda, após o falhanço do negócio com Germán Efromovich.

Outras novidades passam por um aumento do número de avões com base no aeroporto de Lisboa, disponibilizando assim um leque mais alargado de viagens para outros capitais europeias, bem como a criação de "um segundo voo na rota doméstica entre o Porto e Lisboa", um trajeto que a partir de 2 de Abril será apenas diário. Com estas medidas, a Ryanair tenciona apostar no segmento dos passageiros de negócios, mercado onde pretende voltar a entrar.

Durante a apresentação em Londres, o CEO anunciou também um novo modelo de negócio que apesar de continuar com o "centro de gravidade" nos preços mais baixos e nas melhores rotas, aposta agora numa "nova experiência de viagem" através da melhoria dos serviços prestados aos clientes. Segundo O'Leary, aqueles que pretendam viajar com a companhia irlandesa podem contar, a partir de Abril, com um novo *site* mais "instintivo, rápido e simples" e com uma aplicação que permite escolher, comprar e fazer check in online através *smartphone*.

No entanto a "nova cara" da Ryanair já está à vista. A companhia permite, desde Fevereiro, que sejam transportadas a bordo uma mala de cabine e uma mala de mão, por pessoa. E reduziu, para entre 5 a 10 euros a marcação de lugar.

O PÚBLICO viajou a convite da Ryanair

## Fusão entre a PT e a Oi avança mas só será concluída no terceiro trimestre

### Telecomunicações Ana Brito

Accionistas da PT aprovam aumento de capital necessário à fusão no dia em que a PT respondeu à Unitel sobre dividendos

Os accionistas da Oi e os da PT aprovaram ontem, nas respectivas assembleias gerais, o aumento de capital da Oi, e a contribuição dos activos da PT (excluindo o Brasil) para essa operação, dando um passo decisivo para se proceder à fusão entre as duas empresas.

Porém, o desfecho da fusão, inicialmente previsto para Junho, passou agora para o terceiro trimestre. Quando a incorporação e a fusão estiverem concretizadas, a Corpco, dona de 100% do capital da Oi (já com activos PT), será detida em cerca de 37,4% pelos antigos accionistas da PT (como o BES e a Ongolig), em 3,9% pelos antigos sócios da Tpart (controladores da Oi), 47,8% corresponderão *afree float* (em que se incluem antigos accionistas minoritários e investidores participantes do aumento de capital) e 10,9% serão detidos pelo FIA (um fundo de investimento gerido pelo grupo financeiro brasileiro BTG Pactual e pelos actuais accionistas da Tpart). Essa foi a mensagem passada pelas administrações das empresas aos seus accionistas.

No final, o novo grupo deverá ter cerca de 77,5% das suas receitas geradas no Brasil, 20% em Portugal e 2,5% em África, com o grosso do ne-



Granadeiro, presidente da PT, quer os dividendos de Angola

gício a repartir-se pelos segmentos empresarial, grossista e residencial. Já Portugal será o maior gerador de *cashflow* da empresa.

Para que tudo isto aconteça é necessário que, além da incorporação dos activos da PT na Oi, avaliados pelo Santander Brasil em cerca de 5700 milhões de reais (cerca de 1784 milhões de euros ao câmbio actual), se concretize a componente do aumento de capital em dinheiro, cerca de 8000 milhões de reais (aproximadamente 2500 milhões de euros).

Além deste passo em frente na fusão, o dia de ontem ficou também marcado pela resposta da PT aos argumentos usados pela angolana Unitel (da qual detém 25%), para recusar pagar dividendos. Segundo o presidente da PT, Henrique Granadeiro, a operadora portuguesa tem a receber cerca de 246 milhões de euros.

Mas a Unitel diz que está "impedida de pagar dividendos" porque nos seus registos de accionista está a Portugal Telecom Internacional e não a PT Ventures, a sociedade que a partir de 2009 lhe passou a solicitar o pagamento de dividendos. Para a PT, este argumento não faz sentido. Em comunicado, a empresa salientou que a sua participação "na Unitel" é e sempre foi detida pela mesma sociedade portuguesa, que alterou em 2002 a sua denominação de Portugal Telecom Internacional, para PT Ventures. Esta identificação não só consta "da generalidade dos documentos societários emitidos pela Unitel, incluindo dos títulos representativos das acções, actas da assembleia geral e relatórios e contas anuais", como foi através dela que o "grupo PT recebeu, até Novembro de 2012, dividendos distribuídos pela Unitel".

O momento da comunicação da Unitel, controlada por Isabel dos Santos e pela Sonangol, a dois dias de uma AG decisiva para o sucesso da fusão com a Oi, também não passou despercebido e foi lido como uma forma de pressionar a PT a sair da empresa angolana. A Unitel referiu mesmo que os demais accionistas da empresa "gozam do direito de preferência sobre as acções da Unitel no caso de uma transacção ou fusão", não tendo sido "notificada da desistência deste direito por qualquer accionista".

Na sua resposta, a PT sublinhou que o "direito de preferência trata-se de uma matéria respeitante unicamente aos accionistas" da Unitel e é nesse âmbito que deve ser discutida.

## Distrito de Lisboa foi o mais afectado pelo fecho de agências bancárias

Só na zona da Grande Lisboa já encerraram 115 agências bancárias, num processo de redução de sucursais que está a ocorrer a nível nacional e que tende a continuar

**Banca**  
Diana Inácio Mendes

Na Alameda dos Oceanos, em Lisboa, no espaço onde antes estava um balcão para atender clientes de um banco, há agora secretárias para receber quem precisa de se deslocar à nova junta de freguesia desta zona oriental da cidade. Em Belém, perto do rio Tejo, onde antes havia filas para fazer depósitos ou levantamentos, há agora pessoas a pedir pequenos-almoços.

No primeiro caso, uma sucursal do Barclays cedeu o lugar à sede de uma estrutura de poder local. No segundo, o Millennium BCP desapareceu e deu origem a mais uma loja da Fadarja Portuguesa. Ambos são exemplos de uma tendência que tem marcado a banca nacional e, por consequência, o espaço urbano: o encerramento de centenas de balcões, substituídos por diversos outros serviços ou apenas por espaços vazios.

Só em 2012 encerraram 374 balcões, segundo dados da Associação Portuguesa de Bancos (APB). No final desse ano, a malha de sucursais do sector bancário era composta por 5932 balcões, o que significa voltar a valores de 2006 (5977). Depois do boom, o emagrecimento é ditado pela contenção de custos e pelas imposições de Bruxelas no âmbito das ajudas dadas a instituições como o BCP, Bsnif, BPI e Caixa Geral de Depósitos (CGD). O saldo entre aberturas e fechos foi positivo até 2011 (ver infografia), mas, no ano seguinte, registou-se uma queda abrupta, com um saldo negativo de 374 agências.

Do total dos encerramentos que se verificaram em 2012, mais de 65% (244 balcões) foram realizados pelas principais instituições bancárias nacionais (Santander Totta, Millennium BCP, BPI, CGD, BIC, BES, Banif, Montepio e Barclays), segundo dados da APB, sendo que estes nove bancos detêm cerca de 82% do total de agências do sector. A este valor há que somar mais 366 balcões que estas instituições fecharam no pas-

sado. O BIC, que absorveu o BPN, e que encerrou várias unidades após a fusão, afirma que não se desfez de nenhuma agência em 2013.

No caso do Santander, BCP, BPI e BES, a redução da rede de retalho tem acontecido desde o início da crise económica e financeira, em 2008, sendo que só estas cinco instituições encerraram um total de 497 destes imóveis até ao ano passado.

Comparando 2008 e 2013, verifica-se que o Santander Totta e o BCP foram as duas instituições financeiras que encolheram mais a rede de sucursais: menos 145 e 144 balcões, respectivamente. Segue-se o BPI, com menos 108, e o BES, com menos cem. Já o Barclays destaca-se pela diferença entre 2012 e 2013, período em que fechou 113 agências.

### Diferentes destinos

Lisboa foi o distrito que assistiu ao maior número de encerramentos a nível nacional em termos absolutos. Aqui, 115 espaços comerciais deixaram de ser agências, entre 2008 e 2012, para passarem a ser ocupados por outros tipos de negócios. Em termos relativos, é o Funchal que está no topo do ranking, com uma queda de 12% (menos 18).

Na Parede, concelho de Cascais, há uma "rua dos bancos" na zona mais comercial. Aqui, onde havia um BIC/BPN, está agora colado um cartaz a dizer "vende-se". Ao lado, um BCP vai dar lugar a uma imobiliária. Com tantas agências a fechar, seria difícil assistir a uma tipologia única de substituição de um serviço por outro. Nalguns casos, os bancos arrendam o imóvel, mas noutros eram o seu proprietário.

Carlos Récio, *associate director* da CBRE, consultora do mercado imobiliário, explica que os bancos que estão no mercado há mais anos "e que muitas vezes até são resultado de fusões acabam por ter um portefólio, ainda com alguma dimensão, de imóveis dos quais são proprietários". Por outro lado, diz, "os bancos mais recentes e aqueles que realizaram um processo de expansão há menos tempo têm a maioria das suas lojas arrendadas". Quando se



O destino das ex-agências após a sua recolocação no mercado é diversificado. Só o Barclays fechou mais de cem balcões num ano

trata de transferir o espaço, a recolocação e posterior transacção destas lojas acontece "mais facilmente em zonas urbanas *prime*, quer seja em áreas de cobertura empresarial quer seja em zonas que privilegiem o comércio", adianta. Na mesma lógica, nos meios urbanos menores a procura deste tipo de espaços é mais reduzida "e, em resultado disso, existem bastantes lojas vazias", diz.

O destino das ex-agências após a sua recolocação no mercado "é diversificado", e pode albergar "actividades de comércio indiferenciado, restauração, organismos públicos, ou até mesmo balcões de outros bancos", sendo o perfil de comprador heterogéneo.

Em Belém, perto do Mosteiro dos

# 4000

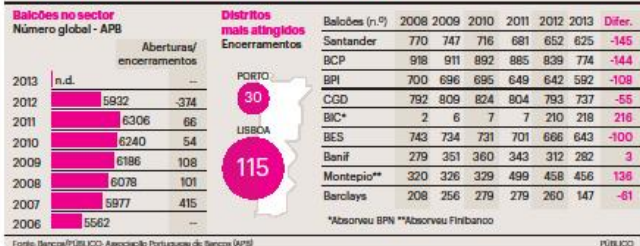
O encerramento de sucursais está ligado à extinção de postos de trabalho no sector, processo que já conduziu à saída de quase quatro mil empregados



Jerónimos, onde existia um balcão do Barclays, está agora um espaço em reabilitação. Após o encerramento desta agência houve, conta Carlos Rêcio, uma disputa entre dois

interessados por estes 140 metros quadrados que, "não sendo considerados *prime*, têm bastante procura por serem um destino importante para turistas". Após um processo

## Retrato de um sector em transformação



que levou "cerca de três meses de negociação", a CBRE fechou negócio com uma conhecida cadeia de restauração, que ficou em vantagem em relação à concorrente geladaria.

No caso da ex-agência do BCP que é agora uma Padaria Portuguesa, o diretor-geral da empresa de restauração, Nuno Carvalho, explica que, sendo a localização um factor crítico de sucesso para o seu negócio, "a loja escolhida estava bem posicionada, por ter boa visibilidade e estar numa área interessante". "Já são várias as lojas que abrimos onde anteriormente operavam agências bancárias", conta Nuno Carvalho.

Quem por ali passa não parece muito incomodado com a mudança. "Gostamos mais que esteja aqui uma padaria do que um balcão, aqui podemos conviver", disse Julieta Ribeiro, de 77 anos, acompanhada pela amiga Duclina Fernandes, de 83 anos. Para estas moradoras de Santa Maria de Belém, freguesia mais antiga de Portugal, este novo espaço com vidros panorâmicos, onde se pode ouvir música popular portuguesa, é agora um ponto de encontro quase todas as tardes.

"A mim não me fez diferença ne-

nhuma [o fim da agência]. Aliás, estava quase sempre vazia", disse Maria João, trabalhadora num supermercado, referindo-se ao antigo balcão do Barclays, arrendado pela Junta de Freguesia do Parque das Nações numa zona estrategicamente central.

**Este ano, o Santander Totta, BCP, Banif e Montepio antevêm o fecho de mais 169 agências. Mas o processo de encerramentos será mais profundo, já que outros bancos continuam o ciclo de emagrecimento**

A dinâmica de encerramento de balcões não é um fenómeno exclusivamente português, antes pelo contrário. Este processo tem ocorrido por toda a Europa, com países como Espanha, Itália, Alemanha ou Reino Unido a verem as suas redes bancárias serem reduzidas.

Por outro lado, Portugal tem uma posição privilegiada de acesso a serviços como as máquinas Multibanco, com 192 caixas ATM disponíveis por cada cem mil adultos. Já na utilização da Internet, apesar do aumento significativo da utilização deste serviço em Portugal, a média de utilizadores estava nos 23% em 2013, aquém dos 42% da média europeia, de acordo com o Eurostat.

O fecho de balcões no mercado nacional, e que já provocou a extinção de quase 4000 postos de trabalho, tende a continuar. Este ano, o Santander, BCP, Banif e Montepio antevêm o fecho de mais 169 agências. Mas o processo de encerramentos será mais profundo, uma vez que outros bancos continuam o ciclo de emagrecimento. Falta saber que novos serviços irão preencher estes futuros espaços vazios. **Texto editado por Luis Villalobos**

