



**Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto**  
Instituto Politécnico da Guarda

# **Relatório de Estágio**

Licenciatura em Comunicação  
e Relações Públicas

Sara Alexandra Saraiva Henriques  
janeiro | 2013



## **Ficha de identificação**

**Nome:** Sara Alexandra Saraiva Henriques

**Número:** 5006983

**Estabelecimento de ensino:** Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto  
Instituto Politécnico da Guarda

**Curso:** Comunicação e Relações Públicas

**Docente Orientador na ESECD:** Mestre Handerson Engrácio

**Instituição Acolhedora:** SIC – Sociedade Independente de Comunicação

**Endereço:** Estrada da Oututrela, 119 - 2794-052 Carnaxide

**NIF:** 501 940 626 - CAE - 60200 Capital Social: € 30.025.000

**Telefone:** 214 179 400

**Fax:** 214 174 049

**Página web:** <http://www.sic.pt>

**Email:** sic.daf@sic.pt

**Presidente da organização:** Dr. Francisco José Pereira Pinto Balsemão

**Supervisor na organização SIC:** Subdiretor de informação José Gomes Ferreira

**Grau Académico:** Licenciatura em Economia

**Delegação da Sic onde foi realizado o estágio:**

**Coordenador:** Madalena Ferreira

**Endereço:** Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, nº50 – 6300 – 559, Guarda

**Duração do estágio:** 3 meses

**Data de Início:** 11 de julho

**Data de Conclusão:** 11 de outubro



## **Agradecimentos**

Agradeço à Escola de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda por ter sido o local onde estou a finalizar o meu curso. Quero agradecer ao meu orientador de estágio Handerson Engrácio, a todos os docentes que contribuíram para a aplicação de conhecimentos na prática e à jornalista Madalena Ferreira e ao repórter de imagem Filipe Barbosa que me ofereceram grandes momentos de aprendizagem, companheirismo e dedicação.

Agradeço aos meus pais que sempre se esforçaram e lutaram para que o meu futuro fosse sempre o melhor e que desde sempre me disseram que só com ambição e dedicação é que conseguimos alcançar os nossos objetivos.

À minha família, expresso a minha estima por ter sido ela, desde o início, a apoiar-me nos bons e maus momentos, nas conquistas e nas derrotas e ao meu namorado, Igor Loureiro, por ter estado sempre do meu lado durante este processo.

Manifesto a minha gratidão aos meus colegas de curso e o meu apreço por todos os meus amigos com quem tive a oportunidade de partilhar vários momentos ao longo da minha vida.



## **Resumo**

A finalização do estágio curricular significa, também, a conclusão da licenciatura no Curso de Comunicação e Relações Públicas.

De uma forma resumida, no meu estágio tive a oportunidade de aplicar conhecimentos aprendidos em várias unidades curriculares. Entre várias atividades realizadas ao longo deste processo, destaco a experiência obtida em relação ao direto, falso direto e às grandes reportagens, à familiarização com o trabalho de um repórter de imagem e com todo o trabalho de equipa que acompanhei com todo o apreço.

Palavras-chave: Relatório de estágio; Sociedade Independente de Comunicação; Jornalismo; Edição de Vídeo; Repórter de Imagem; Jornalista.



## **Índice Geral**

Lista de siglas .....	VI
Glossário.....	VI
Introdução.....	7
<b>Capítulo I-Jornalismo .....</b>	<b>8</b>
1.Para que serve o jornalismo? .....	9
1.1.O repórter .....	10
1.2.Código deontológico do jornalista.....	11
1.3.Texto jornalístico .....	11
1.4.Jornalismo televisivo .....	12
1.4.1.Movimentos da câmara.....	14
1.4.2.Captação da imagem.....	15
1.4.3.Diferentes modelos da peça jornalística .....	16
1.4.4.No terreno .....	17
1.4.5.Indumentária .....	17
1.5.Critérios de noticiabilidade .....	18
2.Jornalismo local na cidade da Guarda .....	20
<b>Capítulo II -Caraterização da SIC .....</b>	<b>22</b>
3.Caraterização da SIC- Sociedade Independente de Comunicação .....	23
3.1.Breve cronologia.....	23
3.2.Organograma .....	24
3.3.Valores .....	24
3.4.Identidade Visual .....	25
3.5.Canais temáticos .....	26
<b>Capítulo III- Estágio.....</b>	<b>32</b>



4.Objetivos do trabalho .....	33
5.Delegação SIC – Guarda .....	34
6.Cronograma .....	34
7.Análise SWOT.....	37
8.Programa de edição .....	38
9.Atividades desenvolvidas (Anexo VI).....	39
10.Projeto I – Reportagem “Crise económica e a entrada no ensino superior” .....	46
11.Projeto II – Realização de um vídeo de apresentação .....	47
<b>Reflexão final</b> .....	48
<b>Bibliografia</b> .....	50

## **Índice de Figuras**

Figura 1- Pirâmide Invertida.....	12
Figura 2-Planos.....	13
Figura 3- Evolução do logótipo da SIC .....	26
Figura 4 - Logótipo Sic Notícias .....	26
Figura 5 - Logótipo Sic Radical .....	27
Figura 6 - Logótipo da Sic Mulher .....	28
Figura 7 - Logótipo da Sic Internacional.....	29
Figura 8 - Logótipo do KSic.....	29
Figura 9 - Logótipo da Sic Esperança .....	30
Figura 10 - Delegação da SIC na Guarda .....	34
Figura 11 - Programa EDIUS .....	38

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1- Critérios de noticiabilidade .....	19
Tabela 2 - Cronograma .....	36
Tabela 3- Análise SWOT .....	37



## **Lista de Siglas**

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

GMTS – *Global Media Technology Solutions*

TH – *Talking Head*

VT – *Video tape*

## **Glossário**

**Anotadora:** Assegura a continuidade e a lógica de tudo que é filmado. Prepara um registo detalhado com as características de cada plano e sequência.

**Arquivo de Imagem:** Lugar onde estão guardadas todas as imagens que são da estação de televisão.

**Assistente de Realização:** Presta assistência ao realizador, habitualmente em tarefas de coordenação da equipa técnica.

**Casting:** Sistema de seleção de pessoas para participarem num programa de televisão.

**Cenário:** Num estúdio é o espaço construído para criar um ambiente previsto para o programa.

**Esqueleto da peça:** Base.

**Estúdio:** Espaço construído ou adaptado para a gravação de programas ou filmes.

**Ficha Técnica:** Lista com os nomes dos participantes num programa.

**Ilha de Montagem:** Expressão usada pelos jornalistas para designar a sala e equipamento de montagem de imagem das notícias e reportagens.

**Montagem:** Processo de seleção e ordenação de imagens e sons de um programa, notícia ou reportagem.

**Repórter de imagem:** Profissional que trabalha com a câmara de filmar na captação de imagens.

**Operador de som:** Profissional responsável pela captação de som de um programa.

**Respiro:** Vivo sem *voz-off* e apenas com som ambiente.

**Talking Head:** Imagem de uma pessoa que fala diretamente para a câmara e geralmente aparece no ecrã com apenas a cabeça e parte superior do corpo visível.

**Voxpop:** Significa voz do povo. Serve para mostrar a opinião pública.



## **Introdução**

O presente relatório surge como o término da licenciatura no curso de Comunicação e Relações Públicas. O meu estágio foi realizado na delegação da SIC na Guarda e, esta foi a minha escolha para estagiar porque sempre tive um enorme fascínio pela palavra “jornalista” e por tudo o que engloba a mesma. O estágio serviu para aplicação e aprofundamento dos conhecimentos que adquiri ao longo do curso.

Ao longo do estágio surgiu a oportunidade de conhecer, de forma aprofundada, a atividade jornalística televisiva através do direto, falso direto, *talking head*, das peças e das grandes reportagens, da familiarização com o papel do repórter de imagem, com a câmara e com o programa de edição EDIUS. O acompanhamento do trabalho de equipa e a constituição de uma peça de televisão também serviram para aumentar os meus conhecimentos sobre esta área.

O relatório de estágio encontra-se dividido em três capítulos. No primeiro faço um breve resumo sobre a definição de jornalismo e tudo o que o engloba, como o papel do repórter, o código deontológico pelo qual o jornalista tem que se reger. Apresento uma pequena definição do que é o jornalismo televisivo, os aspetos técnicos que devemos ter em conta na hora da captação de imagem, a indumentária, a importância dos critérios de noticiabilidade, entre outros. Também é abordado o jornalismo local na cidade da Guarda

O segundo capítulo é dedicado à SIC, onde especifico todos os canais televisivos pertencentes à SIC, os valores e a sua identidade visual. Relativamente ao canal televisivo SIC Esperança, abordo a importância da responsabilidade social. Por último, o terceiro capítulo consiste na descrição daquilo que aprendi e realizei ao longo do estágio curricular.

Para a execução do relatório de estágio recorri a vários livros de autores diferentes de forma a utilizar como reforço nas opiniões formadas e para ter conhecimento das perspetivas dos vários autores.



# **Capítulo I**

# **Jornalismo**



Neste capítulo abordo o conceito de jornalismo e para que serve. Falo sobre o código deontológico que o jornalista deve ter em conta ao longo do seu trabalho e de conceitos que fazem parte do jornalismo televisivo, como por exemplo, a captação de imagens, indumentária e planos.

## **1. Para que serve o jornalismo?**

Os meios de comunicação jornalística contribuem para que possamos definir as nossas comunidades e a criar uma linguagem e conhecimento comuns. Para o ser humano a ânsia de notícias é considerada um instinto básico, devido à necessidade que as pessoas têm em estar informadas e de conhecer o desconhecido, isto porque estes factos transmitem segurança e permitem, ao público, planear e administrar as suas vidas.

Kovach e Rosenstiel [2004: 16] afirmam que “a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem”. Para Sousa [2001: 13], “o jornalismo é uma forma de comunicação em sociedade”.

Os governantes usavam as notícias para manter a coesão nas sociedades, ajudando mesmo alguns tiranos a controlar os seus povos, unindo-os sobre uma ameaça comum e dando-lhes uma sensação de união e de partilha de objetivos. No século XXI, a informação tornou-se tão livre que fez com que o jornalismo já não fosse considerado homogéneo.

Para Silva [2004], agora, “o jornalista já não decide o que deve ser visto pelo público”. Atualmente, ajuda-o a ordenar as informações, ou seja, verifica primeiro, quais as informações que são fiáveis e ordena-as para que as pessoas as apreendam de forma eficaz. Com o desenvolvimento das novas tecnologias, encontramos-nos numa era em que qualquer pessoa pode ser considerada repórter ou comentador na internet. Kovach e Rosenstiel [2004: 23] declaram que “os leitores transformam-se não em consumidores mas em “prosumidores”, uma forma híbrida de produtor e consumidor”.

Como cada vez mais os jornalistas indicam os seus *emails* ou páginas da internet, tornou-se mais fácil para o público criticar ou opinar alguma notícia que não seja de seu agrado. À medida que as notícias vão evoluindo, torna-se importante para o



leitor ser parte integrante destas. Este tipo de interação contribui para que o jornalismo seja considerado um género de conversa. Sob esta perspectiva a era digital não modificou a essência da função jornalística, devido ao facto de que as técnicas são diferentes mas os princípios continuam os mesmos.

Apesar de Kovach e Rosenstiel [2001: 15] considerarem que o público se tornou num género de “prossumidor”, os profissionais de comunicação continuam a ter um papel importante na sociedade. Sousa afirma que “um jornal pode ter uma função de prazer, distração e entretenimento, oferecendo aos seus leitores prosas cativantes, histórias bem contadas, notícias interessantes (...)”.

Não se sabe ao certo quem criou este aforismo: *If a dog bites a man, that's not news; if a man bites a dog, that's news* (Se um cão morde um homem, não é notícia; se um homem morde um cão, isso é notícia), contudo, é popular e interessante e assinala vários fatores que valorizam a comunicação: raridade, novidade e também o incomum e o insólito.

### **1.1.O repórter**

O repórter é aquele que anuncia. Segundo Albertino Aor da Cunha [1990: 23] é “a voz, o rumor, a opinião, a fama, a reputação, o boato (...)”. Ele vê, ouve, sente e analisa e confere a informação através da sua vocação, da sua consciência, da inteligência, perspicácia e curiosidade. Para este fim, ele, utiliza o método da investigação para poder chegar à verdade. Para Claire Austin, [1993: 39] “há duas categorias de jornalista/repórter, o especialista e o repórter geral”.

De acordo com a autora, o trabalho de um repórter geral consiste em cobrir notícias sobre qualquer tema que lhe seja dado. Normalmente é responsável por cobrir notícias sobre tudo o que acontece, passando por exposições ou até mesmo crimes.

Para Argolo e Barbosa [2008: 274] “o repórter de televisão tem que passar primeiro pelo jornal”. Para um repórter de jornal, os principais instrumentos de trabalho são papel e caneta ou lápis, já para o de televisão, “há todo um aparato técnico, além do papel e da caneta (...)” tal como afirma Travancas [1992: 40]. Por outro lado, um repórter de jornal precisa de várias informações sobre um determinado assunto noticioso com os mínimos detalhes, enquanto que a um profissional de televisão não é exigida



uma apuração rigorosa e profunda dos factos, mas apenas os dados mais importantes e imagens que ilustrem de forma concisa o texto.

## **1.2.Código deontológico do jornalista**

Os códigos deontológicos dos jornalistas surgiram, pela primeira vez, nos Estados Unidos. A partir da Segunda Guerra Mundial e devido ao crescimento da importância e influência dos meios de comunicação social, o debate deontológico alargou-se nos Estados Unidos e na Europa. Segundo Sara Pina [2000: 34], “os códigos deontológicos têm um papel determinante como dispositivo de autodisciplina da informação (...)”. Seguidamente apresento o código deontológico do jornalista segundo a autora Sara Pina:

- O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão;
- O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo;
- O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação;
- O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações;
- O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e ações;
- O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes;
- O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos;
- O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credo, nacionalidade ou sexo;
- O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos;
- O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional.

## **1.3.Texto jornalístico**

Geralmente é utilizada a técnica da pirâmide invertida para se construir o texto jornalístico. Segundo Marshall [2003: 59] “ (...) a pirâmide invertida começou a aparecer durante a Guerra Civil americana”.

É invertida porque a base (figura 1), o lado mais largo, fica para cima e o vértice, o lado mais fino, fica para baixo. Isto significa que é privilegiada a disposição das



informações em ordem decrescente de importância, ou seja, os factos mais importantes são usados para iniciar o texto (*lead*) e só depois são apresentados os de menos relevância que vão aparecendo por sequência.

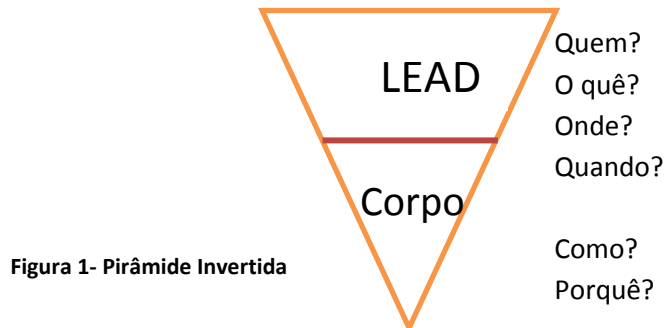


Figura 1- Pirâmide Invertida

#### **1.4. Jornalismo televisivo**

O jornalismo televisivo obriga o jornalista a exercer um vasto leque de funções relativamente ao quadro das emissões de televisão.

A edição de um telejornal é produzida por jornalistas, coordenadores, apresentador, realizador, *scripts*, assistentes de produção, assistentes de realização, documentalistas, secretárias de informação, repórter de imagem, editores de vídeo e som, entre outros. Cada edição, 30 minutos na maioria, aborda, mais ou menos, vinte assuntos de informação diferentes e de várias formas que poderão ser caracterizadas por técnicas de mediatização da informação, que segundo Jean-Jacques Jaspers [1998: 50] são as seguintes, “o pivô, as imagens supostamente portadoras de informação, a entrevista, em direto ou gravada, a reportagem (...)”. Muitas vezes, o jornalista é também obrigado a intervir em matérias de diferentes tipos de produção informativa, como por exemplo, a série. Pode ter uma dimensão histórica, científica ou cultural e envolve um longo trabalho de elaboração da mensagem virtual (investigação prévia, pesquisa de arquivos visuais e sonoros e entrevista de testemunhos que geralmente acabam por combinar várias técnicas de mediatização).

O debate é um outro tipo de produção informativa que reúne vários convidados que têm opiniões diferentes em relação a um determinado tema, o *talk-show* também reúne vários convidados, que têm como objetivo falar sobre vários assuntos.



A reportagem em direto de festas nacionais, comemorações ou visitas oficiais e as emissões especiais que unem vários géneros em direto são ainda tipos de produção informativa.

Existem vários planos (figura 2) essenciais no que diz respeito ao enquadramento da peça, estes variam conforme a disposição dos elementos. Segundo Cunha [1990: 113], “o plano caracteriza a importância do tema em relação aos elementos presentes na imagem e que, em seu todo, determina o tempo de leitura da imagem (...). Com o decorrer do estágio tive a oportunidade de colocar em prática todos os planos que irei referir. Desta forma existem três grupos de planos:

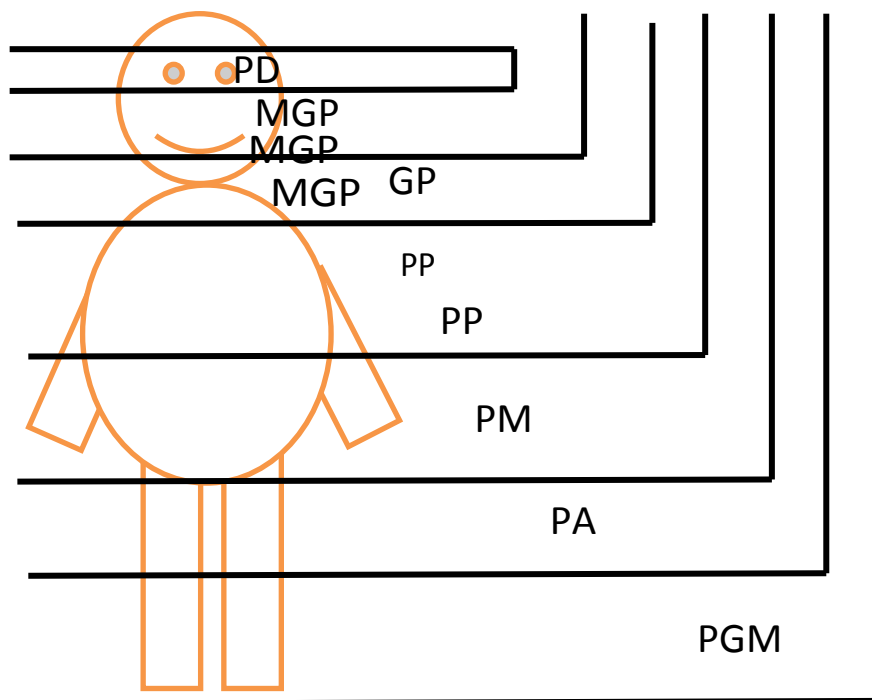


Figura 2-Planos

Fonte: Adaptado de <http://comunicamos.files.wordpress.com/2007/09/utadtvm-anual3.pdf> (Anexo I)

Apresento alguns dos planos que se devem ter em conta ao se captarem imagens através da câmara de vídeo.

✓ **Planos de ambiente<sup>1</sup>**

- Plano muito geral (PMG) – Contém o ambiente, essencialmente, e o elemento humano quase não é visível.

<sup>1</sup> Adaptado do *Manual de Jornalismo Televisivo* da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro



- Plano Geral (PG) – Neste plano já é possível ver-se o elemento humano mas também se centra no ambiente.
  
- ✓ **Planos de ação<sup>2</sup>**
  - Plano geral médio (PGM) – A figura humana é considerada um ponto central da imagem.
  - Plano americano (PA) – O conteúdo principal é a ação das personagens e corta o elemento humano pelo meio da coxa.
  - Plano médio (PM) – é um plano que corta o ser humano pela cintura e é considerado intermédio entre a ação e a expressão
  
- ✓ **Planos de expressão<sup>3</sup>**
  - Plano próximo (PP) – É cortado um pouco abaixo das axilas e beneficia o que é transmitido pela expressão facial.
  - Grande plano (GP) - Exclui a ação e o ambiente da imagem e é cortado pela parte superior dos ombros.
  - Muito grande plano (MGP) – É considerado um plano de expressão exagerado com o intuito de aumentar a carga emotiva de uma imagem que seja transmitida ao telespetador.
  - Plano de detalhe (PD) – Foca apenas parte de um corpo e permite focar determinados aspetos que também possam aumentar a carga emotiva.

#### **1.4.1. Movimentos da câmara**

Para além dos planos que referi acima, a câmara, também capta planos em movimento: *travellings* e panorâmicas. Os *travellings* acompanham os movimentos da câmara, estes podem ser na horizontal (esquerda, direita, frente, trás) e verticais (cima e baixo). As panorâmicas podem ser igualmente horizontais e verticais. A câmara está fixa sobre o seu eixo, rodando apenas para os lados ou na vertical.

---

<sup>2</sup> e <sup>3</sup> Adaptado do *Manual de Jornalismo Televisivo* da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro



### **1.4.2. Captação da imagem**

É necessário adaptar uma boa imagem com um bom texto mas, por vezes, também são cometidos erros de conciliação, ou seja, a imagem pode não corresponder ao texto o que acaba por confundir o telespetador. Este aspeto acaba por fazer com que o conteúdo auditivo se perca.

Existem dois factos que prendem a atenção, a notícia (quando é uma notícia forte o público fica com atenção à televisão) e a imagem (quando uma imagem está bem conseguida, as palavras podem ser deixadas de parte). Para que as imagens correspondam ao texto é necessário que haja um bom trabalho de equipa permitindo, assim, ao jornalista, que quando chegue à redação, tenha as imagens perfeitas para conciliar ao texto que irá escrever.

Ao longo do estágio tive a oportunidade de verificar que tanto a jornalista como o repórter de imagem trabalham bem em equipa. Por vezes poderia verificar-se algum tipo de discordância, mas com o empenho, trabalho de equipa e a paciência de cada um, no final, ficavam em sintonia e realizavam uma peça de agrado de ambos.

Sendo a reportagem um trabalho de equipa, é essencial referir que o jornalista é desde o início a cara da reportagem e possui a tarefa de conectar os factos ocorridos. O repórter de imagem tem a responsabilidade de captar imagens e som, sempre em ligação com o jornalista. O editor de imagem tem a tarefa de editar as imagens e o som em ligação com o jornalista.

Como a delegação da SIC da Guarda é apenas constituída por duas pessoas, o repórter de imagem para além de ter a tarefa de captar imagem e som, tem também que editar as peças.

O jornalista e repórter de imagem, devem traçar um plano de trabalho, mas devem estar conscientes de que, por vezes, o local ou as circunstâncias podem alterar esse plano de trabalho, por isso mesmo, ambos devem adaptar-se às novas circunstâncias que rodeiam um trabalho.





### 1.4.3. Diferentes modelos da peça jornalística

- **Reportagem:** Gradim [2000: 87] afirma que a reportagem “é um gênero jornalístico mais nobre”. O propósito da reportagem é informar o público sobre algum tipo de acontecimento. Existem dois gêneros de reportagem: a pequena reportagem (2’ a 3’00) e a grande reportagem (se for tópica, aborda determinado assunto, se for intensiva, aborda um assunto com profundidade).
- **Peça/Notícia:** (1’30). Para Gradim [2000: 57], “as características essenciais da notícia são a veracidade, atualidade e a capacidade de interessar”. Este modelo de peça jornalística é composto pelo *lead* (O Quê, Quem, Quando, Onde, Porquê e Como).
- **Entrevista:** “a entrevista denomina todos os contatos com uma fonte que são efetuados pelo jornalista durante o processo de recolha de informações” [2000: 97]. Existem dois tipos de entrevista, a factual e a do tipo enfático. A factual é uma entrevista em que o que surge em destaque é o acontecimento e a do tipo enfático é uma entrevista em que o convidado é o ponto de interesse.

### 1.4.4. Debates

- **Ágora ou Praça Pública:** “é um espaço público mediatizado através do qual a televisão, as rádios e os jornais contribuem diariamente para a construção do real”<sup>4</sup> São abordados vários assuntos que variam de edição para edição.
- **Hearing:** é um entrevistado com vários entrevistadores.
- **Duelo:** normalmente este tipo de debate só é usado em campanhas eleitorais onde existem dois oponentes e um jornalista.

Na televisão, existem três tipos de informação televisiva que variam em relação às suas definições:

---

<sup>4</sup> Artigo publicado na edição 1, em dezembro de 2004, da revista eletrônica *e-compós*: <http://www.compos.org.br/e-compos> (Anexo II)



- *Pivot* – Conduz a informação dos serviços informativos.
- *Vivo reportagem* – É usado nas peças quando faltam imagens.
- *Directo* – Serve para fazer um resumo do assunto do acontecimento, contando pormenores e dando informações.

#### **1.4.5.No terreno**

Antes de se chegar ao local é essencial pesquisar informações em relação ao tema, pois para que haja uma boa abordagem da situação é necessário estar sempre informado. Se for possível, deve-se recorrer a livros ou à Internet. Também se devem marcar as entrevistas com antecedência sempre que seja possível e explicar-se o objetivo do trabalho ao repórter de imagem para que este tenha uma noção do tema e daquilo que poderá filmar.

No local o microfone deve ser colocado a um palmo do entrevistado e os entrevistados devem ser alternados entre a esquerda e a direita. Segundo Simão [2007: 33] e Fernandes, o jornalista deve “estar sempre atento aos pormenores, (...) vão enriquecer a notícia, podendo permitir questões essenciais que o jornalista já tinha planeado”. A primeira pergunta deve ser sempre sobre o nome e o cargo do entrevistado.

#### **1.4.6.Indumentária**

A sobriedade do vestuário é essencial porque sempre que estamos a ser filmados, estamos a expor-nos. Em notícias de conteúdo político, terá mais credibilidade o jornalista que use fato do que um que use calções e *t-shirt*. Portanto, o vestuário deve condizer com o local da reportagem, mas também é necessário ter sempre cuidado com aquilo que se veste, ou seja, evitar decotes, brincos demasiado grandes, pulseiras que façam barulho, tops ou camisolas com frases ou estar constantemente a ajeitar o cabelo.

Para Travancas [1992:39], “o vestuário para o meio televisivo tem um peso e dimensão maiores do que para o restante da categoria de informação”.

Quando se encontra frente às câmaras, o jornalista deve aparecer bem vestido, com uma roupa elegante, que não seja vulgar e demonstre credibilidade.



### **1.5. Critérios de noticiabilidade**

Apesar de terem existido várias transformações no campo dos *media*, as principais tarefas do jornalista ainda se baseiam na seleção e na hierarquização dos acontecimentos, transformação dos mesmos e difusão das notícias.

A escolha dos acontecimentos e de outros assuntos que sejam de interesse ao jornalista, ainda são debatidos entre agentes interessados na cobertura noticiosa. Para Sousa [2001: 39], “a necessidade de se fazerem escolhas torna o jornalismo permeável a críticas”. Por seu lado, *Neto et al.* [2001: 276], afirma que estes “reforçam um processo de fragmentação do real, ao acentuarem aspetos isolados de um facto”.

Normalmente, a seleção de assuntos a noticiar não depende unicamente das escolhas subjetivas. Existem mecanismos que se sobrepõem à subjetividade jornalística, como por exemplo, os critérios de noticiabilidade ou de valor-notícia. Estes funcionam, em conjunto, com o fabrico e a difusão de notícias. Segundo João Sousa, Galtung e Ruge [1965] foram os primeiros autores a darem atenção à existência de critérios de noticiabilidade.

Alguns dos critérios de noticiabilidade consistem em: proximidade; momento do acontecimento; significância; proeminência social dos sujeitos envolvidos; proeminência das nações envolvidas nas notícias; consonância; imprevisibilidade; continuidade; composição; negatividade. Contudo, existem autores que se dedicaram a investigar as várias categorias de noticiabilidade de vários estudiosos, principalmente, em relação ao critério de proximidade.

É o caso de Fernandes [SD: 5] que segundo a sua pesquisa, afirma que “não são poucos os pesquisadores que têm colocado o fator proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade”. Este autor, fez um levantamento de dez autores brasileiros, americanos e europeus de diferentes épocas e sob variadas metodologias de pesquisa. Sendo assim, resumem-se as conclusões no seguinte quadro:

<b>Autor</b>	<b>Categorias de noticiabilidade</b>
Carrol Warren	<b>Elementos básicos de notícia:</b> atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoções e consequências



Fraser Bond [1962]	<b>Valor notícia:</b> oportunidade, proximidade, tamanho, importância. <b>Elementos de interesse da notícia:</b> interesse próprio, dinheiro, sexo, conflito, incomum, culto do herói e da fama, expectativa, interesse humano, acontecimentos que afetam grandes grupos organizados, disputa, descoberta e invenção, crime
Luiz Amaral [1969]	<b>Atributos fundamentais:</b> Atualidade, veracidade, interesse humano, amplo raio de influência, proximidade, raridade, curiosidade
J. Galtun e M. Ruge [1965]	<b>Critérios de noticiabilidade:</b> momento do acontecimento, intensidade ou magnitude, inexistência de dúvidas sobre o seu significado. Proeminência social dos envolvidos, proeminência das nações envolvidas, surpresa, composição tematicamente equilibrada do noticiário, proximidade, valores socioculturais, continuidade
Mar de Fontcuberta [1993]	<b>Interesse do público:</b> atualidade, proximidade, proeminência, conflito, consequências
Mario Erbolato [1978]	<b>Critérios de notícia:</b> proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descoberta e invenções
Natalicio Norberto [1969]	<b>Valor notícia:</b> interesse pessoal, interesse pelo próximo, proximidade, incomum, tamanho, importância, oportunidade
P. J. Shoemaker [1991]	<b>Critérios de noticiabilidade:</b> oportunidade, proximidade, importância, impacto ou consequência, interesse, conflito, negatividade, frequência, dramatização, crise, desvio, sensacionalismo, proeminência das pessoas envolvidas, novidade, excentricidade, singularidade
Nilson Lage [2001]	<b>Critérios de avaliação:</b> proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana
Teun A. Van Dijk [1990]	<b>Valores jornalísticos:</b> novidade, atualidade, pressuposição, consonância, relevância, desvio e negatividade, proximidade.

Tabela 1- Critérios de noticiabilidade

Baseado na tese de Fernandez "A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade"



## **2. Jornalismo local na cidade da Guarda**

A Guarda é uma cidade com uma grande variedade de órgãos de comunicação social. Relativamente à imprensa escrita, destacam-se o jornal Terras da Beira, A Guarda e O Interior. Quanto à rádio na cidade operam a Rádio Altitude e Rádio F, em relação às estações televisiva existe a RTP1, SIC, TVI e a Localvisão. Segundo a investigação de Victor Amaral [2006: 59] é possível verificar que na Guarda, “apesar da sua estrutura social e económica, a imprensa é um dos setores com mais vitalidade”. Esta afirmação é baseada numa comparação com as outras cidades médias da Beira Interior, considerando que em relação à quantidade de jornais e número de habitantes, “a Guarda é uma referência” [2006: 59].

O jornalismo local constitui-se como um dos mais relevantes métodos de construção de uma cidadania ativa, que se encontra sempre atenta aos problemas da comunidade.

Para Victor Amaral [2006: 62], “tal como os *media* em geral, a imprensa regional tem um forte papel reprodutor de visibilidade de pessoas, instituições e eventos”. Relativamente à Guarda, foi possível verificar que a imprensa tem tido um papel irreverente que foi determinante em muitas mudanças como, por exemplo, numa maior abertura institucional. António Brasil [2007: 93] considera que “o jornalismo local é, antes de tudo, a prestação de serviços”. Este faz parte da vida da cidade ao mostrar problemas, acontecimentos, reivindicações e outras questões locais.

Para Juliana Colussi Ribeiro [2005: 49], o jornalismo local é “privilegiado pela sua proximidade com o público e os problemas locais, o jornal regional permite a polifonia ao abrir espaço para a dona de casa reivindicar melhores infra-estruturas no seu bairro (...)”. Este género de jornalismo é favorecido pela sua proximidade com o público e com os problemas locais e, ao falar-se de jornalismo de proximidade, tem de se falar, de jornalismo regional e local. O jornalismo regional tem por obrigação dar mais atenção ao próximo e, é este valor que o distingue do jornalismo nacional.



A imprensa regional é mais vocacionada para informar o público de histórias do quotidiano das comunidades locais do que propriamente para o país ou mundo. Segundo o estatuto da imprensa regional<sup>5</sup>. São funções específicas da imprensa regional:

a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas;

b) Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento;

c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação;

Como é possível verificar-se no estatuto da imprensa regional, o jornalista tem por obrigação informar o público das mais variadas notícias que existam na sua região tendo como objetivo contribuir para o desenvolvimento da identidade regional.

---

<sup>5</sup> Estatuto da Imprensa Regional, [www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf) (Anexo III)

**Capítulo II**

**Caraterização da**

**SIC**



### 3. Caraterização da SIC- Sociedade Independente de Comunicação<sup>6</sup>

Em 1972, Francisco Pinto Balsemão criou a Sojornal/Expresso mesmo sabendo que apesar da censura existente na altura, era possível criar um semanário com qualidade informativa. As emissões da SIC iniciaram-se em outubro de 1992, sendo o primeiro canal privado em Portugal e a estação líder de audiências em 1995. Em 2001, a SIC expandiu-se incluindo mais dois canais temáticos, Sic Notícias e Sic Radical. Em 2008, a sub-*holding* IMPRESA *Publishing*, tornou-se um dos maiores editores de publicações, mais de 30, incluindo o jornal Expresso, a revista Visão, Caras, Activa, Exame, entre outras.

#### 3.1. Breve cronologia<sup>7</sup>

- 1992 - Início das emissões, como a primeira estação privada em Portugal.
- 1995 - SIC ultrapassa as audiências da RTP.
- 1997 – São iniciadas as emissões da SIC Internacional com o principal objetivo de atrair a grande comunidade portuguesa que se encontra pelo mundo, como também os PALOP'S (Países de Língua Oficial Portuguesa).
- 2001 – Criação dos canais SIC Notícias e SIC Radical.
- 2003 – No dia da mulher, 8 de março, foi criado o canal SIC Mulher. No dia 6 de maio, é transmitida a SIC *Indoor* – TV do *Shopping*. Para além da criação destes dois canais temáticos, a 6 de outubro, nasce o projeto SIC Esperança.
- 2004 – Criação da SIC Comédia que tinha como conceito humor e comédia, tendo terminado a sua transmissão a 31 de dezembro de 2006.
- 2009 – Criação do canal SIC K, dedicado às crianças.
- 2011 – A SIC Notícias celebra 10 anos com um novo estúdio e uma nova identidade visual e sonora. A SIC festeja o seu 19º aniversário com a

---

<sup>6</sup> e <sup>7</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))





apresentação de novos estúdios. A novela *Laços de Sangue*, a primeira produção em parceria com a SIC e a TV Globo, ganha um prémio internacional de melhor telenovela de 2011 no *39th International Emmy Awards*.

- 2012- A SIC comemorou 20 anos.

### **3.2. Organograma**

O organograma representa a estrutura formal de uma organização em que os órgãos são dispostos em níveis que representam uma hierarquia entre eles. Segundo Daychoum [2007: 188], “os órgãos são unidades administrativas com funções bem definidas”, Tenório [2005: 59] menciona que “o organograma refere graficamente a divisão do trabalho na organização”. Apesar de ter realizado várias pesquisas não encontrei nenhum organograma com a hierarquia de cargos da SIC e por isso, eu proporia um organograma clássico ou vertical, que é considerado o mais comum por ser estruturado por retângulos onde são representados os órgãos e por linhas que fazem a ligação entre os diferentes órgãos e a comunicação que existe entre eles.

### **3.3. Valores<sup>8</sup>**

Sendo os valores, os princípios ou crenças que servem de guia ou de critério para comportamentos, atitudes e decisões, a SIC rege-se por sete:

Credibilidade (é um canal que aposta no rigor informativo, sendo o seu lema “verdade absoluta”); Qualidade (Preocupada com os pormenores e na qualidade no entretenimento, a SIC não se rege por elitismos);

Inovação (Apesar de nunca se afastar do passado, esta estação televisiva aposta sempre na criatividade, no humor e na inovação de novos formatos, pretendendo causar impacto de maneira a surpreender mas sempre sem chocar); Modernidade (Está sempre aberto às novas tendências); Diversidade (Aposta na pluralidade de programas e canais a médio e longo prazo); Dinamismo (A SIC é dinâmica); Proximidade (Pronta a participar e viver as experiências de qualquer telespetador para além da simpatia e da boa disposição

---

<sup>8</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



### **3.4. Identidade Visual**

O logótipo da SIC foi inicialmente desenvolvido por *Hans Donner* da TV Globo e ao longo dos anos tem sido modificado. Sendo suportada pela sua tridimensionalidade, o logótipo da SIC, transmite criatividade, movimento e dinamismo para além de reforçar o seu forte carácter.

Segundo A.A.V.V. [2004:306], “a identidade visual da empresa é tudo o que o público- e especialmente os clientes- podem ver dela.”.

Como principais elementos da identidade visual de uma empresa são os locais e os símbolos gráficos: os locais da empresa são considerados vectores de comunicação importantes e este é um elemento “particularmente importante nas empresas de serviços como os bancos, que recebem frequentemente os seus clientes” [2004: 306]. Nestes casos particulares, a arquitetura exterior dos locais, a sua arrumação interior, a decoração e o mobiliário têm um papel importante na formação da imagem da empresa, sugerindo, conforme o caso, segurança, prestígio, discrição e eficácia.

O outro elemento da identidade visual são os símbolos gráficos, que se tratam, essencialmente, do logótipo.

As cores predominantes no logótipo da SIC são o azul, branco, vermelho e amarelo que contêm, cada uma, um significado diferente. O branco remete para pureza, sinceridade e verdade Segundo Barros [2006: 188], para Kandinsky<sup>9</sup> esta cor “simboliza pureza, a alegria, o início e a eterna possibilidade, a esperança, um nada antes de todo nascimento, antes de todo começo”.

O azul é a cor do bem-estar e do raciocínio lógico, sugere espiritualidade, ordem e quietude, “o azul traz consigo a paz e a calma” [2006: 188]. Quanto ao vermelho, é uma cor quente, ativa que representa resistência, força e coragem, “evoca força, impetuosidade, energia, decisão, alegria, triunfo” [2006: 196]. Por fim, o amarelo é associado ao sol e representa as cores quentes, atrai pensamentos otimistas e auto-satisfação. Kandinsky afirma que esta “é a cor da loucura e delírio, uma explosão emocional, um acesso de fúria.

---

<sup>9</sup> “**Wassily Wassilyevich Kandinsky** foi um importante pintor, teórico, músico e professor russo, sendo considerado o pioneiro da pintura abstrata.” Informação retirada do página *web*: <http://www.infoescola.com/biografias/wassily-kandinsky/>



Uma cor que possui uma forte intensidade e atormenta o homem” [2006: 186]. É considerada uma boa cor para a comunicação, criatividade, atenção, bom humor e socialização.



Figura 3- Evolução  
do logótipo da SIC

Fonte das imagens: <http://sic.sapo.pt>

### 3.5.Canais temáticos



Figura 4 - Logótipo Sic Notícias

Fonte: <http://sic.sapo.pt>

A SIC Notícias<sup>10</sup> é um canal televisivo, exclusivo a assinantes de televisão por cabo e que abrange apenas programas de carácter informativo que existe desde janeiro de 2001.

É um canal exclusivo ao público que pretende estar sempre informado e que contém três blocos de informação diários. Os temas principais são economia, saúde, entrevistas, espetáculo, a moda e o desporto. A partir de 2003, este canal, passou a ser emitido, via satélite, em Angola e Moçambique e em 2006 em Cabo Verde e nos Estados Unidos. Relativamente ao seu logótipo, as cores abrangentes são o cinzento e o vermelho. O cinzento simboliza a estabilidade, o sucesso e a qualidade, tal como a SIC

<sup>10</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



Notícias que expressa estabilidade por ser um canal sempre fixo, já que transmite notícias todos os dias, 24 horas tornando-se seguro acompanhá-lo o que faz com que tenha sucesso nas audiências e qualidade devido à informação que produz. Tem como símbolo o mundo, por cobrir notícias dos quatros cantos do planeta, de cor vermelha que transmite a liderança do canal em relação à informação mundial.

*Slogan:* SIC Notícias – Os seus olhos no Mundo!

Relativamente ao *slogan*, a SIC Notícias apostou numa frase curta, simples e de fácil memorização “Os seus olhos no Mundo”. Este canal temático afirma-se pela informação relativa ao mundo e o público tem a oportunidade de ter “os olhos” colocados nas notícias mundiais. Como facto noticiável temos o da atualidade ou proximidade temporal, ou seja, devido a este se basear na atualidade, acaba por ser um fator de proximidade no tempo.



Figura 5 - Logótipo Sic Radical  
Fonte: <http://sic.sapo.pt>

Nascido a 23 de abril de 2001<sup>11</sup>, sendo um canal com uma temática mais alternativa, e que é considerado um dos maiores produtores de talentos, de onde saíram personalidades como Rui Unas, Fernando Alvim, Gato Fedorento, Homens da Luta, entre outros. Dirigido ao público mais jovem, dos 15 aos 34 anos, a SIC Radical, apoia vários festivais de verão, nomeadamente, *Rock in Rio*, *Sumol Summer Fest*, *Optimus Alive!*, *Super Bock Super Rock*, *Sudoeste* e *Super Bock Surf Fest*.

*Slogan:* SIC – Ver para querer. Sendo o *slogan* uma frase de fácil memorização e que tem como objetivo resumir um produto, serviço ou uma pessoa, é utilizada em determinados contextos, político, religioso ou comercial como uma expressão repetitiva de uma ideia. Mais uma vez, verifica-se que a SIC importa-se com a sua imagem, utilizando *slogans* breves e memoráveis como se verifica o do canal temático SIC Radical “Ver para querer”. Por ser um canal televisivo que aposta no facto noticiável,

---

<sup>11</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



raridade-novidade, pode-se afirmar que a frase de efeito é bem aplicada, já que o seu sucesso baseia-se no insólito, “bom ou mau, não frequente, extraordinário, não habitual nem comum, podendo constituir uma novidade, dada a sua originalidade ou singularidade”, como é referido por Albertino Aor da Cunha [1990: 14]. Geralmente, este canal temático afasta-se da rotina informativa, acabando por brincar com a curiosidade do público-alvo. A Sic Radical alinha-se à novidade o que faz com que nem sempre o seu conteúdo seja considerado noticioso, é necessário “ver para querer”.



Figura 6 - Logótipo da Sic Mulher  
Fonte: <http://sic.sapo.pt>

Dirigido ao público feminino, a SIC Mulher<sup>12</sup>, nasceu a 8 de março de 2003 e tem como objetivo principal a divulgação de uma programação de qualidade, destinada à mulher, que não se vê em nenhum de outros canais televisivos portugueses. A cor predominante no logótipo da SIC Mulher, é cor-de-rosa, aplicada de forma correta devido ao seu significado. O rosa é o sinónimo do romance, da sensualidade e da beleza feminina. Relacionado com o símbolo do coração, esta cor expressa empatia e companheirismo, fragilidade e delicadeza, simbolizando feminilidade e afeição. É um canal temático baseado em dois tipos de factos noticiáveis, interesse humano, que para Albertino Aor da Cunha [2011: 14], “são fatos capazes de provocar no ânimo popular um jogo emocional, inspirado em sentimentos de admiração (...), com o objetivo de entreter, educar ou passar o tempo, mais do que noticiar propriamente”. Outro facto noticiável é o amor, romance e sexo. Estes são significativo da notícia por causarem relacionamentos conjugais como também a separação do casal, adultério ou até mesmo outros desníveis de ordem social, temas tratados com grande interesse na SIC Mulher

*Slogan:* SIC Mulher – Amor para toda a vida!

Como é um canal temático que trata, principalmente, temas relativos ao amor e aos problemas do casal, o *slogan* tem um forte relacionamento com o canal em si, para além, de como todas as outras frases de efeito que já foram analisadas é também curta e de fácil memorização.

---

<sup>12</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



Figura 7 - Logótipo da Sic Internacional  
Fonte: <http://sic.sapo.pt>

A SIC Internacional<sup>13</sup> é principalmente dirigida aos portugueses que se encontram nos países de língua oficial portuguesa e pelo resto do mundo, chegando a mais de 4,5 milhões de telespetadores. Atualmente encontra-se presente em França, Suíça, Luxemburgo, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, Moçambique, África do Sul, Brasil e Austrália, sendo distribuída através de sistemas de cabo, satélite e IPTV. Sendo um canal generalista, fazem parte da grelha, programas de informação, entretenimento e desporto. A SIC Internacional é um canal que apresenta um logótipo simples compreendido pelo logótipo da SIC e com “internacional” por baixo.

*Slogan:* SIC Internacional – Portugal mais perto de si!

O *slogan*, mais uma vez, apresenta-se breve e de fácil memorização. Por abranger países onde a língua oficial é o português e onde habitam muitos portugueses, a frase de efeito aplica-se na perfeição porque este canal tem como propósito, informar todos os portugueses que se encontram fora de Portugal, com notícias do seu país.



Figura 8 - Logótipo do KSic  
Fonte: <http://sic.sapo.pt>

Desde de 18 de dezembro de 2009 que a SIC K<sup>14</sup> entretém os jovens com idades compreendidas entre os sete e os catorze anos. O logótipo da SIC K, K do inglês kid (criança), apresenta-se com cor laranja. Esta cor representa o sucesso, a agilidade mental e a prosperidade, o encorajamento, estímulo, robustez, atração, gentileza, cordialidade, tolerância e prosperidade.

---

<sup>13</sup> e <sup>14</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



Por ser um canal dirigido às crianças e por de uma forma “disfarçada” “pretender aumentar a agilidade mental, os estímulos e a robustez, a cor enquadra-se perfeitamente no propósito da SIC K tem como factor noticiável o entretenimento e a diversão, estes factos tranquilizam o espírito, distraem e aumentam os sonhos e a imaginação. *Slogan:* SIC K - Aventura-te! Este *slogan* convida as crianças a aventurarem-se no mundo da diversão e da fantasia onde lhes é concedida a oportunidade de “voar mais alto” e aprender de forma divertida.



Figura 9 - Logótipo da Sic Esperança  
Fonte: <http://sic.sapo.pt>

Em 2003 a SIC, criou o projeto SIC Esperança<sup>15</sup> que é um projeto transversal ao universo SIC e que tem hoje o estatuto de Instituição Particular de Solidariedade Social, aprovado pela portaria nº139/07 de 20 de janeiro de 2007. A SIC Esperança já angariou, em oito anos, 3.337.017,00€, estabeleceu parceria com 73 empresas, trabalhou com 69 instituições e beneficiou mais de 24200 pessoas.

Em 2011, sendo o ano dedicado à “Pobreza e Exclusão Social”, a SIC Esperança criou vários projetos que melhoraram as condições de vida de várias pessoas, ajudando mais de 5300 pessoas com 1.200.000,00€ angariados. Quando a Madeira sofreu com uma catástrofe climática a 20 de fevereiro de 2010, a SIC Esperança, contribuiu com a maior ação de solidariedade nacional, “Uma Flor para a Madeira”, dos últimos anos. Hoje, afirma-se como um importante motor de implementação de responsabilidade social e que estimula e credibiliza a solidariedade de Portugal.

A SIC Esperança pretende ser considerada uma instituição de solidariedade por excelência; Fazer solidariedade quebrando tabus, trabalhando com dinamismo e um espírito jovem; Contribuir de forma solidária e consistente para a divulgação e solução dos problemas sociais que afectam Portugal; Transmitir os seguintes valores em tudo o que for feito: qualidade, credibilidade, dinamismo, inovação, modernidade, diversidade,

<sup>15</sup> (Informação retirada de documentação interna da organização (Anexo IV))



proximidade e irreverência. A responsabilidade social é um tema que se torna cada vez mais importante, devido à consciência que as empresas estão a começar a ter em relação ao assunto. Este tema é uma nova realidade do mercado e, essa mesma está a fazer com que as empresas invistam, cada vez mais, em outros atributos significativos, além do preço e da qualidade que são essências ao consumidor. Segundo o Livro Verde da Comissão Europeia (2001),

*ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais - implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais A experiência adquirida com o investimento em tecnologias e práticas empresariais ambientalmente responsáveis sugere que ir para além do simples cumprimento da lei pode aumentar a competitividade de uma empresa. Assim, o facto de se transcender as obrigações legais elementares no domínio social - por exemplo, em termos de formação, condições de trabalho ou das relações administração-trabalhadores – é passível de ter também um efeito directo sobre a produtividade. Possibilita igualmente uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre o desenvolvimento social e uma competitividade reforçada. [2001: 7]*

A responsabilidade social diz respeito ao cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos e instituições para com a sociedade em geral.



**Capítulo III**

# **Estágio**



## **4. Objetivos do trabalho**

A escolha do meu local de estágio foi feita pelo interesse que sempre tive pela comunicação social e, sendo a SIC uma estação televisiva de prestígio, considerei-a o melhor local tanto para o estágio como para o enriquecimento dos meus conhecimentos. O estágio permitiu-me explorar um caminho cheio de responsabilidade, já que o público confia nos *media* para estar informado 24 horas sob 24 horas. Tive a oportunidade de conviver com diversas pessoas e de analisar as suas histórias noutra perspetiva, vi caras tristes, alegres, assustadas, eufóricas e revoltadas.

Todos os aspetos que mencionei só fizeram com que a minha vontade de fazer parte do mundo do jornalismo fosse ainda mais alimentada. Sendo o principal objetivo do meu estágio aprofundar conhecimentos também, serviu para acompanhar, em primeira mão, o trabalho dos repórteres e como eles, muitas vezes, tinham que lutar com o *timing* para que as notícias fossem enviadas a tempo para a *régie* e com o *stress* de ter que estar em cima do acontecimento para poder ser noticiado. Considero um trabalho stressante porque, por vezes, quando os repórteres se encontravam em tempo lazer, era necessário largar o que estavam a fazer para ir atrás de notícias mas, também, pode ser imprevisível porque tanto podiam ter um dia cheio de acontecimentos para cobrir como não terem nada para noticiar. Com o estágio aprofundei os meus conhecimentos em relação ao uso da câmara de vídeo colocando em ação todos os planos que aprendi e, também, pude colocar em prática a experiência que já tinha adquirido ao longo do curso em relação à edição de vídeo. Averigui que neste ramo é necessário estar sempre informado e atualizado sobre as ocorrências diárias e, ao longo do tempo, é preciso enriquecer a cultura geral.

O jornalismo é uma área de grande interesse e que faz parte do dia-a-dia das pessoas, pois estas necessitam de estar sempre informadas. Infelizmente, para quem quer iniciar, agora, uma carreira no mercado de trabalho as oportunidades são muito restritas pois cada vez mais a imprensa vai fechando portas devido às novas tecnologias e à crise económica em que o país se encontra. Segundo A.A.V.V. [2009: 318] “poucas áreas sofrem, como o jornalismo, o choque e o impacto das novas tecnologias da informação”. As novas tecnologias têm prejudicado a comunicação social, pois cada vez mais, as pessoas prescindem de comprar jornais por acederem a informação de forma quase gratuita na TV e na internet.



## **5.Delegação SIC – Guarda**



Figura 10 - Delegação da SIC na Guarda

permite aos alunos realizarem o seu estágio neste local. A delegação da SIC cobre todo o distrito da Guarda (Aguiar da Beira, Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Fornos de Algodres, Gouveia, Guarda, Manteigas, Meda, Sabugal, Seia, Pinhel, Trancoso, Vila Nova de Foz Côa) (Anexo V)

A delegação onde estagiei (figura 10) localiza-se no campus do Instituto Politécnico da Guarda. É formada por uma jornalista, Madalena Ferreira, e por um repórter de imagem, Filipe Barbosa. Só em casos especiais, como férias ou casos de doenças por parte da equipa da Covilhã, é que cobrem a zona da Covilhã e de Castelo Branco. A delegação da Guarda tem protocolo com o Instituto Politécnico o que

## **6.Cronograma**

O cronograma tem como objetivo relacionar as atividades realizadas com o tempo previsto para a sua execução. Para Tenório [2005: 45], “o cronograma pode ser apresentado em diferente níveis de detalhamento, conforme as necessidades de quem o formulou”. Quando é aplicado em termos de gestão, o projeto deve apresentar um cronograma detalhado onde se possam encontrar as tarefas efetuadas mês a mês, de maneira a que se possa acompanhar a execução destas. De seguida, apresento o meu cronograma tabular com os títulos das notícias que acompanhei ao longo do estágio e das datas em que foram realizadas.





Miristro da Defesa Nacional em Gouveia	1	13/08	13/08	
Idosos inseguros	1	23/08	23/08	
Retorno às aulas	1	24/08	24/08	
Fábrica dos Pastores da Beira	1	27/08	27/08	
Operação Hermes – viajar em segurança	1	31/08	31/08	
Padre celebra missa em 11 freguesias	1	31/08	31/08	
<b>Setembro</b>				
Incêndio no Parque Natural da Serra da Estrela	1	4/09	4/09	
Incêndios varrem culturas	1	6/09	6/09	
Desfile de moda na Guarda	1	8/09	8/09	
Filmagens nos serviços centrais	1	12/09	12/09	
Protesto contra medidas de austeridade	1	21/09	21/09	
Filmagens no café Sugestões	1	24/09	24/09	
Entrevista aos proprietários do Café, <del>Knegra</del> e Inglesa	1	25/09	25/09	
Exportação dos vídeos da câmara para o computador	1	26/09	26/09	
Edição e formação dos textos para a reportagem	1	27/09	27/09	
<b>Outubro</b>				
Edição da reportagem	5	28/09	02/10	
Edição da peça individual	8	3/10	11/10	

Tabela 2 - Cronograma



## 7. Análise SWOT

A análise SWOT (tabela 3) é utilizada para análise de um ambiente, sendo usada como base na gestão e planejamento estratégico de uma organização. Segundo Daychoum, “é um sistema simples que serve para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão” [2007: 7]. O termo SWOT é uma sigla proveniente do idioma inglês: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). As forças referem-se às vantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes, as fraquezas são as desvantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes. As oportunidades definem-se pelos aspetos positivos da envolvente com potencial de fazer crescer a vantagem competitiva da empresa e as ameaças são os aspetos negativos.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bom ambiente de trabalho</li> <li>-Cumprimento do código deontológico do jornalista</li> <li>-Preocupação com a ergonomia do trabalho</li> <li>-Aposta na formação dos estagiários</li> <li>-Qualidade na informação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pouca qualidade das infraestruturas</li> <li>-Escassez no sinal de rede</li> <li>-Falta de equipamento tecnológico de alta qualidade</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Especificidades locais e contextuais (atual situação do país) propiciam sempre oportunidades de trabalho jornalístico de interesse público.</li> <li>- Parcerias com instituições de ensino superior que propiciam a descoberta e otimização de novos profissionais de comunicação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Concorrência por parte de outras estações televisivas</li> <li>-Sendo um meio pequeno pode afetar a quantidade de notícias que possam ser produzidas</li> </ul>

Tabela 3- Análise SWOT



Para que os pontos fracos fossem melhorados, a SIC necessitava de ter uma maior preocupação com todas as delegações espalhadas pelo país para que nunca sofressem nenhum tipo de problema relativamente à ergonomia.

A delegação da SIC da Guarda necessitava que o sinal de rede fosse mais eficiente para que as peças chegassem sempre a boas horas, esta devia contar com infraestruturas com melhor qualidade para que o trabalho da equipa fosse realizado num ambiente mais acolhedor. O equipamento de captação de imagem do repórter poderia ser mais moderno. Em relação às ameaças, para combater a concorrência de outras estações televisivas é necessário que a SIC aposte num leque mais vasto de programação.

## **8. Programa de edição**

Tive a oportunidade de aprender e trabalhar com o programa de edição utilizado pela SIC, EDIUS 4.60 (figura 11). Este programa é de fácil manuseamento e tem um formato de utilização semelhante ao *Adobe Premier* que foi lecionado na unidade curricular de Comunicação e Vídeo.

Após o fim da edição, a notícia é enviada através do programa Filezilla. Este programa consiste num cliente FTP – *File Transfer Protocol*, que é uma forma mais rápida e simples de se transferir arquivos. O EDIUS é um programa de edição usado por toda a SIC.

Para transferir o ficheiro para o programa é preciso seguir os seguintes passos:

“*Capture/ Generic OHCI/ Input/ Settings/ Formato DV50I*” Após estes passos o vídeo irá aparecer do lado direito do visor numa janela com o nome de “*Bin*”. No programa podemos encontrar duas janelas, a janela de previsão e a janela final.



Figura 11 - Programa EDIUS



Na janela de previsão é mostrado o vídeo em bruto, sem qualquer tipo de formatação, enquanto que na janela final só já aparece o vídeo que foi formatado.

No programa, para além das janelas que referi, existe, também, uma *timeline* que é a área onde será editado e montado o vídeo. A imagem e áudio são dispostos numa linha segundo a sua ordem cronológica. Várias multilinhas permitem-nos sobrepor diferentes vídeos e áudios onde o editor tem a oportunidade de editar tanto o som como a imagem. Para cortar as partes do vídeo que queremos na peça é necessário cortar primeiro na janela de previsão e depois arrastar para a *timeline*.

Para fazer esta edição na parte que queremos colocar na peça, temos que, colocar o cursor no início e clicar no botão I (*in*) e depois colocamos no fim e clicamos no botão O (*out*). Após a edição estar realizada, na *timeline*, marcamos *in* e *out* no início e no fim da edição e de seguida executamos os seguintes passos: *file/print/print to file*, que servem para colocar a edição em formato de vídeo para que de seguida possa ser enviado para a sede.

## **9. Atividades desenvolvidas (Anexo VI)**

Seguidamente apresento as peças que tive a oportunidade de acompanhar. Todos os critérios que utilizei na análise das notícias que acompanhei ao longo do estágio são baseados na obra de Sousa, *Elementos de Jornalismo Impresso (2011), Porto*.

Por nos ter sido emprestada uma câmara de vídeo da Escola de Educação, Comunicação e Desporto, a mim e à minha colega de estágio Anabela Fernandes, tivemos a oportunidade de seguir os tutores no terreno com filmagens efetuadas por nós que nos serviram para aperfeiçoar a nossa prática com a câmara. Ao longo do meu estágio acompanhei de perto o trabalho da jornalista Madalena Ferreira e do repórter de imagem Filipe Barbosa. Aprendi como se comporta um jornalista em terreno e como faz para procurar as fontes, quais os planos que se devem ter em atenção quando se está a captar imagens e como funciona o programa de edição EDIUS.

O IPG emprestou uma câmara de vídeo o que beneficiou o meu estágio porque tive a oportunidade de ter com um contacto mais próximo daquilo que é o trabalho dos meus tutores. Nas notícias que acompanhei captei várias imagens.





### **9.1. “Deputados do PS visitam novo hospital ”**

O grupo parlamentar do Partido Socialista fez uma visita ao novo hospital da Guarda devido às obras não se encontrarem concluídas porque estão em dívida nove milhões de euros ao empreiteiro. Tanto os deputados como o empreiteiro exigem que a dívida seja paga. Os jornalistas foram impedidos de entrar no edifício novo do hospital, sem nenhuma justificação do sucedido, foram obrigados a esperar no exterior até que os deputados saíssem para os poderem entrevistar.

A notícia apenas foi transmitida na SIC Notícias. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, continuidade, negatividade, proeminência social dos sujeitos envolvidos.

### **9.2. “Combate à evasão fiscal”**

O governo aprovou a dedução de 5% de IVA em despesas de alojamento, refeições, cabeleireiros ou oficinas. A dedução aprovada em Conselho de Ministros prevê teto máximo de 250 euros por família. Para a cobertura desta notícia, dirigimo-nos ao Intermarché da Guarda onde foi entrevistado um cliente da oficina e o proprietário do cabeleireiro que se encontra no interior do supermercado.

Por não haver clientes, no cabeleireiro, na hora da entrevista, foi-nos pedido, a mim e à minha colega de estágio Anabela Fernandes, para que fizéssemos de figurantes para o repórter de imagem poder recolher imagens do estabelecimento. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância.

### **9.3. “Férias em tempo de crise”**

Deslocámo-nos à praia fluvial de Valhelhas para verificar que devido à crise as pessoas frequentam mais este local por ser mais barato e por não obrigar a grandes deslocações que levem a um maior gasto de combustível. As famílias aproveitam e levam as refeições de maneira a não gastar muito dinheiro. Verifiquei que não é de agrado de grande parte do público expor-se frente à camara, poucos são os que sentem o à vontade para responder às questões colocadas pelos jornalistas. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, composição, negatividade.



#### **9.4. “Dia dos avós”**

Por ser considerada uma data com alguma relevância e numa altura em que as aldeias se encontram cheias de emigrantes, fomos a Fernão Joanes ver como os avós passam esta data com os netos que se encontram fora do país. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, consonância, significância, momento do acontecimento, composição.

#### **9.5. “Paixão pela escrita”**

Reportagem com Álvaro Carvalho, médico e João Lopes, técnico radiologista. Ambos gostam de escrever romances. Álvaro de Carvalho escreveu “Às oito menos um quarto” e trata-se de um livro sobre o drama da emigração. João Lopes escreveu “Portas da Baía”, um romance que levou quatro anos a ser concluído e que fala de heranças. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, momento do acontecimento, proeminência social dos sujeitos envolvidos, consonância

Do dia 7 a dia 13 de agosto tivemos a experiência de conviver com o repórter de imagem da delegação da Covilhã. Quando algum elemento da delegação da Guarda ou da Covilhã vai de férias, eles comunicam entre si para que se possam substituir uns aos outros. Como o repórter de imagem da Guarda esteve de férias, o repórter da Covilhã teve que redobrar o trabalho acompanhando tanto a jornalista da Guarda como a da Covilhã. Entre jornalistas acontece o mesmo, quando a jornalista da Covilhã vai de férias, a Madalena Ferreira tem que cobrir as notícias da zona dela ou vice-versa.

#### **9.6. “Acampamento nacional de escuteiros - ACANAC”**

Cerca de 17.100 escuteiros e voluntários reuniram-se em Monte Trigo, Idanha – a – Nova, no dia sete de agosto. Cada escuteiro pagou oitenta euros para participar e contar com várias experiências. No local estavam representados os 18 distritos do país e as duas regiões autónomas da Madeira e Açores. O acampamento contou com a presença de Macau e de outras comitivas internacionais. Com idades compreendidas entre os 6 e os 22 anos, os escuteiros trocaram experiências e fizeram a festa. Durante uma semana 2600 voluntários monitorizaram o acampamento e fizeram ligação com os pais e filhos. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, consonância



### 9.7. “Segurança social de Castelo Branco”

Depois de despedir 400 pessoas, a *call center* da segurança social de Castelo Branco reabriu, apenas com 50 trabalhadores. Como foi impossível falar com alguém responsável, foi necessário recorrer às imagens arquivo. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, negatividade, proeminência das nações envolvidas nas notícias.

### 9.8. “Maior abraço do mundo”

Na semana em que se realizou o acampamento nacional de escuteiros – ACANAC, regressámos a Idanha-a-Nova no dia nove de agosto, desta vez para testemunhar o maior abraço do mundo com mais de dezassete mil pessoas. Foram necessárias várias horas para organizar todos os participantes. Para além do abraço, a comunidade teve a oportunidade de assistir a vários espetáculos com a presença do apresentador João Manzarra. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, continuidade, imprevisibilidade, consonância, significância

### 9.9. “Feira medieval de Belmonte”

Belmonte realizou a nona feira medieval, no dia dez de agosto, no centro histórico e no largo do castelo onde se encontravam várias tendas de comes e bebes e algum artesanato. A feira contou, também, com várias aves de rapina e jogos tradicionais. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, momento do acontecimento, consonância.

### 9.10. “Ministro da Defesa Nacional em Gouveia”

No dia em que Gouveia fez anos, dia treze de agosto, o ministro da Defesa, Aguiar Branco, deslocou-se à cidade para felicitar os estudantes pelos prémios de mérito e para falar da austeridade. O evento contou com jornalistas de várias estações, TVI, RTP1, SIC, Lusa e algumas estações de rádio e jornais de imprensa que vieram principalmente por causa da polémica dos submarinos que envolveu o Ministro Paulo Portas e por causa da privatização dos estaleiros de Viana. Devido a esta concentração da comunicação social na Câmara Municipal de Gouveia, o próprio Presidente da Câmara ficou admirado sem saber a razão de tanta comunicação social. Como os únicos



temas que agradavam a imprensa foram os que referi acima, o discurso do Presidente da Câmara em relação ao ensino foi completamente ignorado não tendo sido filmado.

No final do evento o ministro foi questionado pelos vários jornalistas, mas as suas respostas foram lacónicas, sendo que uma delas foi que se dirigissem ao Procurador-Geral da Republica caso quisessem obter mais respostas.

Com esta experiência verifiquei que quando se trata de uma peça de foro político, não existe o meio-termo, ou seja, tanto pode ser considerado tempo desperdiçado devido à demora e espera para se falar com um político, como pode ser necessário andar apressado de um lado para o outro para se obter imagens e respostas. Verifiquei também que apesar da concorrência que existe entre a comunicação social, todos os jornalistas e repórteres de imagens mostraram grande camaradagem

**Crítérios de noticiabilidade:** Proximidade, momento do acontecimento, significância, proeminência social dos sujeitos envolvidos, continuidade, negatividade

#### **9.11. “Idosos inseguros”**

Devido a um episódio de assalto que tinha ocorrido há quatro meses na Mizarela, a Madalena Ferreira e o Filipe Barbosa decidiram realizar uma peça sobre a insegurança e os idosos, no dia vinte e três de agosto. A notícia foi baseada num estudo da APAV - Associação Portuguesa de Apoio à Vitima que aponta o medo como causa direta da perda de qualidade de vida e que as mulheres entre os 45 e os 64 anos são as pessoas que se sentem mais inseguras. Para além da população, a própria vítima de assalto foi entrevista, esta ficou sem dinheiro e sem ouro que foi roubado por dois homens encapuzados. **Crítérios de noticiabilidade:** Proximidade, composição, negatividade.

#### **9.12. “Regresso às aulas”**

O dia vinte e quatro de agosto contou com uma ida ao Intermarché da Guarda e à papelaria Véritas. Segundo um inquérito ao consumo, para além dos manuais escolares, o vestuário e o calçado dominam intenções de compra. Foram entrevistados alguns pais na papelaria Véritas de forma a se saber quanto iriam gastar, este ano, com os manuais escolares dos filhos. Para além do material didático juntam-se as compras de vestuário e calçado. O decréscimo de poder de compra nota-se também na aquisição de



equipamento desportivo. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, composição, negatividade

#### **9.13. “Fábrica dos Pastores da Beira”**

Regressámos a Idanha-a-Nova mas, desta vez, à fábrica dos Pastores da Beira para noticiarmos um queijo que foi premiado em Londres como o melhor queijo internacional. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, consonância.

#### **9.14. “Operação Hermes – viajar em segurança”**

Em Vilar Formoso foi feita uma operação da GNR no dia trinta e um de agosto que tinha como intuito principal dar indicações sobre localizações aos portugueses que estavam de volta aos países onde estão emigrados. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, composição, consonância.

#### **9.15. “Padre celebra missa em 11 freguesias”**

Padre tem que celebrar a missa em 11 freguesias devido à escassez de padres no interior. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, negatividade, composição.

#### **9.16. “Incêndio no Parque Natural da Serra da Estrela”**

Dirigimo-nos a Seia para cobrir um incêndio no dia quatro de setembro que estava a rodear várias aldeias do concelho. De manhã, foi realizado um falso direto (vídeo *on tape*) com filmagens de alguma área ardida e com o testemunho de um sapador. Deparamo-nos com alguns problemas na hora do envio da peça devido á falha de rede da Internet no local onde nos encontrávamos.

No terreno encontravam-se centena e meia de bombeiros e um helicóptero e, apesar dos esforços as chamas eram empurradas pelo vento e acabaram por destruir muitos quilómetros do parque natural da Serra da Estrela. Os testemunhos foram do comandante da Proteção Civil, do presidente da Câmara Municipal de Seia e de pessoas que se encontravam na área da zona ardida. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, momento do acontecimento, significância, imprevisibilidade, negatividade, composição



### **9.17. “Incêndios varrem culturas”**

Após o incêndio do dia quatro retornámos a Seia para noticiar o prejuízo da área ardida na população no dia seis de setembro. Para esta peça o presidente da Associação Distrital de Agriculturas, António Machado, deu o seu testemunho no qual lamentou a falta de apoios para construção de charcas e dos cinco mil hectares que se estimam que tenham sido queimados.

Nesse dia ainda havia fumo na serra e os bombeiros andavam acima e abaixo em vigilância. Após os incêndios, e apesar das contínuas queixas sobre as faltas de apoios, o próximo passo será a reflorestação da área ardida. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, significância, continuidade, negatividade

### **9.18. “Desfile de moda na Guarda”**

A Guarda teve a oportunidade de disfrutar de um desfile de moda no dia oito de setembro que teve como objetivo principal estimular o comércio tradicional da cidade. Apesar do mau tempo, o desfile continuou e teve a figura pública, Cláudio Ramos da SIC, a apresentá-lo na Praça Velha. O desfile foi organizado pela Associação de Comerciantes e por uma agência da especialidade que apresentaram propostas para estes outono/inverno. Devido à falta de clientes, das quebras no consumo e na quebra geral de confiança, este evento pretendeu vencer todos estes obstáculos. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, proeminência social dos sujeitos envolvidos, momento do acontecimento, consonância

### **9.19. “Protesto contra medidas de austeridade”**

No dia 21 de setembro alguns protestantes reuniram-se em frente à Câmara Municipal da Guarda com o intuito de protestar contra as medidas de austeridade impostas pelo governo. A peça foi curta porque tinha como objetivo acompanhar uma peça que iria mostrar várias zonas do país onde se tinha dado, também, algumas manifestações. **Critérios de noticiabilidade:** Proximidade, momento do acontecimento, significância, continuidade, composição.



## **10. Projeto I – Reportagem “Crise económica e a entrada no ensino superior” (Anexo VII)**

Durante o estágio, eu e a minha colega Anabela Fernandes, resolvemos realizar uma peça de forma a aplicarmos todos os conhecimentos adquiridos ao longo do estágio. O tema foi escolhido porque nos encontramos no meio de uma crise económica, da qual ouvimos falar, diariamente, nas notícias que passam na televisão e na imprensa escrita. Através destes meios de comunicação, é possível verificar que cada vez mais os jovens deixam de estudar por não terem condições financeiras para cobrir as despesas obrigatórias que surgem ao se entrar no ensino superior.

Resolvemos entrevistar algumas pessoas para sabermos como a situação económica do país pode afetar os seus estudos ou até mesmo os estabelecimentos de lazer que são, maioritariamente das vezes, ocupados por estudantes.

Os locais de entrevista foram os serviços centrais do IPG, os cafés Inglesa, Knegra e Cafeína. Como entrevistados tivemos o Presidente da Associação Académica da Guarda, Diogo Seco e uma caloira do curso de Comunicação e Relações Públicas, Ana Lopes. Contámos também com o testemunho de Regina Santos, mãe de uma caloira do curso superior de Farmácia, de Fátima Oliveira, mãe de uma caloira do curso superior de Educação Básica e da própria filha. Entrevistamos, ainda, António Fonseca, proprietário de um café, e o Marco Loureiro e Rui Ramos que são ambos coproprietários de cafés. O material utilizado foi uma câmara de filmar, microfone, e o programa de edição EDIUS.

Dirigimo-nos aos vários locais onde queríamos entrevistar pessoas e captamos vários planos para colocarmos na nossa reportagem. A minha colega de estágio, Anabela Fernandes, ficou com o papel de repórter de imagem e eu de jornalista.

Apesar de dividirmos os papéis, na altura da edição, ambas colaborámos e opinámos sobre a estrutura da reportagem. Elaborámos em conjunto os textos e eu fiz a voz-off com a qual tive alguma dificuldade porque para ter a voz perfeita é necessário saber respirar e falar pausadamente, características que só se conseguem obter após algum treino e experiência.



## **11. Projeto II – Realização de um vídeo de apresentação (Anexo VIII)**

Para além do projeto anterior, decidimos, realizar, cada uma de nós, um vídeo de forma a aplicarmos os conhecimentos adquiridos durante o estágio e também para mostrarmos um género de compilação resumida desta experiência. Decidi fazer um género de *flashback* com várias imagens captadas ao longo do estágio, com acompanhamento de uma música de fundo, em que foi necessário acelerar o tempo do vídeo para que correspondesse à música. Realizei alguns *respiros* com sons e testemunhos que achei mais interessantes.

O vídeo inclui a nossa ida à aldeia da Misarela onde os idosos se sentem inseguros devido a um assalto que ocorreu nessa localidade, a uma notícia feita na Castanheira a um padre que tem que celebrar a missa em 11 freguesias devido à falta de padres no Interior.

No meu vídeo incluo uma peça sobre o regresso às aulas e sobre os gastos que os pais sofrem com o início do ano letivo, o incêndio que destruiu cinco mil hectares do parque natural da Serra da Estrela, o desfile que sucedeu na Praça Velha, na cidade da Guarda, com o intuito de promover o comércio tradicional, o queijo da fábrica de Pastores da Beira Interior que recebeu um prémio e também a operação “Viajar em segurança” que ocorreu em Vilar Formoso. Todas as imagens contam com vários planos que aprendi ao longo do curso de Comunicação e Relações Públicas e que aprofundei com o repórter de imagem que nos acompanhou ao longo do meu estágio curricular.





## **Reflexão final**

O estágio foi uma mais-valia na minha aprendizagem e aprofundou a certeza de que é esta a profissão que pretendo seguir no futuro. Para além desta oportunidade, o curso de Comunicação e Relações Públicas disponibilizou uma formação relevante.

Durante esta etapa apliquei vários conhecimentos adquiridos nas aulas, como, a edição de imagem e som, o código deontológico do jornalismo, o uso da metodologia, conceitos de protocolo e de jornalismo. O facto de nos terem sido impostas várias exigências ao longo do curso, relativamente aos trabalhos académicos serviu-me para ganhar aptidões na realização deste relatório curricular.

Estes três meses também me enriqueceram pessoalmente, aprendi a ser mais responsável, a ter um maior à vontade com o público, a ser mais dinâmica e eficiente porque foi durante este processo que tive que lidar com vários tipos de pessoas com problemas e histórias diferentes. O contacto com os meus tutores também foi positivo por serem pessoas simpáticas, sempre disponíveis para ajudar e ensinar e com uma enorme paixão pelo trabalho que realizam. Para além da simpatia demonstrada para comigo, também se verificou com o público com que tinham que lidar diariamente. Foram sempre bem-dispostos e afáveis mesmo que o tema que tivessem que cobrir não fosse o mais apetecível. Em termos de profissionalismo o código deontológico foi, na minha perspectiva, respeitado.

Apesar de ter sido uma experiência ótima, existem alguns pontos que eu acho que deveriam ser mudados ou postos em prática, como por exemplo, uma maior flexibilidade no empréstimo de material, por parte do IPG, para o estagiário poder praticar e passar as horas “mortas”, que possam existir no estágio, de uma maneira mais interessante.

A SIC devia fazer um seguro para os estagiários porque sendo um estágio que necessita de várias deslocações de automóvel e cobertura de notícias em zonas mais arriscadas, é necessário que haja algum tipo de seguro para cobrir eventuais problemas. Disponibilidade para receber os estagiários na sede da SIC com o intuito de lhes mostrar como se trabalha, como é a estrutura da sede e ter a oportunidade de falar com profissionais da área. E por fim, um apoio simbólico nas despesas de transporte e alimentação.



Em suma, sinto-me satisfeita com esta experiência e com tudo o que tive a oportunidade de ver, aprender, realizar e sentir. Apesar de todo o *stress* e das implicações que por vezes podem aparecer, este é o meu maior desejo, manter as pessoas informadas sobre as notícias diárias, correr atrás dos acontecimentos, ultrapassar obstáculos que possam surgir e chegar satisfeita ao fim do dia por ter cumprido todos os meus objetivos.



## **Bibliografia**

A.A.V.V. [2009] *Esfera Pública, Redes e Jornalismo*, Rio de Janeiro: Faculdade Cásper Líbero

A.A.V.V. [2010] *Imprensa Regional e Local em Portugal*, 1ª edição, Rolo e Filhos II, S.A.A.

A.A.V.V. [2001]. *Práticas mediáticas e espaço público com pós-volume*, Porto Alegre: EDIPUCRS

Argolo, José Amaral et. Al. [2008] *Luiz Carlos Sarmiento: Crônicas de uma Cidade Maravilhosa*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda

Amaral, Victor [2006] *Temas e Fontes na Imprensa Regional da Cidade da Guarda*, Braga: Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais

Austin, Claire [1993] *As Relações Públicas com Sucesso*, 1ª edição, Lisboa: Editorial Presença

Barros, Lilian Ried Miller [2006] *Cor no Processo Criativo, (A). Um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe*, São Paulo: Editora Senac

Brasil, António [2007] *Anti manual de jornalismo e comunicação. Ensaios Críticos sobre Jornalismo, Televisão e Novas Tecnologias*, São Paulo: Editora SENAC

Colombo, Furio [1998] *Conhecer o Jornalismo Hoje, 1ª edição*, Lisboa: Editorial Presença

Cunha, A. A. [1990] *Telejornalismo*, São Paulo: Editora Atlas S. A.



Daychoum, Merhi [2007] *40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*, Rio de Janeiro: Brasport

Gradim, Anabela [2000] *Manual de Jornalismo. Série: Estudos em Comunicação*, Covilhã: Universidade da Beira Interior

Jespers, Jean-Jacques [1998] *Jornalismo Televisivo*, Coimbra: Minerva

Kovach, Bill e Rosenstiel, Tom [2004] *Os Elementos do Jornalismo. O que os Profissionais do Jornalismo Devem Saber e o Público Deve Exigir*, Porto: Porto Editora

Marshall, Leandro [2003] *O Jornalismo na Era da Publicidade*, Summus Editorial

Neto, António Fausto et al. [2001] *Práticas Mediáticas e Espaço Público, vol. 1*, Brasil: EDIPUCRS

Oliveira, Jorge Nuno [2007] *Manual de Jornalismo de Televisão, 1ª edição*, Lisboa: Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas

Pina, Sara [2000] *A Deontologia dos Jornalistas Portugueses, 2ª edição*, Coimbra: Minerva

Simão, Jorge e Fernandes, Nuno [2007] *Manual de Jornalismo Televisivo – UTAD TV*, Braga: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Sousa, Jorge Pedro [2001] *Elementos de Jornalismo Impresso*, Porto: S. E.

Souza, Camila e Nunes, Silva V. [2008] *Critérios de noticiabilidade: Análise do jornal Adm. Notícias*, Minas Gerais: Informativo bimestral do Conselho Regional de Administração de Minas Gerais, Belo Horizonte

Travancas, Isabel Siqueira [1992] *O Mundo dos Jornalistas*, São Paulo: Summus Editorial Lda.



Tenório, F.G [2005] *ONGs - Principais Funções de Gerenciamento*, 9ª edição, Rio de Janeiro: Editora FGV

## **Web Grafia**

<http://sic.sapo.pt/NR/rdonlyres/C57BFE6D-F073-469B-939F-891B8D87D1E6/1039648/HistorialSIC20112.pdf> [consultado dia 15 de agosto]

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf)  
[consultado dia 17 de agosto]

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A2mide\\_invertida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A2mide_invertida) [consultado dia 1 de setembro]

<http://www.infoescola.com/biografias/wassily-kandinsky/> [consultado dia 1 de setembro]

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf)  
[consultado dia 28 de setembro]

<http://www.nemac.ufsc.br/visualizar/balancoinstituicoe.pdf> [consultado dia 28 de setembro]

[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/40/GT1-16\\_-\\_A\\_forca\\_da\\_noticia\\_local-Mario.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/40/GT1-16_-_A_forca_da_noticia_local-Mario.pdf) [consultado dia 28 de setembro]

[www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf) [consultado dia 28 de setembro]

Junior, Alfredo (2004). *Jornalismo e Representações Sociais: Algumas Considerações: Revista eletrônica e-compós*. [Consultado dia 9 de novembro]

# Anexos

Anexo I – Manual UTAD

Anexo II – Artigo e-compós

Anexo III – Estatuto da Imprensa Regional

Anexo IV – Informação SIC

Anexo V – Fotografias da Delegação da SIC na Guarda

Anexo VI – Textos da jornalista Madalena Ferreira

Anexo VII – Reportagem

Anexo VIII – Vídeo de apresentação

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOUTO

# MANUAL DE JORNALISMO TELEVISIVO

**utad tv**



**2007**



**comunicamos**

## FICHA TÉCNICA

**TÍTULO:** MANUAL DE JORNALISMO TELEVISIVO – UTAD TV

2007 – UNIVERISDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

**AUTORES:** João Simão (org.)

Nuno Fernandes

**COPYDESK:** Daniela Santos

Inês Aroso

**ILUSTRAÇÕES:** João Simão

[www.comunicamos.wordpress.com](http://www.comunicamos.wordpress.com)



*O utilizador pode copiar, distribuir, exibir e executar a obra sob as seguintes condições:*

- › *Atribuição. O utilizador deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.*
- › *Uso Não-Comercial. O utilizador não pode utilizar esta obra para fins comerciais.*
- › *Não a Obras Derivadas. O utilizador não pode alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta.*
- › *Para cada reutilização ou distribuição, deverá deixar claro para outros os termos da licença desta obra.*
- › *Qualquer uma destas condições podem ser renunciadas, desde que obtenha permissão por parte do autor.*



## ÍNDICE

NOTA PRÉVIA .....	6
OBJECTIVOS .....	6
ESTATUTO EDITORIAL.....	7
JORNAL UNIVERSITÁRIO .....	7
JORNALISMO TELEVISIVO .....	9
ENQUADRAMENTOS .....	10
PLANOS DE CORTE.....	10
OS CONTRA-PLANOS.....	11
PLANO GERAL.....	11
AS REGRAS .....	12
ESCALA DE PLANOS .....	13
AS CARACTERÍSTICAS DOS DIVERSOS PLANOS.....	14
ALGUNS APONTAMENTOS RELATIVAMENTE AOS PLANOS.....	17
ERROS DE ENQUADRAMENTO .....	18
CAPTAÇÃO DE IMAGEM .....	20
INTRODUÇÃO .....	20
ILUMINAÇÃO.....	22
CÂMARA.....	24
TRIPÉ.....	27
DICAS DE FILMAGEM.....	28
TÉCNICAS DE CAPTAÇÃO DE IMAGEM .....	28
GRAVAÇÃO DE ENTREVISTAS.....	29
MICROFONES .....	30
PEÇA JORNALÍSTICA .....	31
OS DIFERENTES MODELOS.....	31
A REPORTAGEM .....	31
A ENTREVISTA .....	31
OS DEBATES .....	31
APRESENTAÇÃO .....	32
NO TERRENO.....	32
OS VIVOS DOS REPÓRTERES.....	33

A FORMA DE ESTAR, DE EXPÔR-SE E DE VESTIR NUM DIRECTO .....	34
COMO ASSINAR AS PEÇAS .....	35
O "PORTUGAL SENTADO" .....	35
NA REDACÇÃO.....	36
AS PEÇAS.....	36
O MITO DA PIRÂMIDE INVERTIDA EM OPOSIÇÃO AOS "PICOS" .....	37
VIVOS LONGOS E SEM INTERESSE... ..	38
PINTAR .....	39
TEXTO DAS PEÇAS.....	39
ESCRITA.....	40
PRINCÍPIOS DE CONSTRUÇÃO .....	40
REDACÇÃO .....	40
O QUE NÃO SE DEVE FAZER NA ESCRITA.....	41
NA EDIÇÃO.....	42
LOCUÇÃO .....	42
VELOCIDADE.....	42
QUALIDADE DE DICÇÃO .....	42
ESCRITA PARA LEITURA FRENTE À CÂMARA.....	42
LEITURA FRENTE À CÂMARA.....	43
CARACTERÍSTICAS DO APRESENTADOR.....	43
PIVOTS: TEXTOS E DICAS.....	44
SIMBOLOGIA E TERMINOLOGIA.....	45
ALGUMAS TERMINOLOGIAS DE TELEVISÃO.....	45
A EDIÇÃO .....	46
CRIAR UM PROJECTO .....	46
ÁREA DE TRABALHO .....	48
FERRAMENTAS DE EDIÇÃO .....	48
LINHA DE TEMPO .....	49
EFEITOS.....	49
FICHEIROS .....	50
MONITOR.....	50
EDITOR DE CLIPS.....	51
IMPORTAR FICHEIROS .....	51

CAPTURAR VÍDEO.....	52
CORTAR E EDITAR NA LINHA DE TEMPO .....	53
EDITAR UMA PEÇA .....	55
LEGENDAS/ ORÁCULOS .....	56
EXPORTAR.....	59
USO DE IMAGENS DE ARQUIVO.....	60
NOTAS FINAIS .....	60
COMO CITAR AS FONTES .....	60
A LEITURA DAS IMAGENS .....	60
OS GRAFISMOS.....	60
CONSELHOS .....	61
BIBLIOGRAFIA .....	62

## NOTA PRÉVIA

O manual que se segue é, acima de tudo, uma base de trabalho sobre como deve ser uma televisão universitária e respectivo funcionamento. Durante a elaboração do manual, recorreu-se a notas pessoais, apontamentos de aulas, “livros de estilo” e outros, referenciados na bibliografia.

Na sua essência, a UTAD TV é um laboratório de experiências e de ensino. Sendo assim é um local em que o erro irá surgir e no qual a correcção do erro e a aprendizagem a partir deste será um objectivo fundamental.

Além do projecto de televisão universitária a UTAD TV é também o início de um percurso profissional e deverá por isso na sua essência ser o mais próxima possível das redacções (sejam elas, de imprensa, rádio ou televisão) que os alunos de hoje encontrarão como profissionais no seu futuro.

Todos os trabalhos efectuados feitos sobre a égide da UTAD TV devem ser feitos pelos alunos seguindo as normas e princípios éticos e deontológicos do jornalismo.

## OBJECTIVOS

Pretende-se dotar a academia de um jornal independente e rigoroso que informe alunos, professores e a comunidade académica sobre as várias actividades de interesse académico, cultural, regional e generalista.

O grande objectivo educativo deste projecto é, acima de tudo, fazer da UTAD TV um laboratório de jornalismo televisivo. Isto é, potenciar aos alunos um local onde possam praticar jornalismo televisivo com o máximo de autonomia em ambiente profissional mas sempre com um apoio tutorial e orientador que permita guiá-los e ajudá-los a aprender com a prática e com o erro.

## ESTATUTO EDITORIAL

A UTAD TV é uma televisão universitária on-line, orientada por critérios de rigor, sem qualquer dependência de ordem ideológica, religiosa, política e económica.

A UTAD TV defende o jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo.

A UTAD TV aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de actividade da academia da UTAD e da sua região envolvente.

A UTAD TV considera que a existência de uma opinião pública informada, activa e interveniente é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta, que não fixa fronteiras a culturas, movimentos e opiniões.

A UTAD TV participa no debate das grandes questões que se colocam à Academia da UTAD.

A UTAD TV rege-se pelos princípios de independência, autonomia e pluralismo informativo, respeitando os valores universalmente reconhecidos da ética e deontologia profissionais.

A UTAD TV assume o direito à liberdade de criação e expressão, comprometendo-se com os deveres decorrentes, nomeadamente a reserva da vida privada dos cidadãos.

## JORNAL UNIVERSITÁRIO

O principal objectivo de um canal universitário como o UTAD TV deve passar por chegar junto da sua população alvo, neste caso a população universitária. Esse deve ser um dos seus princípios.

A UTAD TV, embora sendo na sua essência um laboratório televisivo universitário de “aprendizagem/erro/aprendizagem”, deve ter a preocupação de ser real, elaborado com responsabilidade e credibilidade, da mesma forma que os serviços informativos dos canais televisivos. A responsabilidade não é menor apenas por se tratar de uma televisão universitária.

Os alunos ao elaborarem os alinhamentos do “Jornal Universitário” da UTAD TV, devem ter uma preocupação: o jornal deve ser feito de forma a ser “lido” por todos, sejam professores, alunos ou meros curiosos que visitem o site da UTAD TV.

O “Jornal Universitário” deve, também, ser o mais diversificado possível com notícias que interessem à maioria dos alunos e professores da UTAD.

É um erro construir um alinhamento do “Jornal Universitário” tendo já uma lógica preconcebida. Todas as notícias trabalhadas para o “Jornal Universitário” devem ser merecedoras da mesma importância, sejam elas notícias de âmbito cultural, político ou universitário.

A construção do alinhamento deve ser efectuada de forma inteligente, criativa e apelativa, de forma a surpreender o telespectador. Na construção do alinhamento do “Jornal Universitário” os alunos devem naturalmente abrir com a notícia mais forte, mas não devem seguir a lógica da pirâmide invertida ao longo do alinhamento, recorrendo, em vês disso, aos “picos”.

O alinhamento deve ter “picos” ao longo de toda a duração do noticiário e é nessa forma de pensar que se deve assentar toda a sua estrutura. Uma aposta nas notícias mais fortes no início e as mais fracas no fim é um claro erro de pensamento.

Um bom alinhamento deve ter ser cativante, espantoso e deve ser variado, podendo incluir todos os géneros do jornalismo: a reportagem, a entrevista, o comentário e até o debate, em casos que se justifique.

Sendo a UTAD TV um canal universitário a realização de debates, a presença de comentadores ou a realização de entrevistas é fundamental. Ganha o “Jornal Universitário” que se torna diverso e ganham os alunos que têm hipótese de aprender a lidar com situações diversas na sua formação.

Depois de distribuídos os trabalhos na reunião de redacção do “Jornal Universitário”, cada aluno deve olhar para a sua peça como se essa fosse a mais importante de todo o alinhamento.

Deste modo ganha o aluno, porque elabora uma boa peça, e ganha o produto final do “Jornal Universitário” no seu todo.

O “Jornal Universitário” é conduzido por dois pivots (mulher e homem) que vão alternando a introdução das peças e as entrevistas aos convidados em estúdio. Existem temas chave no programa que são repartidos entre peças, reportagens alargadas e os convidados. Os temas a serem abordados pelos convidados têm sempre suporte numa peça. Haverá peças fora dos temas dos convidados. Os temas dos convidados em estúdio têm de ser actuais e pertinentes.

Em estúdio haverá quatro convidados. Apenas em casos que se justifique esse número poderá ser superior e apenas quando existir a possibilidade de alternar entre os convidados.

Nuca deve ser esquecido que um projecto deste género é antes de tudo, um trabalho de equipa.

Os alunos que participem no projecto do “Jornal Universitário”, da UTAD TV, não devem esquecer palavras como rigor, responsabilidade e isenção. Ou seja, em todos os trabalhos devem sempre ouvir todas as partes envolvidas nos acontecimentos e todas as questões devem ser sempre colocadas, Devem procurar-se, as respostas ao “porquê?” e não apenas ao “quê?”.

## JORNALISMO TELEVISIVO

A televisão é, até aos nossos dias, o mais “poderoso” meio de comunicação de massas. Ela engloba na sua linguagem som e imagem, mas é nesta última que concentra o seu maior poder.

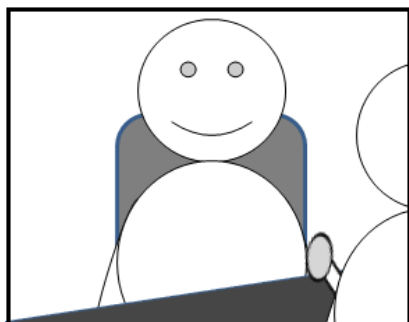
Na construção duma peça jornalística para televisão é na imagem que vai assentar o maior poder. Por isso, o jornalista deve ser capaz de compreender as necessidade para recolher uma boa imagem e qual o significado de cada imagem. No trabalho final, a imagem e o texto em voz off devem ser apenas um elemento com o mesmo significado semântico.

Na UTAD TV, o trabalho jornalístico é realizado em grupos de dois, e ambos terão a capacidade de recolher imagens (repórter de imagem), de recolher informações e depoimentos (jornalista) e de editar a peça (editores).

## ENQUADRAMENTOS

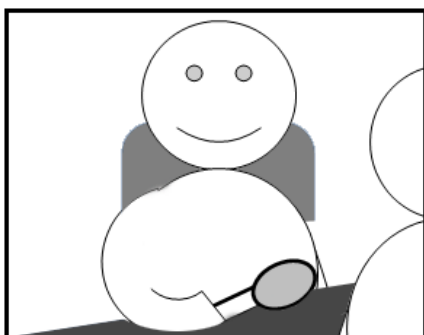
O enquadramento é o campo visual capturado pela objectiva da câmara. A esse elemento capturado chamamos plano, o qual mediante a disposição dos elementos ganha diferentes valores significativos e diferentes tempos de leitura.

São vários os tipos de enquadramento que se podem usar no momento de filmar.



Neste tipo de plano as costas e o ombro do jornalista podem aparecer em algumas das respostas do entrevistado, embora vá criar algum ruído na imagem.

O entrevistado deve surgir sempre em primeiro plano, olhando na direcção do jornalista



O jornalista pode surgir em primeiro plano nas perguntas, com um enquadramento similar ao do entrevistado.

Este plano normalmente é gravado posteriormente ao fim da entrevista. Nesta fase o jornalista pode também “perguntar” usando como

imagem um plano médio, dando assim mais recursos de imagem para o trabalho de edição

## PLANOS DE CORTE

Este tipo de plano é essencial na construção de uma peça de televisiva já que permite a mudança de planos, locais e momentos.

Um dos planos mais famosos em televisão é o plano de corte que utiliza as mãos do entrevistado. Este típico plano causa ruído e distracção sendo por isso considerado uma coisa do passado.



Outros planos, não menos famosos, são o de alguém a escrever ou a imagem de uma outra câmara de filmar. Estas também são imagens do passado que nada acrescentam e que também causam ruídos, distração, quebra na história visual.

Ao usar o plano de mãos como plano de corte, o telespectador perde a atenção, e a peça fica prejudicada na sua sequência informativa, já que as mãos não se relacionam com o conteúdo.

Este plano deve ser substituídos por planos abertos, planos fechados ou pela utilização do plano e do contra-plano do jornalista e do entrevistado.

### OS CONTRA-PLANOS

É um plano recomendado sempre que existam condições para tal, já que facilita a edição do diálogo.

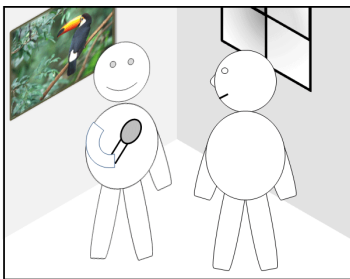
*O que é contra-plano do entrevistado? É a gravação deste calado enquanto olha para o jornalista que lhe coloca a questão.*

Por sua vez, o contra plano do jornalista, é naturalmente a imagem oposta, olha para o entrevistado ouvindo-o numa atitude neutra, sem movimentos de cabeça a dizer que “sim” ou “não”, nem recorrendo ao “uhm, uhm”.

O repórter de imagem é essencial nestas situações, já que deve avisar o jornalista dos movimentos de cabeça caso eles existam.

O jornalista neste momento caso use microfone de mão, deve ter o cuidado, de efectuar as questões colocando o microfone sempre à mesma distância que usou para colocar a questão ao entrevistado durante a entrevista.

### PLANO GERAL



O plano inteiro é outro que facilita o trabalho de edição.

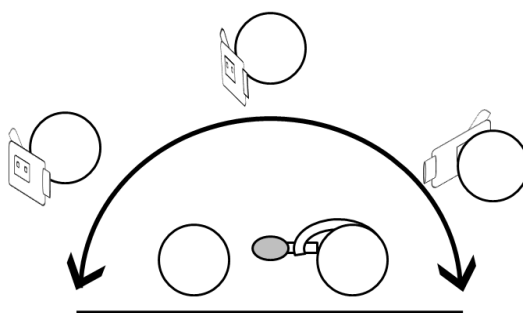
Nas entrevistas em salas ou gabinetes, o plano geral deve ser feito para que apareça o jornalista e o respectivo entrevistado na imagem.

Este plano pode ser feito mais cedo, enquanto o jornalista prepara a entrevista na conversa prévia com o entrevistado, ou pode ser feita no fim, quando a entrevista terminou.

## AS REGRAS

### OS 180°

É uma regra que os repórteres de imagem devem respeitar. Traça-se uma linha imaginária que une o jornalista ao entrevistado, e apenas se trabalha de um desses lados, respeitando sempre o ângulo dos 180°, conforme a figura:



Ao ser respeitada a regra, o telespectador tem a facilidade de perceber que mesmo que o jornalista e o entrevistado não apareçam juntos, o entrevistado está voltado para o jornalista e vice-versa.

### IMAGEM

#### **Centros de interesse**

O interesse do telespectador sobe em função da localização do centro da imagem.

O centro de interesse principal deverá ser colocado no terço direito da imagem.

Se a imagem tiver um único centro de interesse, toda a acção se centra nele.

A imagem poderá ter dois centros de interesse e nesse caso a nossa atenção divide-se por ambos.

Se uma imagem tiver vários centros de interesse, a atenção varia, centrando-se alternadamente num ou noutro ponto, conforme a sua posição relativa

## **ESCALA DE PLANOS**

Considerando um homem como exemplo, podemos dividir o seu espaço em três grandes áreas demonstrativas

1. A que nos mostra o ambiente que o envolve
2. A que nos permite observar a acção que executa
3. A que nos possibilita analisar a sua expressão

**Desta forma surgem três grupos de planos: Ambiente, Acção e Expressão**

**Os planos de ambiente podem ser:**

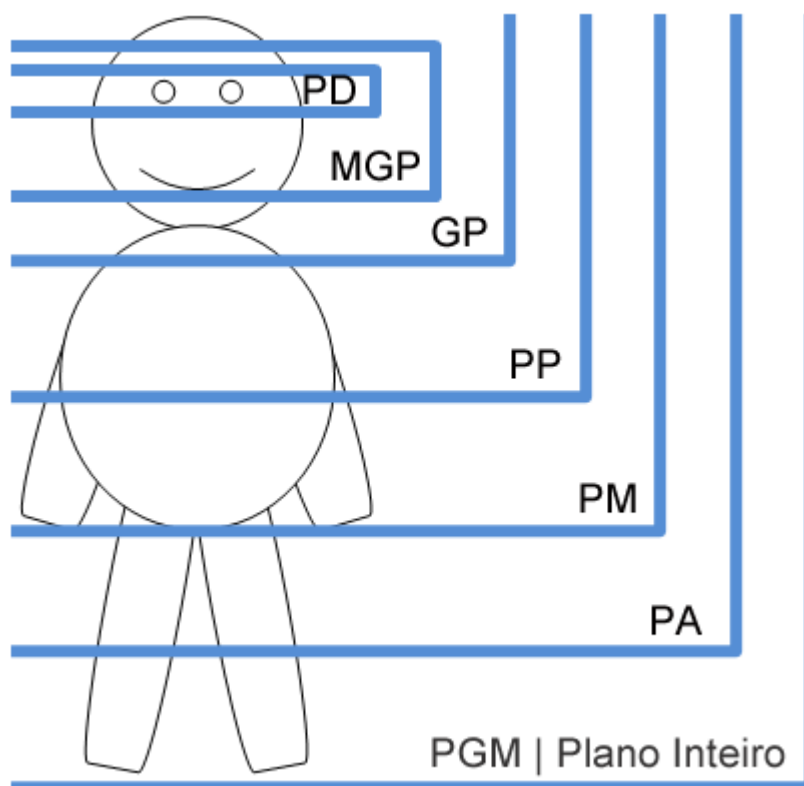
- › PMG – Plano Muito Geral
- › PG – Plano Geral

**Os planos de acção podem ser:**

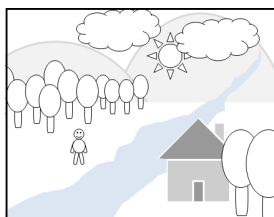
- › PGM – Plano Geral Médio
- › PA – Plano Americano
- › PM – Plano Médio

**Os planos de expressão podem ser:**

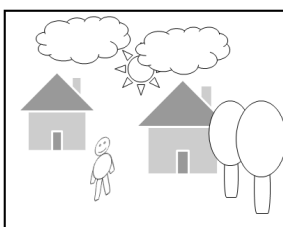
- › PP – Plano Próximo
- › GP – Grande Plano
- › MGP – Muito Grande Plano
- › PD – Plano de Detalhe



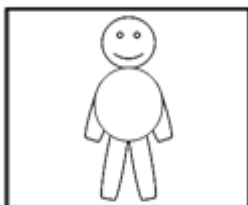
## AS CARACTERÍSTICAS DOS DIVERSOS PLANOS



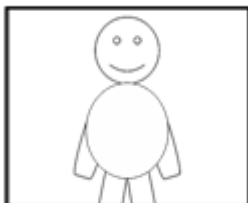
**PLANO MUITO GERAL (PMG)** – É o plano que não tem qualquer limite, é bastante geral. Contém, essencialmente, o ambiente. O elemento humano quase que não é visível na imagem.



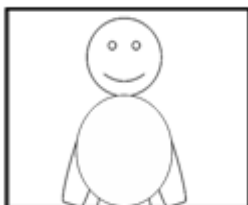
**PLANO GERAL (PG)** – Este plano também se centra no ambiente. Apesar disso já se vê o elemento humano na imagem. Este plano já contém alguma acção apesar de o ambiente ainda prevalecer.



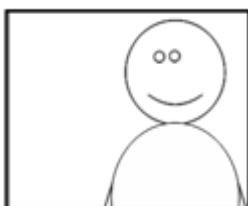
**PLANO GERAL MÉDIO (PGM)** – A figura humana já se nota e é um ponto central da imagem, dando para perceber as acções que executa. Existe um claro equilíbrio entre a acção e o ambiente envolvente. Neste plano a figura humana surge sempre completa, isto é, surge desde os pés à cabeça.



**PLANO AMERICANO (PA)** – Neste plano, apesar do ambiente estar presente, o conteúdo principal é a acção das personagens. O limite inferior da imagem corta o ser humano pelo meio da coxa.



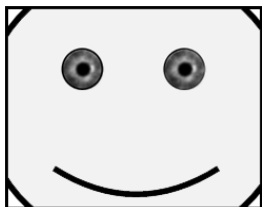
**PLANO MÉDIO (PM)** – O ambiente não surge neste plano. Este plano caracteriza-se fundamentalmente pela acção da parte superior do corpo humano. O plano é cortado pela cintura. Este plano é considerado um plano intermédio entre a acção e a expressão.



**PLANO PRÓXIMO (PP)** – Este plano é cortado pouco abaixo das axilas. Permite por exemplo imagens de alguém a fumar, cortando totalmente o ambiente em redor. Este tipo de planos privilegia o que é transmitido pela expressão facial.

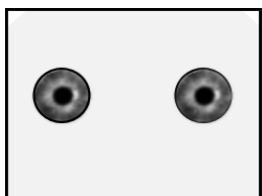


**GRANDE PLANO (GP)** – Este plano é a expressão na sua máxima importância. É um plano que é cortado pela parte superior dos ombros. Este plano retira a acção e o ambiente da imagem.



**MUITO GRANDE PLANO (MGP)** – Plano de expressão exagerado.

É um plano que ao ser cortado pelo queixo e pela testa permite que seja aumentada a carga emotiva da imagem para o telespectador.



**PLANO DE DETALHE (PD)** – Este plano foca apenas parte de um

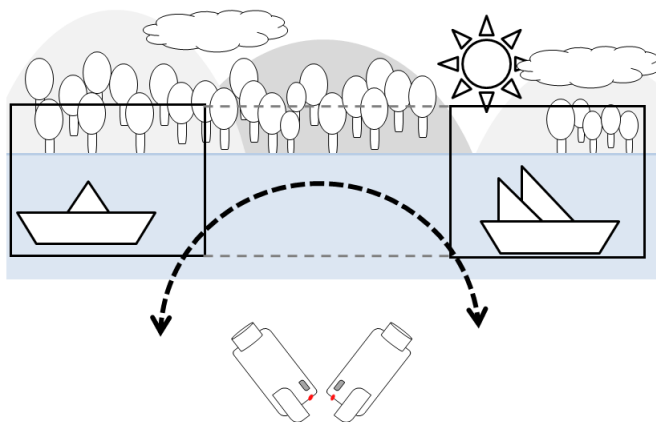
corpo, desmontando assim o corpo humano. Este plano permite também que seja aumentada a carga emotiva da imagem, ao focar, por exemplo, uns olhos a chorar.

Ao introduzirmos movimento na câmara, criamos outro tipo de planos dependentes desse movimento ou do uso de um ângulo diferente dado à câmara. Assim temos:

**FOCA-DESFOCA** – Plano em que ao focar-se o primeiro elemento mais próximo desfoca-se o segundo elemento.

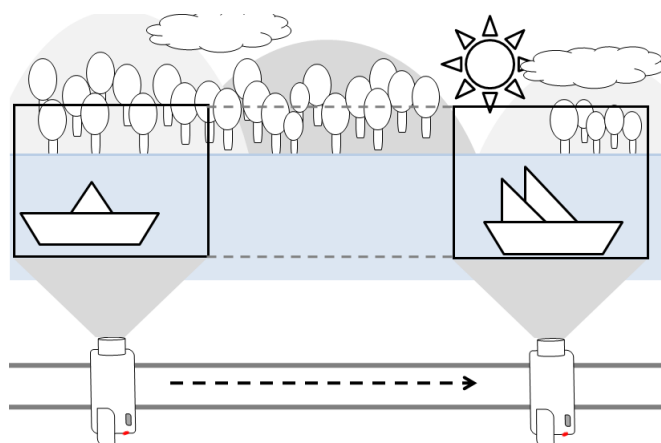
**ZOOM** – Aproximação, ou afastamento, a determinado objecto. Este tipo de plano deve ser equilibrado, não deve ser muito rápido nem exageradamente lento

**PANORÂMICAS** – Normalmente é um movimento efectuado de acordo com a nossa leitura ou seja da esquerda para a direita apesar de se poder efectuar no sentido contrário. Também é um plano que requer equilíbrio, não devendo ser nem muito rápido nem muito lento. Neste plano, o movimento da câmara é apoiado no eixo do tripé.



**TILTS** – Movimento parecido com a panorâmica. O movimento é também efectuado normalmente de acordo com a nossa leitura, de cima para baixo, apesar de se poder efectuar no sentido oposto. É também um plano que requer equilíbrio, não deve ser nem muito rápido nem muito lento.

**TRAVELLING** – Movimento bastante utilizado no cinema. A câmara efectua um determinado percurso. Este tipo de plano é normalmente utilizado em situações de explicação de determinada situação/movimento.



**TRACKING** – Movimento que segue uma personagem ou um objecto que se movimenta, como se fosse uma perseguição.

Este género de planos deve ser utilizado com bom senso. O uso excessivo na mesma peça deste género de planos acaba por transmitir a ideia de um trabalho feito à imagem de um vídeo de casamento.

### **ALGUNS APONTAMENTOS RELATIVAMENTE AOS PLANOS**

Apesar da descrição sucinta de cada plano, os limites referidos nunca são rígidos. Cada caso é um caso, e se determinado plano (feito de acordo com as regras apontadas) é indicado para determinada peça isso não significa que esse mesmo plano resulte na peça seguinte.

O repórter de imagem, em consonância com o jornalista, seu colega de equipa, deve optar sempre pelos planos que vão encaixar na história. Para isso é fundamental o

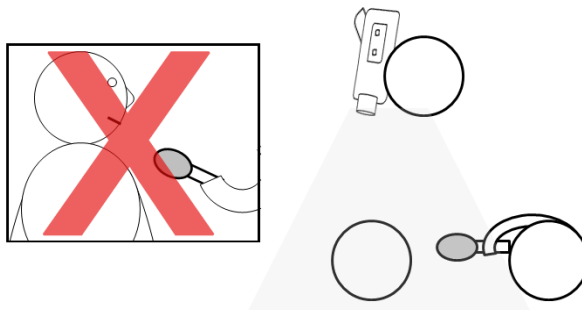
trabalho de equipa e um perfeito conhecimento das razões pela qual estão a fazer aquele trabalho. Uma boa preparação do trabalho é fundamental para que exista um bom trabalho de equipa.

**Nota:** Filmar é contar uma história, não é apontar a câmara e carregar no botão.

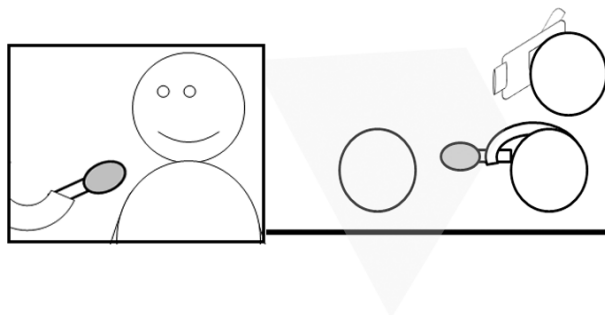
## ERROS DE ENQUADRAMENTO

### A IMAGEM EGÍPCIA

Um erro habitual é quando o entrevistado fica de lado para a câmara, ficando assim o entrevistado de lado, e metade do visor vazio. É uma imagem pobre e errada, que nada diz ao telespectador.



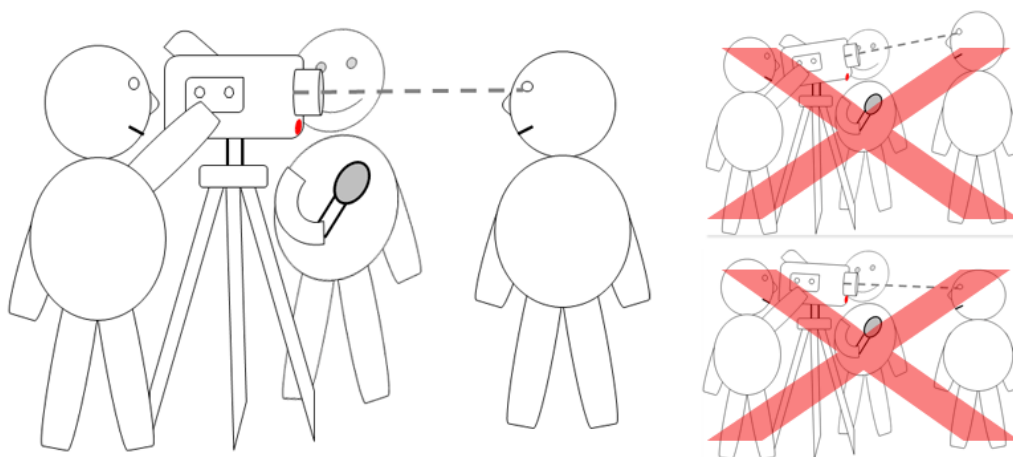
Este erro tem uma solução extremamente fácil, o jornalista coloca-se sempre ao lado da câmara de filmar. O entrevistado surge bem enquadrado na imagem já que olha para os olhos do jornalista. Desta forma o telespectador pode observar as expressões do entrevistado, detalhes que acabam por reforçar a ligação entre o entrevistado e o telespectador.



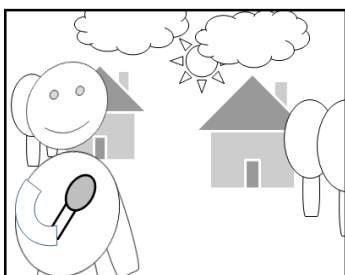


### IMAGENS PICADAS

O olhar da pessoa deve estar sempre ao nível da objectiva. Nunca se deve filmar um convidado ou jornalista de cima para baixo (**picado**), ou ao contrário de baixo para cima (**contrapicado**). No caso de alguém filmado de cima para baixo estamos a dar uma imagem do convidado de ser alguém diminuído. Se o convidado for filmado de baixo para cima estamos também a dar uma falsa imagem de poder.



### ABERTURAS, PASSAGENS E FECHOS



O jornalista nunca deve surgir em plano próximo em qualquer destas situações devendo usar o plano médio.

A posição do jornalista deve ser ligeiramente diagonal, com o cenário em fundo. O telespectador fica, desta forma, com um enquadramento mais agradável

Ao usar as passagens, o jornalista nunca deve ficar no centro da imagem, mas sim num dos lados, para que o ponto de fuga ser aproveitado, valorizando a informação visual.

Neste tipo de imagens o limite é sempre a cintura. Porém, caso seja necessário, pode-se usar o plano inteiro, sendo este fechado até se atingir a zona da cintura.

Para este tipo de imagens serem utilizadas e bem feitas o trabalho de equipa entre o jornalista e o repórter de imagem é fundamental. Assim o conjunto do ambiente e do jornalista saem reforçados.

Os movimentos de câmara e do jornalista devem ser treinados para que exista sincronização.

As passagens, aberturas e encerramentos não devem ser iguais. O jornalista deve ter todas as condições para uma boa imagem e o repórter de imagem deve orientar o jornalista de modo a que os enquadramentos sejam os correctos.

Este tipo de planos deve reforçar o trabalho da equipa e a qualidade do trabalho e não o contrário.

## CAPTAÇÃO DE IMAGEM

### INTRODUÇÃO

Uma boa imagem vale mais do que mil palavras. Este provérbio resume de forma sucinta o que deve ser uma imagem.

Não deve haver margem para dúvidas no jornalismo televisivo e se, por vezes, as imagens parecem mais fortes do que as palavras, o texto não deve contudo ser desprezado. É essencial conciliar uma boa imagem com um bom texto.

No entanto por vezes ocorrem situações de despiste na comunicação, como por exemplo, as palavras estão em desacordo com as imagens, o que confunde telespectador. Ao surgirem situações em que as palavras dizem uma coisa e as imagens mostram outra, acaba por perder-se a informação auditiva, embora a mensagem audiovisual acabe por chegar ao seu destino.

São dois os factos que prendem a atenção do telespectador

#### A NOTÍCIA

É claro que uma notícia considerada “forte” prende o telespectador que dá muito mais atenção ao televisor e fica naturalmente alheado de tudo o que o rodeia.

#### A IMAGEM

Uma boa imagem é perfeitamente entendida, sem necessidade de palavras.

Porém, é claro que a imagem no jornalismo televisivo deve acompanhar as palavras. Convém, contudo, referir que a imagem é que comanda o texto e não o contrário, por isso, uma coordenação entre o jornalista e o repórter de imagem no terreno é essencial.

É este trabalho de equipa que permite que o jornalista, ao chegar à redacção tenha as imagens que pretende para o texto que vai escrever.

A importância das boas imagens reflecte-se em um pequeno exercício: tentar ver uma reportagem sem som e com uma imagem forte, tentando a seguir fazer o inverso e ouvir a notícia e não ver as imagens. A falta da imagem sente-se imediatamente.

É a imagem que permite prender as pessoas e que possibilita a diferenciação relativamente à imprensa e à rádio.

Mas, como já foi referido, uma reportagem é um trabalho de equipa feita no terreno por pelo menos duas pessoas, jornalista e repórter de imagem:

- ▶ O jornalista é, antes de mais, a cara da reportagem e possui a tarefa de ligar os factos ocorridos com o telespectador.
- ▶ O repórter de imagem possui a seu cargo a tarefa de captar a imagem e o som, sempre em estreita ligação com o jornalista.
- ▶ A nível profissional existe ainda o editor de imagem que tem a tarefa de editar as imagens e sons em ligação com o jornalista.

Convém realçar que, actualmente este profissional é mais requisitado para grandes reportagens ou para peças que, por questões de tempo ou utilização de grafismos, o necessitem.

Transmitir a emoção contida nas imagens é essencial. Devido a isso, a imagem possui, por si só, um estilo de narração muito próprio. Uma imagem com um ruído, ou um silêncio, pode ser o suficiente para causar a emoção que se pretende.

O repórter de imagem não é um simples “aponta e filma”. É, isso sim, um elemento da equipa que deve conhecer o tema de forma a poder sentir os vários elementos visuais e emocionais que estão envolvidos na história.

É, por isso, fundamental que exista a coordenação na equipa. O jornalista deve explicar ao repórter de imagem, na redacção, ou no caminho para o local, as razões para se

efectuar aquele trabalho (O quê?, Como?, Quando?, Por quê?, Onde?) para que este último saba qual o objectivo do trabalho que vão fazer.

Os dois em conjunto devem traçar um plano de trabalho, mas devem estar conscientes que o local ou as circunstâncias podem alterar as condições do plano de trabalho previamente delineado. Esta situação de mudança de planos é habitual.

Os dois elementos da equipa devem, por isso mesmo, ser capazes de se adaptarem às novas circunstâncias que rodeiam um trabalho, pois só assim este trabalho será valorizado.

## ILUMINAÇÃO

Uma boa iluminação é fundamental em televisão. Ter a cara de um convidado bem iluminada deve ser por isso um objectivo do jornalista e do repórter de imagem.

Uma entrevista feita com o convidado de costas para o sol (contra-luz) perde muito valor, mesmo que seja uma entrevista com respostas fundamentais, já que a cara do entrevistado está escura e tudo o resto em sua volta se encontra perfeitamente iluminado. Situações destas são de evitar.

Para que isto suceda é essencial que a equipa procure no terreno as melhores condições de trabalho possíveis e tenha a noção das diferenças que existem entre filmar em ambientes fechados (estúdio ou outros) ou em ambiente aberto (exteriores).

A imagem que surge na televisão é constituída apenas por três cores (verde, vermelho e azul) e é a intensidade da luz é que faz o contraste.

O principal cuidado a ter no momento da gravação de uma entrevista é a iluminação, seja ela da cara do entrevistado, ou da cara do jornalista. A cara da pessoa deve estar sempre bem iluminada, de modo que seja vista em casa da mesma forma que a veríamos se ela entra-se na nossa casa.

Em situações de gravação em interiores deve-se usar o “pirilampo” de luz, da câmara. Caso este não esteja disponível a entrevista deve ser realizada em local com claridade suficiente.

Colocar um convidado debaixo de uma lâmpada normal ou fluorescente não é uma boa opção. Embora aparentemente no momento da filmagem a imagem pareça ótima, durante o visionamento das imagens na redacção notamos que a imagem não corresponde ao que prevíamos.

As câmaras, devido as condições de gravação no interior/exterior, possuem quatro tipos de filtro.

Os botões de regulação desses filtros variam consoante o fabricante, já que cada um possui o seu método. Uns colocam os ajustes no menu, outros optam por dispositivos junto à parte óptica da câmara.

Dos filtros que existem falaremos apenas de dois,

- O filtro de 3200° Kelvins é utilizado em filmagens iluminadas com luz artificial, seja a filmagem feita em exterior ou em interior
- O filtro de 5600° K é utilizado sempre em filmagens com luz natural

Caso não exista tempo para seleccionar o filtro para a situação devido à importância do momento, a filmagem deve ser efectuada em automático.

**Dica:**

- Sempre que se muda de local de filmagem o repórter de imagem deve fazer o “acerto de brancos”. Para tal utiliza-se uma folha branca ligeiramente inclinada, relativamente à qual o repórter de imagem deve efectuar um zoom, focar, utilizando o filtro correcto para a situação.

**Nota:**

- Os jornalistas ao gravarem directos ou vivos devem estar sempre com a cara virada para o sol e nunca devem usar óculos de sol.

**CUIDADOS A TER NO POSICIONAMENTO DA CÂMARA**

- Nunca filmar contra o sol. O sol, ou a fonte de luz devem estar nas costas do repórter de imagem.
- Nunca ter como fundo um espelho ou uma superfície envidraçada.

- › Nunca ter como fundo uma superfície branca.
- › Nunca colocar o entrevistado directamente debaixo duma lâmpada.
- › Evitar todos os sítios com pouca luz. Quando no local não existe luz suficiente procurar um local onde seja possível recolher as imagens.

#### WEB SUGESTÕES:

- › <http://www.lightinghd.com>
- › <http://tvvideo.com>

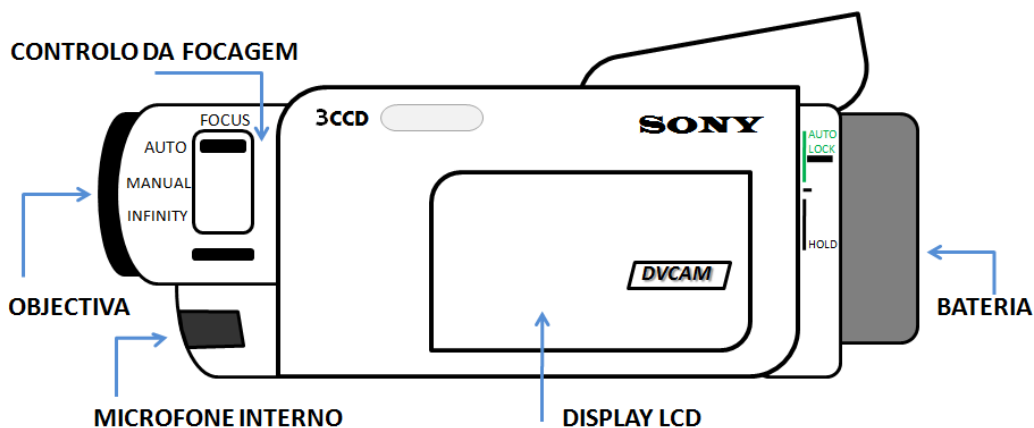
### CÂMARA

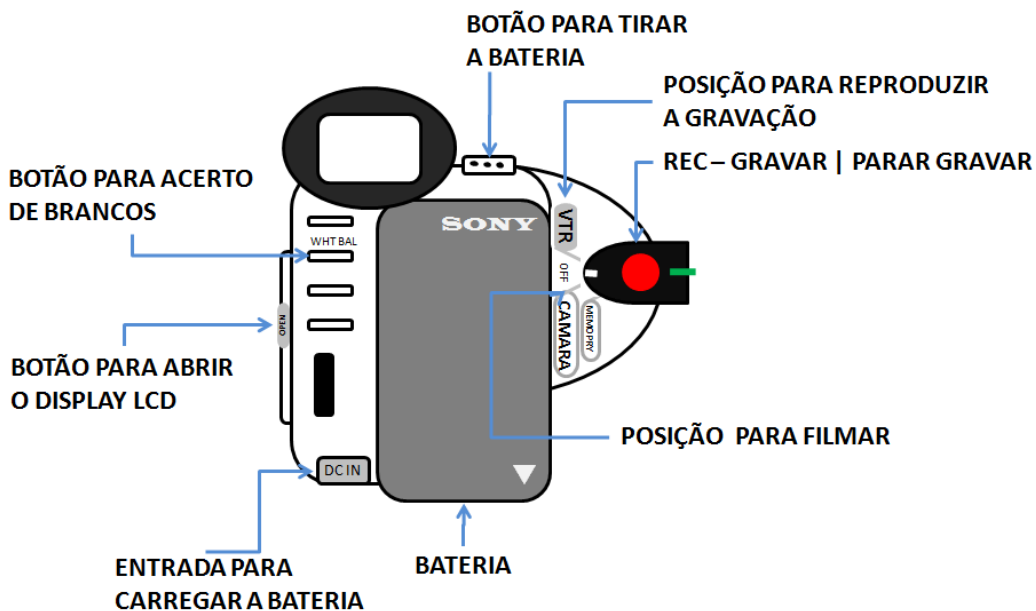
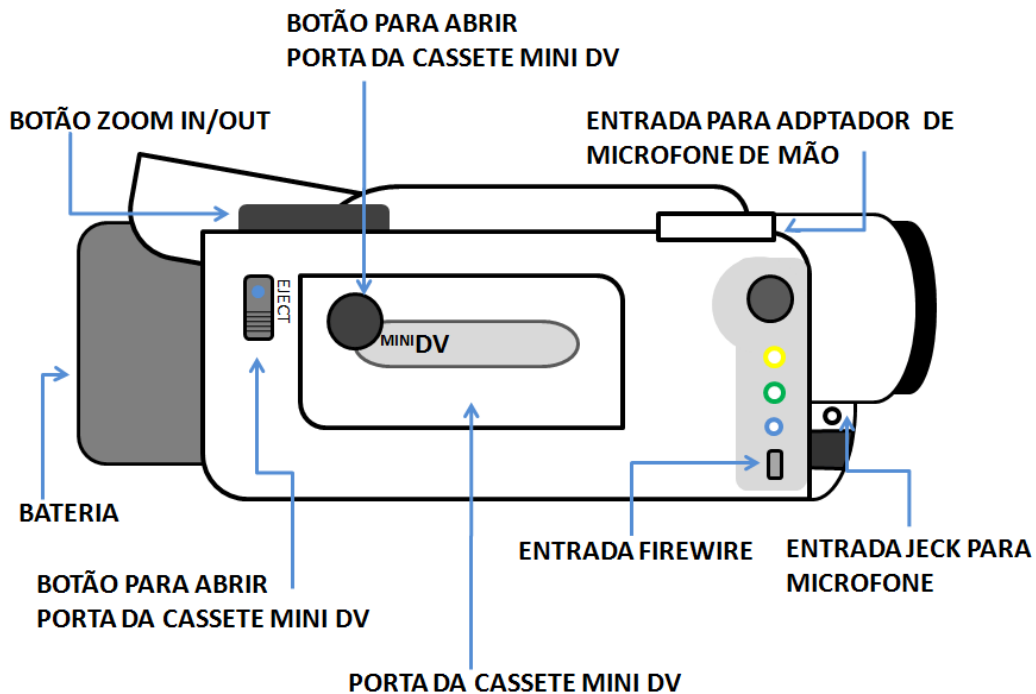
Há vários cuidados a ter com o transporte e utilização da câmara, esta não deve apanhar chuva, pó, nem qualquer outra substância.

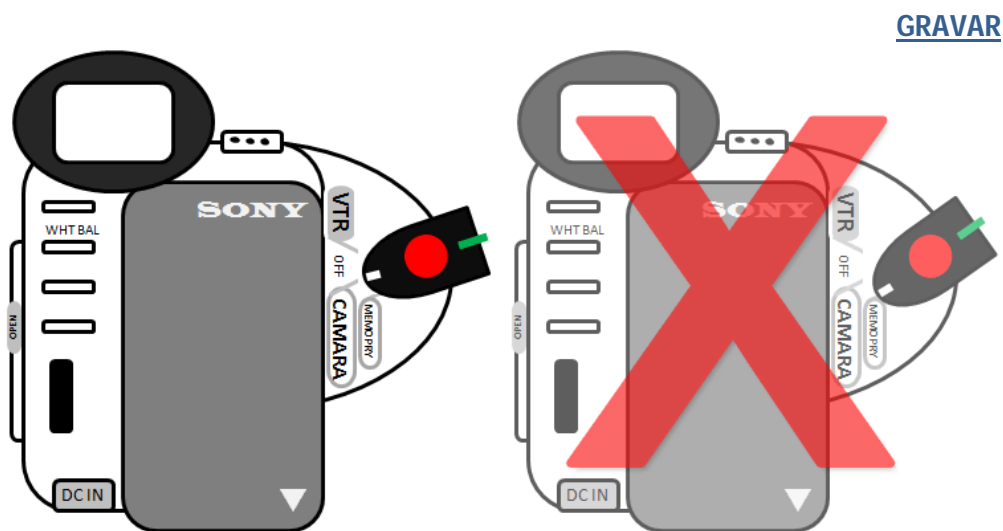
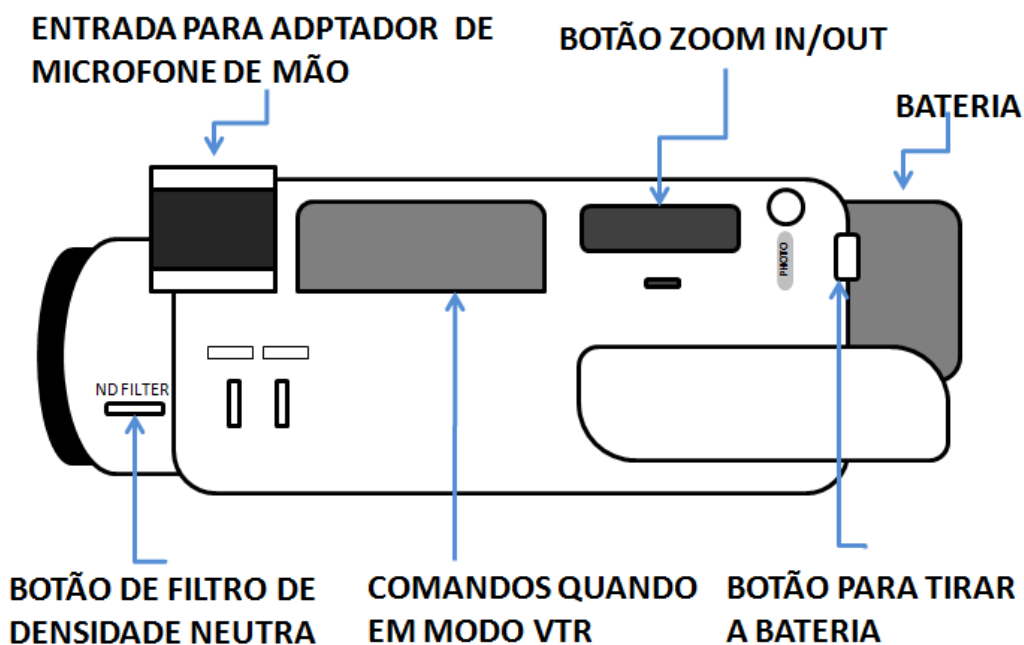
Antes da filmagem convém sempre verificar se a objectiva se encontra limpa e caso não esteja deve ser limpa com um pano seco.

Quando no tripé, confirmar sempre que está trancada para evitar quedas.

Apresentação e descrição dos principais elementos das câmaras da UTAD TV.

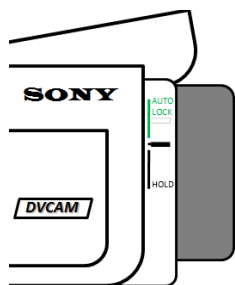




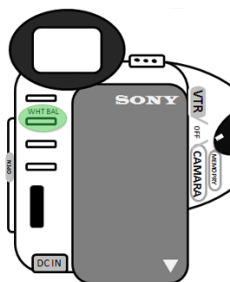


Por vezes quando se liga a câmara e se coloca na posição de gravar, pode ocorrer o erro de se deslocar o botão para o indicador errado. Caso apareça uma mensagem de erro no display e não seja possível gravar, verifique se o indicador está correctamente posicionado na marca de CAMARA.

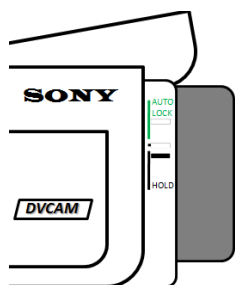


**ACERTO DE BRANCOS**

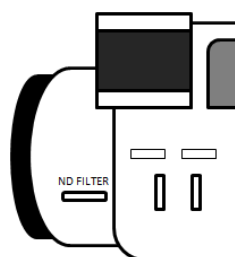
Colocar o Botão na posição central.



Clicar por duas vezes no botão WHT BAL apontando a câmara para uma superfície branca.



Colocar o botão na HOLD para trancar o acerto de brancos.

**FILTRO DE DENSIDADE NEUTRA**

objectiva.

As variações de luz fazem com que a câmara precise por vezes de ajustar o filtro de densidade neutra. Automaticamente a necessidade de activar este filtro é detectada pela câmara que deixa uma mensagem no display "ND". Quando a mensagem aparecer basta clicar no botão ND FILTER que se encontra junto à

**TRIPÉ**

O tripé deve ser SEMPRE usado pois ele permite a estabilidade necessária para as imagens terem qualidade. A sua adaptação a qualquer tipo de terreno é muito grande,

permitindo encontrar uma estabilidade nivelada em escadas, muros, declives e todo o tipo de superfícies. Para tal basta usar diferentes ajustes nas “patas” e verificar o indicador de nível, a “bolha”.

## DICAS DE FILMAGEM

- Deve-se evitar gravar nos primeiros 60 segundos da cassete, para evitar o desgaste.
- Sempre que um trabalho terminar, deve-se retirar a cassete da Câmara e acondicioná-la em segurança.
- Antes de gravar qualquer vivo, deve-se sempre deixar filmar durante 6 segundos antes de dar a indicação ao jornalista de que está a gravar.
- Depois do vivo deve-se deixar filmar por mais 6 segundos.
- O zoom deve ser feito sempre com a mesma cadência de forma a serem evitados saltos.
- Nunca terminar uma filmagem a meio de um zoom.

## TÉCNICAS DE CAPTAÇÃO DE IMAGEM

No laboratório da UTAD TV todos os alunos devem captar imagens tendo em vista uma evolução. Ao trabalharem nos dois lados da equipa, jornalista e repórter de imagem, ficam com uma plena consciência das dificuldades e virtudes de cada lado da equipa. Se cada elemento estiver no terreno a pensar em “que imagens” gostaria de ter para contar a história o trabalho final sai reforçado.

Este é também um trabalho em que o objectivo é corrigir os erros e estes evitam-se com trabalho.

Um dos principais erros no momento de captar imagens é a câmara ao ombro. O tripé deve ser **SEMPRE** usado e só excepcionalmente é que se utiliza a câmara ao ombro.

**Notas:**

- O aluno/jornalista/repórter de imagem deve estar consciente das diferenças que existem entre filmar algo para uma peça para o telejornal ou filmar algo para um programa do estilo “Êxtase”.

**Dicas:**

- Nas situações em que se utiliza o tripé o repórter de imagem deve depois de focar e centrar a imagem “trancar” o tripé para que a câmara não mexa. Deve ainda enquanto grava afastar as mãos e o olhar de qualquer contacto com a câmara, não devendo estar “colado” à câmara. Isto por que se estiver a segurar na câmara, apesar de ter a câmara e o tripé “trancados”, o respirar faz com que a câmara mexa ligeiramente.
- O jornalista no momento da edição não deve utilizar os primeiros, nem os últimos, três, quatro segundos do plano que pretende devido a pequenos movimentos que normalmente existem, como respirações do repórter de Imagem, toques, etc.
- Nas situações em que se recorre à utilização de câmara ao ombro deve-se usar o plano o mais aberto possível, um plano aberto permite que o telespectador comum não note tanto as respirações do repórter de imagem que fazem com que a imagem “trema”. Nesta situação é de evitar ao máximo a utilização de planos de expressão.
- Quando se faz recolha de imagens para “pintar” a peça, sejam eles planos de corte ou de “pintar”, o jornalista e o Repórter de Imagem devem evitar estar a falar perto da câmara, pois um bom som ambiente pode ficar estragado devido à conversa.

**GRAVAÇÃO DE ENTREVISTAS**

A gravação de entrevistas é uma situação básica numa reportagem televisiva. Apesar de ser intensamente discutida, são as experiências do dia a dia que estabelecem as regras, naturalmente baseadas no bom senso.

As perguntas essenciais dos 5 w´s devem ser sempre colocadas.

O jornalista deve estar atento às respostas, pois muitas vezes surgem questões essenciais, ao longo da entrevista, que não eram previsíveis no momento da preparação do trabalho.

Caso seja necessário gravar o jornalista a fazer as perguntas, estas devem ser feitas posteriormente à realização da entrevista.

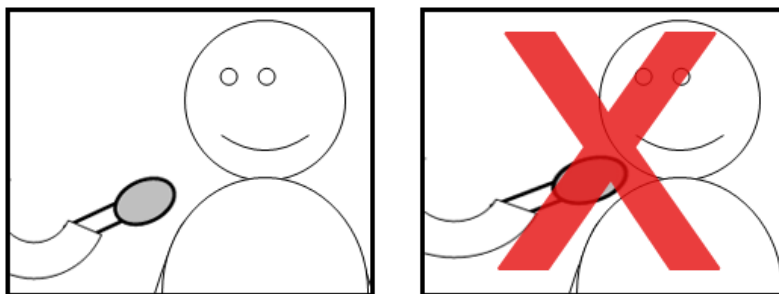
**Nota:**

- O aparecer do jornalista por questões de vaidade ou porque sim deve ser evitado.

### **MICROFONES**

Um dos erros mais comuns é o posicionamento do microfone durante a entrevista. Este é colocado invariavelmente bastante perto da boca do entrevistado, o que além de ser esteticamente errado acaba também por provocar ruídos estranhos aos sons captados e, a imagem fica com um som comprometido na sua qualidade.

A distância aconselhada do microfone ao entrevistado é um palmo.



**Nota:**

- Deve-se usar o microfone de lapela nas entrevistas mais longas ou que sejam entrevistas para grandes reportagens.
- Em situações de vivo do jornalista, recomenda-se a utilização do micro de mão, muito embora actualmente nas televisões britânicas se utilize o micro de lapela.

## PEÇA JORNALÍSTICA

### OS DIFERENTES MODELOS

#### A REPORTAGEM

A reportagem (peça) divide-se em três tipos, com diferentes tempos (estes tempos não devem ser rígidos) e diferentes especificidades.

- **Peça/Notícia** (1'30)
- **Pequena Reportagem** (2' - 3'00) são trabalhos mais extensos porque o assunto está na ordem do dia
- **Grande Reportagem** (tópica e Intensiva)
  - Tópica ‣Versa determinado assunto
  - Intensiva ‣Restringe o assunto, este é abordado com profundidade

#### A ENTREVISTA

- A entrevista de **Tipo Factual** é a entrevista em que o que surge em destaque é o acontecimento.
- Na entrevista de **Tipo Enfático** o convidado é o ponto de interesse.

#### OS DEBATES

- A **Ágora ou Praça Pública** aborda vários assuntos e varia de edição para edição, o programa “Prós e Contras” é um exemplo deste tipo de debate.
- O **Hearing** é um entrevistado com vários entrevistadores. É um tipo de debate do programa da RTP2 “Diga lá excelência”.
- O **Duelo** é um tipo de debate que normalmente só é usado em campanhas eleitorais, opõe dois entrevistados e um jornalista.

## APRESENTAÇÃO

Existe três tipos de apresentação em informação televisiva, cada um com as suas próprias especificidades

- **Pivot** – Conduz a informação dos serviços informativos
- **Vivo Reportagem** – Elemento de trabalho que pode ser usado nas peças quando faltam imagens ou ninguém quer dar a cara. O jornalista explica aos telespectadores, por exemplo, como ocorreu um assalto.
- **Directo** – O à vontade com a câmara é fundamental, deve-se olhar para a objectiva e falar para os telespectadores. Um directo serve para fazer um resumo do assunto do acontecimento, contar pormenores, dar informações. Serve também para assinalar a presença da estação televisiva no local do acontecimento.

### Dicas:

- Um directo pode ter um entrevistado, nestas situações deve-se evitar a muleta “temos aqui connosco”. É um erro e fica mal, o telespectador pode ter a tendência de pensar que se o convidado está com o jornalista vai falar para o jornalista. Deve-se isso sim introduzir normalmente o convidado:

*“José Silva, Comandante dos Bombeiros de Vila Real, qual é a situação do incêndio?”*

## NO TERRENO

As recomendações que se seguem são apenas meros indicadores de como se deve proceder para efectuar um bom trabalho no terreno:

### ANTES DE CHEGAR AO LOCAL:

- Procurar informações acerca do tema abordado é essencial, um bom conhecimento do mesmo, é fundamental para a realização de um bom trabalho. Para tal é fundamental a pesquisa do tema, seja através da leitura de jornais, pesquisas com recurso a livros ou Internet. Um bom trabalho de pesquisa é essencial para um bom trabalho no terreno.
- Marcar as entrevistas com antecedência sempre que tal seja possível.

- Explicar o objectivo do trabalho ao repórter de imagem. Aqui se inicia o trabalho de equipa, pelo que este ponto também é fundamental. O repórter de imagem fica, assim, com uma noção do tema e ele próprio começa a construir a história na sua cabeça.

#### NO LOCAL:

- Apontar os time-codes mais importantes. Desta forma ganha-se tempo no momento da edição.
- Colocar o microfone a um palmo do entrevistado. Em televisão nunca se passa o microfone ao entrevistado.
- Alternar os entrevistados entre a esquerda e a direita.
- A primeira pergunta deve ser sobre os dados do entrevistado (nome, cargo), e serve ainda para testar o microfone.
- Fazer uma pré-edição mental da notícia, caso seja necessário o vivo final ou de ligação grava-se. Chegar à redacção e depois de começar a montar e só nesse momento ir gravar um vivo é mau. Deixa de existir “raccord” entre o local do acontecimento e o vivo. Revela também falta de bom senso por parte do jornalista que não previu a situação de faltar material para a história.
- Estar sempre atento aos pormenores. São estes que vão enriquecer a notícia, podendo permitir questões essenciais que o jornalista não tinha planeado.
- Se necessário, gravar o vivo de reportagem (apenas caso se justifique)

### **OS VIVOS DOS REPÓRTERES**

Não existe uma regra predefinida sobre quando o repórter deve entrar em vivo na peça porém o bom senso é fundamental neste capítulo. O “aparecer” porque sim é errado. Os vivos devem ser encarados como um acrescento de informação não como uma feira de vaidades.

Quando se possui uma informação importante e não é possível mostrar em imagens deve-se utilizar o vivo. O vivo pode servir como ligação para outro assunto, sempre que não existem imagens, e pode ser utilizado para sublinhar determinado pormenor.

Um bom vivo é muito bem pensado e estruturado.

**Nota:**

- Como a UTAD TV é acima de tudo um laboratório recomenda-se que os alunos gravem vivos sempre que forem fazer os seus trabalhos, mesmo que estes não sejam utilizados servem para treinar, ganhar confiança e calma.

**A FORMA DE ESTAR, DE EXPÔR-SE E DE VESTIR NUM DIRECTO**

Num directo, tal como no vivo, a sobriedade do vestuário é essencial. Quando nos posicionarmos perante a câmara estamos a expôr-nos. Nós somos aquilo que aparentamos.

O mesmo jornalista tem mais credibilidade ao fazer uma peça sobre o Parlamento se surgir num vivo de fato e gravata em vez de surgir de calções e t-shirt. Os próprios entrevistados avaliam o jornalista pela sua aparência.

A adequação da forma de vestir ao local ou assunto é por isso fundamental.

**Nota:**

- A indumentária e o comportamento devem ser consentâneos com o local da reportagem, ninguém vai de fato e gravata para a praia.
- Devem ter ainda bastante cuidado com a sua aparência e devem evitar:
  - Utilização de decotes;
  - Brincos demasiado grandes;
  - Pulseiras que façam demasiado barulho;
  - Tops ou camisolas, com frases;
  - O constante ajeitar do cabelo
- Evitar sempre o “Portugal sentado” nas imagens, principalmente com as “forças vivas da cidade”.



## COMO ASSINAR AS PEÇAS

Normalmente um vivo é feito para assinalar o fim da peça surgindo no final a assinatura do trabalho. Por vezes, cola-se o texto do vivo a esta assinatura e isso é um erro. É fundamental separar a última frase do “vivo” da “assinatura”.

Para uniformizar todos os vivos da UTAD TV os jornalistas devem utilizar a seguinte fórmula:

*“A compra de uma nova viatura é o objectivo dos Bombeiros Voluntários da Cruz Branca de Vila Real.*

*Maria Antónia, UTAD TV”*

Não se deve dizer:

*“A compra de uma nova viatura é o objectivo dos Bombeiros Voluntários da Cruz Branca de Vila Real.*

*Maria Antónia, com imagem de José Joaquim, UTAD TV”*

Se o trabalho é feito em equipa, porque razão não se diz de quem é a imagem? Já se falou acima que devemos ter imagens de tudo o que dizemos, ora se não temos a imagem do nosso colega repórter de imagem é um erro dizer o nome dele.

O nome do repórter de imagem deve entrar em oráculo. As assinaturas dos autores do trabalho (jornalista, repórter de imagem e, caso exista, editor de imagem) devem entrar sempre em oráculo.

## O "PORTUGAL SENTADO"

Algo que sem dúvida vai ser amiúde nas diversas emissões do “Jornal Universitário”, da UTAD TV, vão ser os debates, colóquios e congressos, ou seja, vão ser jornais com imagens pobres porque estas sessões por norma são feitas em salas e, por vezes, o discurso que se obtém neste género de trabalhos é árido.

Uma imagem de vários professores numa sala a debater problemas filosóficos, apesar da riqueza do debate, e da aprendizagem, revela-se pobre na imagem. Pode-se até

considerar a sensação de “Dejá-vu” ao longo de várias emissões do “Jornal Universitário”.

Nesta conjuntura, convém que as entrevistas sejam feitas com o convidado em pé, de preferência fora da sala na qual a reunião foi efectuada.

É um desafio para a equipa que cobre mais um “Portugal Sentado” tornar o assunto apelativo, dando-lhe uma nova vida. Porém é um desafio que deve ser vencido.

Uma boa solução, para além do sair da sala, é humanizar a história, tentar perceber o assunto para além da filosofia, dar-lhe a necessária “novidade”, despertar o “interesse”.

O desafio numa peça destas é colossal. Um assunto que à partida parece desinteressante e triste pode tornar-se uma surpresa. Por estranho que pareça, é no meio do “Portugal Sentado” que se revela a diferença entre um bom e um mau jornalista.

É aqui que se separam as águas e se descobre a criatividade da equipa.

## NA REDACÇÃO

- › Visionar as imagens (os timecodes, que foram previamente apontados) e anotar os códigos dos mesmos.
- › Analisar as informações, entender, pensar e só depois escrever.
- › Ler o texto em voz alta.
- › O vivo não deve ter mais de 10’ - deve emitir opinião, emoção, testemunho.
- › Nunca usar palavras ou imagens que deixem dúvidas.
- › Em princípio, um jornalista que inicia uma história, deve acompanhá-la até ao fim (follow up).

## AS PEÇAS

Uma peça é uma história. Uma boa peça é uma história bem contada com princípio, meio e fim. Uma peça bem contada possui também uma narrativa lógica, um fio condutor, de forma que o telespectador a siga atentamente e a perceba. Uma boa peça é aquela que conta a história no tempo certo.

Ao construir-se uma peça, deve-se ter em atenção os princípios da isenção, do rigor e do pluralismo que são os fundamentos sagrados da credibilidade.

### TEMPO DAS PEÇAS

Não existe um tempo rígido para as peças. Os tempos podem variar conforme as características das peças, como estão referidas, ou conforme o peso da notícia. Porém em média, uma peça, dita normal, ou também chamada de pequena reportagem, não deve ultrapassar um minuto e meio, em média. Todavia, ressalva-se novamente que cada caso é um caso.

### HISTÓRIAS COM PORMENORES

Uma boa peça é rica, tem pormenores, cativa quem a vê e fica na memória. Uma boa história é feita de pormenores que são ricos, quer na surpresa, quer na emoção.

Uma equipa que no terreno esqueça ou até mesmo desvalorize esses pormenores, que no momento de edição poderiam acrescentar algo à história, acaba por apresentar um trabalho final sem gosto, primário e pouco sedutor, em poucas palavras, um trabalho estéril.

Um bom trabalho de campo implica a procura dos pormenores, implica também a criatividade e a audácia, de modo a que o trabalho final seja rico, interessante e com essência.

### **O MITO DA PIRÂMIDE INVERTIDA EM OPOSIÇÃO AOS “PICOS”**

Um dos ensinamentos básicos do jornalismo é a pirâmide invertida. Todos aprendemos que a notícia deve ser construída desde o mais importante até ao menos importante. Aplicar estes ensinamentos numa peça televisiva é tornar essa mesma peça em algo melancólico e aborrecido.

Além dos pormenores, as peças, da mesma forma que os alinhamentos, devem ser construídas de forma a ter “picos”, ou seja, de forma a cativar.

Nunca nos devemos esquecer que uma peça deve ser apresentada como uma história com pormenores, com a imagem mais forte em primeiro lugar e que permite agarrar, surpreender.

Naturalmente essa história que é o trabalho que apresentamos tem de contar bem aquilo que encontramos no terreno. Os factos da história tem de ser todos dados e todas as pessoas devem ser ouvidas. O trabalho de campo deve ser feito como se fôssemos utilizar a Pirâmide Invertida, apesar de, no final, não a utilizarmos e construirmos a nossa peça com “picos” de interesse.

### **VIVOS LONGOS E SEM INTERESSE...**

Poucas são as peças que prescindem da presença dos vivos dos protagonistas envolvidos na notícia. Depois de efectuado o trabalho no terreno, surge a questão: que vivos usar? Enquanto se efectua o trabalho no terreno, o jornalista deve ir tomando nota dos vivos que podem interessar, é aí nesse momento que se faz a primeira selecção.

Não é, novamente, uma regra fixa mas um bom vivo não deve passar os 10 segundos e, naturalmente, em determinadas situações com grande impacto esta regra não é observada.

Não se devem utilizar vivos que não acrescentem informação, ou seja, confusos. Caso estes sejam usados, a peça fica a perder.

A atenção do jornalista no momento do vivo é fundamental. A atenção é essencial para preparar as respostas seguintes, para se aperceber se as respostas estão a ser confusas, de modo a permitir repetir a questão. É o momento em que pode surgir a questão que não se tinha pensado.

Uma peça com maus vivos é uma peça desinteressante.

Um bom vivo transmite emoção, sentimento, um estado de alma, um testemunho, todavia um bom vivo é apenas e só um elemento de uma peça, não deve ser o suporte fundamental da história.

### **Dica:**

- › Evitar fazer vivos com todas as forças vivas de determinado local. Normalmente as forças vivas dispõem-se a tal e fazem questão de “aparecer”.
- › Um jornalista com alguma experiência sabe que por norma os entrevistados nem sempre permitem bons vivos, muitas vezes devido à dificuldade de

expressão clara e concisa dos mesmos. Usualmente existe a tendência de se alongar em muitos pormenores nas primeiras respostas, convém, por isso, questionar de novo, usando outras palavras, para aumentar as hipóteses de escolher o melhor vivo.

## **PINTAR**

Uma peça pode ser assassinada com imagens más. A frase parece dura mas é real. Já aqui foi referido que é essencial o trabalho de equipa, uma perfeita coordenação entre o jornalista e o repórter de imagem. A história para ser perfeitamente contada, além dos vivos esclarecedores, dos pormenores que enriqueçam o texto, deve ter imagens que sirvam para pintar de forma a permitir contar a história. Uma informação recolhida pelo jornalista no terreno requer a recolha dos planos necessários a descrever a história.

Uma má imagem é aquela que é fria, que é distante do texto, aquela que não revela nem a emoção nem o pormenor necessário.

Quantas vezes não se vê alguém a escrever num papel? Ou um pormenor de uma câmara ou microfone? Existe alguma ligação entre imagem e texto neste género de situações? De que adianta se ter um pormenor decisivo se não temos a imagem? A imagem e a palavra devem complementar-se, assim a peça sai reforçada, enriquecida.

**Nota:** O trabalho de equipa é essencial.

## **TEXTO DAS PEÇAS**

Um texto simples é um texto claro.

### **Dica:**

- › O texto deve começar a ser feito mentalmente durante o trabalho no terreno. No futuro muitas das vezes o texto é escrito no carro durante a viagem de volta à redacção, pois o tempo é essencial.

## ESCRITA

### PRINCÍPIOS DE CONSTRUÇÃO

Premissa:

- Qual é o interesse da mensagem?
  1. O que está em causa
  2. Antecedentes
  3. Consequências reais ou potenciais

(porque vou, o que levou a este “ponto” e quais as consequências?)

### REDACÇÃO

1. **Exórdio** – é o ponto mais importante da notícia. O “ataque da peça” é fundamental e o que distingue as peças e os jornalistas.

#### Abordagem da notícia.

- Disruptivo/Sensacional
- Aproximativo
- Inovador – o superlativo funciona sempre

2. **Enunciado** – aprofundamento da premissa – apenas o fundamental
3. **Desenvolvimento**: explicação  
O desenvolvimento é uma parte que se trabalha mais na reportagem

### ESTRUTURA NARRATIVA

- Quem, a quem, como, porquê?
- Texto em forma de narração
  1. Respeitar a ordem cronológica
  2. Situar em relação ao momento actual (ontem, amanhã, faz agora um ano)
  3. Usar o presente indicativo, futuro ou passado
  4. Números em percentagem ou proporção
  5. Utilizar as mesmas referências dos telespectadores

6. Colocar questões e responder
  7. Esquematizar e simplificar os conflitos
  8. Designar claramente os actores do acontecimento
  9. Ir do particular para o geral, do facto à regra, do exemplo à teoria
  10. Exprimir-se sempre de forma explícita (não usar o humor)
- Final – síntese das informações a reter

Evitar: clichés, votos, questões, conclusões

### O QUE NÃO SE DEVE FAZER NA ESCRITA

- Colocar demasiada informação no texto
- Cada frase deve dar uma informação e ter +/- 3''
- O plano/imagem deve ter a mesma informação
- Uma peça de 1'30 deve ter 30 frases, 30 informações, e 30 planos
- Assustar os telespectadores
- Dar ordens
- Usar frases ou construções negativas
- Usar a voz passiva
- Começar o texto com frases do tipo "como se esperava" ou citações
- Usar o estilo dos jornais, frases feitas ou reproduzir telexes
- Dizer os títulos profissionais ou académicos antes dos nomes (não há vocês)

Um bom texto de uma peça é feito com frases pequenas e incisivas, isto permite que a leitura do texto seja facilitada, dando-lhe mais ritmo.

Já se sabe que um texto para TV é para ser ouvido, pelo que se uma frase não acrescentar informação alguma não deve ser utilizada. O bom texto é aquele que é entendido pelo telespectador à primeira.

O texto deve ser simples, coloquial, evitar a utilização de adjectivos, não exprimir opinião nem transmitir piadas.

Um texto simples dá credibilidade à uma peça.

Não esquecer que o texto deve ter correspondência à imagem e este deve ser escrito de acordo com a imagem. A imagem não “pinta” o texto, esta comanda o texto do jornalista.

### **Dicas:**

- Menos é mais. Um bom texto não é o que tem muitas frases, muitas ideias. Um bom texto é aquele em que o jornalista conseguiu resumir e simplificar os factos dando a mesma informação.
- Ler os textos sempre em voz alta antes de os vocalizar.
- Evitar palavras repetidas ao longo do texto.

### **Sugestões:**

- Escrever o texto, cortar ideias repetidas, simplificar ideias, conjugar ideias.

## **NA EDIÇÃO**

- O texto e a imagem não podem ser contraditórios
- Ter atenção aos “raccords” – tem de existir uma história visual
- Deixar sempre 5” sem voz no início e no fim da peça mas com imagem.

## **LOCUÇÃO**

### **VELOCIDADE**

- Mais de 150 palavras/minuto (2/3 segundos) perturba a audição

### **QUALIDADE DE DICÇÃO**

- Pronunciar todas as sílabas
- Usar pontuação e sinais que ajudem a leitura

### **ESCRITA PARA LEITURA FRENTE À CÂMARA**

- Teleponto
  - Caracteres grandes e nunca mais de 30 por linha



- Introduzir e sublinhar as palavras de referência
- Papel
  - Caracteres grandes
  - Sublinhar as palavras de referência
  - Usar cores diferentes
  - Papel em formato A<sub>5</sub> horizontal

## LEITURA FRENTE À CÂMARA

- Relacionamento ***com*** a câmara
  - Narração em tom familiar
  - Expressão de rosto agradável
  - Olhar nos “olhos” do telespectador
- Inflexões de voz naturais
  - Respirações de 2´ nos parágrafos
  - Silêncio antes das citações
  - Acentuar as palavras-chave
- Posição do Pivot
  - Costas ligeiramente oblíquas
  - Não gesticular demasiado
  - O teleponto é apenas um apoio
  - Ter atenção às folhas e ao barulho destas nos microfones

## CARACTERÍSTICAS DO APRESENTADOR

- **Comunicabilidade**
  - Voz
  - Olhar
  - Gestos
  - Empatia
  
- **Credibilidade**
  - Aparência
  - Imagem projectada

- › **Sobriedade**
  - › Vestuário e adereços
  - › Comportamento

### **PIVOTS: TEXTOS E DICAS**

Uma peça começa sempre com o lançamento do pivot e o off da peça é a continuação. É essencial que cada peça seja escrita também com uma proposta de pivot, deste modo evita-se a repetição de informação que poderia ocorrer caso o Jornalista não a fizesse. Se por acaso se repetir informação, estamos a desperdiçar tempo essencial.

Se os pivots do “Jornal Universitário” tiverem os textos das peças dos colegas com as propostas de pivot ficam com o trabalho facilitado, evitam repetições e podem adaptar os textos à sua forma de leitura.

Os Pivots do “Jornal Universitário” devem também ter cuidados durante a apresentação do programa. Gestos excessivos, maneirismos, tiques, são de evitar. Um jornal deve ser conduzido com simplicidade e o deslumbramento do “eu estou aqui” deve ser sempre evitado. Mais uma vez nós somos aquilo que aparentamos ser e a credibilidade que transmitimos é o que somos.

O fecho do Jornal deve ser simples evitando “assinaturas” próprias. O fecho do “Jornal Universitário” deve ser uniforme a todos os pivots:

*P1 – Por hoje é tudo.*

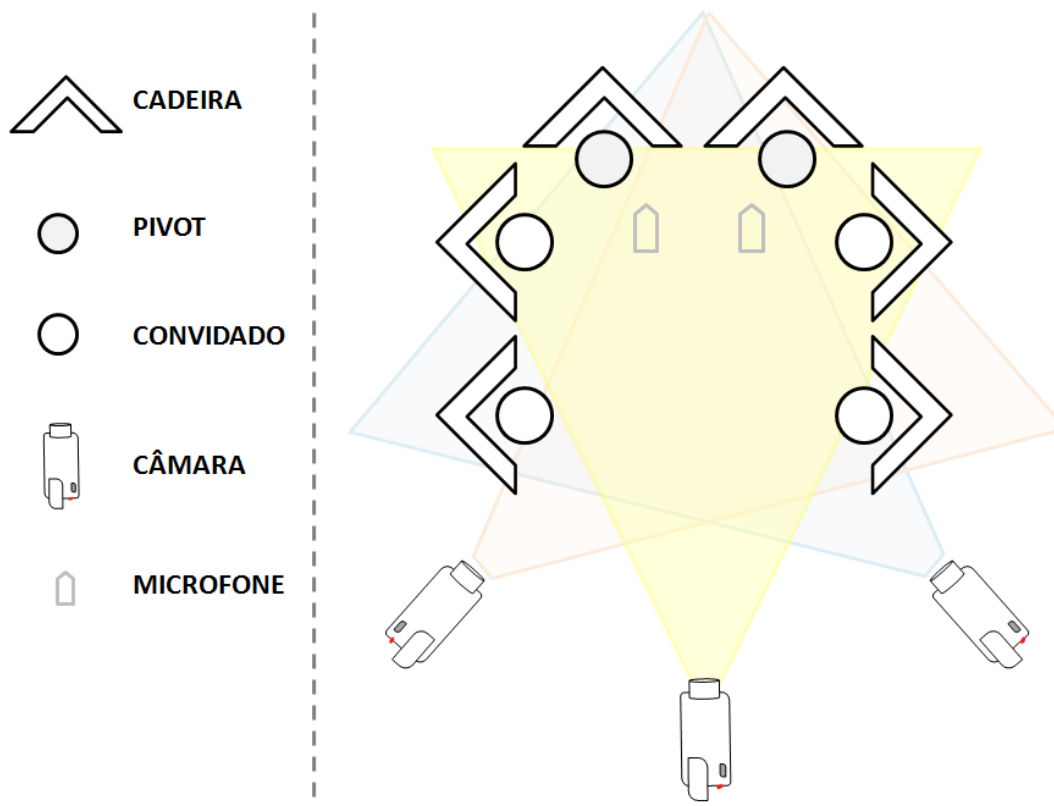
*P2- Voltamos a encontrar-nos aqui para a semana...*

*P1 – Há mesma hora e no mesmo local.*

### **Nota:**

- › É muito importante seguir o guião pré-estipulado e estudado uma vez que dele também dependem os planos das três câmaras. Assim, qualquer pergunta que surja extra guião deve ser feita pelo pivot que apareceria nessa mesma ordem.

## SIMBOLOGIA E TERMINOLOGIA



## ALGUMAS TERMINOLOGIAS DE TELEVISÃO

- › **Alinhamento** † Sequência de notícias de um espaço informativo
- › **Bolacha (DLS)** † imagem que surge no canto do ecrã
- › **BTC** † Betacarg
- › **COLA** † 2 vt's sem pivot (vt's = vídeo tape)
- › **Deixa** † últimas palavras da peça
- › **DVE** † grafismo
- › **ENG** † Sala de edição
- › **Esqueleto** † Base Sonora
- › **ENV** † Blocos de imagem recebidos das agências
- › **Follow up** † seguir a história (o mesmo jornalista)
- › **Montagem** † edição peça
- › **Oráculo** † informação escrita, colocada sobre vt
- › **Off2** † sequência de imagens sonorizadas pelo pivot

- **Pintar**            ➤ colocação de imagens sobre o “esqueleto” da peça
- **Pivot**            ➤ apresenta o informativo
- **Promo**           ➤ sequência de imagens que anuncia o trabalho a apresentar
- **Ticker**           ➤ texto que passa em rodapé
- **Vivo**             ➤ declarações do jornalista ou do entrevistado
- **Vozoff**          ➤ voz de fundo das peças

## A EDIÇÃO

São vários os programas que se podem utilizar para editar. A nível profissional utiliza-se, entre outros, o AVID, um programa muito parecido na sua lógica de funcionamento com o Premiere Pro, o Clip Edit da Sony, um programa muito simples e com poucas opções, e o Premiere Pro. Na UTAD TV será utilizado o Premiere Pro da Adobe.

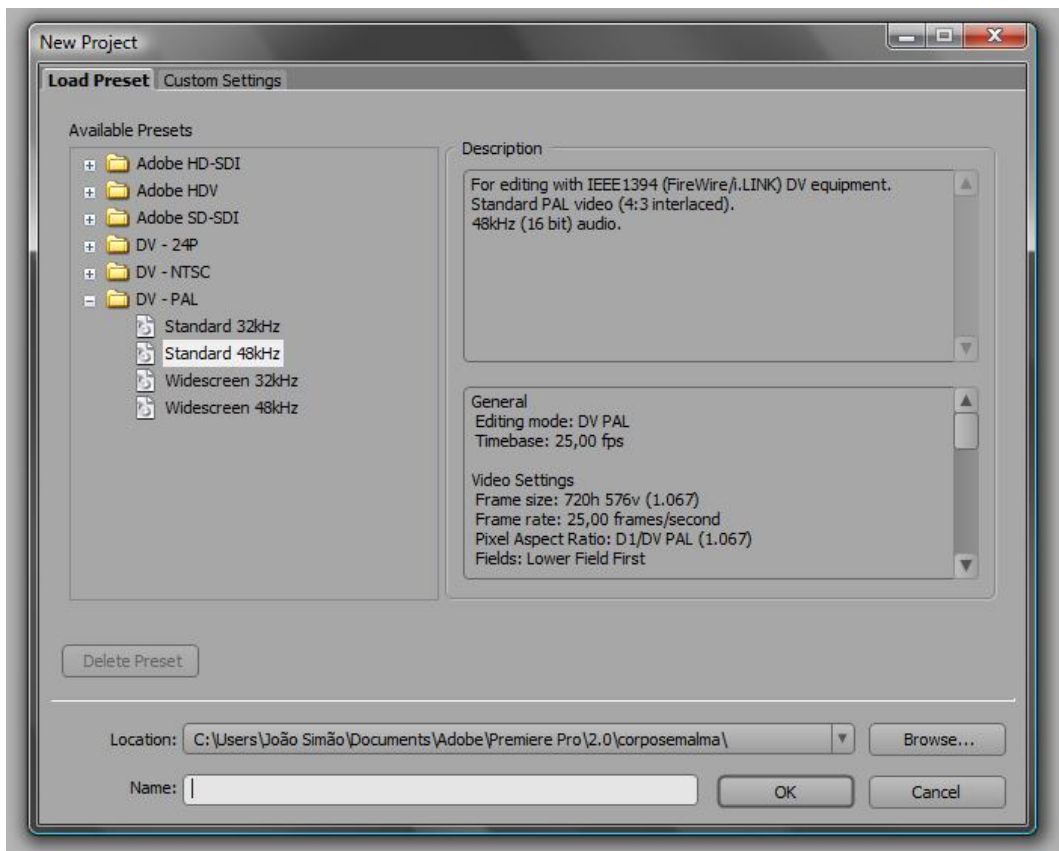
### CRIAR UM PROJECTO



Quando abrimos o programa a primeira janela que abre apresenta duas possibilidades, a de criar um projecto novo ou a de abrir um existente. Há um erro muito comum na criação de um novo projecto. Quando criamos um projecto

novo devemos criar uma pasta nova e específica para esse projecto. Todos os elementos que usarmos na criação do vídeo final devem estar dentro dessa mesma pasta. Isto porquê? O Adobe Premiere Pro não guarda em si os ficheiros que estamos a usar. O que ele faz é associá-los a uma localização. Se, por exemplo, inserirmos uma música que

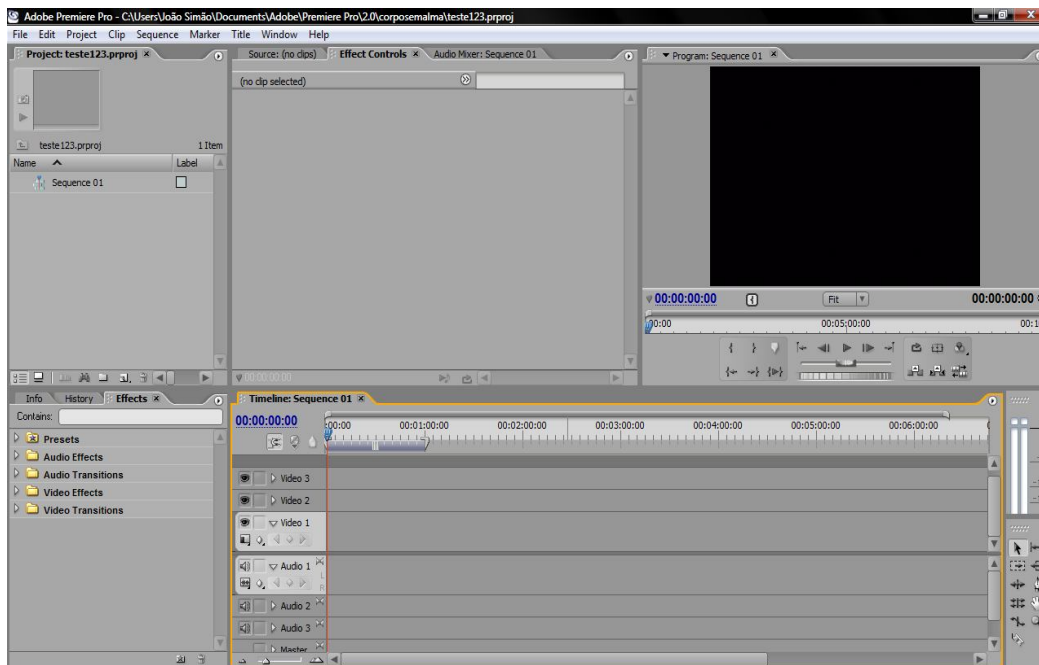
esteja numa PEN e editarmos através dela podemos editar cortar e fazer todo o tipo de alterações. No entanto se guardarmos o projecto e da próxima vez que formos editar não tivermos a PEN no PC, o Premiere não irá reconhecer o ficheiro da música porque simplesmente “não sabe” onde está. Por isso mesmo quando criarmos um novo projecto devemos criar uma nova pasta e inserir nela todos os elementos a usar no vídeo e trabalhar a partir deles e dessa mesma localização.



Após clicar em “new Project” aparecerá uma outra janela onde teremos de inserir as configurações tal como a imagem mostra: DV-PAL Standart 48kHz.

É ainda nesta janela que vai determinar a localização da pasta onde vai colocar todos os ficheiros para a edição do vídeo final. Por fim, é ainda nesta janela que devemos dar o nome ao projecto. Inseridas todas estas configurações deve clicar OK e passar para a área de trabalho do Premiere Pro.



## ÁREA DE TRABALHO





Esta é a disposição geral dos elementos dentro do Premiere Pro.

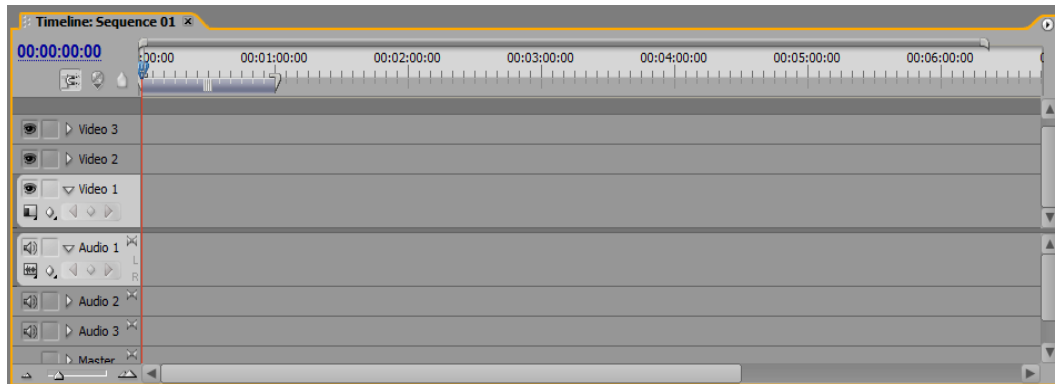
## FERRAMENTAS DE EDIÇÃO




As ferramentas de edição encontram-se no canto inferior direito mesmo ao lado da TIME LINE ou Linha de Tempo. São várias as suas funções no entanto as duas mais usadas para a edição das peças serão a “Selection Tool”  , a “seta” cuja tecla de atalho é o **V** e a “Razor Tool”  , o “machado” cuja tecla de atalho é o **C**.


A “Selection Tool”  permite-nos arrastar e posicionar os vídeos na “time line”, mudar de linha, seleccionar diferentes clips, progredir com o marcador no vídeo entre todas as outras tarefas de selecção. A “Razor Tool”  permite cortar um clip ou um áudio no ponto em que clicarmos, fazendo assim uma separação.

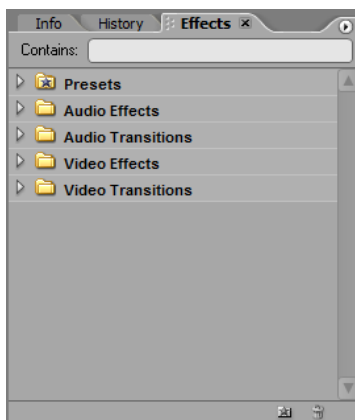
## LINHA DE TEMPO



Esta é a área onde será editado e montado o vídeo. Time Line ou Linha de Tempo explica de forma clara a forma como funciona. O vídeo e áudio é disposto nesta linha segundo a sua ordem cronológica. Várias multi-linhas permitem-nos sobrepor diferentes vídeos e áudios.

Para além das linhas de vídeo e áudio da Linha de Tempo fazem ainda parte o marcador, a seta azul e linha vermelha que indicam a posição do vídeo e áudio na Linha de Tempo. No canto inferior direito temos o zoom da Linha de Tempo . Ao deslocar a pequena seta para os triângulos maiores estamos a aumentar o zoom na representação da Linha de Tempo, ao deslocar para os triângulos menores estamos a diminuir o zoom na representação da Linha de Tempo.

Por baixo da régua existe ainda uma outra linha entre duas setas  e que marca a área que será exportada. Independentemente do tempo de vídeo na Linha de Tempo, quando exportarmos um vídeo o Premiere Pro apenas exporta o trecho que esteja seleccionado nesta área. É necessário sempre, antes de exportar, verificar se todo ou a parte da Linha de Tempo que queremos exportar está seleccionada por esta linha.

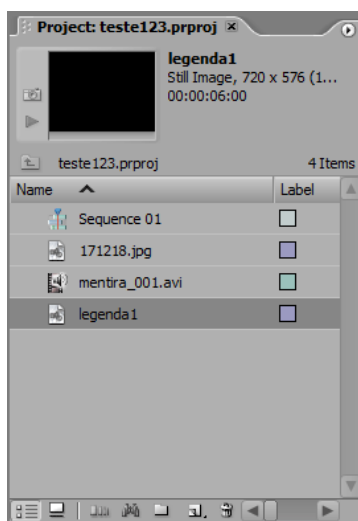


## EFEITOS

É aqui que estão disponíveis os efeitos de vídeo e de transição. A forma de utilização é muito simples. Os efeitos encontram-se agrupados em pastas, basta clicar

duas vezes nelas para as abrir e depois de seleccionado o efeito basta clicar nele e sem largar arrastá-lo para o local onde o queremos aplicar.

## FICHEIROS

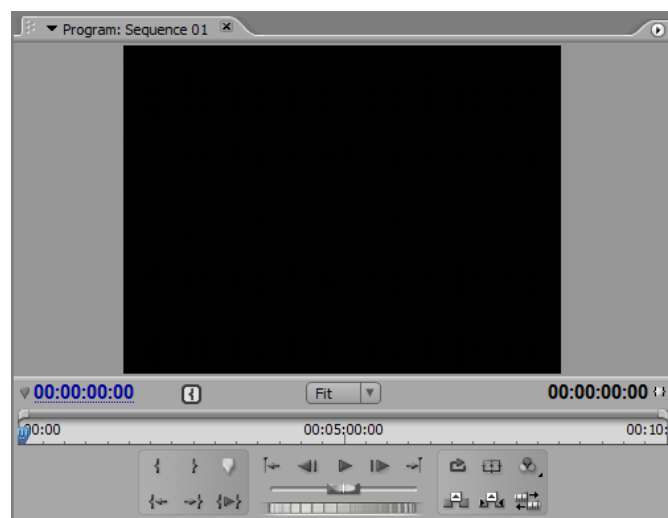


É nesta caixa que ficam dispostos os vários ficheiros com os quais estamos a trabalhar, sejam eles vídeos, ficheiros áudio, imagens, legendas, etc.

Podemos dar-lhe uma cor de label (etiqueta) para mais facilmente se distinguiem. Ao clicar em cima de cada ficheiro, uma pequena reprodução aparece no pequeno monitor no cimo da caixa junto a todas as principais indicações do ficheiro.

Para colocar um ficheiro na Linha de Tempo é simples: o processo é semelhante à forma como se aplicam os efeitos, basta clicar no ficheiro pertencido e arrastar para a posição pretendida na Linha de Tempo.

## MONITOR

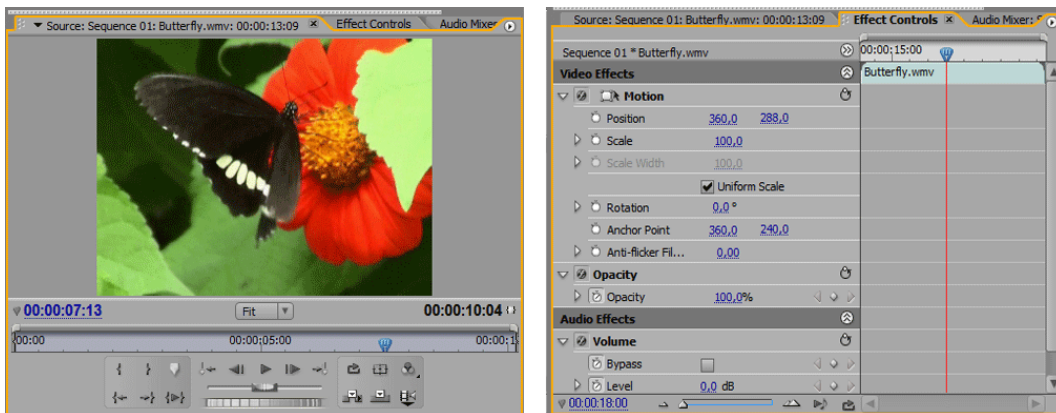


Funciona como um monitor final, aqui aparece o produto final, isto é, a reprodução da Linha de Tempo e de todos os elementos inseridos nela.

Serve para controlar o trabalho final e os efeitos dos elementos quando vão sendo inseridos na Linha de Tempo.

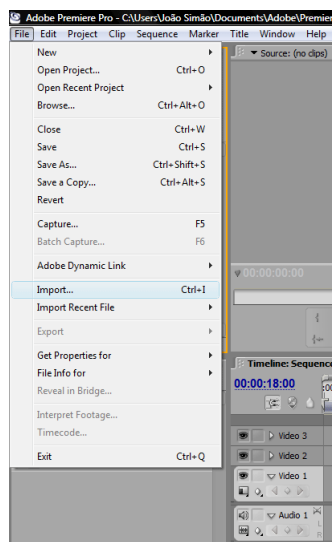


## EDITOR DE CLIPS



Nesta caixa central podemos trabalhar cada clip que esteja na Linha de Tempo de forma individual. Fazendo duplo clique em cima do clip podemos visioná-lo de forma independente na primeira aba e na segunda controlar todos os efeitos que podemos inserir num clip como um todo ou através de *keyframes* e inserir efeitos diferentes ao longo do clip.

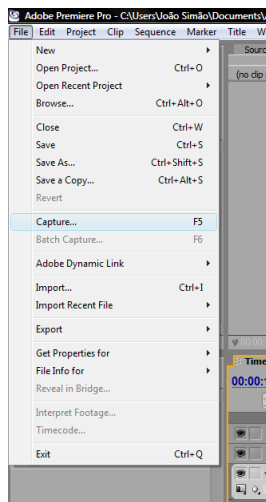
## IMPORTAR FICHEIROS



O primeiro passo é inserir os ficheiros na caixa dos ficheiros que já vimos anteriormente. Para tal [FILE » IMPORT] ou então usamos as teclas de atalho [ctrl+i], ao executar esta acção abre-se uma janela do Explorer, aqui devemos procura os ficheiros que devem estar dentro da pasta criada para este projecto, a mesma onde guardamos o projecto. Selecciona o ficheiro ou os ficheiros e clicamos em "ABRIR". Este processo permite importar um ficheiro ou vários em simultâneo. Podemos importar ficheiros de vídeo, áudio e imagens.

Depois de os ficheiros estarem na caixa basta clicar no ficheiro e arrastá-lo para o local da Linha de Tempo onde o queremos.

## CAPTURAR VÍDEO

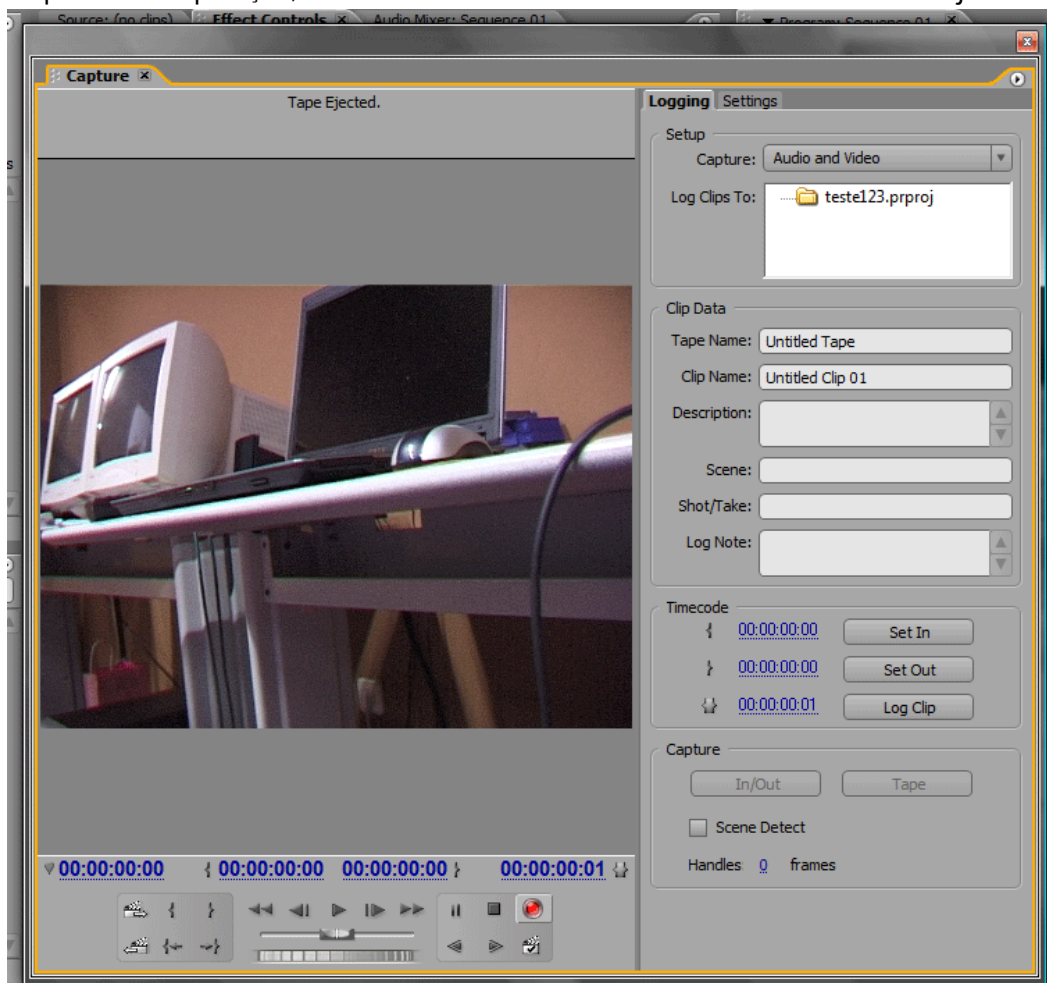


Este processo permite passar o vídeo e o áudio capturado pela câmara para o computador. Existem outros processos, alguns dos quais que capturam a imagem e áudio com mais qualidade, no entanto, este processo que iremos usar, para além de mais prático e simples, apresenta níveis de qualidade muito elevados.

Primeiro, deveremos ligar a câmara ao computador através do cabo firewire (ver capítulo “câmara e dicas de filmagem”). A câmara deve estar ligada em modo VTR. Em seguida vamos a





[FILE » CAPTURE] ou então usamos a tecla de atalho F5.

Depois desta operação, abre-se sobre a área de trabalho do Premiere Pro a janela de

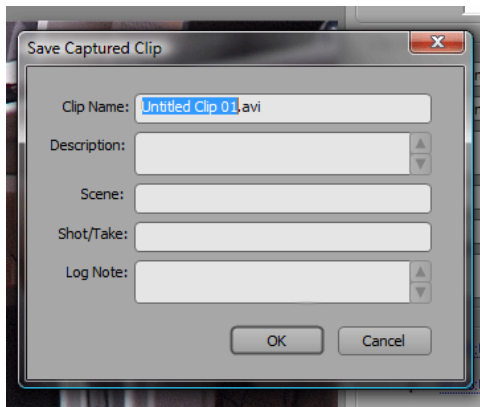



captura.

A janela de captura é composta por duas áreas distintas: um monitor com os respectivos controlos e uma outra área para catalogar as informações do clip que estamos a capturar. Caso não sejam preenchidas de início as informações do clip no final da captura o Premiere Pro volta a pedir essas mesmas informações, pelo que nos devemos debruçar sobre o monitor e os seus controlos.

Caso a cassete não esteja no início podemos usar o botão  para rebobinar a cassete ou o botão  para avançar na cassete até ao momento em que desejamos começar a gravar. Para iniciar a captura basta clicar no botão  e começa a ser de imediato capturado vídeo e áudio. Para terminar a captura basta clicar no botão . Deve-se sempre começar a capturar antes do pretendido e até um bocado depois, durante a edição todos os excessos serão removidos. Podem ser capturados todos os planos num mesmo ficheiro que será depois editado na Linha de Tempo.

Por defeito, o Premiere Pro grava o ficheiro capturado na pasta que já criamos e onde guardamos o projecto.





Depois de clicar no botão  é finda a captura e aparece então a janela onde iremos dar o nome ao ficheiro e acrescentar um conjunto de informações que permitam catalogar melhor o clip. Esse preenchimento não é obrigatório.

Depois de salva a captura esta ficará na pasta que criamos e onde guardamos o projecto e ainda na caixa dos ficheiros da área de trabalho do Premiere Pro.

## CORTAR E EDITAR NA LINHA DE TEMPO

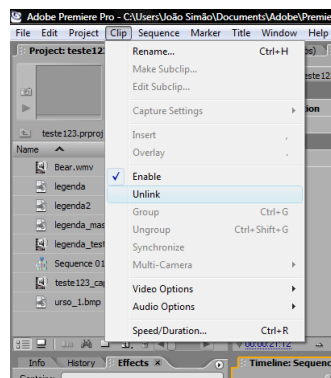
Com o clip na linha de tempo usamos o marcador (a linha vermelha) para nos localizarmos no clip. Assim, ao clicarmos na tecla de espaço, o marcador avança tal como a reprodução do clip, ao clicar na tecla de espaço o marcador pára. Para deslocar

o marcador para uma determinada área com a “Selection Tool”  activa clicamos na seta azul do marcador e simplesmente arrastamos para onde desejarmos. Clicar na parte métrica (zona superior da caixa da Linha de Tempo) faz com que o marcador de imediato passe para esse ponto. Para nos deslocarmos ao longo da Linha de Tempo usamos o scroll situado na parte inferior da caixa da Linha de Tempo.

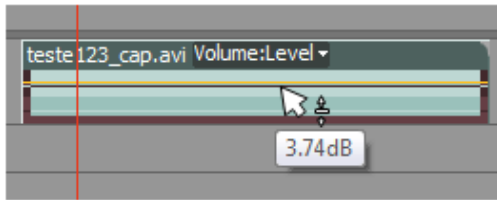
Com o marcador marcamos o local onde pretendemos fazer a divisão do clip, seleccionamos a “Razor Tool”  e clicamos exactamente em cima da linha vermelha do marcador. Isto fará com que o clip fique dividido. Podemos depois clicar em cima da parte do clip que iremos utilizar e arrasta-la ao longo da Linha de Tempo para o local onde o desejamos colar. O ideal será deixar um espaço no início da Linha de Tempo e trabalhar os clip mais à frente para depois os arrastar cortados para o local onde estamos a colar a peça.

Com o deslocar de clips pode acontecer que estes acabem por ficar em cima de outros clips já existentes na Linha de Tempo. Isso faz com que automaticamente a parte do clipe que ficou sobreposta desapareça. Isso por vezes pode fazer que um som ambiente corte uma voz off ou uma parte do clip. Para evitar isto devemos colocar a voz off numa pista diferente da pista onde está o som ambiente dos vídeos.

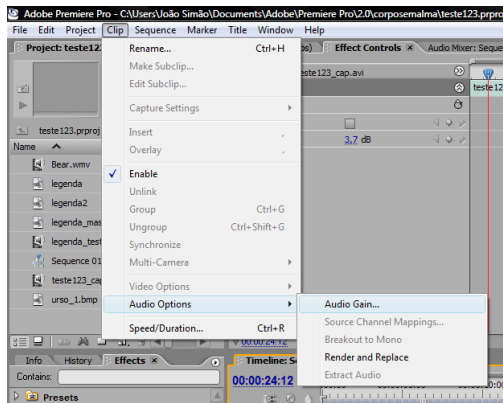
Por defeito o clip tem o vídeo e o som acoplados, isto faz com que não existam dessincronismo entre a imagem e o som. No caso da maioria de imagens de pintura não iremos necessitar de som ambiente. Por isso e para evitar que este acidentalmente corte parte da voz off como vimos poder acontecer no parágrafo anterior podemos cortar o som deixando apenas o vídeo. Para tal devemos clicar no clip e no menu seleccionar [CLIP » UNLINK] depois disto os dois ficam separados. No caso de querermos só o vídeo clicamos no som e DEL, no caso de querermos só o som clicamos no vídeo e DEL. Por vezes podemos gravar a voz off na câmara e nesse caso este é o processo para separar o som.



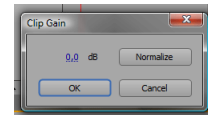
Será por vezes necessário aumentar ou diminuir o som ou duma voz off, de um vivo ou de um som ambiente. Há duas formas simples de o fazer. A primeira, mais prática e mais



simples é aumentar directamente na Linha de tempo, clicando na linha amarela da pista de som e subi-la para aumentar o som ou descê-la para diminuir o som.



No segundo método devemos seleccionar o clip de áudio que pretendemos aumentar ou diminuir e ir ao menu, [CLIP » AUDIO OPTIONS » AUDIO GAIN]. Ao fazermos isto abre-se uma pequena janela, a CLIP GAIN onde seleccionamos o nível de decibéis que pretendemos aumentar



e diminuir.

Muito mais há a saber sobre as técnicas e potencialidades do Premiere Pro no que toca a edição de vídeos, aqui procura-se apenas dar uma pequena base que permita explorar e adaptar a melhor maneira de editar, pois, como já se viu, há mais do que uma maneira de conseguir o mesmo efeito.

## EDITAR UMA PEÇA

Uma peça é composta por três elementos que devem ser tratados de forma distinta. Assim, primeiro temos que travar os vivos nos quais devemos manter o som sincronizado, as imagens de pintura às quais podemos retirar o som e a voz off, apenas um ficheiro de som.

Quando capturamos o vídeo, todas as imagens que recolhemos ficaram aglomeradas num clip, quer os vivos quer as imagens para pintura da peça. A primeira coisa a tratar são os vivos. Devemos ouvir e seleccionar já as imagens que entrarão e as que não. Depois de ouvidos os vivos e seleccionados, deve-se escrever a notícia, sabendo já os

vivos que teremos. Durante o visionamento das declarações dos entrevistados, devemos também tirar notas para informações complementares que serão apenas dadas em voz off. Visualizar as imagens recolhidas antes de escrever a voz off é uma boa prática pois tem de existir correspondência semântica entre o som e a imagem.

Depois de escrita a voz off, esta deve ser gravada. Pode ser com o microfone de mão para cassete mini-dv ou para um dispositivo de gravação mp3 e aí será importado o ficheiro em mp3 ou wav, ou ainda gravada directamente para o PC através dum microfone.

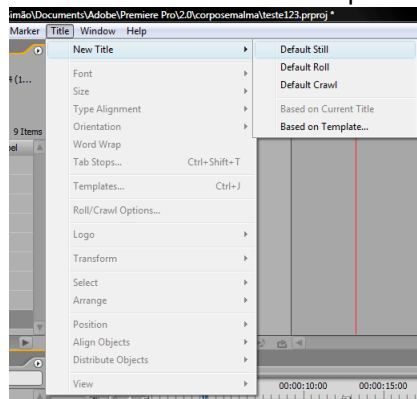
Passamos a voz off para a Linha de Tempo e dividimos de forma a podermos colocar os vivos já seleccionados nos respectivos lugares. Assim, ficamos com a peça já completa tendo apenas espaços sem imagem que iremos em seguida pintar.

Antes de começar a voz off devem ser deixados 5 segundos sem áudio e no final da peça igualmente 5 segundos sem áudio.

## LEGENDAS/ ORÁCULOS

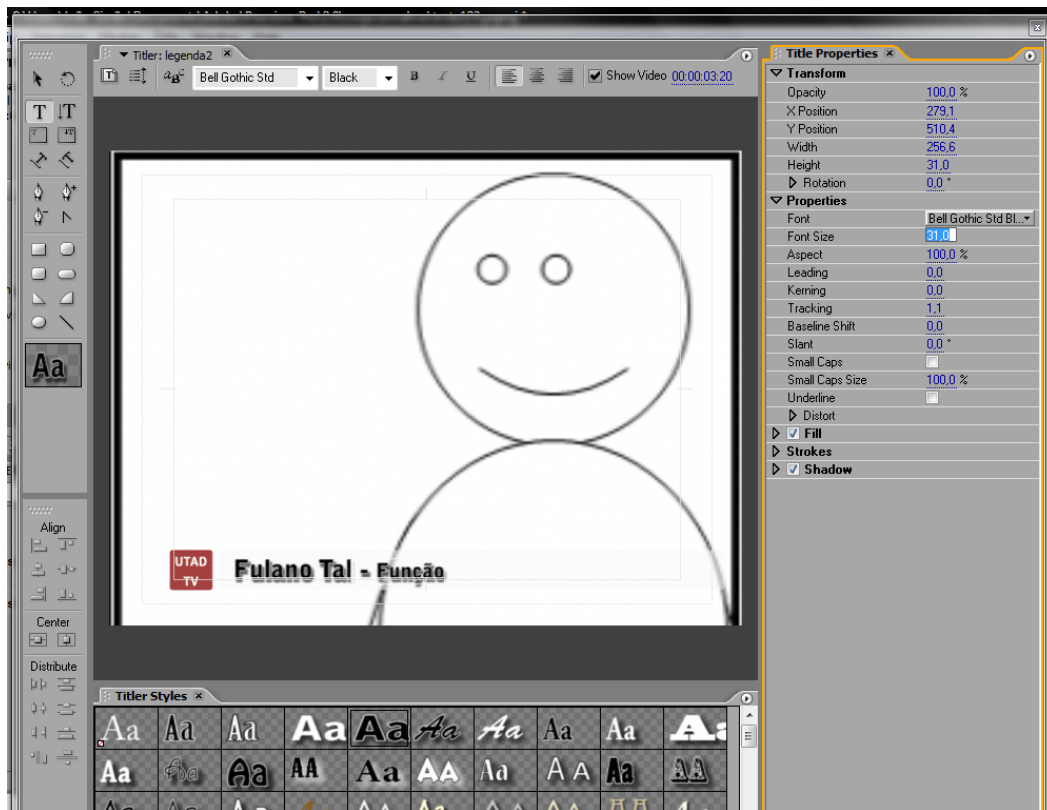
Para criar um grafismo uniforme vamos usar sempre o mesmo modelo de colocação de oráculos na peça e nas transmissões em directo. Durante a peça, devemos colocar legenda nos vivos e no final da peça com o nome do jornalista e do repórter de imagem.

Para respeitar o grafismo será dada uma imagem com o logótipo da UTAD TV e com uma caixa semi-transparente onde será colocada a informação. As legendas devem apenas ser colocadas no fim de completa a edição da peça. Importamos então a imagem com o



logótipo da UTAD TV e colocámo-la na Linha de Tempo numa faixa vídeo superior à da peça. Por defeito a imagem assume um tempo de 6 segundos, tempo esse que devemos manter. Depois de colocada no local correcto, vamos tratar de inserir o texto da legenda. Para tal, vamos ao menu [TITLE » NEW TITLE » DEFAULT STILL]. Com

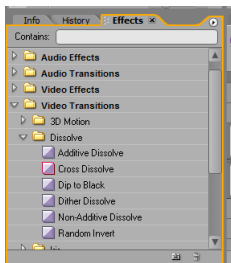
isto abre-se a janela de edição das legendas do Premiere Pro.



Uma vez com a janela aberta vamos seleccionar o tipo de letra e o seu estilo. 

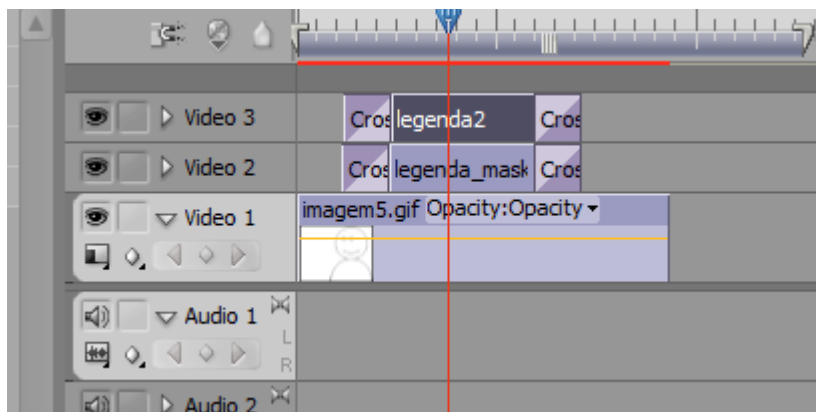
Clicamos sobre a caixa semi-transparente e digitamos o nome do personagem do vivo, seguido dum hífen (-) e da função pela qual está a ser entrevistado. Vamos em seguida mudar o tamanho da letra. Seleccionamos primeiro o nome do personagem, voltamos a nossa atenção para o menu lateral e seleccionamos a opção “FONT SIZE” e digitamos 30. Em seguida seleccionamos a função pela qual está a ser entrevistado e na opção “FONT SIZE” digitamos 25.

Caso seja necessário ajustar o posicionamento do texto no menu de ferramentas da esquerda, seleccionamos a seta e clicando sobre o texto podemos ajustar o seu posicionamento. Depois de tudo certo, clicamos no X do canto superior direito da janela.



Arrastamos a legenda que se encontra na caixa dos ficheiros e alinhamos exactamente com a imagem que já havíamos inserido.

Em seguida, e para terminar, vamos à caixa dos efeitos e seleccionamos o efeito “CROSS DISSOLVE”, clicamos nele e arrastamos para o início e fim da imagem e da legenda que inserimos na Linha de Tempo, devendo ficar algo semelhante a esta imagem.



As legendas com o nome do jornalista e repórter de imagem devem ser colocadas seguidas ficando o fim da legenda do repórter de imagem a 5 segundos do fim da voz off.

### ORÁCULOS, DONAS, SENHORES E DOUTORES

Os oráculos devem ser curtos, cerca de 6 segundos, e completos. É errado ter “Manuel – testemunha”, deve-se identificar a pessoa como “Manuel Silva – Dono do Café”.

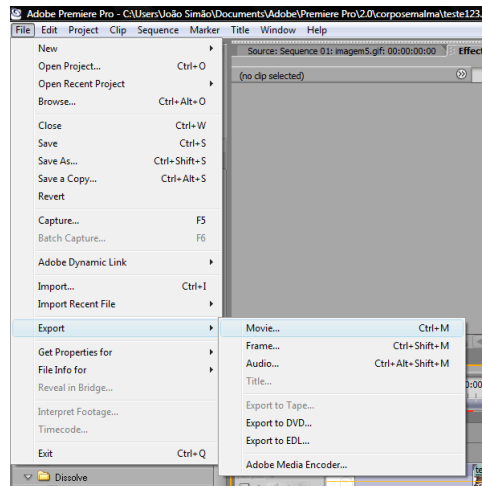
O jornalista antes da entrevista deve perguntar o nome e profissão ao entrevistado. Além de lhe permitir ficar logo com estes dados, que posteriormente irão ser usados, testa também o microfone, como já dissemos.


Deve-se identificar sempre correctamente os protagonistas da história, já que isso permite responsabilizá-los pelas declarações que produzirem, sendo também uma forma de dar credibilidade à informação e dignidade às pessoas.

**Dicas:** Ao longo das entrevistas devemos evitar o tratamento íntimo, mesmo que o entrevistado seja o nosso irmão. Deve-se evitar o “você”. No texto, devemos referir a profissão ou cargo do entrevistado. Durante a entrevista, devemos tratar as pessoas por “senhor” ou “senhora”.



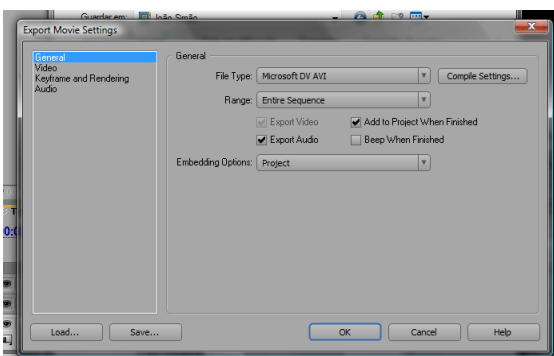
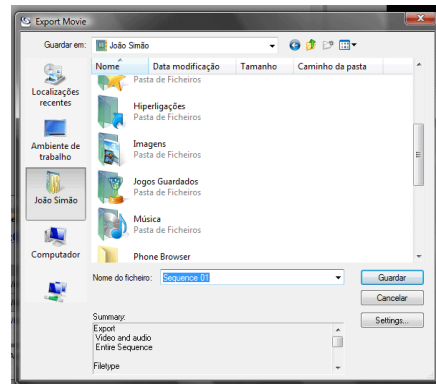
## EXPORTAR



Depois de findo todo o trabalho temos de exportar para um clipe único de vídeo. Assim devemos antes de mais confirmar se o indicador da área a ser exportada  abrange toda a nossa peça. Caso isso não aconteça a nossa peça não será bem exportada.

Depois de confirmado, devemos ir ao menu [FILE » EXPORT » MOVIE]. Ao fazer-mos isto, vai abrir uma janela do explorador do Windows em que iremos procurar a localização correcta onde colocar a peça e nome que já foi dado para a mesma na reunião de redacção.

Aqui e depois de escolhido o local, que deverá ser a pasta onde estão todos os ficheiros usados no projecto e o próprio projecto convém sempre confirmar os "SETTINGS".



Aqui devemos confirmar que o formato do "FILE TYPE" é "MICROSOFT DV AVI". Por defeito as configurações já estão de acordo com o usado na UTAD TV, pelo que convém não as alterar.

No final antes de entregar a peça deve-se verificar se o ficheiro final se está tudo de acordo e correcto. Os projectos devem ser sempre guardados e devidamente actualizados.

## USO DE IMAGENS DE ARQUIVO

Esta é uma situação em que o “Jornal Universitário” deve evitar cair. Só em casos muito excepcionais é que se deve recorrer a esta solução. A imagem de arquivo deve também ser devidamente assinalada com recurso a oráculos.

As imagens das peças devem ser sempre recolhidas no terreno, ou seja, serem sempre originais. Uma imagem de arquivo empobrece o trabalho apresentado. É também um sinónimo de preguiça.

## NOTAS FINAIS

### COMO CITAR AS FONTES

Sempre que o “Jornal Universitário” nas suas emissões der uma notícia que foi “cacha” em outro órgão de informação deve citar a fonte sem qualquer espécie de complexos.

Ao citar-se determinada fonte, estamos, acima de tudo, a credibilizar a informação.

Porém, antes de citar, devemos confirmar os factos e procurar ir mais longe na informação veiculada pelos outros órgãos de informação.

### A LEITURA DAS IMAGENS

Uma imagem deve ser lida. Para que tal suceda, o telespectador deve ter tempo para a ler, logo isso implica que as imagens tenham tempo suficiente para serem assimiladas.

Em situações em que as imagens mostrem, por exemplo, cartazes escritos ou documentos, o plano dessa mesma imagem deve ser suficientemente longo para ser entendido.

Em situações em que se recorra aos grafismos, o jornalista deve dizer em off as informações que constam nos gráficos. Esta situação é recorrente em notícias do âmbito económico.

### OS GRAFISMOS

As peças que utilizam grafismos normalmente são as peças de teor económico, ou políticas em caso de eleições. A utilização deste género de soluções deve ser ponderada

e cuidada. Se o grafismo ajuda à compreensão de determinado assunto, pode também funcionar mal, caso a informação veiculada não seja sucinta.

## CONSELHOS

- Os trabalhos devem ser montados no momento a seguir à realização do trabalho no terreno. Isto deve acontecer porque se tem o acontecimento fresco e recordam--se pormenores essenciais.
- Devemos repetir as questões, caso seja necessário, utilizando para isso outras palavras. Desta forma, pode ganhar-se na clareza das respostas dos entrevistados e devemos evitar também perguntas ridículas como por exemplo nos funerais: “Como se sente?”. Numa situação destas deve-se dizer, por exemplo, “O que lhe apetece dizer neste momento?”.
- Ter muitos pormenores de uma história é fundamental, mas para além dos pormenores, devemos ter as respectivas imagens.
- Uma peça vive da imagem e do som ambiente, este é tão importante quanto a imagem. Uma boa peça também tem espaço para o som ambiente.
- As peças devem transmitir a credibilidade pessoal e profissional de quem realizou o trabalho.
- Deve-se respeitar os códigos éticos e deontológicos do jornalismo.
- Quem inicia uma história deve acompanhá-la até ao fim, chama-se a isto o Follow Up. Se determinado jornalista fizer a apresentação de um festival de tunas, ele próprio deve ir fazer a peça no dia do festival.

## BIBLIOGRAFIA

Canavilhas, J. (s.d.). *Atelier de Jornalismo*. UBI.

Charon, Y. *A Entrevista em TV/Técnicas de Jornalismo*. Editorial Inquérito.

Fernandes, J. M. *Captação de Imagem*. CENJOR.

Gradim, A. (s.d.). *Manual de Jornalismo Livro de Estilo do Urbi et Orbi*. Obtido de BOCC: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

Granado, A., & Malheiros, J. V. *Como falar com um jornalista sem ficar à beira de um ataque de nervos*. Lisboa: Gradiva.

*Livro de Estilo Público* (2ª ed.). (2005). Lisboa: Gradiva.

Sousa, J. P., & Aroso, I. (2003). *Técnicas jornalísticas nos meios electrónicos*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

Vieira, A. (2002). *Manual de Estilo SIC*.



*Este artigo foi publicado na edição 1, em dezembro de 2004, da revista eletrônica e-compós: <http://www.compos.org.br/e-compos>*

## **JORNALISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES**

*Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior*

**Departamento de Comunicação da UFPE**

### **1. INTRODUÇÃO**

O jornalismo, em particular, o televisivo é hoje a grande *Praça Pública* do País. A *ágora eletrônica*. Com certeza muito diferente da Praça de Discussões da Grécia antiga. Nela alguém era considerado cidadão não apenas quando se sentavam na *ágora*, um lugar de debates, mas quando lançava a mão da palavra da palavra apresentado seu projeto de como pensava que a cidade devesse ser organizada e governada. Essa é a verdadeira *Praça Pública*, a verdadeira participação.

A *Praça Pública* que tratamos aqui é do espaço público midiático através do qual a televisão, os rádios e os jornais contribuem diariamente para a construção do real. Para a maioria das pessoas, especialmente num País como o nosso no qual a primeira e muitas vezes a única informação disponível é aquela transmitida pela televisão, o campo midiático ocupa um espaço central na divulgação dos grandes temas nacionais no campo da economia, da política e da cultura.

Dentro desse contexto, entendemos que a mídia, pela disposição e incidência de suas notícias, desempenha uma importante função no sentido de tornar público os temas sobre os quais o público falará e discutirá. A hipótese do

“agendamento” sustenta que as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula (McCOMBS; SHAW; 1993).

Partindo-se do pressuposto de que a sociedade moderna é caracterizada pela natureza fragmentada da experiência (PRYSTHON, 2002), pela conseqüente multiplicidade de esferas de legitimidade e pela autonomia das suas dimensões, acreditamos que, no campo midiático, o jornalismo assume hoje um imprescindível papel de mediação, garantindo deste modo a constituição de um sentido comum e a indispensável coesão social. Como diz Verón (1995), a mídia informativa é o lugar onde as sociedades industriais produzem a nossa realidade.

Diante desse quadro consideramos o jornalismo um campo fundamental para compreendermos como a realidade é construída cotidianamente. Como observa Vilches a mídia é uma forma atual de contato com o mundo. O que ela nos oferece é o presente social. Sem ela, o presente social é pobre e fica reduzido à família, aos vizinhos, ao trabalho, ao entorno. O campo midiático, o jornalismo, nos oferta outro perspectiva: “Graças a mídia, vivemos no mundo e sabemos o que está se passando um pouco em todas as partes” (GOMIS, 1991, p. 14).

A nossa preocupação ao longo do texto é discutir o jornalismo, em especial, a notícia como um campo relevante na construção do presente social. Partimos do princípio que a notícia é resultado da atividade diária dos jornalistas que a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens, no trabalho da enunciação, produzem discursos. A operação sobre os vários discursos resulta em construções que, no jargão jornalístico, são chamadas de notícias.

O nosso objetivo é buscar pistas sobre como se dá esse processo. A hipótese que levantamos é que na prática diária os jornalistas constroem representações da economia, da política e da cultura que contribuem fortemente para a construção do mundo pela sociedade. Para procurarmos entender esse processo propomos algumas reflexões sobre as relações entre o jornalismo e representações sociais. Na caminhada procuramos estabelecer conexões entre a mídia, o campo do jornalismo, as práticas e a cultura profissional e as representações sociais.

## 2. MÍDIA, JORNALISMO E CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

Consideramos que hoje ao tratarmos do espaço público necessariamente estamos falando de um espaço público midiaticizado. Com o observa Mayo (2004,p.7) a realidade não se produz, mas se reflete ou se capta, em algum lugar do espaço social:

“só em tais termos tem sentido uma denominação como a de ‘meios de comunicação’, na medida em que os mesmos são dispositivos de aproximação da audiência dos fatos que, por diversos motivos, são inacessíveis no espaço e no tempo”.

Para o autor, a realidade se produz de forma massiva e cotidianamente no âmbito da mídia e, de maneira hegemônica, na televisão. É através da mídia que entramos em contato com a última declaração do presidente da República, tomamos conhecimento do ocorre no que diz respeito à Previdência, ao salário-mínimo, ao imposto de renda, o emprego no País, as eleições, entre outros assuntos. Essas notícias de uma forma ou de outra vão ser interpretadas das mais diversas formas, servindo de um importante instrumento para a compreensão do mundo.

É no âmbito da sociologia do conhecimento que nos situamos ao discutir a realidade como uma construção social. Burke (2003) ao fazer um mapeamento da história social do conhecimento observa que a ênfase passou da aquisição e transmissão do conhecimento para a sua construção, produção ou mesmo manufatura, mudança que faz parte de ma inclinação pós-estruturalista ou pós-moderna na sociologia e outras disciplinas. Segundo o autor, há menos preocupação com a estrutura social e mais sobre indivíduos, sobre a linguagem e sobre práticas como a classificação e o experimento. Há menos ênfase na economia e mais na política do conhecimento.

Para fins deste trabalho, julgamos que os estudos desenvolvidos por Berger e Luckmann (1995), que tratam não somente da multiplicidade empírica do “conhecimento” nas sociedades humanas, mas também dos processos pelos quais *qualquer* corpo de “conhecimento” chega a ser estabelecido *como* realidade, aproximam-se mais do nosso objetivo que é de procurar entender como o

jornalismo contribui para a construção da realidade social.

Berger e Luckmann (1995) entendem que vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente. O conhecimento do senso comum é o conhecimento que eu compartilho com os outros nas rotinas da vida cotidiana. Ou seja, a realidade da vida cotidiana é partilhada com os outros.

Essa realidade é apreendida num contínuo de tipificações, de enquadramentos do mundo, que vão se tornando mais anônimos à medida que se distanciam do “aqui e agora” da situação face a face. Nesse processo recorro um estoque social de conhecimento, a um acervo, que me fornece os esquemas tipificadores exigidos para as principais rotinas da vida, não somente as tipificações dos outros, mas também os enquadramentos de todas as espécies de acontecimentos e experiências, tanto sociais quanto naturais.

A atividade humana (BERGER, LUCKMANN, 1995) está sujeita ao hábito. Toda e qualquer ação freqüentemente repetida torna-se moldada em um padrão, que pode em seguida ser reproduzido com economia de esforço que apreendida pelo executante *como* tal padrão. O hábito, além disso, resulta que a ação em questão pode ser novamente executada no futuro da mesma maneira e com o mesmo esforço econômico.

Esses processos de formação de hábitos precedem toda a institucionalização. Empiricamente a parte mais importante da formação da atividade humana é coextensiva com a institucionalização desta última. A institucionalização acontece sempre que há um enquadramento recíproco de ações habituais por tipos de atores. Ou seja, qualquer uma dessas tipificações é uma instituição. Essas tipificações das ações habituais constituem as instituições que são sempre partilhadas. São acessíveis a todos os membros de um grupo social e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como as ações individuais.

### **3. O MUNDO DOS JORNALISTAS**

Os enquadramentos recíprocos das ações são construídos ao longo de uma história compartilhada. Em outras palavras, as instituições têm sempre uma



história da qual são produtos. A relação entre o homem, produtor, e o mundo social, produto dele, é uma relação dialética, isto é, o homem (evidentemente não o homem isolado mas em coletividade) e seu mundo social atuam reciprocamente um sobre o outro. O produtor reage sobre o produto. Em resumo, a sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social (BERGER, LUCKMANN, 1995) .

Isso posto, consideramos que o campo midiático, em particular, o jornalismo televisivo ocupa um lugar central para buscarmos pistas de como o mundo é representado. Como observa Bourdieu (1997) o campo jornalístico baseia-se em um conjunto de pressupostos e de crenças partilhadas. Por exemplo, uma noção como *rende bem na televisão*, expressão comum usada no jargão dos jornalistas para dizer que uma fato tem boas imagens e pode entrar num telejornal, está no princípio da seleção que repórteres, redatores e editores operam na realidade social e também no conjunto das produções simbólicas.

“O campo jornalístico impõem sobre os diferentes campos de produção cultural um conjunto de efeitos que estão ligados, em sua forma e eficácia, à sua estrutura própria, isto é, à sua estrutura própria, isto é, à distribuição dos diferentes jornais e jornalistas segundo sua autonomia com relação às forças externas, as do mercado dos leitores e as do mercado os anunciantes”(BOURDIEU, 1997, p. 102).

Esse processo de construção do real no jornalismo vem sendo estudado por nós há dez anos (PEREIRA JUNIOR, 2001); (PEREIRA JUNIOR, 2002). Em 2004 começamos a desenvolver uma pesquisa (PEREIRA JR, 2004) que busca entender como nas suas práticas diárias os jornalistas constroem representações da cultura, da economia e da política. Sem dúvida, os caminhos para compreender como se dá esse processo pode ser estudado nas mais diversas perspectivas, os trabalhos realizados indicam-nos que deles conduz ao cotidiano dos jornalistas.

O mundo dos jornalistas tem merecido atenção dos pesquisadores. Travancas (1992) num estudo sobre a identidade do jornalista e em que ela está na ancorada oferece interessante pistas sobre o tema. Ampliando a análise da

autora entendemos que os jornalistas não os únicos responsáveis pela produção da notícia. O complexo processo de produção da notícia é constituído por um grande número de atores, inclusive as próprias empresas de comunicação, que as investigações deste ou daquele momento é uma opção epistemológica do pesquisador.

Nos estudos que realizamos observamos que como a Travancas também identificou que é o fato de determinadas carreiras significarem bem mais do que uma atividade de emprego na vida de seus profissionais, gerando um envolvimento que resultará num *estilo de vida* e numa *visão do mundo* específicos. É o caso do jornalista.

De certa forma é essa perspectiva que faz Zelizer (2000) a falar de uma *comunidade interpretativa* que de uma maneira geral trata a os jornalistas como uma comunidade “universal” que compartilha valores-notícia. A proposta de *tribo jornalística*, de Traquina (2002) não é muito diferente. Como o autor explica, o termo “tribo” transmite mais claramente a idéia dos membros desta comunidade interpretativa serem similares ao *bricoleur* do antropólogo Claude Levi-Strauss : “...isto é, o adepto do ‘faça-você-mesmo’ no desempenho de muitas tarefas, que usa a lógica das mãos e dos olhos – a lógica do concreto – no seu trabalho diário” (TRAQUINA, 2002). O autor conclui diz que o termo também transmite a idéia dos membros desta comunidade serem homens e mulheres de ação, marcados por uma atitude antiintelectualismo que é um “constrangimento cultural no mundo do jornalismo”.

#### **4. AS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS**

Concordamos com Zelizer e Traquina que os jornalistas constituem um grupo com realidades compartilhadas. No entanto, consideramos que os conceitos propostos por ambos não dão conta da complexidade do processo de produção da notícia apontando para uma certa homogeneidade de procedimentos e valores das comunidades dos jornalistas que ainda está a merecer novos estudos. Preferimos adotar provisoriamente o conceito de práticas jornalísticas da redação a partir do trabalho desenvolvido por Barros Filho e Martino (2003) sobre o *habitus* na comunicação.

No que diz respeito a essas práticas nossos estudos tem como referencial teórico o campo que trata o jornalismo como um lugar de construção do real. Traquina (2001) argumenta que a *teoria etnoconstrucionista* defende que os jornalistas vivem sob a tirania do tempo. O desafio diário é ter que apresentar um produto finalizado quotidianamente, em particular na mídia tradicional: o jornal, o rádio e a tevê. Ele explica que o trabalho jornalístico diário é uma atividade prática orientada para o momento do fechamento (o *deadline*).

Para dar conta disso, as empresas do campo jornalístico são obrigadas a construir estratégias para fazer face ao desafio colocado pela dupla natureza da sua matéria-prima: 1) os fatos (a matéria-prima por excelência do jornalismo) podem surgir *em qualquer parte*; 2) os fatos podem surgir *a qualquer momento*; 3) face à imprevisibilidade as empresas jornalísticas precisam impor ordem no *espaço* e no *tempo*.

Vejamos agora dois conceitos que consideramos fundamentais na teoria etnoconstrucionista: a *noticiabilidade* e os *valores-notícia*. Eles estão relacionados de uma forma implícita numa idéia de construção da audiência. Ambos os conceitos foram trabalhados por Wolf (1994).

Na produção das notícias, temos de um lado a cultura profissional, entendida como um conjunto emaranhado de retóricas, astúcias táticas, códigos, estereótipos, tipificações, representações de papéis, rituais e convenções relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem à sua confecção. Isso se traduz, pois, numa série de paradigmas e práticas profissionais dadas como *naturais*.

Por outro lado, temos restrições ligadas à organização do trabalho sobre as quais se criam convenções profissionais que contribuem para definir o que é notícia, contribuem ainda para legitimar o processo produtivo, desde o uso das fontes até a seleção dos acontecimentos. Estabelece-se, assim, um conjunto de critérios de relevância que definem a *noticiabilidade* de um fato, isto é, a possibilidade dele virar notícia.

Definida a *noticiabilidade* como o conjunto de elementos com os quais as empresas jornalísticas controlam e produzem a quantidade e o tipo de fatos, entre os quais vai selecionar as notícias, podemos definir os *valores-notícia* como um

componente da *noticiabilidade*. A combinação deles vai ajudar o jornalista a definir quais os fatos que são suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia.

Há que precisar que nem todos os *valores-notícia* são importantes de igual modo, nem todos são relevantes para cada notícia. Se isso acontecesse, os jornalistas não poderiam executar o seu trabalho porque não teriam tempo para considerar todos. Alguns são, praticamente, sempre relevantes, mas o número e a combinação pertinente para as notícias específicas variam.

No processo de produção da notícia, os *valores-notícia* operam no sentido de possibilitar uma certa organização no *caos circundante*, tornando assim possível a *rotinização do trabalho*. Isto é, são contextualizados nos procedimentos produtivos porque aí adquirem *sentido*, desempenhando a sua tarefa e se revestindo daquela aparência de *bom-senso* que os torna, aparentemente, elementos dados como certos, *elementos naturalizados*. É dentro desse contexto que os jornalistas contribuem no dia a dia para a construção do real, que estabelecem uma trama hegemônica de representações (GRAMSCI, 2000), (GRAMSCI, 1989).

Estabelecem uma série de critérios que constituem uma espécie de trama de fatos, uma *representação hegemônica*, do que deve ou não ser publicado, do que pode ou não entrar num jornal, num noticiário televisivo ou radiofônico, uma *trama da faticidade* (TUCHMAN, 1983).

Com o objetivo de buscar pistas para entender como os jornalistas constroem diariamente as representações da realidade tomamos por base a Teoria das Representações Sociais que surgiu com muita força nas Ciências Sociais a partir da Psicologia Social.

A teoria tem suas origens na sociologia e na antropologia. O conceito é citado pela primeira vez por Moscovici (1978) a partir da noção de Durkheim de representações coletivas:

“Em resumo, a sociedade não é de maneira alguma ser ilógico ou alógico, incoerente e caprichoso que muito se comprazem em ver nela. Muito pelo contrário, a consciência coletiva é a

forma mais elevada da vida psíquica, já que é uma consciência das consciências” (DURKHEIM, 1996, p.494).

Para Moscovici (1978), as sociedades modernas são bem mais complexas. Dentro desse contexto, numa crítica às teorias positivistas e funcionalistas que já não davam conta de explicar a realidade em novas dimensões, ele propõe o conceito de representação social como um *corpus* organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas “graças às quais os homens tornam inteligível a realidade física e social, inserem num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação”(p.28).

## **5. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: ANCORAGEM E OBJETIVAÇÃO**

Guareschi (2000, p.69-92), (GUARESCHI, 2004) observa que nas representações sociais estão presentes aspectos culturais, culturais e valorativos, ou seja, ideológicos. Essa interligação entre os elementos cognitivos, afetivos e de ação, além de serem centrais na teoria, representam um diferencial aos estudos cognitivos e discursivos para os quais a afetividade e a ação não chegam a despertar interesse.

Compartilhamos com os comentários de Oliveira e Werba (2002, p.104-117) para quem as representações sociais buscam tornar o não familiar. Nesse sentido, dois processos básicos podem ser identificados como geradores de representações sociais: *ancoragem e objetivação*.

Grosso modo, a objetivação procura substanciar as idéias abstratas e converter os conceitos em categorias da linhagem para usarmos uma definição de Moscovici (1978, p.173). E, a ancoragem estabelece a firme inserção de uma ciência na hierarquia de valores e entre as operações realizadas pela sociedade.

Como lembra Moscovici (1978, p.174), a representação social surge onde há perigo para a identidade coletiva, quando a comunicação de conhecimentos submerge as regras que a sociedade se outorgou. A objetivação minimiza o problema ao integrar as teorias abstratas de um grupo especializado em elementos do meio ambiente geral. Da mesma maneira se dá com a ancoragem que transforma a ciência num saber útil para todos.

Resumindo, a preocupação central da teoria das Representações Sociais tem como preocupação responder por que realmente as pessoas fazem, o que fazem? Por que as pessoas compram, o que compram, votam, se reúnem? Por que as pessoas desempenham determinadas ações e não outras? Segundo a teoria por detrás dessas ações, e fundamentando as razões pelas quais as pessoas tomam tais atitudes está uma representação do mundo que não é apenas racional, cognitiva, mas, muito mais do que isso é um conjunto amplo de sentidos criados e partilhados socialmente.

Ao final para procurar compreender como os estereótipos influenciam esse processo recorreremos aos estudos de FERRÉS (1998) sobre os estereótipos. Segundo o autor, os estereótipos são representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. Trata-se de representações porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo possui sobre o outro. Reiteradas porque criadas com base numa repetição. A base de rigidez e de reiteração, os estereótipos acabam parecendo naturais; a sua finalidade é, na realidade, que não pareçam formas de discurso e sim formas de realidade. Finalmente, são reducionistas porque transformam uma realidade complexa em algo simples.

Por fim, consideramos que através da pesquisa estamos conseguindo caminhar no sentido de construir um modelo de estudo das representações sociais e do jornalismo com um olhar do campo da comunicação. De uma maneira geral, as investigações que vem sendo realizadas tomam por base uma perspectiva de campos dos saber como a sociologia, a educação, a saúde, a antropologia e mesmo a psicologia deixando em aberto uma reflexão mais de fundo sobre as interações entre o jornalismo e as representações sociais (MOREIRA;JESUÍNO,2003).

Acreditamos que as possibilidades teóricas da aproximação entre jornalismo e representações sociais oferecem um amplo campo de estudos para buscarmos compreender como o campo jornalístico contribuir diariamente para a construção do real. E, em última análise esse campo constrói representações de uma sociedade – hábitos, costumes e comportamento -, da cultura e da política.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BARROS FILHO, C. de., MARTINO, L. M. S. **O habitus na comunicação**. São Paulo, Paulus, 2003.p. 246.
- BERGER, P., LUCKMANN, T. A construção social da realidade. 12ed. Petrópolis : Vozes, 1995. p.248.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor, 1997. p.143.
- DURKHEIM, É. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo : Martins Fontes, 2003. p. 609.
- GANS, H. J. **Deciding what's new** : a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time . New York : Vintage Books, 1980. p. 393.
- GOMIS, L. **Teoría del periodismo** : como se forma el presente. México : Paidós, 1991. p.212.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 2000. p.420.
- \_\_\_\_\_. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 7.ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1989. p.244.
- GUARESCHI, P. Representações sociais. In: GUARESCHI, P. et al. **Os construtores da informação** : meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis : Vozes, 2000. p.380.
- \_\_\_\_\_. **Psicologia social crítica** : como prática de libertação. Porto Alegre : Mundo Jovem, 2004. p.140.
- FERRÉS, J. **Televisão subliminar** : socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre : Artmed, 1998. p. 288.
- MAYO, E, C. **La producción mediática de la realidad**. Laberinto : Madrid, 2004. p. 187.
- McCOMBS, M. E, SHAW, D. L. The evolution pof agenda-setting : twenty five years in the markeplace ideas. **Journal of Communcation**, v. 43, n. 2, p.58-67,1993. p.58-67.
- MOREIRA, A. S. P.,JESUÍNO, J. C.(orgs.). **Representações sociais** : teoria e prática. 2.ed. João Pessoa : Editora Universitária UFPB, 2003. p.536.
- MOSCOVICI,S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro : Zahar, 1978.

- OLIVEIRA, F. O. de, WERBA, G. C. Representações sociais. In: JACQUES, M. da G. C, SREY, M. N. et al. **Psicologia social contemporânea**. 6. ed. Petrópolis : Vozes,2002. p.262.
- PEREIRA JUNIOR, A . E. V. Recife, 2003. 36 f. **Rede Globo Nordeste : as representações sociais de Pernambuco nas notícias do Jornal Nacional**. Trabalho de Pós-Graduação (Pesquisa PósCom/PIBIC) Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
- \_\_\_\_\_. **A audiência presumida nas notícias no caso dos telejornais locais** . Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2002. p. 345. Tese ( Doutorado em Comunicação Social)
- \_\_\_\_\_. **Decidindo o que é notícia** : os bastidores do telejornalismo. 1.ed. Porto Alegre :
- PRYTHON, A. **Cosmopolitismos periféricos**. Recife: Bagaço, 2002. p.165.
- RODRIGUES, A. D. **O discurso mediático**. Lisboa, 1996, mimeo. p. 74.
- BURKE, P. **Uma história social do conhecimento** : de Gutemberg a Diderot. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor, 2003. p.241.
- TRAQUINA, N. Uma comunidade interpretativa transnacional : a tribo jornalística. **Media & Jornalismo**. Coimbra : Edições Minerva, nº 1, p. 45-64, outubro de 2002.
- \_\_\_\_\_. Teorias das notícias : o estudo do jornalismo no século XX. In: **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo : Editora da Unisinos, 2001. p. 220.
- TRAVANCAS, I. S. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo : Summus Editorial, 1993. p.114.
- TUCHMAN, G. **La producción de la noticia** : estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona : Gili, 1983. p.291.
- VERÓN, E. **Construir el acontecimiento**. 2.ed. Barcelona : Gedisa, 1995. p. 201
- VILLAFANÉ, J, BUSTAMANTE, E, PRADO, E. **Fabricar noticias** : las rutinas productivas en radio y television. Barcelona : Mitre, 1987. p.157.
- WOLF, M . **Teorias da comunicação**. Lisboa : Presença, 1994. p. 247.



ZELIZER, B. Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa. **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa : CECL, nº 27, p. 33-61, Fevereiro de 2000.

# Estatuto da Imprensa Regional

## Decreto-Lei n.º 106/88

A imprensa regional desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do Mundo. Muitas vezes, ela é, com efeito, o único veículo de publicitação das aspirações a que a imprensa de expansão nacional dificilmente é sensível; e constitui, por outro lado, um autêntico veículo de difusão, junto daqueles que se encontram fora do País, daquilo que se passa com os que não os quiseram ou não puderam acompanhar. Além disso, tem, por regra, sabido desempenhar uma função cultural a que nenhum órgão de comunicação social pode manter-se alheio.

A definição do Estatuto da Imprensa Regional e dos que nela trabalham é, neste contexto, um passo importante e fundamental. Visto num plano de justiça, e não numa perspectiva paternalista ou proteccionista, pode e deve ser um passo essencial e decisivo.

Sem ser o único ou o último, é, todavia, um passo indispensável para que o País tenha a percepção clara do papel, objectivos e atribuições que a este sector são cometidos, para que a Administração defina, de forma justa e institucionalizada, a sua função de apoio à imprensa regional e para que esta - incluindo os seus trabalhadores - conheça não só as exigências sociais que sobre ela impendem, mas igualmente os direitos e as regalias que lhe são devidos.

Não pode deixar de salientar-se que o presente Estatuto recolheu o parecer favorável de todas as associações de imprensa regional, o que é significativo da concordância dos profissionais destas associações com as orientações ora determinadas pelo Governo.

Assim no uso da autorização concedida pela Lei n.º 1/88, de 4 de Janeiro, o Governo decreta, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 201.º da Constituição, o seguinte:

**Art.º 1.º** O presente diploma aprova o Estatuto da Imprensa Regional, que dele faz parte integrante, reconhecendo a relevância da sua função, estabelecendo a sua caracterização e definindo as formas de apoio a prestar quer às empresas quer aos jornalistas que a integram.

**Art.º 2.º** O Estatuto da Imprensa Regional entra em vigor no 1.º dia do mês imediato ao da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 11 de Fevereiro de 1988. - Aníbal António Cavaco Silva - Miguel José Ribeiro Cadilhe - Joaquim Fernando Nogueira - António Fernando Couto dos Santos.

Promulgado em 14 de Março de 1988.

Publique-se.

O Presidente da República, Mário Soares.

Referendado em 16 de Março de 1988.

O Primeiro-Ministro, Aníbal António Cavaco Silva.

## **Estatuto da Imprensa Regional**

**Artigo 1.º** Consideram-se de imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.

**Art. 2.º** São funções específicas da imprensa regional:

a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas;

b) Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento;

c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação;

d) Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres;

e) Proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões;

f) Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional.

**Art. 3.º** Compete à Administração Central, em articulação com as autarquias locais:

a) Garantir a livre circulação da informação a nível das comunidades regionais e locais, através da imprensa regional;

b) Assegurar um acesso em condições especialmente favoráveis aos produtos informativos da agência noticiosa nacional,

através de acordos ou contratos-programa celebrados com esta entidade;

c) Fomentar a institucionalização de mecanismos de relacionamento da imprensa regional com outros meios de comunicação social, tendo em vista a complementaridade das respectivas actuações a nível regional e local, respeitando-se o conceito de empresa multimédia, a livre iniciativa e a concorrência;

d) Contribuir para a correcção progressiva dos desequilíbrios informativos regionais e locais, através do estabelecimento de incentivos não discriminativos para o desenvolvimento da imprensa regional;

e) Contribuir para a formação de jornalistas e colaboradores da imprensa regional, designadamente apoiando a formação inicial e estágios adequados à sua profissionalização, especialização e reciclagem;

f) Institucionalizar medidas de apoio tendentes à criação de condições para a sua viabilidade técnica e económica, aplicáveis no respeito pelos princípios de independência e pluralismo informativo;

g) Apoiar e estimular o associativismo a nível da imprensa regional;

h) Facultar estudos e apoiar tecnicamente as associações de imprensa regional em projectos de importância relevante para o desenvolvimento do sector;

i) Assegurar a articulação da imprensa regional com os programas de desenvolvimento regional.

#### **Art. 4.º**

1. Os apoios referidos no artigo anterior poderão ser directos ou indirectos e serão atribuídos segundo critérios gerais e objectivos a constar de diploma próprio e em esquemas participativos com associações de imprensa regional.
2. Os apoios referidos no número anterior poderão ainda ser atribuídos de acordo com as prioridades e critérios de de-

envolvimento regional, sempre que se justifique a concentração de instrumentos e de intervenções para o desenvolvimento integrado de determinada zona ou região.

3. Os apoios directos são de natureza não reembolsável, revestindo as formas de subsídios de difusão, de reconversão tecnológica ou de apoios à cooperação e para a formação profissional de jornalistas e outros trabalhadores da imprensa.
4. Os apoios indirectos traduzem-se na comparticipação dos custos de expedição, na bonificação de tarifas dos serviços de telecomunicações ou na comparticipação nas despesas de transporte de jornalistas.
5. Excepcionalmente, de acordo com as disponibilidades orçamentais, poderão ser programadas outras modalidades de apoio adequadas à resolução de problemas específicos da imprensa regional.

#### **Art. 5.º**

1. Consideram-se associações de imprensa regional as associações de empresas jornalísticas que editem as publicações referidas no artigo 1.º e as associações de jornalistas do sector que tenham por objectivo a realização de interesses comuns e a prossecução de acções em benefício dos seus associados.
2. As associações de imprensa regional legalmente constituídas à data da entrada em vigor do presente diploma são declaradas pessoas colectivas de utilidade pública, com todos os direitos e obrigações aplicáveis, devendo requerer a sua inscrição no registo a que se refere o Decreto-Lei n.º 460/77, de 7 de Novembro.

**Art. 6.º**

1. Para além dos jornalistas profissionais que exerçam as suas funções em publicações da imprensa regional, são ainda considerados jornalistas da imprensa regional os indivíduos que exerçam, de forma efectiva e permanente, ainda que não remunerada, as funções de director, subdirector, chefe de redacção, coordenador de redacção, redactor ou repórter fotográfico das publicações referidas no artigo 1.º do presente Estatuto.
2. Os indivíduos referidos no número anterior têm direito à emissão de um cartão de identificação próprio.
3. Os indivíduos que, embora não exercendo as funções previstas no n.º 1, sejam todavia, colaboradores ou correspondentes das publicações da imprensa regional têm igualmente direito à emissão de um cartão de identificação.
4. Os cartões emitidos nos termos do presente artigo não substituem os documentos de identificação previstos na legislação em vigor.
5. Os cartões referidos nos n.ºs 2 e 3 serão de modelos a aprovar por despacho do membro do Governo Responsável pela comunicação social.
6. Os pedidos de cartões referidos nos n.ºs 2 e 3 deverão ser formalizados em requerimento dirigido ao director-geral da Comunicação Social, acompanhado dos seguintes elementos:
  - a) Bilhete de identidade ou certidão de nascimento;
  - b) Três fotografias recentes, tipo passe;
  - c) Certificado de habilitações literárias no mínimo correspondentes à escolaridade obrigatória, reportada ao tempo em que o requerente abandonou o sistema de ensino;

- d) Declaração do director da publicação onde trabalha, comprovativa da função aí exercida.
7. Os cartões referidos no n.º 3 serão fornecidos gratuitamente no seguimento de pedido fundamentado, dirigido ao director-geral da Comunicação Social.
  8. Os titulares do cartões referidos no n.º 1 são obrigados a devolvê-los à Direcção-Geral da Comunicação Social (DGCS) logo que deixem de exercer as funções para que estavam credenciados.
  9. A direcção da publicação respectiva é igualmente obrigada a comunicar à DGCS a cessação de funções por parte dos titulares dos cartões de identificação previstos no presente artigo.

**Art. 7.º**

1. Constituem direitos dos jornalistas da imprensa regional:
  - a) A liberdade de criação, expressão e divulgação;
  - b) A liberdade de acesso às fontes de informação;
  - c) A garantia de sigilo;
  - d) A garantia de independência.
2. O direito referido na alínea b) do número anterior abrange o livre acesso às fontes de informação dependentes da administração directa ou indirecta do Estado, das entidades autárquicas ou outros entes públicos cujo âmbito de funcionamento incida fundamentalmente na localidade ou região sede do órgão de imprensa regional em que exerçam funções, sem prejuízo das restrições gerais estabelecidas na Lei de Imprensa.



3. Para efectivação do disposto no número anterior são reconhecidos aos jornalistas da imprensa regional em exercício de funções os seguintes direitos:
- a) Não serem impedidos de desempenhar a respectiva função em qualquer local de acesso público onde a sua presença seja ditada pelo exercício da sua actividade;
  - b) Não serem despossados do material utilizado ou obrigados a exhibir os elementos recolhidos, a não ser por mandado judicial nos termos da lei;
  - c) Serem apoiados pelas autoridades no bom desempenho das suas funções.

**Art. 8.º** Constituem deveres fundamentais dos jornalistas da imprensa regional:

- a) Respeitar escrupulosamente a verdade, o rigor e objectividade da informação;
- b) Respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial da publicação em que trabalhem;
- c) Observar os limites ao exercício da liberdade de imprensa nos termos da lei.

**Art. 9.º** A imprensa regional continua a reger-se pela Lei de Imprensa em tudo o que não estiver previsto no presente Estatuto.





## ÍNDICE

<b>A SIC</b>	<b>p. 3</b>
<b>Os Valores da SIC</b>	<b>p. 8</b>
<b>Breve Historial da SIC</b>	<b>p. 9</b>
<b>O Hino da SIC</b>	<b>p. 12</b>
<b>SIC Generalista</b>	<b>p. 13</b>
<b>Principais Marcos da Programação da SIC Generalista</b>	<b>p. 16</b>
<b>SIC Internacional</b>	<b>p. 29</b>
<b>SIC Notícias</b>	<b>p. 30</b>
<b>SIC Radical</b>	<b>p. 32</b>
<b>SIC Mulher</b>	<b>p. 34</b>
<b>SIC K</b>	<b>p. 36</b>
<b>GMTS e Bloom Graphics</b>	<b>p. 37</b>
<b>SIC Esperança</b>	<b>p. 38</b>
<b>Informação Genérica Sobre Televisão</b>	<b>p. 39</b>

## HISTORIAL DA SIC – Sociedade Independente de Comunicação, SA



<b>Constituição</b>	Diário da República, IIIªSérie, nº 253 de 3.11.1987
<b>Atribuição (Licença)</b>	Diário da República, IIªSérie, nº 45 de 22.02.1992
<b>Emissões Experimentais</b>	2 de Outubro de 1992
<b>Emissões Regulares</b>	6 de Outubro de 1992
<b>Pertence a</b>	GRP Impresa
<b>Capital Social Inicial</b>	6.000.000.000\$00
<b>Capital Social à data</b>	24.440.350,00 €

O universo SIC ganhou expressão e importância relevante no meio audiovisual português ao longo dos anos.

<b>SIC INTERNACIONAL</b>	15 de setembro de 1997
<b>SIC NOTÍCIAS</b>	08 de janeiro de 2001
<b>SIC RADICAL</b>	23 de abril de 2001
<b>SIC MULHER</b>	08 de março de 2003
<b>SIC ESPERANÇA</b>	06 de outubro de 2003
<b>GMTS</b>	01 de maio de 2006
<b>BLOOM GRAPHICS</b>	03 de abril de 2007
<b>SIC K</b>	18 de dezembro de 2009



## **ESTRUTURA ACIONISTA DA SIC**

<b>IMPRESA, SA</b>	<b>51,000%</b>
<b>MEDIA ZOOM – Serviços técnicos e Prod. Multimédia, Lda.</b>	<b>30.650%</b>
<b>SOLO – Investimentos em Comunicação, SGPS, SA</b>	<b>18,350%</b>

Esta estrutura acionista constitui o Conselho de Administração da SIC, que é o seu mais elevado órgão de gestão e a quem compete aprovar as grandes orientações estratégicas da empresa.

## **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Presidente:	Dr. Francisco José Pereira Pinto Balsemão
Vice-Presidente	Dr. Pedro Norton
Vogais:	Dr. José Alberto Belém de Bastos e Silva
	Dr. Rogério Paulo de Saldanha Pereira Vieira
	Eng.º Francisco Maria Supico Pinto Balsemão
	Eng.º José Manuel Gonçalves Pereira
	Dr. Luís Marques

## **ASSEMBLEIA GERAL**

Presidente:	Dr. Luis Sáragga Leal
Vice-Presidente:	Dr. José Manuel Pessoa de Amorim Durão
Secretário:	Dr. Vasco Marques Correia



Em 1972, Francisco Pinto Balsemão cria a Sojornal/Expresso, acreditando que, apesar da censura e das dificuldades de toda a ordem, era possível fazer um semanário de qualidade. O jornal Expresso torna-se numa das referências da sociedade Portuguesa, e foi a semente do grupo de comunicação social que é hoje a IMPRESA.

Em 1975 é fundada a VASP para distribuir o Expresso, sendo parte do seu capital social adquirido pela Sojornal em 1981. A VASP hoje distribui as publicações do Grupo e dezenas de outras.

A Controljornal é constituída em abril de 1988 para ser a empresa Holding de todo o Grupo de Comunicação Social liderado por Francisco Pinto Balsemão, agrupando as diversas participações detidas pelo Grupo.

Em 1989, é constituída uma 'joint-venture' com o grupo brasileiro abril que deu origem ao nascimento da primeira revista de negócios em Portugal – Exame – e marcou a entrada do Grupo na área de revistas.

Em março de 1991 o Capital Social da Controljornal é aberto a investidores externos, criando-se uma "super" holding – IMPRESA – que concorre à atribuição dos primeiros canais de televisão privados, e tornando-se num dos acionistas fundadores da SIC – Sociedade Independente de Comunicação

Em outubro de 1992, arranca as emissões da SIC, o 1º canal de televisão privada em Portugal. A qualidade, a imagem e a independência permitiu à estação ter uma relação privilegiada com os telespetadores Portugueses, tornando-se a SIC líder das audiências em 1995, ao fim de apenas três anos de emissão.

Na segunda metade de 1999, a IMPRESA passou a deter o controlo de 51% do capital da SIC e 37.3% do interesse económico, e abriu o seu capital a novos investidores.

No início de abril de 2000, a IMPRESA aumentou o seu interesse económico na SIC para os 51%. Em junho de 2000, a IMPRESA é admitida a Bolsa de Valores de Lisboa.

Em 2001, iniciou-se um novo ciclo de expansão da SIC, desenvolvendo novas áreas de atividade. Este ciclo de expansão veio permitir que a SIC, para além do canal principal, passasse a incluir 3 canais temáticos – destacando-se a SIC Notícias (detido em 60% pela SIC), o canal de notícias líder nas audiências no cabo, um canal de satélite (SIC Internacional) e interesses que abrangem o multimédia, o merchandising e serviços técnicos (GMTS).

Em 2003, a área de revistas transformou-se na Edimpresa, com a IMPRESA a deter 50% do seu capital em conjunto com os suíços da Edipress. Em meados de 2008, a IMPRESA adquiriu a totalidade do capital da Edimpresa. De seguida, procedeu-se à fusão das atividades de revistas e jornais, debaixo da sub-holding IMPRESA Publishing, que se tornou num dos maiores editores de publicações a partir do final de 2008, com mais de 30 publicações, incluindo publicações como Expresso, a Visão, a Caras, a Activa, e Exame, entre outras.

No final de 2005, a IMPRESA adquiriu a posição minoritária na SIC, elevando a sua participação para os 100% do capital da SIC. No início de 2009, a SIC assegurou a totalidade do capital da empresa que detém o canal SIC Notícias.

No 1º trimestre de 2007, IMPRESA criou uma nova área de negócios, denominada IMPRESA Digital, onde se concentrou um portefólio de participações de várias empresas com atividades na Internet e novas tecnologias, que se tornaram ativos base da estratégia de produção e distribuição digital de conteúdos para múltiplas plataformas, como meio de potenciar as marcas do Grupo IMPRESA no mundo digital.

No final de 2008, o Grupo IMPRESA é o maior grupo de comunicação social em Portugal com um volume de negócios que rondou os 273 milhões de euros. A atividade está dividida com três áreas de negócio – SIC, IMPRESA Publishing e IMPRESA Digital, com interesses que abrangem uma estação de televisão, canais por cabo, o jornal Expresso, um extenso portefólio de revistas, várias propriedades na Internet e ainda interesses na distribuição de publicações.



## OS VALORES DA SIC

### **Credibilidade**

- Rigor na informação (“verdade absoluta”)
- Solidez pela dimensão Institucional

### **Qualidade**

- Sem elitismos, abrangente: “Tudo o que fazemos, fazemos bem”, mas espelhada na rentabilidade
- Preocupação com todos os pormenores
- Qualidade de entretenimento: produção, recursos humanos, técnica.

### **Inovação**

- Sem cortar com o passado: “sempre inovadora”
- Explosão de criatividade, com humor, inovar e criar novos formatos
- Causar polémica, sem chocar, surpreender: “picante”, “com maturidade”

### **Modernidade**

- Na linha da frente, sempre aberto às novas tendências
- Criar as regras do jogo: *definir* as novas tendências

### **Diversidade**

- Manter variedade de programas e de canais, de modo multi-temático e multicultural, a médio e longo prazo (ciclo de produto)

### **Dinamismo**

- Mostrar dinamismo em todos os valores ambicionados.
- Sempre dinâmica. A revolução permanente em Portugal.

### **Proximidade**

- Participativa, viver/comunicar a experiência do telespetador de qualquer idade
- “A SIC fala para mim...faz parte da minha vida!”.
- Simpatia e boa disposição

## **BREVE HISTORIAL**

**1992** - Início de emissões no dia 6 de outubro, como a primeira estação de televisão privada em Portugal.

**1995** – A SIC ultrapassou, pela primeira vez, a RTP nas audiências em maio de 1995.

**1997** - A SIC Internacional iniciou as emissões em setembro, com o objetivo muito ambicioso de chegar à vasta Comunidade Portuguesa espalhada por todo o mundo, assim como aos Países de Língua Oficial Portuguesa.

**1998** - Criação da SIC Filmes.

**2000** - Início das transmissões da SIC Gold.

**2001** - Nasceram os canais temáticos: SIC Notícias, SIC Radical e surgiu a presença na Internet com a SIC Online.

**2003** - A 8 de março, Dia Internacional da Mulher, nasceu o canal temático SIC Mulher.

**2003** - A 6 de maio tiveram início as transmissões da SIC Indoor – A TV do Shopping.

**2003** - A 6 de outubro nasceu o projeto de solidariedade da SIC, SIC Esperança.

**2004** - A 18 de outubro nasceu a SIC Comédia, em substituição da SIC Gold. Este canal temático da SIC assumiu-se como fornecedor de conteúdos de âmbito humorístico e de comédia. A transmissão deste canal terminou a 31 de dezembro de 2006.

**2006** – A GMTS (Global Media Technology Systems) substituiu a SIC Serviços como prestadora de serviços técnicos.

**2006** - A 3 de agosto de 2006, a SIC entrou no capital da ADTECH (Advertising Technologies Comunicação, Multimédia S.A), que entretanto foi vendida.

**2007** – Em janeiro, a SIC Esperança é reconhecida como IPSS (Instituições Particulares de Solidariedade Social).

**2007** – A 28 de março, a editora SOM LIVRE foi adquirida pela SIC para proceder à edição de fonogramas, videogramas, obras litero-musicais e gestão dos respetivos direitos de autor, tendo mudado de nome para iPlay. A iPlay foi vendida em 2009.

**2007** – No início de abril arrancou o projecto Linha Mais TV, um canal de informação e entretenimento disponível em 30 estações de comboios de norte a sul do país, gerido pela ADTECH.

**2007** – A 3 de abril surgiu a Bloom Graphics, empresa criada com o objetivo de otimizar a resposta à produção de motion graphics dentro da cadeia de televisão SIC.

**2007** – A 12 de julho, em conjunto com Teresa Guilherme Produções, a SIC constituiu a produtora TDN, S.A. – Terra do Nunca Produções, com o objetivo de produzir programas de televisão. Em março de 2009, a SIC alienou a totalidade do capital da TDN.

**2007** – A SIC adquiriu 90% da Dialectus, empresa que presta serviços de tradução, dobragem e legendagem. Em março, a SIC alienou a sua participação na Dialectus.

**2009** – A SIC assumiu a totalidade do capital da SIC Notícias.

**2009** - A 11 de setembro, a SIC inaugurou novos estúdios no Parque Holanda.

**2009** – A 18 de dezembro, a SIC lançou um canal novo, SIC K, dedicado aos mais novos.

**2011** – A 8 de janeiro, a SIC Notícias celebrou o seu 10º aniversário com um novo estúdio, nova identidade visual e sonora.

**2011** – A 6 de outubro, o 19º aniversário da SIC foi assinalado com a inauguração dos novos estúdios e instalações da Impresa Norte em Matosinhos.

**2011** - Laços de Sangue, a primeira produção ao abrigo da parceria estabelecida entre a SIC e a TV Globo, vence prémio internacional para melhor telenovela de 2011 no 39th International Emmy Awards.

## Identidade Visual

O logótipo da SIC, com a sua diversidade de cores, foi inicialmente desenvolvido por Hans Donner da TV Globo, e ao longo dos anos tem vindo a evoluir até chegar à sua forma presente. Com uma forte comunicação visual sustentada pela sua tridimensionalidade, o atual logótipo da SIC pretende transmitir criatividade, movimento e dinamismo.



1992-1998



1998-2002



2002 – 2006



2007



2008



Crescemos juntos!

2012

## Identidade Sonora

O hino da SIC assinalou o início das emissões no dia 6 de outubro de 1992. Com letra de Carlos Paulo Simões e música de Zé da Ponte, o hino da SIC ficou no ouvido de todos e assinalou, em conjunto com o logótipo colorido, a mudança no panorama televisivo em Portugal.

Seja através da Informação, com a SIC e com a SIC Notícias, dos programas de entretenimento, com as múltiplas grelhas, concebidas para diferentes públicos-alvo, do Universo SIC, seja através da sua responsabilidade social, com a SIC Esperança, ninguém fica indiferente ao que a SIC simboliza.

## HINO DA SIC

NÓS NASCEMOS JUNTOS  
PUDEMOS SORRIR E CHORAR  
AI CRESCEMOS JUNTOS  
SOUBEMOS PERDER E GANHAR

PORQUE O TEMPO PASSA, PASSA A CORRER  
O AMANHÃ É O QUE HOJE VAMOS FAZER  
SEMPRE JUNTOS, JUNTOS, NUMA SÓ VOZ,  
O FUTURO ÉS TU E EU  
SOMOS NÓS!

QUEBRAMOS BARREIRAS  
PERCORREMOS MUNDOS SEM FIM  
CRUZAMOS FRONTEIRAS  
POR DENTRO DE TI E DE MIM

E O TEMPO VOA, VOA, BEM VÊS  
O PRESENTE É NOSSO, É CERTO, OUTRA VEZ  
SEMPRE JUNTOS, JUNTOS NUMA SÓ VOZ  
O FUTURO ÉS TU E EU

PORQUE O TEMPO PASSA, PASSA A CORRER  
O AMANHÃ É O QUE HOJE VAMOS FAZER  
SEMPRE JUNTOS, JUNTOS, NUMA SÓ VOZ  
O FUTURO ÉS TU E EU  
SOMOS NÓS!

SIC SIC SIC

LETRA E MÚSICA DE AUGUSTO MADUREIRA  
ARRANJOS DE FERNANDO MARTINS





A SIC iniciou as suas transmissões a 6 de outubro de 1992, como o primeiro canal de televisão privado, independente e comercial a operar em Portugal, pondo assim fim a 35 anos de monopólio estatal no mercado televisivo Português.

Uma forte aposta em programas de informação, entretenimento, documentários e programas de ficção, falados em Português, aliada a uma estratégia de marketing, conduziram a SIC à liderança de audiências em maio de 1995.

A SIC trouxe ao espaço audiovisual português um valioso contributo para a pluralidade e independência da Informação, sendo reconhecida em todos os Fóruns Internacionais como o canal de televisão que em menor tempo conseguiu melhores resultados de audiências.

A Informação foi uma das grandes apostas da SIC e a primeira a fixar um espaço claro no panorama televisivo. O "estilo SIC" tornou-se rapidamente sinónimo de independência, rigor, qualidade e irreverência.

Sempre na procura da inovação, a SIC, em 2000, entrou no universo dos canais cabo e em 2007 entrou em plena era digital e em multiplataformas com conteúdos interativos.

Hoje, a componente multimédia é uma prioridade no Universo SIC, reunindo um conjunto de sites e multiplataformas online em constante renovação.

SIC – Estamos juntos!

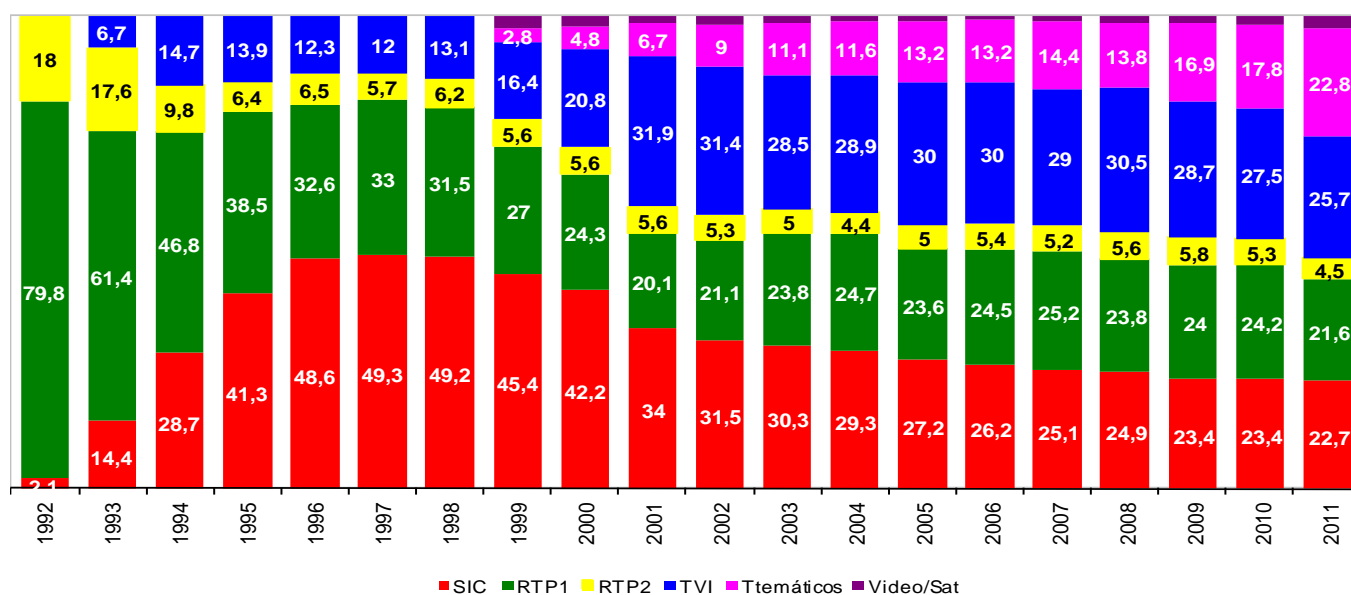
## Perfis de Audiência

O painel de audimetria da Marktest é constituído por 1000 lares onde 662 são por cabo e 338 são sem cabo. Por cada televisor existente no lar do painel há um audímetro, que regista o estado do televisor em cada segundo. Isto é, se está ligado ou desligado e que canais estão sintonizados. Além disso, também recebemos informação sobre o espetador.

Os perfis de audiência são definidos com base nos dados de audiência fornecidos pela Marktest. A Marktest identifica as seguintes variáveis: sexo, idade, região, classe social. Estas variáveis permitem-nos conhecer o perfil do espetador que assiste a determinado programa ou canal.

## SIC

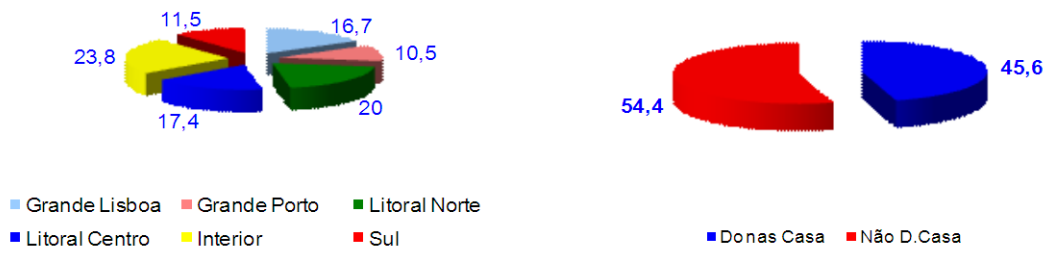
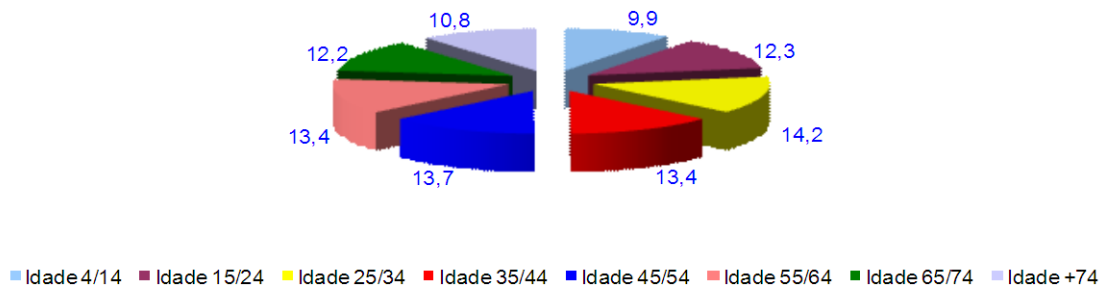
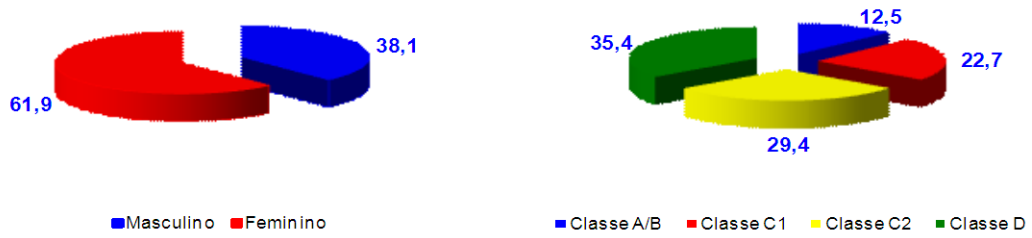
### Share Anual Acumulado - 2011 Total Televisão



Fonte: Marktest

# SIC

## Perfil de Audiência - Ano 2011



Fonte: Marktest



## **PRINCIPAIS MARCOS DA HISTÓRIA DA PROGRAMAÇÃO DA SIC**

- **1992**

### **Os Donos da Bola**

1992 – 1999

O primeiro talk show desportivo da história da televisão foi introduzido pela SIC em 1992. Foi o programa de desporto mais visto pelos portugueses. Um local onde os protagonistas ousaram dizer o que nunca antes tinha sido dito.

### **Internacional SIC**

1992 – 1997

Paulo Camacho estreou-se como apresentador à frente deste magazine informativo, focado nas grandes questões internacionais da atualidade.

### **Praça Pública**

1992 – 1996

Uma das primeiras apostas da SIC na grande Informação e um programa revolucionário no seu formato. Diariamente, a equipa do "Praça Pública" saiu para a rua ao encontro dos problemas do país real tendo dado voz aos cidadãos e solucionando inúmeras questões.

- **1993**

### **Chuva de Estrelas**

1993 – 2000

O programa que pôs o país a cantar e a aplaudir – os talentos revelados e um glamour inédito na televisão portuguesa. Palco de lançamento de brilhantes carreiras musicais que se mantém, ainda hoje, como referência – João Pedro Pais, Sara Tavares e Inês Santos são apenas alguns exemplos – Chuva de Estrelas foi o programa que pôs os portugueses a sonhar.

### **Na Cama Com...**

1993 – 1994

Alexandra Lencastre foi a anfitriã deste programa feito de conversas e de emoções. Um programa que revelou as pessoas por detrás das imagens públicas.

### **Tostões e Milhões**

1993 – 1997

Foi provavelmente o primeiro programa de economia dirigido ao grande público. Numa linguagem acessível, António Perez Metello trocou por "miúdos" toda a informação económico-financeira.

### **Terça à Noite**

1993 – 1995

Espaço de grande informação com Miguel Sousa Tavares, Pacheco Pereira e António Barreto em estúdio.

### **Casos de Polícia**

1993 – 1999

Reportagens e entrevistas onde se trouxe a público casos de justiça e...injustiça. Uma equipa de jornalistas percorreu o país e o estrangeiro no encalço de pistas, pessoas e fatos.

### **Juiz Decide**

1993 – 2000

A SIC introduziu o conceito de justiça na televisão portuguesa. Diariamente, os espetadores puderam ver e participar na resolução dos mais variados litígios.

### **Falas Tu ou Falo Eu**

1993 – 1994

Um talk show musical com Fernando Tordo e Carlos Mendes por onde passaram vários convidados e muitas memórias.

- **1994**

### **Ponto de Encontro**

1994 – 2000

O grande objetivo foi descobrir e reunir familiares e velhos amigos que a vida se encarregou de afastar, com dignidade e respeito pelos sentimentos alheios. O Ponto de Encontro, apresentado por Henrique Mendes, com a sua experiência e sobriedade, fizeram deste programa, mais um sucesso SIC.

### **All you need is Love**

1994 – 1997

Foi a revelação de Fátima Lopes na televisão portuguesa – um programa feito de encontros e re-encontros entre casais.

### **Caça ao Tesouro**

1994 – 1995

Um formato inédito, apresentado por Catarina Furtado, que punha à prova a cultura geral e que mostrou Portugal de lés a lés, visto de helicóptero. Um programa que deu a conhecer alguns dos mais belos tesouros do nosso país.

### **Cenas de um Casamento**

1994 – 1995

Histórias de amor contadas na primeira pessoa e partilhadas com os portugueses até ao dia do "Sim". Guilherme Leite foi o mestre-de-cerimónias.

### **Flashback**

1994 – 1996

Um debate semanal moderado por Carlos Andrade, em parceria com a TSF, que juntou comentadores de diferentes fações políticas. Um balanço da semana feito de vários pontos de vista.

### **20 Anos 20 Nomes**

1994

Série de entrevistas com 20 personalidades que marcaram a vida portuguesa ao longo de 20 décadas. Apresentado por Miguel Sousa Tavares.

### **Noite da Má Língua**

1994 – 1997

Polémico e irreverente, a "Noite da Má-língua" marcou. Sem tabus mas com muito humor, Júlia Pinheiro e o leque de comentadores residentes atreveram-se a dizer o que a maioria apenas se atreve a pensar – sobre o país, a política e os políticos, o futebol e a sociedade. Um programa que tirou o sono a muita gente

- **1995**

### **Big Show SIC**

1995 – 2001

Com este programa a SIC conseguiu pôr um país inteiro a discutir o pimba da questão, lançando os críticos e intelectuais contra o país real.

### **Surprise Show**

1995 – 1998

A magia da televisão ao serviço da realização dos sonhos do cidadão comum. Mais um reality show coroado de êxitos e a confirmação do talento de Fátima Lopes.

### **Não se esqueça da escova de dentes**

1995 – 1996

Irreverência e surpresa foram as palavras de ordem neste concurso apresentado por Teresa Guilherme, onde o importante era não esquecer a escova de dentes e estar pronto para a aventura. Instalou polémica com a exibição do primeiro nú integral num programa português.

### **Crossfire**

1995 – 1998

Espaço de debate, moderado por Margarida Marante e Miguel Sousa Tavares, com convidados em estúdio. Os entrevistadores procuraram ir ao encontro do telespetador dirigindo-se aos seus convidados com perguntas que todos nós gostaríamos de ver feitas.

### **Os Malucos do Riso**

1995 – 2005

Diálogos anedóticos girando em torno dos mais variados temas. Um campeão de audiências e um caso raro de longevidade.

## • **1996**

### **Grande Reportagem**

1996 -

Um espaço consagrado à grande informação, produzido na totalidade pela Informação da SIC.

### **Ai Os Homens!**

1996 – 1998

Reuniu os ingredientes necessários para divertir os telespetadores – um programa cheio de ritmo, surpresas e fresquíssimo, sobretudo para aqueles que foram atirados à famosa piscina.

### **Esta Semana**

1996 – 2001

Margarida Marante convidou comentadores para debater o assunto mais polémico ou importante da semana.

### **Cantigas da Rua**

1996 – 1999

Pôs Portugal inteiro a cantar....na rua. Este programa correu o país de lés a lés, convidando os portugueses a subir ao palco e a cantarem a sua música preferida.

### **Toda a verdade**

1996

Marcou os serões da SIC com excelentes documentários e reportagens sobre temas atuais.

### **Agora ou Nunca**

1996 – 1998

Em troca de dinheiro, Jorge Gabriel propunha aos concorrentes que ultrapassassem os seus medos. "Agora ou Nunca" marcou uma era nos chamados reality shows. Na memória ficou a célebre prestação do participante com a iguana na cabeça e a frase repetida em estúdio e depois no país inteiro: "Ponha, ponha, ponha..."

### **Adão e Eva**

1996

Assinalou em 1996 a entrada da SIC nas coproduções cinematográficas e deu origem a uma minissérie de 3 episódios.

### **A Firma Pereira**

1996

Um filme sobre Portugal, uma lição de história e humanismo, tudo numa coprodução Portugal (SIC) -Itália e França.

### **Verdes Anos**

1996

A jornalista Laurinda Alves e o psiquiatra Daniel Sampaio fizeram semanalmente uma viagem às profundezas da adolescência, às angústias, às exaltações, aos momentos de solidão e de festa. Um programa didático que incentivou os pais a falar com os filhos.

### **Conversas Secretas**

1996 – 1998

Ao final da noite, Baptista Bastos recebeu vários convidados em estúdio – muitos famosos, outros menos conhecidos, mas certamente reconhecidos. Personalidades com histórias para contar e para aprender.

### **Club/Mundo VIP**

1996 – 2001

Magazine semanal que percorreu os quatro cantos do mundo a entrevistar personalidades dos mais diversos quadrantes. Ao longo de cinco anos passaram por este programa quase todas as principais figuras do panorama artístico nacional e internacional.

### **Portugal Radical**

1996 – 2002

Dedicado ao público mais jovem, feito de aventura e irreverência, este foi o programa que deu visibilidade a uma das grandes modas dos anos 90 – os desportos radicais.

## • **1997**

### **Primeiros Anos**

1997

No seguimento do êxito de "Verdes Anos" a mesma dupla de apresentadores conduziu um programa dentro da mesma linha, mas dedicado às questões da primeira infância.

### **Geração Fantástica**

1997

A SIC mostrou que a nova geração portuguesa não é rasca, destacando e homenageando jovens de todas as áreas da sociedade portuguesa.

### **Médico de Família**

1997 – 1999

Em 1997 estreou a sitcom em que a comédia e o drama andaram lado a lado e onde as situações do dia-a-dia de um jovem médico e viúvo fizeram Portugal rir e chorar.

### **Perdoa-me**

1997 – 2000

Um reality show que levantou polémica e que pôs Portugal a discutir. Fica para a história como o programa que mudou a vida de muita gente pelas pazes que fez.

- **1998**

### **Programa do Além**

1998

Apresentado por Teresa Guilherme, falou de experiências autênticas com testemunhos verdadeiros do oculto presente nas nossas vidas.

### **Furor**

1998

A SIC gosta de música e quis descobrir o que as pessoas conhecidas sabiam. Duas equipas de sexo oposto, caras conhecidas, uma prova musical e Bárbara Guimarães foram os ingredientes que fizeram furor.

### **Roda dos Milhões**

1998 – 2001

Um programa de entretenimento apresentado por Jorge Gabriel, com segmentos musicais e convidados dos mais diversos quadrantes e que incluiu extrações e sorteios. Com a Roda dos Milhões muitos foram os portugueses que aumentaram a sua conta bancária.

### **Ficheiros Clínicos**

1998 – 2002

Apresentado por Cláudia Borges e produzido por uma equipa da SIC, este programa acompanhava o paciente desde o diagnóstico da sua doença, à operação e ao pós-operatório. A SIC levou milhões de portugueses pelo mundo interessante e curioso da medicina.

### **Fátima Lopes**

1998

Histórias da vida de gente simples, melhor, gente comum. Um talk show que diariamente abordou um tema diferente.

- **1999**

### **Salazar**

1999

Série documental. Pela primeira vez em Portugal a SIC abriu o caminho para o estudo da figura mais controversa e marcante do século XX Português.

### **Duetos Imprevistos**

1999

Em Forma de diálogo o Maestro Vitorino de Almeida e Bárbara Guimarães fizeram-nos vibrar ao som da música. Duas Gerações, uma só música.

- **2000**

### **Herman SIC**

2000-2006

A sala de visitas da estação onde semanalmente Herman José recebeu convidados dos mais variados quadrantes. Um talk show pontuado com momentos de humor.

### **SIC Filmes**

2000 – 2002

A SIC sonhou, idealizou e concretizou. Apostou no cinema português, apostou nos atores portugueses, apostou na realização, argumentação e produção nacional. Telefilmes da SIC como “Amo-te Teresa”, “Monsanto”, entre tantos outros tornaram-se sinónimos de extrema qualidade.

- **2002**

### **Master Plan**

2002

Um programa que marcou a estreia mundial de um formato original em que duas pessoas entregavam o seu destino às ordens de um “Grande Mestre”.

### **Hora Extra**

2002 – 2004

Programa semanal de grande informação conduzido por Conceição Lino com reportagens e debates sobre as questões da atualidade.

- **2003**

### **Levanta-te e Ri**

2003 – 2005

Foi o primeiro programa de stand-up comedy na televisão portuguesa. Foi a primeira novidade da SIC para 2003, transmitida semanalmente em horário de late-night, aquele que permite o humor provocante e condimentado, que caracteriza este género, tendo lançado nomes como Fernando Rocha, Bruno Nogueira, Aldo Lima ou Nilton.

### **Ídolos**

2003 – 2004

Ídolos arrebataram as audiências televisivas em todo o mundo, tornando-se num dos programas mais falados dos últimos tempos. Portugal não foi exceção, e com apresentação de Pedro Granger e Sílvia Alberto, foi um dos programas mais falados em 2003.

- **2004**

### **Papeis ReSIClados**

2004

Antologia dos melhores quadros de comédia do “Herman SIC”, estruturada como se tratasse de um documentário clássico. As situações e personagens dos referidos quadros foram alvo dos comentários, análises e críticas de outras personagens, criadas especialmente para a série, também elas interpretadas exclusivamente por Herman José.

### **Flagrante Delírio**

2004

Cada programa teve como ponto forte uma situação de apanhados em que uma figura VIP (da SIC ou da sociedade portuguesa em geral) foi convidada a protagonizar uma situação em que apanhou desprevenidos “simples” cidadãos.

Estes cidadãos ajudaram a figura VIP a desempenhar determinada tarefa. Foi apresentado por Nuno Eiró e Nuno Graciano.

### **K7 Pirata**

2004-2005

Tratou-se de um programa de humor, apresentado por Nilton, um dos mais jovens e talentosos "Stand-up Comedians" portugueses, que entrevistou, num registo divertido e descontraído, várias personalidades do meio artístico.

Foram conversas descontraídas, em locais inesperados.

### **Mega Ciência**

2004

Foi um programa de televisão para divulgação científica que deu a conhecer, com uma linguagem acessível, a ciência ao grande público, com experiências espetaculares e respetivas explicações. Entretenimento inteligente dos "8 aos 80 anos". Apresentado por Cláudia Semedo e Leonel Silva.

### **Êxtase**

2004 - 2008

O Êxtase foi um programa irreverente, divertido e original.

Semanalmente, um convidado respondia às perguntas atrevidas e divertidas de Nuno Eiró, Eduardo Madeira, Cláudia Borges, Joana Cruz, Ana Rita Clara, Hugo Pinto e Daniel Nascimento. Gente bonita era apanhada, gente gira em ação, gente particular agarrada a nós. Em Êxtase total!

## • **2005**

### **Esquadrão G**

2005

Eram giros, gentis, generosos, geniais, galãs, glamorosos.

E prometiam revolucionar a vida de pacatos homens heterossexuais.

Cinco especialistas, modernos, charmosos, informados, divertidos, que sabiam o que todas as mulheres querem num homem.

### **Fátima**

2005 - 2009

Embora rotulado de 'entretenimento', o programa de Fátima Lopes foi um programa atento às pessoas, ao país e que mostra os "bastidores" da notícia – daí a abordagem de tantos casos que todos os dias prenderam a atenção de tudo e de todos. Durante a licença de parto da apresentadora, o programa foi conduzido por Merche Romero e Carlos Ribeiro.

### **O Crime do padre Amaro**

2005

Filme produzido pela SIC. Um padre jovem num bairro social. Uma jovem sensual e sedutora. Amaro faz de tudo para resistir à tentação, mas Amélia não desiste. Será que um homem de Deus consegue vencer o desejo carnal?

## • **2006**

### **Contacto**

2006 - 2009

Inicialmente com Rita Ferro Rodrigues e Nuno Graciano, tendo depois sido apresentado por Maya e Nuno Graciano, cada um deles trouxe experiência única e pessoal para o novo formato original da SIC. Tudo, em quase 2 horas de emissão diária, onde novos e velhos, avós e netos, pais e filhos encontraram um ponto de encontro entre gerações.

### **7 Vidas**

2006

Devido a uma queda no banho, Pedro bateu com a cabeça e entrou num coma profundo que o manteve alheado de tudo e de todos durante 15 anos. Quando finalmente despertou, Pedro sabe

que tem de recuperar o tempo perdido. Com Jorge Corrula, Teresa Guilherme, Rita Salema, Jorge Mourato e Patrícia Tavares.

### **Floribella**

2006-2008

Flor Valente, no seu mundo mágico e de fantasia, foi a protagonista desta novela infantojuvenil que se revelou um verdadeiro sucesso na SIC e que levou a uma 2ª série. Personagem interpretada por Luciana Abreu, que através deste programa atingiu a ribalta e conquistou uma legião de fãs de lés a lés do país.

### **Aqui não há quem viva**

2006

Esta série mostrava o dia-a-dia de um prédio onde viviam pessoas de diferentes faixas etárias e classes sociais. Tudo começa quando esta comunidade que se conhece há muitos anos, recebe um jovem casal que vem ocupar um apartamento que acabou de comprar. Este é o ponto de partida para conhecer os habitantes deste edifício, que de tão diferentes uns dos outros, parecem extremamente normais.

### **Jura**

2006

Jura foi a história de um grupo de amigos. Quatro casais: Paulo e Simone; Nuno e Letícia; Bárbara e André; Fernando e Diana. E também de Telma, a solteirona do grupo. Quatro histórias de pessoas que viveram os vinte ao máximo e que lutavam agora para sobreviver aos trinta. As ruturas, as traições, os re-encontros e as loucuras sucederam-se ao ritmo de uma grande cidade. Jura foi a história de muitos desejos. De mudança, de descoberta, de encontro. Do desejo de procurar sempre a felicidade, onde quer que ela estivesse.

### **Perdidos e Achados**

2006 -

Pessoas e locais que foram história e de que nunca mais ouvimos falar são recuperados e atualizados em Perdidos e Achados, todos os sábados no Jornal da Noite.

## • **2007**

### **Vingança**

2007

Vingança foi a história da queda e ascensão de Santiago Medina, um advogado com um futuro brilhante, mas que acabou preso em Marrocos, acusado de um crime que não cometeu. Dez anos mais tarde, Santiago regressou a Portugal com o objetivo de se vingar de todos aqueles que o tentaram destruir.

### **Família Superstar**

2007

Este Talent Show propôs descobrir a família mais talentosa do país, na área musical. O programa, dividido em 3 fases, colocou frente a frente equipas constituídas por 2 familiares: um sénior e um júnior. Na fase final ficaram separados, vivendo alternadamente no Palácio Superstar, durante uma semana. Nas galas semanais, onde os concorrentes atuaram ao vivo perante todo o país, em direto na SIC, o júri avaliou a prestação dos cantores, mas foram os restantes concorrentes e o público em casa que votaram a expulsão. No final, a SIC descobriu a verdadeira Família Superstar.

## • **2008**

### **E-Especial**

2008



As histórias sem fim marcam as tardes de sábado da SIC, onde a ficção e a realidade se misturam. Apresentado por Sofia Cerveira e Ricardo Pereira, aqui pode-se saber tudo sobre os bastidores dos programas, dos atores, dos convidados, de todas as caras da SIC e das novelas portuguesas e brasileiras que o canal transmite.

### **Famashow**

2008

O brilho e o glamour das tardes de domingo da SIC são visíveis não só nas rubricas do programa, mas também nas belíssimas apresentadoras, Andreia Rodrigues, Cláudia Borges, Laura Figueiredo, Rita Andrade e Vanessa Oliveira. A não perder as últimas tendências da moda, as festas, as curiosidades e novidades do mundo mediático

### **Chamar a Música**

2008

Concurso musical apresentado por Herman José nos serões de domingo, que contagiou tudo e todos. Requisito: saber as letras das músicas. Cantar bem e afinado era acessório neste programa onde reinava a boa disposição e a gargalhada.

### **Rebelde Way**

2008 - 2009

Foi uma série sobre os anos rebeldes da adolescência. Sobre as mudanças, sobre a afirmação perante os adultos, sobre a incerteza em relação ao futuro e sobre o amor.

### **Lucy**

2008 - 2009

As manhãs de fim de semana dos mais pequenos contaram com muita música, jogos e animação concentrados num programa apresentado por Luciana Abreu onde o mote foi a aprendizagem.

### **Roda da Sorte**

2008

Concurso apresentado por Herman José, que regressou à televisão após alguns anos. Com a sua assistente, Vanessa Palma, todos os dias Herman José dava prémios e divertia os portugueses nas tardes da SIC, das 19h às 20h.

### **O Momento da Verdade**

2008

Concurso apresentado por Teresa Guilherme em que os participantes respondiam a 21 perguntas sobre a sua vida sendo estas submetidas ao teste do polígrafo. Os participantes ao responderem às 21 perguntas sempre com a verdade ganhavam 250 mil euros. Um concurso polémico que não deixou ninguém indiferente.

### **Vip Manicure**

2008

Série em formato de comédia de situação, que contou no elenco principal com as atrizes Ana Bola e Maria Rueff, no papel de Denise de Magalhães e Maria Delfina Carço, respetivamente. Duas "escultoras de nels", que trabalhavam num centro comercial a que pomposamente chamavam Fórum e onde receberam os seus clientes vip.

### **Podia Acabar o Mundo**

2008 - 2009

Foi uma novela portuguesa de prime-time baseada em fatos, temas e polémicas da atualidade, com Diogo Morgado, Cláudia Vieira, Afonso Lopes, entre outros. Uma história de emoções, que começou com a disputa por um filho entre mãe e pai, mas que desencadeou muitas outras

histórias paralelas. Uma crónica de costumes e de crítica social, que retratou um Portugal urbano, mas com um passado rural.

### **Zé Carlos**

2008

Este programa marcou o regresso dos Gato Fedorento à SIC. Com sketches gravados e apresentados num programa com público ao vivo, os Gato Fedorento conquistaram com uma boa dose de humor irreverente os domingos à noite dos portugueses.

- **2009**

### **Nós Por Cá**

2009 - 2010

Começou por ser um programa curto, inserido no fim do Jornal da Noite de terça-feira mas, devido ao sucesso que teve, o "Nós por Cá" passou a um formato diário e alargado. A SIC apostou no jornalismo do cidadão. Apresentado por Conceição Lino, "Nós Por Cá" foi um programa de cidadania que deu voz aos portugueses. Porque há certas coisas... que só mesmo por cá.

### **Atreve-te a Cantar**

2009

Todos os Domingos à noite, Bárbara Guimarães foi a anfitriã deste programa, que desafiava cem membros do público a pisar o palco e a dar voz a grandes sucessos musicais, para ganharem muito dinheiro. Foi o cenário perfeito para qualquer fã de karaoke ou cantor de chuveiro!

### **Mário Crespo Entrevista**

2009

Todas as semanas, o jornalista Mário Crespo entrevistou, como ninguém, personalidades em destaque. Todas as segundas – feiras, após o Jornal da Noite.

### **Aqui e Agora**

2009

Com Rodrigo Guedes de Carvalho, um espaço de debate na informação. Todas as quintas – feiras, depois do Jornal da Noite, debateu-se sempre um tema diferente, sempre do interesse da nação.

### **Salve-se quem Puder**

2009 - 2010

Duas equipas, várias e desafiadoras paredes... Diana Chaves e Marco Horácio foram os apresentadores de serviço que diariamente encheram de boa disposição os serões de verão de Portugal! E soltem a parede!

### **TGV – Todos Gostam do Verão**

2009 - 2010

Aos domingos à noite Carolina Patrocínio e João Manzarra levaram os espetadores numa viagem inesquecível no TGV da SIC. Jogos, competição, animação – e sempre a alta velocidade!

### **Companhia das Manhãs**

2009-2011

Todos os temas tiveram porta aberta neste programa. Com a Rita Ferro Rodrigues e o entertainer Francisco Menezes as manhãs ficaram mais completas. A apresentadora esteve em licença de parto e por isso, o programa foi apresentado posteriormente por Vanessa Oliveira. Um programa de entretenimento, divertido e ritmado!

### **Vida Nova**

2009-2010

Fátima Lopes apresentou um formato diferente com o *Vida Nova*. Um programa feito de testemunhos reais de gente comum. Os sonhos, os desejos e as desilusões dos telespetadores puderam ser partilhados! Com o registo direto e simples da apresentadora os telespetadores sentiram como se fossem da sua família!

Um talk-show que abordou a cada dia um tema diferente.

### **Gato Fedorento – esmiúça os sufrágios**

2009

Diariamente, os Gato Fedorento acompanharam e comentaram a campanha eleitoral das eleições legislativas e autárquicas deste ano, sempre com o seu estilo crítico acutilante, polémico e arrojado. Num programa com duração de 25 minutos, onde o humor e a boa disposição eram as únicas coisas esperadas, porque o resto ... era surpresa! O programa recheado de sketches criados pelos próprios, bem como de convidados ilustres da nossa sociedade causou furor na sociedade portuguesa.

### **Ídolos**

2009 - 2010

A "idolomania" esteve de volta com João Manzarra e Cláudia Viera como apresentadores. Para os avaliar, contamos com Manuel Moura dos Santos, Roberta Medina, Laurent Felipe e Pedro Boucherie Mendes, que em nada facilitaram a vida dos candidatos.

As buscas para encontrar o próximo Ídolo deixaram Portugal inteiro curioso. O vencedor deste dura luta de talentos foi o Filipe Pinto.

### **Perfeito Coração**

2009-2010

Foi um amor à primeira vista que os uniu, e foi a vida que os separou. Pedro (Ricardo Pereira) e Leonor (Sandra Barata Belo) são de estratos sociais diferentes e por isso veem a sua história de amor ameaçada. Os ambientes retratados na novela remetem para Lisboa antiga. Uma verdadeira história de amor impossível.

### **Cenas do Casamento**

2009

Sitcom divertida onde era retratada a vida de três casais: um casal jovem, um casal adulto e um casal com 40 anos de convivência. E viveram felizes para sempre...ou Não!

### **Camilo – O Presidente**

2009

Nesta serie, Camilo de Oliveira interpretava o papel de um presidente de uma junta de freguesia de uma localidade fictícia chamada Fanecas de Cima. Em cada programa, Camilo entrava em desavenças com o presidente da junta de freguesia de Fanecas de Baixo. Curiosamente, Camilo ficou sempre a ganhar com a ajuda do seu assessor e da sua secretária.

## • **2010**

### **Ídolos**

2010-2011

Mais uma vez, João Manzarra e Cláudia Vieira apresentaram este grande programa onde o talento de cantar é posto à prova. Manuel Moura dos Santos, Roberta Medina, Laurent Felipe e Pedro Boucherie Mendes continuaram a ser o júri mais temível por todos os concorrentes. Sandra Pereira foi a grande vencedora desta 4ª edição.

### **Achas que sabes dançar?**

2010

Programa de entretenimento, apresentado por João Manzarra, que procurou o melhor bailarino de Portugal. Todas as provas foram avaliadas por um conceituado painel de jurados. Marco Ferreira foi o vencedor, tendo conquistado os portugueses com o seu talento, garra e dedicação.

### **Laços de Sangue**

2010-2011

'Laços de Sangue' contou a história de duas irmãs, Inês e Diana, separadas pela força da água, mas unidas pelo sangue e que lutam pelo amor do mesmo homem. Diana Chaves, Diogo Morgado e Joana Santos foram os protagonistas desta história cativante. Esta novela foi vencedora de um Emmy internacional e a primeira produção ao abrigo da parceria estabelecida entre a SIC e a TV Globo, para mais e melhor ficção nacional.

### **Lua Vermelha**

2010-2011

Afonso (Rui Porto Nunes), vampiro há anos, e Isabel (Mafalda Luís de Castro), uma adolescente como outra qualquer, vivem um amor entre dois mundos. Num colégio, cravado no coração da serra de Sintra, os dois apaixonados vivem histórias emocionantes.

### **Minutos Mágicos**

2010 - 2011

Em "Minutos Mágicos" a magia saiu do palco e desceu à rua.

Neste programa as ilusões servem para pregar partidas aos espetadores em "Magia às Escondidas", deixar um sorriso estampado na cara das crianças em "Magia de Palmo e Meio", ensinar truques para os espetadores fazerem em casa em "Magia de Bolso" e surpreender algumas das personalidades mais conhecidas de Portugal na rubrica "Convidado Especial".

### **Alta Definição**

2010

Programa de entrevistas conduzido por Daniel Oliveira. Um convidado especial por semana numa abordagem intimista, num local escolhido pelo entrevistado.

Sem maquilhagem, cada convidado é desafiado a falar de si, da sua vida, de segredos nunca antes revelados, na sua mais pura alta definição.

### **Tás Aqui Tás Apanhado**

2010

Uma equipa de agentes secretos, cúmplices, com uma dose elevada de malandrice e ainda momentos de gargalhada certa, foram ingredientes indispensáveis para um serão bem passado. Nuno Graciano e Sofia Cerveira foram os apresentadores deste programa de apanhados que não deixou ninguém indiferente.

### **Boa Tarde**

2010

Conceição Lino abraça um novo desafio com este programa das tardes da SIC. Histórias de vida, momentos de emoção, sonhos realizados dão o mote a uma tarde bem passada, na companhia da SIC.

## **• 2011**

### **Querida Júlia**

2011

Histórias de vida, assuntos atuais e jogos divertidos são alguns dos temas deste programa. Sempre surpreendentes, as manhãs da SIC são conduzidas por Júlia Pinheiro.

### **Família Mata**

2011

Série portuguesa sobre uma família portuguesa. Artur (José Pedro Gomes), o “chefe” de família, Glória (Rita Blanco), a sua mulher e dona de casa, e Mónica (Maria João Abreu), a tia solteirona e ninfomaníaca, são parte do elenco de luxo desta família hilariante.

### **Peso Pesado**

2011

Peso Pesado, a versão portuguesa do formato internacional ‘The Biggest Loser’, foi apresentado por Júlia Pinheiro. Concorrentes com excesso de peso tentam perder a maior percentagem de peso e aprendem a viver de forma saudável, ultrapassando desafios físicos e psicológicos e resistindo a tentações. Fábio foi o primeiro Peso Pesado de Portugal, tendo perdido 51kg.

### **Peso Pesado 2**

2011

Bárbara Guimarães conduziu a segunda temporada do Peso Pesado. Marco foi o segundo Peso Pesado português.

### **Cartas da Maya - O Dilema**

2011

O tarô de Maya revela aos espetadores o que lhes reserva o futuro na saúde, amor, dinheiro e família. Intercaladamente, é contada uma história real que representa determinado dilema na vida de alguém.

### **Rosa Fogo**

2011-2012

Novela portuguesa, inspirada em situações reais, que conta uma história contemporânea e emocional que assenta em quatro pilares: amor, esperança, glamour e humor.

### **Gosto Disto**

2011

Mostrar que “Há vida para além da crise” é o propósito do “Gosto Disto”. Apresentado por César Mourão e Andreia Rodrigues, este programa de entretenimento reúne conteúdos nacionais e internacionais de momentos hilariantes. Porque estamos juntos...Contra a crise!

## • **2012**

### **Dr. White**

2012

Dr. White é um formato arrojado e inovador que pretende mudar mentalidades e revolucionar o conceito de total make over. Re-educar os hábitos de vida dos candidatos, colocando-os no caminho para uma vida saudável e feliz, é a missão deste programa.

### **Até à Verdade**

2012

Brian Robertson e Simon James, congressistas e médiuns, procuram encontrar respostas para crimes difíceis de resolver. Um programa apresentado por Rita Ferro Rodrigues que pretende conduzir-nos à verdade.



A SIC Internacional é um canal dedicado aos muitos portugueses espalhados pelo mundo, bem como, aos Países de Língua Oficial Portuguesa.

Com uma emissão diária de 24 horas de programação, a SIC Internacional chega hoje a mais de 4,5 milhões de telespetadores espalhados pelo mundo.

Atualmente está presente em França, Suíça, Luxemburgo, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, Angola, Moçambique, África do Sul, Brasil e Austrália e é distribuída através dos sistemas de cabo, satélite e IPTV.

Sendo a SIC Internacional um canal generalista, fazem parte da sua grelha programas de informação, entretenimento, desporto e muito mais! Destaque especial para os jogos em direto da Primeira Liga de Futebol e da Taça da Liga.

A SIC Internacional também tem programas próprios, tais como o + 351 e o Alô Portugal.

SIC Internacional – Portugal mais perto de Si





Os assinantes da televisão por cabo dispõem de um canal exclusivamente dedicado à informação, em língua portuguesa: a SIC Notícias, nascida a 8 de janeiro de 2001, com Pedro Mourinho a abrir a emissão. Rigorosamente estudada para responder ao público exigente que pretende estar sempre informado, a SIC Notícias introduziu em Portugal um novo conceito de informar, apresentando-se com três grandes blocos de informação diários, moderados pelas caras mais conhecidas da estação.

A SIC Notícias oferece também edições especiais e programas temáticos onde a Economia, a Saúde, as Entrevistas, o Espetáculo, a Moda e o Desporto merecem grande relevo.

A esta programação junta-se a grelha especial de fim de semana com noticiário de média e longa duração para digerir, ao ritmo de sábado e domingo, a informação. Como grande aposta da SIC, a SIC Notícias é fortemente apoiada pela máquina promocional da SIC. Este canal temático foi adquirido em 2009, na sua totalidade, pela Impresa, fato que veio reforçar a importância da informação na estratégia da SIC.

Já no final de 2003, a emissão da SIC Notícias ficou disponível, via satélite, em Angola e Moçambique e em 2006 em Cabo Verde e nos Estados Unidos.

Desde a sua criação, a SIC Notícias tem vindo sempre a crescer. Para isso, contribuíram momentos marcantes como o Especial Informação Maddie em 2007 e a cobertura das eleições em Portugal em 2009.

Em janeiro de 2011 a SIC Notícias completou 10 anos de atividade, um marco importante na história do canal que é assinalado com a inauguração de um novo estúdio e uma campanha de comunicação inovadora.

A SIC Notícias é uma referência internacional por ser o único canal de informação a liderar as audiências no cabo.

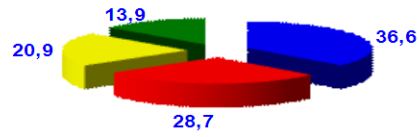
SIC Notícias – Os seus olhos no Mundo.

# SIC Notícias

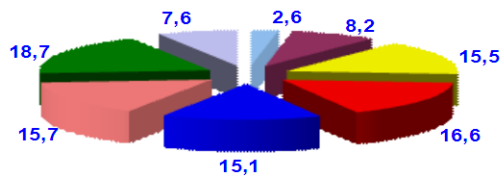
## Perfil de Audiência - Ano 2011



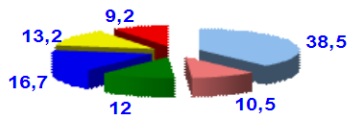
■ Masculino ■ Feminino



■ Classe A/B ■ Classe C1 ■ Classe C2 ■ Classe D



■ Idade 4/14 ■ Idade 15/24 ■ Idade 25/34 ■ Idade 35/44 ■ Idade 45/54 ■ Idade 55/64 ■ Idade 65/74 ■ Idade +74



■ Grande Lisboa ■ Grande Porto ■ Litoral Norte  
■ Litoral Centro ■ Interior ■ Sul

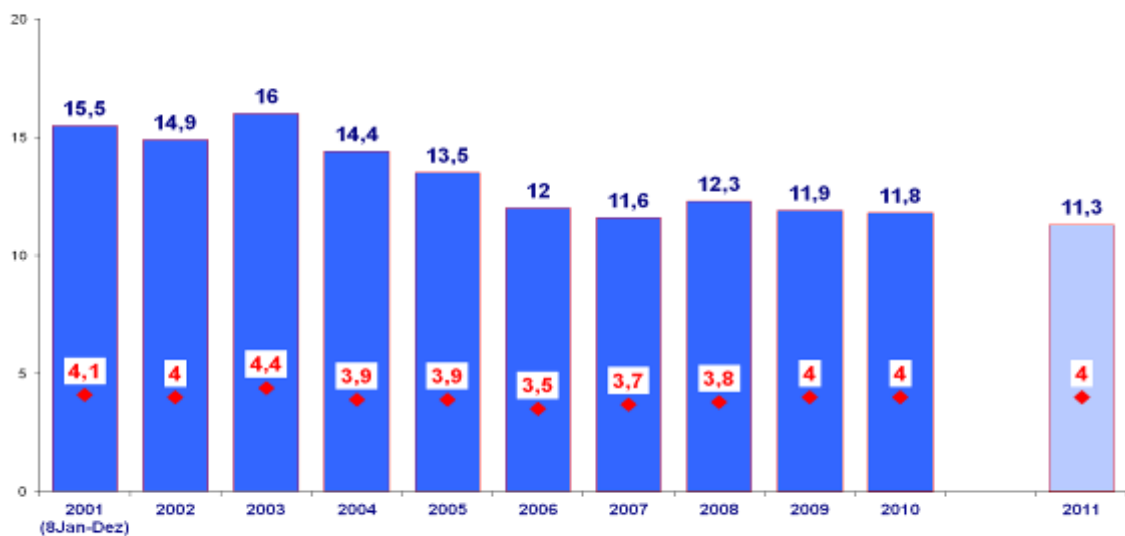


■ Donas Casa ■ Não D. Casa

Fonte: Marktest Audicabo

### SIC NOTÍCIAS - Evolução do Share (%) Total Cabo / T. Temáticos

02:30 - 26:30



Fonte: Marktest - Audicabo

■ ShrTtemat ■ ShrTCabo





Desde o seu nascimento, a 23 de abril de 2001, que a SIC Radical ocupa um espaço único no panorama audiovisual português.

Canal que é hoje uma das maiores fabricas de talentos já feita em Portugal, de onde saíram personalidades como Rui Unas, Fernando Alvim, Gato Fedorento, Homens da Luta, entre outros, é desde o seu nascimento que a SIC Radical mostra caminhos alternativos, diferentes perspetivas sobre os mais variados temas, e acima de tudo quer que a sua audiência decida por si própria, escolha, critique e defenda os seus próprios ideais.

A SIC Radical tem sido o canal de não notícias preferidas dos homens jovens portugueses (15-34 anos), tendo feito durante a sua história grandes momentos de destaque. Para isso contribuíram alguns momentos marcantes como o apoio aos Festivais de Verão, nomeadamente, ao Rock in Rio, ao Sumol Summer Fest, ao Optimus Alive!, ao Super Bock Super Rock, ao Sudoeste, ao Super Bock Surf Fest.

Em 2011, aquando da celebração do seu 10º aniversário, a SIC Radical surgiu com um grafismo totalmente diferente que posicionou a marca como um canal que quer dar, revelar, mostrar e exibir boa televisão, que arrisca e acerta na descoberta de novos talentos, que ajuda e orienta o espetador no turbilhão de oferta, filtrando o que de melhor se faz em televisão, e que acima de tudo, como um canal de confiança, não deixando de lado a irreverência, a ousadia e o risco que sempre foram o ADN da radical.

A 10 de outubro de 2011, os Pesadelos de Ramsay foi o programa mais visto de sempre no canal, tendo superado assim mais um desafio de audiências.



2001



2008

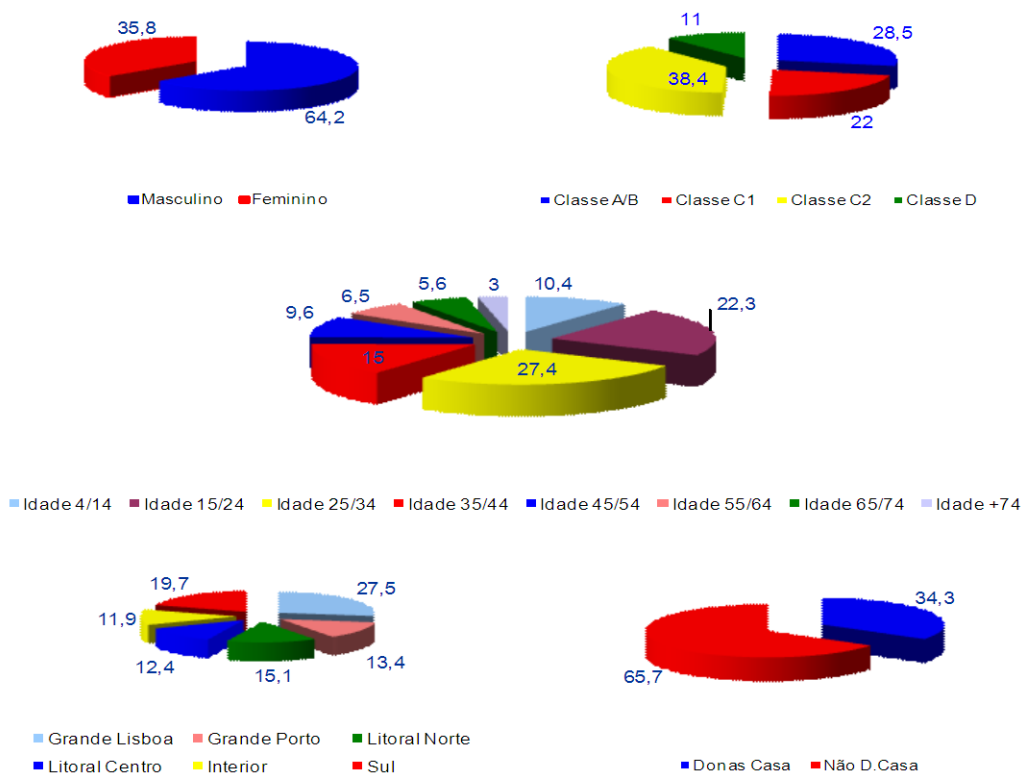


2011

SIC Radical – Ver para querer

# SIC Radical

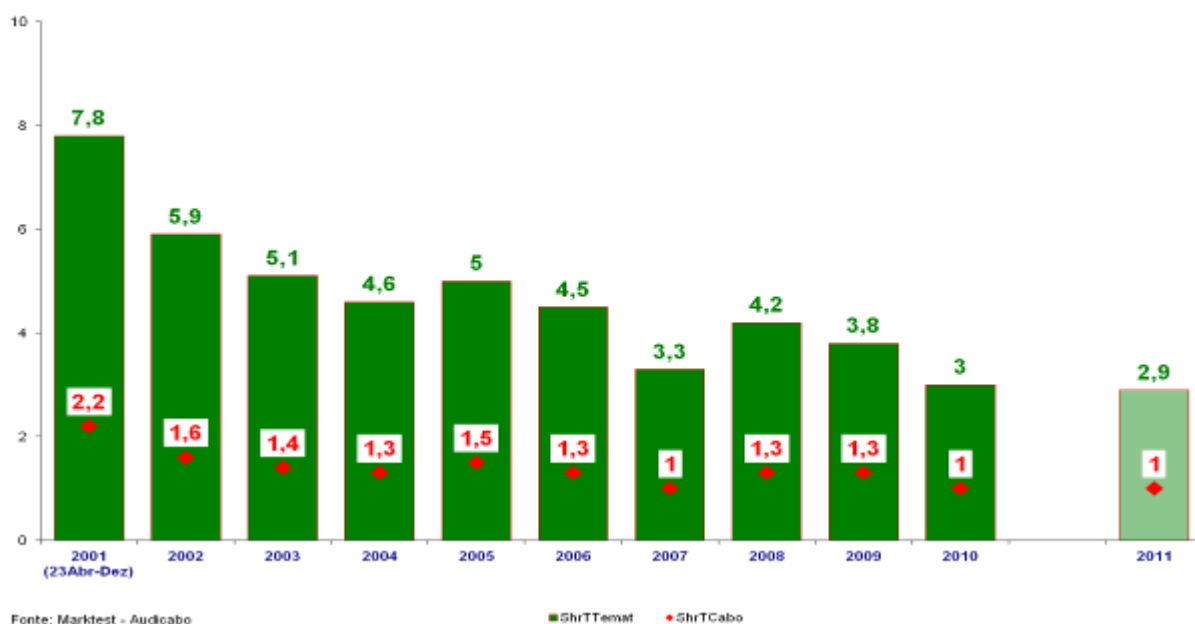
## Perfil de Audiência - Ano 2011



Fonte: Marktest Audicabo

### SIC RADICAL - Evolução do Share (%) Total Cabo / T. Temáticos

02:30 - 26:30



Fonte: Marktest - Audicabo



A 8 de março de 2003, dia Internacional da Mulher, nasceu a SIC Mulher, o canal temático da SIC dirigido a um público feminino.

A SIC Mulher é distribuída pela televisão por IPTV, cujo principal objeto é a difusão de uma programação de qualidade, destinada à mulher, que não se revê na totalidade em nenhum dos canais disponíveis no panorama televisivo português da atualidade. É um canal que se destina à mulher que já saiu de casa dos pais; para a mulher que já não estuda; já é independente; trabalha; tem uma carreira; já casou; tem um ou mais filhos.

É um canal de informação e entretenimento para e sobre mulheres, que emite 24 horas por dia.

Na SIC Mulher pretende-se informar, entreter, divertir e, sobretudo, ajudar a mulher a aprender mais sobre si mesma e a desenvolver o seu potencial.

A composição da grelha deste canal baseia-se em ficção nacional e estrangeira, magazines, talkshows, séries, filmes que abrangem temas vocacionados para um público maioritariamente feminino, da qual se destacam o Querido Mudei a Casa e o Mais Mulher.

Este canal atrai cada vez mais mulheres, tendo registado no ano de 2008 um aumento do número de espetadores do sexo feminino entre os 15-54 anos, sendo o valor superior ao dos canais de filmes e séries disponíveis no cabo.

Desde a sua criação, 2011 foi o melhor ano de audiências da SIC Mulher.

A SIC Mulher é uma referência no panorama televisivo português por ser o primeiro e único canal temático português dedicado à mulher.

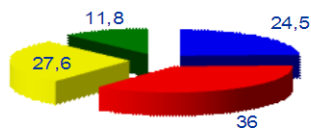
SIC Mulher – Amor para toda a vida

# SIC Mulher

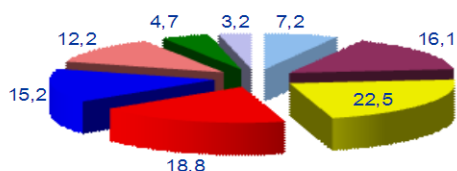
## Perfil de Audiência - Ano 2011



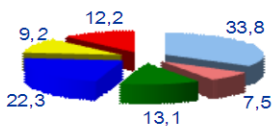
■ Masculino ■ Feminino



■ Classe A/B ■ Classe C1 ■ Classe C2 ■ Classe D



■ Idade 4/14 ■ Idade 15/24 ■ Idade 25/34 ■ Idade 35/44 ■ Idade 45/54 ■ Idade 55/64 ■ Idade 65/74 ■ Idade +74



■ Grande Lisboa ■ Grande Porto ■ Litoral Norte  
■ Litoral Centro ■ Interior ■ Sul

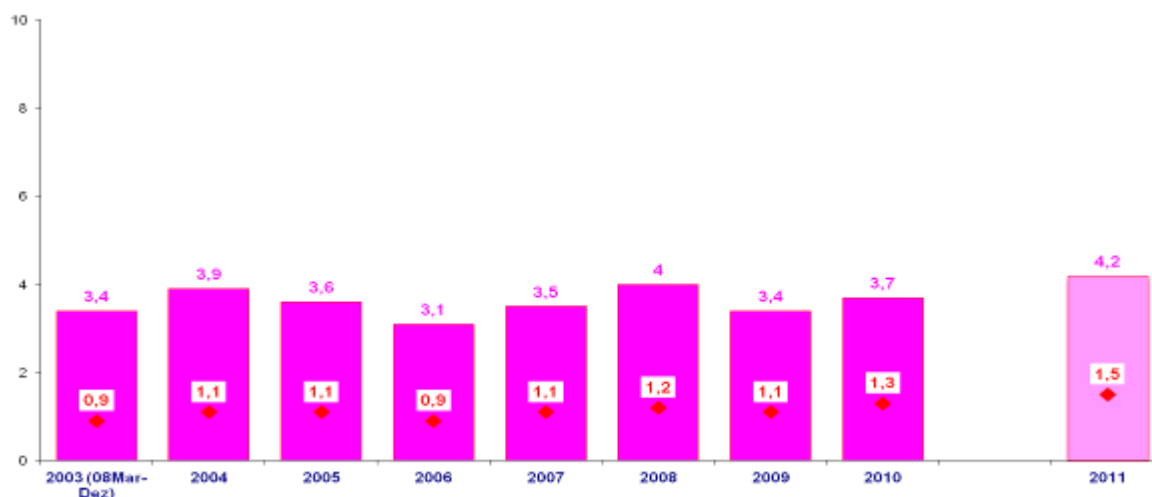


■ Donas Casa ■ Não D.Casa

Fonte: Marktest Audicabo

### SIC MULHER - Evolução do Share (%) Total Cabo / T. Temáticos

02:30 - 26:30



Fonte: Marktest - Audicabo

■ ShrT.Temat ■ ShrTCabo



Desde o seu nascimento, a 18 de dezembro de 2009, que a SIC K tem sido o canal escolhido face a outras opções do mesmo género existentes, pela diferenciação de temas que apresenta e diversidade de conteúdos.

Recheado de surpresas e apostando na variedade, A SIC K foi o primeiro canal ensaiado em Portugal, pensado exclusivamente para jovens entre os sete e os catorze anos. Recheado de surpresas e apostando na variedade, tem como princípios: o divertimento, a inteligência e o espírito crítico de cada um.

Na sua génese é um canal de entretenimento, com especial enfoque em live action e programação em português. A SIC K tem ainda uma grande componente de responsabilidade social para com o seu público.

Na SIC K:

1. Prometemos não nos armarmos em teus pais,
2. Prometemos ser amigos e companheiros,
3. Prometemos dizer-te a verdade,
4. Prometemos ouvir-te,
5. Prometemos divertir-te, entreter-te e fazer-te pensar,
6. Prometemos preocupar-nos com o teu futuro e o do nosso planeta,
7. Prometemos estar contigo, mal ou bem-disposto,
8. Prometemos satisfazer a tua curiosidade, sobre tudo!
9. Prometemos dar e fazer-te viver muitas aventuras
10. Prometemos não excluir ninguém por raça, religião ou tribo

O SIC K é um companheiro e um aliado que tentará mostrar como são o mundo e a vida, sem nunca esquecer que o entretenimento e a diversão são parte fundamental e marcante do dia a dia do seu público.

Em dezembro de 2010, por ocasião do seu 1º aniversário, a SIC K lançou uma mascote e um hino próprio criado propositadamente para esta ocasião pela conhecida banda *Expensive Soul*.

Em 2011, a SIC K alcançou os melhores resultados da sua história, estreou quatro novos conteúdos nacionais - Tik Tak e IK com Marta Gil, e PSI e Fábrica com Leonel Vieira - e apadrinhou a Kappy, uma rinoceronte branca do Jardim Zoológico de Lisboa.

Com uma grelha de programação cheia de aventuras, desenhos animados e não só, a SIC K procura desenvolver o espírito crítico dos seus telespetadores independentemente da idade, evitando assim ser interpretado como apenas mais um canal construído a partir do somatório de programas.

SIC K – Aventura-te!

## Empresas associadas:



A Global Media Technology Solutions – Serviços Técnicos e Produção Multimédia, Sociedade Unipessoal, Lda é uma empresa criada em 2002, que tem como principal finalidade a prestação de serviços de conceção, produção e distribuição de conteúdos multimédia para as diversas plataformas, bem como a integração de sistemas técnicos.

A GMTS substituiu a SIC Serviços como prestadora de serviços técnicos. Tem também a seu cargo os departamentos de continuidade da SIC. O aluguer de carros de exteriores, alguma produção técnica, inclusive de anúncios publicitários, são outras das áreas em que a unidade de negócio tem marcado presença.

É líder em Portugal na prestação de Outside Broadcast, tendo também uma forte presença a nível de captação, pós-produção de áudio e pós-produção de vídeo.



A Bloom Graphics é uma empresa da GMTS criada em 2003 com o objetivo de otimizar a resposta à produção de motion graphics dentro da cadeia de televisão SIC (SIC, SIC Notícias, SIC Mulher, SIC Radical, SIC Internacional e SIC K), tendo a seu cargo parte do grafismo inerente também às outras empresas ou projetos do Grupo.

Para além disso, está a apostar fortemente em projetos multiplataforma, assim como em novos mercados, nomeadamente na área de produção de anúncios publicitários, videoclips, “corporate tv” e web design.

Com uma vasta experiência na área da criatividade e produção de cenografia virtual, a Bloom Graphics é uma referência no mercado audiovisual.



A SIC sempre contribuiu decisivamente para o êxito de campanhas de divulgação e de angariação de fundos para as mais diversas associações e instituições de solidariedade.

Em 2003, a SIC decidiu centralizar tudo o que já tinha feito e expandir o seu âmbito de intervenção. Para tal, criou-se o projeto de solidariedade SIC Esperança, que é hoje um projeto transversal ao universo SIC, e é o "chapéu-de-sol" de toda a colaboração que é prestada.

A SIC Esperança tem hoje o estatuto de Instituição Particular de Solidariedade Social, aprovado pela portaria nº 139/07 de 29 de janeiro de 2007.

Nos últimos oito anos de existência, a SIC Esperança angariou 3.337.017,00 €, estabeleceu parcerias com 73 empresas, trabalhou com 69 instituições e beneficiou mais de 24.200 pessoas.

Em 2011, ano dedicado à "Pobreza e Exclusão Social", a SIC Esperança completou vários projetos que melhoraram as condições de vida de indivíduos, ajudando assim mais de 5300 pessoas com perto de 1.200.000,00 euros angariados.

Também em 2011, na sequência da catástrofe ambiental que atingiu a Madeira, a SIC Esperança foi protagonista da maior ação de solidariedade nacional dos últimos anos, angariando 890.309,16€ para aplicar na ilha, através da ação "Uma Flor para a Madeira".

No dia do seu 8º aniversário, a SIC Esperança lançou o Prémio SIC Esperança Rock in Rio Escola Solar. Com a verba proveniente da primeira edição do projeto Rock in Rio Escola Solar, a SIC Esperança irá promover anualmente um processo de candidaturas de projetos de solidariedade para financiamento. A verba deste financiamento é gerada através da venda de eletricidade produzida por painéis solares instalados pelo país. O projeto "Boa Esperança" da Associação para o Desenvolvimento de Gondomar foi o vencedor desta primeira edição.

Hoje, a SIC Esperança afirma-se como um importante motor de implementação de responsabilidade social que, através do seu papel interventivo, estimula e credibiliza a solidariedade no nosso País.

Em <http://www.sicesperanca.sapo.pt>, é possível ficar a conhecer mais sobre este projeto de solidariedade, transversal a todo o Universo SIC.

SIC Esperança – vale a pena acreditar

## **ESTÚDIO e RÉGIE**

No edifício sede da SIC, existem 2 ESTÚDIOS onde são feitas as várias gravações e emissões, em direto ou em diferido, dos vários programas que constam da grelha de programação. O estúdio A (SIC) e o estúdio B (SIC Notícias). Cada um deles possui uma régie própria, estando no entanto cada régie preparada para poder funcionar como os 2 estúdios em paralelo.

O estúdio A é composto por duas zonas e por um cenário "real" onde se realizam o "Primeiro Jornal" e o "Jornal da Noite". O estúdio é também constituído por uma zona virtual onde é utilizada a técnica de efeito visual, chroma key.

Este estúdio possui 50 projetores fixos e ar condicionado ajustado à preferência dos apresentadores.

Existe ainda uma área localizada no meio da redação da SIC que, não sendo um estúdio, está preparada para a emissão do programa "Edição da Manhã", emitido em direto todas as manhãs na antena da SIC.

O estúdio B é composto por uma zona virtual onde também é utilizada a técnica de efeito chroma key, e outra real que tem a redação da SIC Notícias como pano de fundo. Está preparado para emissões em direto e também para a emissão de programas da SIC Notícias como o "Expresso da Meia-Noite", "Eixo do Mal", "Quadratura do Circulo" entre outros.

Neste estúdio existem 55 projetores fixos.

Inaugurado em setembro de 2009 (do outro lado da estrada face às atuais instalações da SIC), o estúdio do Parque Holanda, com três mil metros quadrados, alberga três estúdios, um armazém técnico e um armazém de cenários.

O estúdio 1 é onde são gravados os programas "day-time", como o "Querida Júlia" e o "Boa Tarde".

O estúdio 2 foi a "casa" dos Gato Fedorento no regresso ao pequeno ecrã com «Esmiuçar os Sufrágios»; e a partir de janeiro de 2010, é o espaço para a produção de programas como o "Fama Show" e "E Especial".

No estúdio 3 são emitidos diariamente o "Curto circuito", o "Mais Mulher" e o "Alô Portugal".

O armazém técnico permitiu centralizar os meios, uma vez que estes estavam num armazém arrendado em Loures, e o dos cenários permite igualmente a centralização de cenários e adereços, também distribuídos anteriormente por vários espaços.

Em Outubro de 2011 foram inaugurados novos estúdios e instalações da Impresa Norte no antigo matadouro municipal de Matosinhos, que passam a agrupar as redações nortenhas da SIC, Expresso, Visão, Caras e Infoportugal.

Nas RÉGIES estão todos os equipamentos necessários para fazer a edição de programas, entre os quais se encontram uma mesa de mistura de vídeo, o controlo de imagem, 5 câmaras, uma mesa para controlar projetores, gerador de caracteres, informática para alinhamento e coordenação de programas e sala de áudio. Este equipamento está presente nas duas régies, correspondentes aos três estúdios.

Qualquer interveniente num programa de televisão deverá passar pela SALA DE MAQUILHAGEM/CARATERIZAÇÃO, para tirar brilhos e sombras do rosto, a fim de facilitar a captação de imagens durante o decorrer do programa.



No que diz respeito aos blocos informativos (como o "Primeiro Jornal", "Jornal da Noite", etc.) os apresentadores são, em termos televisivos, denominados de PIVOTS, tendo sempre uma participação ativa na elaboração das notícias.

Para apresentar os telejornais, os pivots são apoiados pelo TELEPONTO, um monitor agregado a uma câmara. Este monitor passa os textos e reflete-os num espelho especial que se encontra mesmo em frente da objetiva da câmara, dando ao apresentador a possibilidade de ler os textos, olhando diretamente para a câmara.

O sistema de teleponto é controlado e comandado por um computador onde são inicialmente inseridos os textos das notícias, que podem ser alterados pelos jornalistas, consoante a ordem de prioridade.

Caso o teleponto avarie, o pivot tem outros recursos ao seu dispor: uma impressora silenciosa que se encontra por baixo da mesa, um monitor embutido no tampo da mesa, alinhamento impresso e auricular e microfone para receber informações e contactar com a régie.

Estes últimos são fundamentais aquando da presença de convidados nos blocos informativos, dado que implica que o pivot receba instruções por parte dos profissionais da régie (de uma maneira geral do coordenador de serviço ou do coordenador de informação), com o objetivo de facilitar o rumo da entrevista.

O CHROMA KEY é o nome dado a uma técnica eletrónica de imagem. Num painel, neste caso verde, cria-se uma determinada iluminação uniforme a toda a sua extensão. Esta luminescência, quando captada pela câmara, transforma-se num sinal elétrico e é transmitido para a mesa de mistura. Quando é feita a leitura eletrónica destes sinais surge uma imagem predeterminada, ou seja, tudo o que tiver aquele valor elétrico desaparece.

Este sistema funciona com as cores padrão que compõem a luz branca, isto é o vermelho, o verde e o azul.

## **REDAÇÃO**

A REDAÇÃO da SIC conta com a presença de coordenadores que definem quais os assuntos/temas que, como e quando deverão ser tratados, definindo a ordem de trabalhos, para organizar a distribuição por jornalistas e repórteres de imagem.

Embora a redação planeie sempre os artigos com uma antecedência de pelo menos 24 horas, na informação lida-se diariamente com o imprevisto e é necessário que toda a Redação, incluindo todos os setores, responda com rapidez e eficácia ao que lhes é solicitado. O princípio é de que tudo tem que ser feito hoje e já, porque é imperativo ser o primeiro a chegar e a dar a notícia aos telespetadores da SIC Notícias e da SIC, ou aos leitores do site da SIC na Internet.

Existe uma redação única na SIC, que abastece todas as plataformas: SIC, SIC Notícias e SIC Online. A organização da redação conjuga da melhor forma a especialização de cada profissional com as necessidades práticas e generalistas do trabalho editorial.

Ou seja, cada repórter tem uma área preferencial de atuação, de forma a rentabilizar, da melhor forma possível, as suas competências e a sua área de especialidade, mas, ao mesmo tempo, cada jornalista da SIC está também preparado para investigar e fazer notícias nos mais variados campos de especialização.

Os jornalistas da redação são coordenados por editores-executivos, cuja função é fazer escolhas relativamente às notícias tratadas e a abordar pela SIC. Para esta decisão diária contribuem também os editores de secção, que em cada área de conhecimento (sociedade, política, economia, desporto, internacional, cultura) acrescentam uma mais-valia de enquadramento e aprofundamento na seleção dos acontecimentos a tratar e da matéria noticiosa a publicar nas várias plataformas.

Cada jornal da SIC, cada edição da SIC Notícias, e cada horário da SIC na Internet têm depois um coordenador, cuja função é alinhar as notícias publicadas nos seus espaços, seguindo critérios de importância, atualidade, relevância, proximidade, etc.

A agenda da redação agrega informação sobre todo o tipo de acontecimentos, em todas as áreas do jornalismo, da economia ao desporto, do internacional à política.

De entre esse imenso manancial de informação sobre os acontecimentos do dia, são todos os dias selecionados, pelos editores-executivos, os assuntos e acontecimentos que serão cobertos pela SIC, e que poderão dar origem a matéria noticiosa em qualquer uma das plataformas. Assim, a redação da SIC funciona nesse equilíbrio entre as editorias especializadas e as necessidades generalistas. Os editores são especialistas nas suas áreas respetivas, uma espécie de "sábios", mais experientes e seniores, com conhecimentos aprofundados sobre essas matérias respetivas.

Os editores aconselham e orientam os editores-executivos na seleção das notícias a cobrir. Os serviços são marcados em reuniões de planeamento onde participam tanto os editores-executivos como os editores.

## **GLOSSÁRIO**

**Aderecista:** Profissional que trata de encontrar e fornecer os adereços para a gravação de um programa.

**Adereços:** Objetos ou materiais a incluir no cenário que poderão pertencer a uma personagem.

**Anotadora:** Assegura a continuidade e coerência de tudo que é filmado. Para isso, elabora um registo pormenorizado, a anotação, com as características de cada plano e sequência, de modo a poder esclarecer o realizador em qualquer ocasião.

**Arquivo de Imagem:** Local onde estão catalogadas e guardadas todas as imagens que são propriedade da estação de televisão.

**Assistente de Realização:** Presta assistência ao realizador, habitualmente em tarefas de coordenação da equipa técnica.

**Camarim:** Num estúdio; são as salas atribuídas aos atores para se vestirem, decorarem textos ou descansarem durante os intervalos das filmagens.

**Caracterização:** Setor que trabalha a aparência física dos atores ou participantes em programas.

**Casting:** Processo de seleção de pessoas para participarem num programa de televisão ou filme.

**Cenário:** Num estúdio é o espaço construído para criar um ambiente previsto para o programa.

**Cenógrafo:** Profissional especialista na criação de cenários.

**Estúdio:** Espaço construído ou adaptado para a gravação de programas ou filmes.

**Ficha Técnica:** Lista com os nomes dos participantes num programa.

**Figurinista:** Responsável pelo guarda-roupa.

**Flexicard:** Sistema computadorizado que assegura o ordenamento e sucessão dos programas que vão para o ar durante a emissão diária de uma estação de televisão.

**Genérico:** Montagem de imagens e sons construída com a finalidade de apresentar um programa. Normalmente inclui dados como: título, nomes do realizador, participantes, produtor e guionista.

**Guião:** Texto técnico, dividido por cenas ou segmentos, que inclui a descrição escrita de um programa.

**Guionista:** Profissional que concebe, desenvolve e escreve um guião.

**Ilha de Montagem:** Expressão usada pelos jornalistas para designar a sala e equipamento de montagem de imagem das notícias e reportagens.

**Montagem:** Processo de seleção e ordenação de imagens e sons de um programa, notícia ou reportagem. Esta fase de produção é também designada por Pós Produção de Imagem e Som.

**Operador de câmara:** Profissional que trabalha com a câmara de filmar na captação de imagens.

**Operador de som:** Profissional responsável pela captação de som de um programa.

Pérche: Palavra de origem francesa que designa o tipo de microfone suspenso por um cabo, seguro e manejado pelo operador de som ou assistente.

Pivot: Apresentador de um programa de informação.

Pós-Produção: Última fase do processo de produção de um programa ou filme, que implica a sua finalização em termos de montagem e som.

Plano: Operação única e contínua de uma câmara durante a captação de imagem. A palavra quando acompanhada de um adjetivo define a posição da câmara em relação ao assunto filmado:

- Grande Plano: quando o rosto de uma pessoa ocupa todo o ecrã.
- Plano Médio: quando uma ou várias pessoas aparecem da cintura para cima no ecrã.
- Plano Americano: as pessoas surgem no ecrã a partir dos joelhos para cima.
- Plano Geral: a câmara capta as pessoas e o espaço onde se encontram.

Plateau: Palavra de origem francesa que designa a área do estúdio onde decorrem as gravações de um programa de televisão ou de um filme.

Produtor: Coordena a viabilização dos programas. Contrata equipas técnicas e criativas, sendo responsável pelos orçamentos.

Realizador: Responsável pela coordenação técnica e criativa e pela concretização de um programa.

Régie: Localizada junto ao estúdio, é a sala de controlo de toda a informação de vídeo, áudio e iluminação de um programa. É na régie que trabalha um realizador e a sua equipa.

Sala de Continuidade: Setor que supervisiona a qualidade da transmissão diária da programação de uma estação de televisão, com o objetivo de evitar interrupções e anomalias técnicas.

Sonoplasta: Técnico que trabalha o som numa fase de montagem áudio.

Serviço de agenda e planeamento: Fornece o calendário dos acontecimentos diários para reportagem.

Talk Show: Programa de entretenimento, com público a assistir, em que uma pessoa conhecida do grande público conversa com convidados e apresenta momentos de espetáculo.

Teleponto: Monitor acoplado a uma câmara que através de um espelho especial reflete na objetiva da câmara os textos a serem lidos pelos apresentadores dos programas.

Televisão: Formada a partir da palavra grega "Tele" que significa longe, à qual se junta visão, ou seja: Ver ao Longe.

Voz-off: Voz ou som de pessoa que apenas se ouve e não se vê. A voz-off é muito utilizada em alguns tipos de documentário e em reportagens.

Milhares de escuteiros estão reunidos no acampamento nacional, em Idanha-a-Nova. Até sexta-feira, o movimento escutista português explora a natureza e vive novas experiências.

[Segue clip]

[Notes] Idanha-a-Nova

Voxpop

Voxpop

Carlos Pereira, Chefe nacional do acampamento

Voxpop

Repete Carlos Pereira

Adrian Didier, Delegação francesa

Sérgio Mota, diretor de comunicação do Acanac

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Entre escuteiros e voluntários, estão reunidas 17.100 pessoas no Monte Trigo, em Idanha-a-Nova

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

As atividades na barragem concentram três mil e quinhentos escuteiros por dia

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Cada escuteiro pagou oitenta euros para participar no mega acampamento

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

A anterior edição realizou-se no mesmo local há cinco anos e reuniu quase dez mil pessoas

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Estão representados os 18 distritos do país e as duas regiões autónomas da Madeira e Açores

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Além da participação de Macau, as comitivas internacionais abrangem delegações de doze países

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Até sexta-feira, o corpo nacional de escutas estima servir cerca de 306 mil refeições

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

Movimento escutista de orientação católica nasceu há 89 anos em Braga

ACAMPAMENTO NACIONAL DE ESCUTEIROS

[www.acanac2012.org](http://www.acanac2012.org)

(Respiro)

E a aventura já começou. Os setenta e nove hectares do Monte Trigo ganharam vida e até sexta-feira o movimento escutista é aprofundado a muitas vozes. Pronúncia do norte incluída.

Vivo, Voxpop

De Braga para Idanha. A viagem valeu pela estreia em mega acampamentos e pelo retorno da experiência.

Vivo, Voxpop (2 entradas)

Entre escuteiros e adultos voluntários, são 17 mil e cem pessoas em convívio e atividades que também se estendem à barragem de Idanha.

Vivo, Carlos Pereira

A natação, a canoagem ou um simples passeio de barco. Tudo é possível no espelho de tanta diversão.

Vivo, Voxpop (3 entradas)

Dos 6 aos 22 anos, os escuteiros portugueses fazem a festa e trocam experiências com quem vem de fora.

Vivo, Carlos Pereira/ Adrian Didier

Milhares de tendas e de participantes dão trabalho a cerca de 2600 voluntários e a uma equipa de comunicação que monitoriza o acampamento e faz a ligação entre pais e filhos.

Vivo, Sérgio Moita

Tudo disponível na internet.

Vivo, Sérgio Mota

O acampamento nacional de escuteiros prolonga-se até à próxima sexta-feira.

De uma maneira geral, a medida agrada aos contribuintes, mas os comerciantes já falam em aumentar os preços para manterem as margens de lucro.

[Segue clip]

[Notes] Guarda, Hoje

Jorge Carvalho, Proprietário de restaurante  
Repete Jorge Carvalho  
Voxpop  
Micael Oliveira, Cabeleireiro  
Voxpop

#### COMBATE À INVASÃO FISCAL

Governo aprova dedução de 5% de IVA em despesas de alojamento, refeições, cabeleireiros ou oficinas

#### COMBATE À INVASÃO FISCAL

A dedução aprovada em Conselho de Ministros prevê teto máximo de 250 euros por família

#### COMBATE À EVASÃO FISCAL

Emissão de faturas passa a ser obrigatória em 2013 e as infracções podem ascender a 3750 euros cada

Despesas diárias e gestos simples como dormir ou comer fora passam a ser compensados em sede de IRS. O Governo admite deduções globais de 5% e um teto máximo de 250 euros por família.

Vivo, Jorge Carvalho

Não acontece e o fisco sabe disso. Daí que a emissão de faturas passe a ser obrigatória já partir do ano que vem.

Vivo, Jorge Carvalho

Com a medida anunciada no final do conselho de ministros, os consumidores passam à condição de fiscais e ajudam as Finanças a combater a evasão fiscal.

Vivo, Voxpop

Novas regras? Nada a opor responde quem garante pagar impostos sem fugas.

Micael Oliveira

As reparações automóveis estão também entre as despesas elegíveis pela dedução de 5 % no IRS.

Vivo, Voxpop

No futuro a percentagem da dedução pode ser ajustada. O aumento do teto máximo e o alargamento da medida a outras despesas não estão postos de parte.



Frequentar o 7º ano de escolaridade vai implicar o gasto de pelo menos 300 euros em manuais escolares. É apenas um exemplo da nova fatura do regresso às aulas que eliminam outras intenções de compra das famílias portuguesas.

[Segue clip]

[Notes] Guarda, Esta manhã

Guida Martins, Vendedora de Papelaria

Ricardo Rocha, Encarregado de Educação

Repete Guida Martins

Sandra Gonçalves, Operadora Hipermercado

Repete Ricardo Rocha

Telmo Ferreira, Vendedor loja de desporto

REGRESSO ÀS AULAS

Aquisição de manuais e material escolar monopoliza cabaz de compras das famílias

REGRESSO ÀS AULAS

Alunos que vão frequentar o 7º ano vão gastar mais 300 euros só em manuais escolares

REGRESSO ÀS AULAS

Inquérito ao consumo revela que além dos manuais, o vestuário e calçado dominam intenções de compra

(Respiro)

Em final de férias e a poucos dias do regresso às aulas, as famílias portuguesas preparam-se para gastar uma boa parte do orçamento mensal na compra de material escolar. Encomendas não faltam.

Vivo, Guida Martins

Com um filho de 10 anos, este pai procura já o essencial para o novo ano lectivo. O essencial mesmo porque o regresso à escola implica gastos que interferem com o já precário equilíbrio mensal.

Vivo, Ricardo Rocha

Esta sala de livros escolares mostra que, embora a maioria das reservas tenha sido feita antes da partida para férias, as entregas podem demorar um pouco mais porque há contas de muitas centenas de euros

Vivo, Guida Martins

Nesta papelaria do centro da cidade, pais e encarregados de educação compram os livros escolares e ganham 5% do valor global da fatura em material escolar. Uma opção que não dispensa no entanto uma ida aos hipermercados onde, regra geral, os preços são mais baixos.

Vivo, Sandra Gonçalves

Ao material didático juntam-se ainda as compras de vestuário e calçado, setor em que é cada vez mais difícil conciliar o interesse de pais e filhos.

Vivo, Ricardo Rocha

E, o decréscimo de poder de compra nota-se também na aquisição de equipamento desportivo

Vivo, Telmo Ferreira

O contexto económico é de contenção e os gastos inerentes ao regresso às aulas eliminam outras intenções de compra.

.

O Grupo parlamentar do Partido Socialista visitou hoje o novo hospital da Guarda. As obras estão concluídas mas o edifício não abre por falta de pagamento de quase nove milhões de euros ao empreiteiro.

[Segue TH]

António Serrano, Deputado PS

HOSPITAL DA GUARDA PARADO

Deputados do PS exigem que Governo pague ao consórcio e resolva impasse

HOSPITAL DA GUARDA PARADO

Empreiteiro exige pagamento de 8,8 milhões de euros relativos à primeira fase da empreitada

A visita dos deputados socialistas foi ainda aproveitada para reiterar o desacordo quanto ao encerramento de maternidades e serviço de urgências.

[Segue TH]

António Serrano, Deputado PS

Os comerciantes da Guarda também se queixam da quebra de poder de compra e do consumo. A organização de um desfile de moda foi a primeira de várias iniciativas para estimular as vendas.

[Segue clip]

[Notes] Guarda, ontem

Sandra Brízio, Agência Space Milan

Isabel Guerra, Cabeleireira

Rita Pires, Comerciante

Repete Sandra Brízio

Hugo Pinheiro, Comerciante

Voxpop

Voxpop

Voxpop

DESFILE DE MODA NA GUARDA

Comerciantes da cidade associaram-se para promover artigos das suas lojas

DESFILE DE MODA NA GUARDA

Desfile de moda teve como objectivo estimular o consumo no comércio tradicional

DESFILE DE MODA NA GUARDA

Cláudio Ramos da SIC apresentou o desfile na emblemática praça velha

Por uma vez, o centro comercial instalou-se a céu aberto. A Associação de comerciantes e uma agência da especialidade prepararam um desfile com propostas para este outono/Inverno e com manequins recrutados na cidade.

Vivo, Sandra Brízio

Na antecâmara da passerelle, os comerciantes mostravam ânimo, contagiados pelo entusiasmo das crianças e adolescentes e pela exigência de estimular o comércio local.

Vivo, Isabel Guerra

Cá fora, a população concentrava-se enquanto os lojistas reafirmavam o interesse em animar o centro histórico da Guarda.

Vivo, Rita Pires

O dia estava ameaçado pela chuva mas em tempo de crise e quebra de vendas os comerciantes da Guarda arriscaram o desfile na rua.

(Respiro)

Vivo, Hugo Pinheiro

(Respiro)

Vivo, João Belo

Embora amadores, os pequenos manequins arrancavam grandes aplausos da assistência que não ficou indiferente a uma iniciativa pouco vulgar na Praça Velha.

Vivo, Elizabete Batista/Patrícia Custódio

Vencer as quebras no consumo é tudo o que precisa o comércio da Guarda afetado também pela falta de clientes e pela quebra geral de confiança.

(Respiro)

A poucos dias da chegada do mês de Agosto, as aldeias portuguesas começam a estar apinhadas de emigrantes. As famílias reencontram-se e matam saudades como acontece na Guarda. Avós e netos trocam os mimos que faltaram no resto do ano.

[Segue clip]

[Notes] Fernão Joanes, Guarda

Gracinda Sousa Tavares, Avó  
Repete Gracinda Sousa Tavares  
Repete Gracinda Sousa Tavares  
Aline Vendeiro, Neta  
Virgínia Gaspar, Avó  
Altino Gaspar, Avô  
Repete Virgínia Gaspar  
Cíntia Lopes  
Repete Virgínia Gaspar  
Repete Altino Gaspar  
Repete Gracinda Sousa Tavares

DIA DOS AVÓS

Os avós rezam para que os filhos e netos emigrantes regressem em segurança

DIA DOS AVÓS

A avó Gracinda de 83 anos só não gosta que alguns netos residentes em França não falem português

DIA DOS AVÓS

Os pais dos pais confessam que têm mais paciência com os netos e que condicionam a vida por eles

A espera anual é feita no largo das varandinhas. A avó Gracinda reúne sete filhos e 13 netos e bisnetos mas para muitos a viagem é longa e, por esta altura, a mulher de fé, ergue as mãos para o céu.

Vivo, Gracinda Sousa Tavares

Aos 83 anos ainda se sente capaz de fazer o almoço para os vinte e oito que pode reunir à mesa. O mais difícil é comunicar com os netos que vêm de França e da Suíça.

Vivo, Gracinda Sousa Tavares

Ainda assim, a comunicação acontece porque a avó preocupa-se, insiste e faz perguntas.

Vivo, Gracinda Sousa Tavares/ Aline Vendeiro

O parque da Senhora do Soito também reúne avós e netos. Por enquanto, as brincadeiras ao ar livre reúnem quatro irmãos, mas em poucos dias vão ser mais. Todos, filhos de emigrantes em França.

Vivo, Virgínia Gaspar

As férias em Portugal não mudam no entanto o papel dos avós. Aqui como no país de acolhimento, são o grande apoio dos pais.

Vivo, Altino Gaspar/Virgínia Gaspar/ Cíntia Lopes

Os miúdos não largam os avós porque os pais ralham e avós estragam as crianças com mimos.

Vivo, Virgínia Gaspar/Altino Gaspar

São a alegria de quem tem uma idade maior. Emocionam-se e, como se diz por estas aldeias, reinventam o papel de pais a dobrar.

Vivo final, Gracinda Sousa Tavares

Centenas de pessoas assistiram ao arranque da nona feira medieval de Belmonte. O centro histórico e o largo do castelo foram o palco privilegiado de um evento que vale pela recriação de uma época remota.

[Segue clip]

[Notes] Belmonte

Paulo Martinho, Falcoeiro

João Ferreira, Monitor

Voxpop

Lurdes Cariano, Artesã

Voxpop

Voxpop

Voxpop

FEIRA MEDIEVAL EM BELMONTE

O cortejo real abriu a feira que vai prolongar-se até ao final do dia de domingo

FEIRA MEDIEVAL EM BELMONTE

O centro histórico e o largo do castelo estão povoados de tendas de comes e bebes e algum artesanato

FEIRA MEDIEVAL EM BELMONTE

Fim-de-semana vai ser animado por diversos espetáculos de recriação medieval

(Respiro)

O rei, a rainha, os músicos, os artesãos e os bobos da corte. Todos desfilaram pelas ruas de Belmonte em sinal de abertura da nona edição da feira medieval.

(Respiro)

Entre tendas de comes e bebes e artesanato de vários pontos do país, os figurantes rumaram ao largo do castelo onde a falcoaria improvisada recolhe boa parte das atenções.

Vivo, Paulo Martinho

Aves de rapina para os nobres e outros jogos para o povo. Miúdos e graúdos experimentam os mais tradicionais.

Vivo, João Ferreira

(Respiro)

Vivo, Voxpop (espanhol)



Tudo enquadrado em ambiente medieval onde os comerciantes e artesãos também recuam no tempo e vivem à época.

Vivo, Lurdes Cariano

(respiro)

Vivo, Voxpop

Aproxima-se a hora do jantar e os cheiros gastronómicos misturam-se nas ruas de Belmonte. O difícil é escolher.

Vivo, Voxpop

As temperaturas dos verões à moda antiga convidam a sair à rua e a experimentar o tempo de festa.

Vivo, Voxpop

A feira medieval é atração de todo o fim-de-semana em Belmonte. Animação de rua e espetáculos musicais estão assegurados.

(Respiro)

Longe do mar, os portugueses aproveitam as praias fluviais para descansar e ir a banhos. Valhelhas a meio caminho entre a Guarda e a Serra da Estrela é uma das mais frequentadas e em tempo de crise, ganha especial importância.

[segue clip]

[Notes] Praia fluvial de Valhelhas, Guarda, Esta manhã

Voxpop

Voxpop

Voxpop

Voxpop

Voxpop

Michel Florêncio, Empresário

Voxpop

#### FÉRIAS EM TEMPO DE CRISE

Centenas de pessoas escolhem a praia fluvial de Valhelhas para descansar

#### FÉRIAS EM TEMPO DE CRISE

Várias famílias convivem, fazem refeições e partilham as merendas

#### FEIRAS EM TEMPO DE CRISE

Em cada época banhar são esperadas 50 a 60 mil pessoas mas este ano podem ser mais

(Respiro)

Com o país mergulhado em dificuldades, a água doce de Valhelhas descansa os cortes no orçamento e sublima a crise.

Vivo, Voxpop

A paisagem é de montanha e cativa centenas de pessoas por dia. Longe da areia e da água salgada, a alternativa passa pelo rio Zêzere.

Vivo, Voxpop

(RESPIRO)

Vivo, Voxpop

Chamam-lhe a praia do garrafão. A maioria dos frequentadores traz o farnel e come por ali mesmo.

Vivo, Voxpop

(RESPIRO)

Ao fim de semana, a lotação esgota na praia como no parque de campismo, mas a opção ganha adeptos e não escolhe dia certo.

Vivo, Voxpop

Além dos banhos, breves ou nem tanto, o sol, a relva e as esplanadas convidam ao repouso em férias tranquilas e mais baratas.

Vivo, Voxpop/ Michel Florêncio/Voxpop

Aberta como tal desde 95, Valhelhas é a praia fluvial do concelho da Guarda com bandeira azul.

Em cada época balnear, passam por ali 50 a 60 mil pessoas, mas este ano, são esperados mais banhistas por causa dos cortes nos orçamentos familiares.

Os idosos vivem com receio de serem assaltados ou agredidos. A conclusão é de um estudo da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima que aponta o medo como causa direta da perda de qualidade de vida.

[Segue clip]

[Notes] Misarela, Guarda

Lurdes Veloso, Vítima de assalto

Voxpop

Voxpop

Voxpop

Voxpop

IDOSOS COM MEDO DE ASSALTOS

Estudo da APAV revela que os idosos vivem com medo de serem vítimas de assaltos

IDOSOS COM MEDO DE ASSALTOS

O receio é mais vincado entre as mulheres dos 45 aos 64 anos e na região do Algarve

IDOSOS COM MEDO DE ASSALTOS

Assaltos a residências aumentam o sentimento de insegurança entre os mais idosos

A viver sozinha e quase isolada numa quinta da aldeia de Pero Soares, esta idosa foi assaltada em casa enquanto dormia. Os ladrões encapuzados levaram o dinheiro e o ouro que tinha em casa. Aconteceu há quatro meses, mas o medo persiste.

Vivo, Lurdes Veloso

Casos como este passam de boca e boca. Na aldeia vizinha de Misarela o assalto ainda está presente na memória da população e houve até quem logo tomasse precauções.

Vivo, Voxpop

O receio de ser vítima de assaltos e agressões está expresso num estudo recente da APAV especialmente entre as mulheres dos 45 aos 64 anos de idade.

Vivo, Voxpop

Com os resultados do barómetro, a Associação Portuguesa de Apoio à Vítima conclui que o assalto a residência tem uma relação direta com o aumento do clima de insegurança entre os mais idosos.

Vivo, Voxpop

Dispara a criminalidade e a qualidade de vida dos mais velhos é afetada pelo receio de ser assaltado ou agredido.

Vivo, Voxpop

A GNR tem feito acções de sensibilização e de alerta para os perigos dos idosos abrirem a casa a estranhos ou de acreditarem no conto do vigário, mas os perigos e os receios mantêm-se.

Ainda por dominar, o fogo que começou ontem em Seia já rodeou várias aldeias do concelho e continuar a queimar floresta protegida do parque natural da Serra da Estrela.

[Segue clip]

[Notes] Seia, Hoje

#### INCÊNDIO EM SEIA

O fogo lava há pelo menos vinte horas e três bombeiros sentiram-se mal devido ao cansaço

#### INCÊNDIO EM SEIA

Fogo rodeou várias aldeias do concelho de Seia e as populações temeram pela segurança das casas

#### INCÊNDIO EM SEIA

No terreno estão centena e meia de bombeiros apoiados por um helicóptero

Há várias horas no terreno, os bombeiros começam a ser vencidos pelo cansaço e pelo menos três homens sentiram-se mal e abandonaram a zona de fogo. Empurradas pelo vento, as chamas já percorreram muitos quilómetros no parque natural da Serra da Estrela.

Vivo, Voxpop

O incêndio começou na noite de Domingo em Carragosela. Logo depois rodeou a aldeia de Torroselo e caminhou em direcção a Furtado, de onde alguns idosos chegaram a ser evacuados pela GNR.

Vivo, Voxpop

A falta de limpeza das matas associada ao vento forte têm dificultado o combate deste incêndio que por agora corre na direcção da povoação de Corgas e não tem hora para ser dominado.

Na hora do rescaldo dos incêndios de Seia e Gouveia já se fala em reflorestar a área ardida. Agricultores e povoadores florestais queixam-se que os apoios financeiros são apenas canalizados para o combate e não para a prevenção dos fogos florestais.

[Segue clip]

[Notes] Mangualde da Serra, Gouveia

Voxpop

António Machado, Pres. Associação Distrital de Agricultores

Voxpop

Repete António Machado

José Mota, Pres. Associação Florestal “Urze”

Repete José Mota

Repete António Machado

INCÊNDIOS VARREM CULTURAS

Estima-se que os fogos de Seia e Gouveia tenham queimado cerca de cinco mil hectares

INCÊNDIOS VARREM CULTURAS

Os prejuízos de correm da destruição de pinhal, acácias, carvalhos, castanheiros e terrenos agrícolas

INCÊNDIOS VARREM CULTURAS

Associação Distrital de Agricultores lamenta falta de apoios para construção de charcas

INCÊNDIOS VARREM CULTURAS

Impõem-se reflorestar aa zona ardida mas ouvem-se protestos por causa da falta de apoios financeiros

Ainda em sobressalto, as mulheres de Mangualde da Serra espreitavam o fumo que ontem ao final do dia escalava a serra.

(Respiro)

Bombeiros andavam acima e abaixo em vigilância porque a noite tinha sido traiçoeira. O fogo aproximou-se da aldeia e ainda chamuscou algumas culturas.

Vivo, Voxpop/António Machado

Os meios aéreos são os mais eficazes para chegar a pontos íngremes mas para a associação de agricultores podiam ser mais se a água estivesse mais à mão.

Vivo, António Machado

Arderam essencialmente vinhas e oliveiras que ainda são importantes para a economia local.

Vivo, Voxpop/António Machado

Em pleno parque natural da Serra da Estrela arderam grandes extensões de mato e floresta. O próximo passo será a reflorestação da área ardida, mas as queixas de falta de apoios são recorrentes.

Vivo, José Mota

Em Gouveia as três equipas de sapadores florestais estão reduzidas a apenas uma pelo que o trabalho de prevenção parece comprometido de ano para ano.

Vivo, José Mota

Os números ainda são provisórios, mas estima-se que nestes dias tenham ardido cerca de 5 mil hectares de mato, floresta, castanheiros, acácias e carvalhos.



O vigésimo segundo acampamento nacional de escuteiros encerrou ontem à noite de forma inédita. Mais de dezassete mil pessoas deram um abraço que pretendeu ser o maior do mundo.

[Notes] Idanha-a-Nova, Ontem

[Segue clip]

Voxpop

Voxpop

Duarte Pico, Co- Autor da ideia do recorde

Voxpop

Diogo Rodrigues, Co-autor ideia do recorde

O MAIOR ABRAÇO DO MUNDO

Mais de 17 mil pessoas deram um abraço para obter o recorde do maior abraço do mundo

O MAIOR ABRAÇO DO MUNDO

O apresentador da SIC João Manzarra, conduziu a festa escutista em Idanha-a-Nova

O MAIOR ABRAÇO DO MUNDO

O próximo acampamento nacional realiza-se em 2016 mas a localização ainda não está decidida

(Respiro)

Levaram horas a organizar-se em redor do palco improvisado para a grande noite. Eram afinal milhares, os escuteiros que queriam ficar na história do maior abraço do mundo.

Vivo, Voxpop

(Respiro)

De pé, sentados, aos gritos e a cantar. Todos pareciam encantados com a forma que a moldura humana ía tomando e com as histórias vividas na última semana.

Vivo, Voxpop

Em compasso de espera para o mega abraço, o encerramento da festa escutista subiu ao palco.

(Respiro)

Vivo, Duarte Pico

Contagiada pela ternura, toda a comunidade se abraçou para memória futura.

(respiro)

Vivo, Voxpop

O primeiro abraço da noite durou dez segundos mas o recorde pedia um minuto. A proeza foi repetida na esperança de ser aceite como grande.

Vivo, Diogo Rodrigues

O próximo acampamento nacional está previsto para daqui a quatro anos, mas onde ainda não se sabe.

Será a saúde fonte de inspiração para a escrita de romances? Vem a questão a propósito de dois profissionais da área que, decidiram mostrar a veia literária e publicar livros. Do casamento entre as ciências e as letras, podem, afinal, nascer novos escritores, como está a acontecer na Guarda.

[Segue clip]

### **[Notes] Mata de Lobos, Figueira de Castelo Rodrigo**

Álvaro Carvalho, Escritor  
Repete Álvaro Carvalho  
Repete Álvaro Carvalho  
João Lopes, Escritor  
Repete João Lopes  
Repete João Lopes  
Repete Álvaro Carvalho  
Repete João Lopes  
Madalena Ferreira

PAIXÃO PELA ESCRITA

Natural de Matas de Lobos, Figueira, Álvaro Carvalho já foi diretor do Hospital Garcia da Orta

PAIXÃO PELA ESCRITA

O médico publicou o livro “Oito menos um quarto” sobre o surto de emigração na terra natal

PAIXÃO PELA ESCRITA

O escritor defende o SNS e critica a contratação de profissionais de saúde a baixo custo

PAIXÃO PELA ESCRITA

João Lopes, técnico de radiologia de 53 anos diz que a escrita é uma forma de libertação

PAIXÃO PELA ESCRITA

Porta da Baía fala da herança de um segredo que atravessa três gerações da mesma família

PAIXÃO PELA ESCRITA

Os dois livros são assinados por beirões que não resistem em colocar a Guarda no mapa

São oito menos um quarto, e, tal como década de 50 do século passado, a carreira chega à aldeia de Mata de Lobos.

(Respiro)

O ritual de cada partida remete o médico Álvaro Carvalho de 63 anos para a drama da emigração, descrito no livro que acaba de publicar. Fala a experiência porque Lisboa também foi a cidade onde fez carreira.

Vivo, Álvaro Carvalho

Volta, porque os afetos falam alto e a reflexão entre a emigração de ontem e de hoje também se diz.

Vivo, Álvaro Carvalho

Pensamentos cruzados levam o autor a usar o bisturi e a dissecar o serviço nacional de saúde.

Vivo, Álvaro Carvalho

### **[Notes] Guarda**

(Respiro)

Também é no Hospital Distrital da Guarda que João Lopes absorve experiências e recolhe histórias, mas para este técnico de radiologia, a vida não é só trabalho.

Vivo, João Lopes

Vivências e muita imaginação deram à estampa Porta da Baía, um romance que levou quatro anos a concluir. As primeiras ideias é que, confessa o autor, têm mais de 20.

Vivo, João Lopes

E, nem de propósito porque o livro também fala de heranças.

Vivo, João Lopes

Primeiro estranha-se e depois entranha-se. A escrita desperta novas emoções e preenche os vazios.

Vivo, Álvaro Carvalho/João Lopes

Cresceu e vai multiplicar-se porque ambos escrevem já novos títulos.

Vivo final, Madalena Ferreira

Cerca de setenta parapentistas despediram-se hoje dos céus de Sameiro, em plena serra da Estrela.

Nem todos entraram na competição internacional, mas a alegria de voar em pleno vale do Zêzere, foi geral.

[Segue clip]

[Notes] Sameiro, Manteigas, Hoje

[Notes] **É PRECISO LEGENDAR OS VIVOS**

Vítor Baía, Organização

James, Piloto Britânico

Repete Vítor Baía

Alberto Rania, Pres. Federação de parapente da Venezuela

Pedro Moreira, Campeão Nacional de Parapente

Luíz Gomes, Piloto

Emma Casanova, Federação Inglesa de Parapente

PARAPENTE NA SERRA DA ESTRELA

Durante cinco dias o Open juntou 70 parapentistas e mais dez praticantes de Asa Delta

PARAPENTE NA SERRA DA ESTRELA

Sameiro recebeu pilotos portugueses, australianos, ingleses, venezuelanos e finlandeses

PARAPENTE NA SERRA DA ESTRELA

O venezuelano Luíz Gomes ganhou a manga mas o vencedor do Open foi Pedro Moreira

Vivo, Vítor Baía

O último briefing do Open de parapente trazia boas notícias. Céu azul e vento fraco antecipavam duas boas horas de voo e maior reputação para o lugar da asinha em Sameiro na Serra da Estrela.

Vivo, James

Este inglês preferiu o lazer à competição mas as duas opções são bem-vindas no Open que junta pilotos do mundo inteiro.

Vivo, Vítor Baía

Participantes que já tinham cruzado os céus da Serra da Estrela, planaram ao lado de quem fez a estreia e ficou deslumbrado.

Vivo, Alberto Rania/Pedro Moreira/Luíz Gomes

Sameiro já foi palco do Open nórdico há dois anos e em 2013 pode receber o campeonato britânico.

Vivo, Emma Casanova

Para o ano há mais emoções e de muitas cores no cimo do mundo.