

Representações do jornalismo e dos jornalistas

Representations of journalism and journalists

Carlos Camponez

Universidade de Coimbra, CEIS20

carlos.campones@fl.uc.pt

<https://orcid.org/0000-0003-0832-7174>

Madalena Oliveira

Universidade do Minho, CECS

madalena.oliveira@ics.uminho.pt

<https://orcid.org/0000-0001-8866-0000>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_13_0

O número 13 da *Mediapolis* dedica o seu dossiê principal ao complexo tema das representações do jornalismo e dos jornalistas. O modo como o jornalismo representa o mundo e os efeitos que essa representação tem na maneira como as pessoas compreendem os seus contextos e neles atuam é uma das matérias centrais de estudo das Ciências da Comunicação e uma das principais preocupações que moveram os primeiros investigadores desta área científica. É, por outro lado, uma das questões políticas sensíveis nos regimes democráticos, mesmo quando o que está em jogo é informação considerada errónea e falsa, como se viu recentemente, em Portugal, com a polémica acerca da Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital. O tema é complexo e a dificuldade na sua abordagem surge do facto de o jornalismo, no papel quotidiano de representar o mundo, se (auto)apresentar a si próprio e mobilizar formas de representação sobre si.

Representações do mundo

O jornalismo é reconhecido como uma atividade essencial à promoção

de informação de qualidade, num compromisso com a verdade dos factos e com o interesse público. Como sustenta Murílio Soares, a força da comunicação contemporânea tem sido atribuída à capacidade das narrativas dos *media* de conferir realismo, drama e intensidade às representações mediatizadas do mundo (Soares, 2009, p. 19). No caso da informação, as narrativas do jornalismo aspiram a uma similitude entre objeto e objeto narrado, conferindo aos profissionais e, mais ainda, aos recursos tecnológicos, como a imagem e o som, um caráter testemunhal da verdade.

A fragilidade e a força do jornalismo assentam na duplicidade da função social de informar a que se propôs. Com efeito, por um lado, o jornalismo tem a pretensão de informar o público, iludindo, por vezes, a brecha ontológica que separa informar e dizer a verdade/realidade. Por outro lado, é essa brecha que torna tão importantes os modos como se representa o mundo, na medida em que eles são também formas de configurar e agir, exigindo, por isso, narrativas e olhares diversificados. Nesta dualidade poderemos encontrar a razão da crise recorrente

com que o jornalismo moderno se tem dado a ver, ao longo da sua história. Com efeito, se um dos problemas do jornalismo, durante muito tempo, foi o de confundir, através do seu discurso objetivista, a representação do quotidiano com a própria realidade (Soares, 2009, p. 23), hoje, um outro desafio se lhe coloca, evidenciado na quase omnipresença das redes sociais: o de evitar que a impossibilidade de ultrapassar a brecha ontológica entre o objeto e a sua representação transforme a informação num espaço de mera subjetividade, onde factos e convicções se equivalem.

Enquanto mediador, o jornalismo precisará sempre de liberdade para narrar o mundo, mas a contrapartida disso implica que se esteja disponível para proceder a um escrutínio permanente acerca das suas representações. A crítica da Economia Política dos *media*, os estudos sobre os procedimentos de agendamento da informação e sobre o papel dos enquadramentos ideológicos das narrativas são, por isso, condição para que o jornalismo possa reivindicar, sem dogmatismo, o seu espaço de liberdade e de quarto-poder.

Representações do jornalismo

Ao papel de mediação do jornalismo está associada também uma certa visão romântica do jornalista, enquanto profissional ao serviço da revelação, da descoberta e da desocultação do mundo. E a essa visão romântica liga-se ainda a representação do jornalismo como uma vocação, inspiradora de qualidades como a curiosidade, o espírito crítico, a precisão e o rigor, a integridade, a tenacidade e a astúcia na observação e interpretação da atualidade.

A imagem social do jornalismo e dos jornalistas tem sido, no entanto, relativamente ambígua ao longo da história. A ideia de prestação de um serviço público em benefício da democracia nem sempre foi superior à ideia de uma alegada cedência a interesses económicos, de um suposto carácter anti-literário e de uma presumida corrupção da verdade. Com uma reputação genericamente desfavorecida, que é mesmo anterior aos movimentos pela profissionalização, “a imagem do jornalismo e dos jornalistas é, nos escritos literários [dos séculos XVII, XVIII e XIX], a de uma atividade com

pouco prestígio e escassa notoriedade (Oliveira, 2014, p. 134).

No seu papel de mediador e narrador do mundo, o jornalismo é uma das profissões que mais se expõe e se dá a ver no próprio exercício da sua função social. Na cinematografia, outra forma de narrar o mundo, os jornalistas são representados como vilões (*O Grande Carnaval*, de Charles Tatum, 1951; *O Monstro na Primeira Página*, de Marco Bellochio, 1972; *A Honra Perdida de Catarina Blum*, de Volker Schlöndorff e Margarethe von Trotta, 1975; *Primeira Página*, de Billy Wilder, 1975) e como heróis (*O Poder da Imprensa*, de Lew Landers, 1943; *Os Homens do Presidente*, de Alan J. Pakula, 1999; *Spotlight*, de Tom McCarthy, 2015; *The Post*, de Steven Spielberg, 2018). Tal como o conhecemos hoje, ele é uma construção social com pouco mais de 100 anos. Como salienta Bougnoux, para se dar a ver como é hoje, o jornalismo teve de se separar, no seio da grafosfera – o “ecossistema mediático” então em vigor –, do mundo da literatura e enfrentar a resistência, “ou mesmo o desprezo”, que suscitava às elites intelectuais do século XIX o simples

projeto de os jornais apenas pretendem informar os seus contemporâneos.

A própria noção de informação, valor para nós evidente, penou, então, por se separar de um ganho de intelectuais, para quem as funções de tribunos da polémica, da influência, do comentário, ou do bom estilo primavam sobre a decisão rude e trivial de relatar os factos”. (...) Privada das ideias, a informação permanece informe, não eleva nem forma o espírito, distrai a atenção em vez de a mobilizar, impede a vontade ariscando mesmo dividir a Nação. (Bougnoux, 2006, pp. 82-83)

Face aos muitos “epítetos” que – como veremos também nas páginas desta edição – foram usados pelos intelectuais e homens de letras contra esta nova classe social em ascensão, que brevemente os iria afastar do lugar cimeiro até então ocupado nas redações, os jornalistas iniciaram, por seu lado, um processo de fechamento da profissão, tentando vedá-la aos “charlatões”, que o usavam como um instrumento para outros fins que

*O jornalismo,
tal como se
representa hoje,
teve de se separar
da literatura
e enfrentar o
desprezo que
suscitava nas elites
a simples ideia
de apenas querer
informar os leitores*

não o de informar o público. Nesse sentido, com a emergência da nova figura do jornalista, o jornalismo assiste a uma reconstrução da forma como se representa e da sua própria representatividade social. As tecnologias (todas elas novas na sua época), a emergência do valor da informação, a implantação das democracias e a importância social e política dos públicos permitiram construir novos valores e ideais normativos para o jornalismo moderno, que, grosso modo, persistem ainda hoje, sem com isso deixarem de ser questionados (Pickard, 2020).

O jornalismo visto pelos jornalistas

Na ausência de uma ciência e de um saber próprios, capazes de definir o jornalismo como um profissão, por referência aos médicos, aos advogados, aos biólogos, etc., os valores normativos do jornalismo moderno transformaram-se na parte essencial do pacto comunicacional que, nas sociedades democráticas liberais, funda a legitimidade social entre os jornalistas, os *media* e os públicos. Não é, pois,

de estranhar que os jornalistas sigam com preocupação os estudos, que se realizam um pouco por todo o mundo, sempre que se verifica uma descida dos índices da sua credibilidade social ou da dos *media*. A credibilidade é o resultado de um jogo complexo de representações. Entre outros fatores, ela resulta de julgamentos externos, mas não é alheia à forma como o jornalismo apresenta o mundo e nele se faz representar. Em Portugal, os jornalistas participantes num inquérito da Obercom, realizado em 2019, identificaram a perda de credibilidade como a maior ameaça que paira sobre o jornalismo. Será também sintomático que, ainda segundo o mesmo estudo do Obercom, os jornalistas tenham referido como o segundo maior risco da profissão o seu próprio desaparecimento, ou, pelo menos, a perda da sua relevância e influência na sociedade (Obercom, 2019, p. 74).

Afigura-se-nos interessante que a credibilidade e o risco do desaparecimento ou irrelevância do jornalismo surjam consideradas pelos jornalistas como as ameaças mais preocupantes. Na verdade, a descredibilização e a insignificância são o corolário uma da

outra e poderão ser a própria expressão da crise do jornalismo: uma crise na mediação entre os públicos e os acontecimentos que lhes são distantes; uma crise resultante do facto de o papel social do jornalismo estar a ser disputado por outras profissões; uma crise da própria cultura profissional, incapaz de compatibilizar os valores e ideais normativos do jornalismo com múltiplas pressões, económicas, políticas, tecnológicas e sociais, que dilaceram a profissão, no seu interior (Matos, Subtil & Baptista, 2021).

Nas últimas duas décadas, o papel de charneira que o jornalismo teve na mediação da comunicação pública foi enfraquecendo. Hoje, o jornalista disputa o seu reconhecimento social no meio de contextos sociais e de poderes que ora o elogiam ora procuram confundir-se e disputar o seu poder mediático, por vezes mesmo, destruí-lo, descredibilizando-o.

A representação, nas suas mais diversas declinações, é, pois, um conceito chave para compreender socialmente o jornalismo contemporâneo, enquanto atividade que se deu por função representar o mundo; que se representa no próprio ato de narrar

o mundo; que se auto-representa, na sua própria tarefa de representar; que, como não poderia deixar de ser neste contexto, é também bastante vulnerável às representações sobre si.

O enquadramento que acabámos de fazer inspirou, grosso modo, a organização dos textos referentes ao tema da presente edição, a partir de três eixos temáticos: Representações sobre o jornalismo e os jornalistas; jornalismo e jornalistas em cena; auto-representações do jornalismo.

Representações sobre o jornalismo e os jornalistas

Catarina Magalhães e Ana Teresa Peixinho traçam retratos dos jornalistas a partir da obra de Eça de Queirós e da sua escrita corrosiva. Eça viveu num momento de transformação do jornalismo e massificação da cultura, em Portugal. Na altura, os jornalistas confundiam-se com o conceito ainda algo informe de *homens da imprensa* e, na boa tradição intelectual do século XVIII e XIX, o jornal era considerado, por vezes, um género menor de publicação relativamente ao livro. Todavia, o jornalismo impôs-se,

no século XIX, cada vez mais como um espaço importante de discussão política, ainda que determinado em grande medida pelos círculos intelectuais (Tengarrinha, 2013; Vargues, 2003). Tal como retratam as investigadoras da Universidade de Coimbra, a partir da obra de Eça, o jornalista é ainda, neste contexto, um indivíduo de baixa classe social, de fracas ou mesmo boçais maneiras. Eticamente sem escrúpulos – por vezes mesmo um patife –, o jornalista aparece como um profissional mais preocupado com o estilo do que com o conteúdo que escreve, ao ponto de cuidar que os factos ou até a ausência deles não perturbem uma boa história.

Embora sem o tom cáustico de Eça, o perfil do jornalista sem escrúpulos e desejoso de subir na vida e na carreira surge também em pleno século XXI, na análise efetuada à primeira época da série *House of Cards*, tal como a retratam Lizandro Angulo Ricón e Heedy Yurani Romero Musquera. Em causa está sobretudo a imagem da mulher jornalista, que se insinua sexualmente para melhor aceder a fontes e obter informações privilegiadas, mais

preocupada que está com a ascensão na carreira do que em fazer um bom trabalho. Para os investigadores da Universidade del Tolima (Colômbia), Zoe Barnes, no seu afã de ascender profissionalmente, representa não apenas a perversão do jornalismo, mas também a da mulher jornalista que, se necessário for, usa o sexismo como pedra de arremesso contra os seus colegas – homens – quando questionam as suas criticáveis rotinas profissionais.

Mas a análise da primeira série de *House of Cards* contém outras mensagens que vão para além da personagem Zoe Barnes. Em particular, questiona o jornalismo político, enquanto, ele próprio, ator político: se, por um lado, se denunciavam formas de tratamento pouco rigoroso, manipulável, comprometido, cúmplice, em particular com as altas figuras da política, por outro, o jornalismo político é também o palco sobre o qual os próprios políticos aceitam desfilar e entrar no jogo mediático. Neste sentido, poderá perceber-se o jornalismo político como uma representação de um poder que os *media* também contribuem para pôr em

cena, tornando-se, simultaneamente, observadores e encenadores do espectáculo político mediático.

Jornalismo e jornalistas em cena

Os quatro artigos que se seguem põem em relevo o papel social e político dos jornalistas. As pesquisas de Carla Baptista e Francisco Fontes debruçam-se sobre percursos biográficos de profissionais empenhados, quer no jornalismo quer na política. Carla Baptista procura saber “quem eram e por onde circularam os jornalistas que ajudaram Salazar e Marcelo Caetano a manterem-se no poder”. Trata-se de uma investigação sobre os jornalistas, politicamente comprometidos com o regime – os intelectuais orgânicos, para recuperar o conceito de Gramsci –, que tiveram um papel na construção do Estado Novo e, em particular, do jornalismo em Portugal, através do Sindicato Nacional dos Jornalistas, criado em 1934. Segundo a investigadora da Universidade Nova de Lisboa, esta tarefa foi assegurada pela sua presença em três níveis de controlo da

ideologia e propaganda do regime. O primeiro deles incluía a própria estrutura do governo, nomeadamente o Secretariado da Propaganda Nacional, mais tarde Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo e, posteriormente ainda, Secretaria de Estado da Informação e Turismo. O segundo nível, para-institucional, passava pela presença e controlo do Sindicato Nacional dos Jornalistas, estrutura corporativa de representação única, com poderes de entidade pública. Finalmente, o terceiro nível, considerado “informal”, integrava as direcções dos principais jornais diários, sobretudo o *Diário de Notícias* e *O Século*, da Emissora Nacional e da RTP.

O jornalismo, durante o Estado Novo, não se fez apenas por profissionais comprometidos com a ideologia do regime, como fica patente no estudo biográfico de Francisco Fontes sobre Cândido Oliveira, que emerge neste conjunto de trabalhos como uma personalidade ímpar. Alto funcionário dos Correios, Telégrafos e Telefones (CTT) de Portugal, espiou pelos aliados, tendo sido preso e deportado para a prisão do Tarrafal, em

Cabo Verde. Foi opositor do regime, teve posições consideradas próximas do Partido Comunista, treinou equipas de futebol e foi selecionador de Portugal. No jornalismo, iniciou-se no jornal *Vitória*. Fundou, em 1920, a revista *Football*, passou pela *Gazeta Desportiva*, *O Atlético*, e escreveu no *Diário de Lisboa*, no *Diário de Notícias* e no *O Século*. Dirigiu *Os Sports* e a revista *Stadium*, alegadamente financiada pelos serviços secretos ingleses, para servir de veículo de propaganda contra o Estado Novo. Em 1945, fundou *A Bola*. Da leitura do estudo do investigador do Centro de Estudos Interdisciplinares da Universidade de Coimbra, a vida de Cândido de Oliveira é também a expressão de um engajamento, na profissão, na vida cívica e na política, que põe em cena não apenas as suas convicções mas também – porque situado do lado oposto dos intelectuais orgânicos do regime – a sua própria pele.

Com o fim do Estado Novo, voltamos a encontrar um jornalismo empenhado nas causas de um futuro político ainda por definir. Depois de mais de 48 anos de censura, o jornalismo transforma-se num campo de

batalha onde se reconstrói a profissão e se joga também o futuro do país (Mesquita, 1994). João Figueira e Pedro Marques Gomes revisitaram um tempo em que a informação jornalística era entendida como parte da matéria-prima do processo revolucionário em curso no país. Para os investigadores da Universidade de Coimbra e da Universidade Nova de Lisboa, a luta de classes que atravessa as ruas, está também nas redações, nas primeiras páginas dos jornais e no Sindicato de Jornalistas que, embora sendo uma criação da ditadura, assumiu um papel decisivo na reconstrução da profissão.

Porém, a democracia é a condição do fim do processo revolucionário e da estabilização política no país. O jornalismo em Portugal despolitiza-se (Rebello, 2001) e os *media* e o jornalismo fazem o seu *aggiornamento* com o jornalismo europeu. As causas do jornalismo concentram-se, agora, em temas mais consentâneos com a ideia de interesse público, menos partidarizados, como a autodeterminação de Timor-Leste (Rocha, 2010), a queda da ponte de Entre-os-Rios (Santiago, 2006), o

combate à toxicodependência (Mesquita, 1998), os fogos florestais e a pandemia SARS-CoV2. Este último caso é objeto, nesta edição, do estudo de Felisbela Lopes, Clara Almeida Santos, Olga Magalhães, Catarina Duff Burnay, Rita Araújo e Alberto Sá, onde se mostra que o empenhamento jornalístico continua a fazer parte das representações dos jornalistas acerca do seu papel na sociedade. Na leitura que os autores fazem do inquérito realizado no âmbito deste estudo, os jornalistas terão assumido um papel de incentivo ao confinamento das pessoas, optando por estratégias de literacia, através de peças em jeito de pergunta/resposta com informação importante sobre temas de atualidade como o estado de emergência, o *lay-off*, ou procedimentos e atitudes concretas a adotar pelos cidadãos.

Auto-representações do jornalismo

Por muito que o conceito careça ainda de um suficiente esclarecimento, dentro dos *media* e entre os jornalistas, o interesse ou serviço público

não é apenas uma forma retórica pela qual os *media* e os jornalistas se representam e se legitimam: é também um modo de pensar individual dos próprios jornalistas. Isso fica bem claro no estudo de Myrian Del Vecchio-Lima e José Carlos Fernandes, sobre as “táticas de resistência dos jornalistas” face àquilo que entendem ser os desvios da cultura profissional por parte dos *media* e dos editores. Nas entrevistas, conduzidas por estes dois investigadores da Universidade Federal do Paraná, os jornalistas não consideraram problemáticas as ideias de “guerrilha editorial” e de “resistência cultural”, utilizadas como forma de “proteger o DNA da profissão”. Este aspeto não deixa de alertar para a necessidade de se pensarem as redações como ambientes complexos, não apenas como 1) espaços de cultura profissional; mas também como 2) locais de conflito e negociação entre jornalistas e editores; como 3) contextos de construção, transformação e crise do *ethos* profissional; e ainda como 4) lugares onde o jornalismo não é só um fator de desencanto para o público, mas também de alienação para os próprios profissionais (Matos, 2020).

Com efeito, a representação que o jornalismo se dá dele mesmo como uma profissão do inesperado, que exige pessoas bafejadas por um forte sentido de serviço público, necessita de ser questionada nas suas práticas, nem sempre consentâneas, de produção noticiosa e de prestação de contas. Nesse sentido aponta o estudo de Rogério Christofolletti e Denise Becker sobre as normas de transparência no Grupo Globo e na Empresa Brasil de Comunicação, no Brasil. Os investigadores da Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil) desconstroem o modo como o dever de transparência que os *media* assumem para com os seus públicos surge por vezes “protegido” por uma complexa estrutura burocrática interna, que desincentiva a participação do público, e por argumentos de proteção em matérias de política e estratégia empresarial. Esta forma de pseudo-prestação de contas, mostrando e escondendo, é um dos elementos ameaçadores da credibilidade do jornalismo. No seu papel de vigilância das instituições, os *media* e o jornalismo perdem a legitimidade de usar falsos refúgios para se escusarem ao

*No seu papel
de vigilância
das instituições,
os media e o
jornalismo não se
podem escusar ao
escrutínio público*

escrutínio público, ou de fazerem dos seus valores éticos meros princípios retóricos de marketing e publicidade interessada, mostrando o que não conseguem ou não pretendem ser.

VARIA

Nesta edição a *Mediapolis* abre o espaço Varia para a publicação de dois artigos. O primeiro é dedicado à análise da publicidade dos partidos políticos em Espanha, nas eleições de dezembro de 2015 e de junho de 2016. A análise de Alcía Gil-Torres, Rocío Cáneba e Cristina San José de la Rosa tem o interesse particular de incidir num contexto da disputa eleitoral que fica marcado pela presença de novas forças políticas e por uma tendência de fragmentação do espectro político, em Espanha. As investigadoras da Universidade de Valladolid (Espanha) utilizam este estudo como um ensaio metodológico do discurso publicitário político. Nele concluem que as eleições objeto do estudo ficaram marcadas pelas tendências de personalização política, quer ao nível dos candidatos dos partidos quer no tipo de comunicação supostamente

mais intimista dirigida aos eleitores, com o objetivo de criar a ideia de que os políticos são “pessoas como tu”. A publicidade recorre a argumentos mais afetivos e procura tirar partido das novas possibilidades disponibilizadas pelas redes sociais. A personalização da política e a naturalização dos candidatos são acompanhadas também por um discurso mais confrontacional no debate político, que não evita a crítica direta com outras propostas e forças concorrentes.

Assumindo uma perspetiva ensaística, João D’Assunção Barros explora as possibilidades de expressão de conceitos, no sentido filosófico, através da linguagem não verbal, nomeadamente através da imagem e, especificamente, a imagem simbólica. Partindo da definição segundo a qual um conceito “é uma representação *complexa, elaborada e abstrata* da realidade percebida – habitualmente evocada através de uma simples expressão verbal, imagem ou fórmula – e capaz de funcionar como uma *unidade de conhecimento e de comunicação*”, o professor da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro enceta uma argumentação que o leva

a separar entre símbolos e “símbolos conceituais” capazes de representar realidades mais complexas, como, por exemplo, o olho de Horus, a ideia de ‘omnisciência’, de poder, de proteção e de cura.

Para esta edição convidámos fotojornalistas portugueses a partilhar imagens de si próprios ou de outros profissionais de jornalismo em trabalho. São essas imagens que ilustram este volume, num contributo generoso que a direção da revista reconhece e agradece.

Coimbra, 9 de junho de 2021

Referências bibliográficas

- Bougnoux, D. (2006). *La crise de la représentation*. Paris: La Découverte.
- Matos, N. (2020). “It was journalism that abandoned me”: An analysis of journalism in Portugal. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique - Journal for a Global, Sustainable Information Society*, 18(2), 535-555. <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/1148>
- Matos, J. N., Subtil, F. & Baptista, C. (2021). *Os três D dos media:*

- desigualdade, desprofissionalização e desinformação*. S/l: Outro Modo-Cooperativa Cultural.
- Mesquita, M. (1994). O universo dos *media* entre 1974 e 1986. In A. Reis, *Portugal, 20 Anos de Democracia* (pp. 360-395). Lisboa, Círculo de Leitores.
- Mesquita, M. (1998). *O jornalismo em análise*. Coimbra: Minerva.
- Obercom (2019, abril). O que devem saber os jornalistas? Práticas e formação em Portugal. *Relatórios Obercom*. Consultado a 7 de junho de 2021, em https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/06/Jornalistas_2019_Final.pdf
- Oliveira, M. (2014). Jornalismo, literatura e a poesia dos dias. In D. Moura, E. Geraldes, F. Pereira, M. Oliveira & Z. Adghirni (Eds.), *Jornalismo e literatura: aventuras da memória* (pp. 133-147). Braga/Brasília: CECS/FAC UnB.
- Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. New York: Oxford University Press.
- Rebello, J. (2001). Le processus de concentration des médias au Portugal. *Arquivos do Centro Cultural Calouste Gulbenkian*, 41, 103–111.
- Rocha, J. M. (2010). *Quando Timor-Leste foi uma causa*. Coimbra: Minerva-Coimbra.
- Santiago, D. (2006). *O reconforto da televisão. Uma visão diferente sobre a tragédia de Entre-os-Rios*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Soares M. (2009). Representações, jornalismo e a esfera pública democrática. São Paulo: Cultura Acadêmica.
- Tengarrinha, J. (2013). *Nova história da imprensa portuguesa - Das origens a 1865*. Lisboa: Temas & Debates.
- Vargues, I. N. (2003). A afirmação da profissão de jornalista em Portugal: um poder entre poderes? *Revista de História das Ideias*, 24, 157-175.



Paulo Cunha

*Dois fotojornalistas, Francisco Leong e José Manuel Ribeiro, ajudam a retirar populares da frente de um incêndio em Memória,
Leiria (5 / 8 / 2005). Foto Paulo Cunha / Slideshow*