



INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

O Perfil Sociográfico dos Jornalistas da SIC

Mariana Pacheco Da Silveira

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

Trabalho orientado pela Prof^a Doutora Filipa Subtil

Outubro, 2018

DECLARAÇÃO

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

Lisboa, outubro de 2018

Mariana Pacheco Da Silveira

AGRADECIMENTOS

É com enorme satisfação que chego ao fim desta etapa. Não posso deixar de agradecer a colaboração de todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para o amadurecimento dos meus conhecimentos académicos e profissionais e para a melhoria e enriquecimento deste trabalho final.

Em primeiro lugar quero expressar o meu reconhecimento e enorme gratidão aos meus pais, por tudo o que me ensinaram, pelos princípios e educação que me transmitiram. À minha mãe por todo o carinho, conselhos, e preocupação. Ao meu pai pelos seus ensinamentos, valores e ternura. Aos dois pelo seu amor incondicional, por terem permitido e incentivado o meu sucesso académico, por acreditarem sempre em mim e nas minhas capacidades.

Ao Avô Manuel e à Avó São que hoje estariam orgulhoso desta conquista e a quem agradeço todo o carinho e amor.

Ao Avô Orlandinho e à Avó Alda por estarem sempre presentes com a maior ternura.

Quero evidenciar e agradecer o enorme contributo da minha orientadora, Professora Doutora Filipa Subtil, pela sua incansável dedicação, pelos seus conhecimentos e por toda a paciência, ajuda e disponibilidade prestada. Quero também agradecer a confiança que depositou em mim e a exigência pedida que fez de mim uma melhor estudante académica e uma melhor candidata a Mestre em Jornalismo. O seu apoio e orientação inquestionavelmente tornaram este trabalho mais rico em inúmeros aspetos.

À Escola Superior de Comunicação Social, em particular à Professora Doutora Maria José Mata, que me proporcionou o estágio a que diz respeito este relatório.

À SIC pela grande oportunidade que me concedeu, pelo privilégio de dar este passo importante no meu percurso enquanto aspirante a jornalista num canal televisivo que admiro.

À equipa da SIC Notícias *online*, dos fins-de-semana e do *Primeiro Jornal* pela confiança que depositaram em mim, no meu trabalho e nas minhas capacidades.

A todos os jornalistas que abdicaram do tempo que muitas vezes não tinham para me ajudar. Agradeço também a todos os jornalistas que me ensinaram a ser uma melhor jornalista nas pequenas dicas e ensinamentos que fazem toda a diferença no exercício desta profissão.

Aos repórteres e editores de imagem com tive a oportunidade de trabalhar pelas dicas e *insides* valiosos.

Ao gabinete de Recursos Humanos da SIC, em particular à Flávia Paliotes, pela paciência e ajuda na recolha dos dados sociográficos.

A todos os colegas estagiários pela ajuda e apoio prestados em inúmeras ocasiões e por tornarem esta experiência única.

À Andreia Freire pela sua amizade incondicional e apoio, por ser a minha âncora.

A todos, o meu mais sincero obrigado!

RESUMO

O relatório de estágio que aqui se apresenta tem como principais objetivos descrever e analisar criticamente as atividades desenvolvidas enquanto jornalista estagiária na SIC, e dar conta do exercício investigativo que resultou dessa experiência profissional. O estágio decorreu na redação de informação da Sociedade Independente de Comunicação (SIC), em Carnaxide, entre 8 de janeiro e 7 de julho de 2018 e foi desenvolvido nas seguintes secções: SIC Notícias *online*, fins-de-semana e *Primeiro Jornal*.

O objetivo do exercício investigativo foi traçar o perfil sociográfico dos jornalistas da SIC. Este tópico de investigação acompanha, de algum modo, o crescente interesse, em particular nas últimas três décadas, da investigação académica sobre o perfil sociológico dos jornalistas portugueses. Procurou-se nesta pesquisa perceber se o corpo de jornalistas da SIC acompanha ou não as principais tendências sociológicas destes profissionais que têm vindo a ser identificadas pela vasta literatura nacional neste domínio

A interrogação central que orientou a investigação foi: Quem são os jornalistas da SIC? Procurou-se identificar aspetos da sua composição e estratificação socioprofissional tendo em conta parâmetros como a distribuição por sexo, idade, habilitações académicas, antiguidade, as funções e os cargos que desempenham. Observámos que, regra geral, o perfil sociográfico dos jornalistas da SIC acompanha as principais tendências identificadas na literatura nacional: é um conjunto profissional com uma média de idade relativamente jovem, experiente, educado, e maioritariamente composto por mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: SIC; Jornalistas; Perfil Sociográfico, Sociologia dos jornalistas portugueses

ABSTRACT

The main goal of this internship report is to describe and critically analyze the activities developed as a trainee journalist at SIC, a portuguese news channel, also knowed as Sociedade Independente de Comunicação. This report also aims to presente an investigative exercise that resulted from that professional experience. The internship took place in the newsroom of SIC, in Carnaxide, from January 8th to July 7th of 2018.

The purpose of the investigation was to outline a sociographic profile of SIC's journalists. It's safe to say that this research topic follows a growing interest, specially in the last three decades, in academic researches on the sociological profile of portuguese journalists. The main goal of this research was to understand whether or not SIC's board of journalists follows the main sociological trends among these professionals that have been identified by a vast national literature on this field.

The central question that guided this investigation was: Who are SIC's journalists? We focused on trying to identify aspects of their composition and socio-professional stratification, taking into account parameters such as the distribution by sex, age, academic qualifications, seniority, the functions and positions they perform. We have reach the conclusion that, in general, the sociological profile of SIC's journalists follows the main trends identified in the national literature: it's a professional group with a relatively young age averaged, experient, educated and mostly composed by women.

KEYWORDS: SIC; Journalists; Sociographic Profile; Sociology of portuguese journalists

ÍNDICE

DECLARAÇÃO	III
AGRADECIMENTOS	IV
RESUMO	VI
ABSTRACT	VII
INTRODUÇÃO	12
Capítulo I - Instituição de acolhimento	14
1. Elementos para uma história do Grupo Impresa	15
2. A origem do canal SIC	20
2.1 Universo SIC	23
2.1.1 SIC Internacional	24
2.1.2 SIC Notícias	25
2.1.3 SIC Radical	27
2.1.4 SIC Mulher	28
2.1.5 SIC Esperança	29
2.1.6 SIC Kids	30
2.1.7 SIC Caras	31
Capítulo II – Jornalistas Portugueses: Principais tendências sociológicas dos anos de 1980 até ao presente	32
1. Principais elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses	33
1.1. Jornalistas portugueses nos anos de 1980	35
1.2. O perfil dos jornalistas portugueses nos anos de 1990	39
1.3. Os jornalistas portugueses na atualidade	44
Capítulo III – A experiência do estágio na SIC	54
1. Apresentação e análise crítica das atividades desenvolvidas no estágio	55
1.1. O <i>online</i> : SIC Notícias	56
1.2. Os fins-de-semana	59
1.3. O <i>Primeiro Jornal</i>	63
1.4. As madrugadas	67

Capítulo IV – Perfil sociográfico dos jornalistas da SIC	69
1. Composição da redação de informação da SIC	70
2. Os jornalistas da SIC	72
2.1. Distribuição de jornalistas por sexo	73
2.2. Distribuição dos jornalistas por faixa etária	75
2.3. Habilitações académicas dos jornalistas da SIC.....	78
2.4. Distribuição dos jornalistas por antiguidade na redação	80
2.5. Distribuição por categoria profissional	83
 CONCLUSÃO	 85
 BIBLIOGRAFIA	 88
 ANEXOS	 93
Anexo 1 - Entrevista José Gomes Ferreira	94
Anexo 2 - Dados sociográficos SIC	99
Anexo 3 - Contrato de sociedade do Grupo Impresa	108
Anexo 4 - Organograma das participações do Grupo Impresa	112
Anexo 5 - Declaração comprovativa do estágio	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Organograma funcional do Grupo Impresa	19
Gráfico 2 - Distribuição por anos de profissão (1990)	42
Gráfico 3 - Evolução do número de jornalistas (1997 a 2009)	45
Gráfico 4 - Distribuição por sexo (2004 a 2009)	46
Gráfico 5 - Distribuição por faixa etária (2016)	49
Gráfico 6- Distribuição por sexo (2016)	50
Gráficos 7- Distribuição por anos de profissão (2016)	51
Gráfico 8 - Organograma da direção e coordenação de conteúdos informativos da SIC	71
Gráfico 9 - Total de jornalistas por sexo (SIC)	73
Gráfico 10 - Evolução da feminização dos jornalistas (1987-2018)	74
Gráfico 11 - Total de jornalistas por faixa etária (SIC)	75
Gráfico 12 - Representação gráfica para tendência linear sub30 (1990 a 2018)	76
Gráfico 13 - Representação gráfica do linear ≤ 45 versus >45 (1987 a 2018)	77
Gráfico 14 -Total de jornalistas por formação académica (SIC)	78
Gráfico 15 - Evolução dos jornalistas com curso superior (1987 a 2018)	79
Gráfico 16 - Total de jornalistas por antiguidade (SIC)	80
Gráfico 17 - Percentagem de jornalistas por antiguidade (1897 a 2018)	81
Gráfico 18 - Fluência de contratações por intervalo temporal (SIC)	82
Gráfico 19 - Total de jornalistas por categoria profissional (SIC)	83

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição por classes etárias (1987)	36
Tabela 2 - Distribuição por anos de profissão (1987)	37
Tabela 3 - Distribuição por habilitações académicas	38
Tabela 4 - Distribuição por classes etárias (1990 e 1997)	40
Tabela 5 - Distribuição por sexo (1990 e 1997)	41
Tabela 6 - Matriz de estratificação dos jornalistas portugueses de Luís Garcia (1997)	43
Tabela 7 - Distribuição faixa etária (2006 e 2009)	46
Tabela 8 - Matriz de estratificação dos jornalistas portugueses de José Rebelo	47
Tabela 9 - Saídas em reportagem na secção dos fins-de-semana	62
Tabela 10 - Saídas em reportagem na secção do <i>Primeiro Jornal</i>	65
Tabela 11 - Total de jornalistas por faixa etária (SIC)	75
Tabela 12 - Total de jornalistas por formação académica (SIC)	78
Tabela 13 - Total de jornalistas por antiguidade (SIC)	80
Tabela 14 - Total de jornalistas por categoria profissional (SIC)	83

INTRODUÇÃO

O relatório de estágio que aqui se apresenta decorre das atividades desenvolvidas enquanto jornalista estagiária da redação de informação da SIC, na sede de Carnaxide, em Lisboa. O estágio ocorreu no período compreendido entre 8 de janeiro e 7 de julho de 2018, num total de 900 horas.

Começamos por apresentar uma descrição e análise crítica desta experiência profissional. Como complemento realizou-se um exercício investigativo que procurou traçar o perfil sociográfico dos jornalistas da SIC, tentando perceber se o corpo de profissionais deste canal televisivo acompanha as tendências sociográficas dos jornalistas portugueses que têm vindo a ser descritas pela investigação académica nas últimas três décadas. Neste sentido procura-se responder à seguinte questão: Quem são os jornalistas da SIC? Desta interrogação decorrem outras como: Quantos são? Qual a sua distribuição por sexo? A média de idades faz deste um conjunto profissional jovem ou envelhecido? Quais as suas habilitações académicas? Qual grau de antiguidade na empresa? Que funções e cargos que desempenham?

Esta pesquisa só foi possível graças aos documentos e informações que foram facultados pelo departamento de Recursos Humanos da SIC. Este percurso de investigação foi orientado por uma estratégia metodológica que intersejou técnicas de recolha de informação documental e não-documental. Relativamente às técnicas documentais, recorreu-se à leitura e análise crítica da vasta literatura de âmbito académico sobre os jornalistas portugueses que tem vindo a ser produzida nas últimas três décadas, bem como de documentos institucionais fornecidos pelo canal televisivo em análise. Já no que se refere a técnicas de recolha de informação não-documental, realizou-se uma entrevista semi-diretiva ao diretor adjunto de informação da SIC, José Gomes Ferreira. A entrevista foi efetuada com o objetivo de ter um testemunho vivido da fundação e crescimento do canal no panorama televisivo nacional.

O relatório de estágio foi organizado em quatro capítulos. O Capítulo I centra-se numa breve apresentação da instituição onde realizei o estágio, a SIC. Procuro de forma necessariamente sucinta traçar a história do canal desde a sua fundação, em 1992, até à atualidade, expondo os principais marcos históricos do primeiro canal televisivo privado em Portugal.

O Capítulo II discute teoricamente as principais mutações da profissão de jornalista em Portugal desde a instauração do regime democrático, em abril de 1974 até ao presente. Recorrendo à vasta literatura histórico-sociológica existente sobre os jornalistas portugueses, este capítulo procura traçar o seu perfil nas últimas três décadas.

O Capítulo III apresenta as atividades realizadas enquanto estagiária da SIC. Esta parte do relatório é dedicada à descrição e análise crítica do estágio realizado. Procura-se, num primeiro momento descrever o funcionamento da redação de informação da SIC. Num segundo e último momento apresenta-se a rotina diária do que foram os seis meses do estágio, acrescentando sempre que possível alguns apontamentos de pendor crítico, só possíveis de realizar devido às aprendizagens obtidas ao longo do meu percurso académico nesta área de estudos.

No IV e último capítulo desenvolve-se o exercício investigativo que procura, a partir dos ensinamentos adquiridos através da leitura da literatura sobre os jornalistas portugueses, traçar o perfil destes profissionais num meio de comunicação específico - a SIC.

Capítulo I
Instituição de Acolhimento

1. Elementos para uma história do Grupo Impresa



Figura 1 - Logotipo Grupo Impresa

“Do que fiz na vida, colocaria como fio condutor e como objetivo cimeiro, exercido e conseguido de diversas maneiras, consoante as épocas e as responsabilidades, a luta pela liberdade de expressão em geral e, em especial, pelo direito a informar e a ser informado.”

- Francisco Pinto Balsemão,

Presidente do Conselho de Administração do Grupo Impresa

Foi em 1972, num período em que Portugal vivia ainda sob o manto de um regime autoritário, que Francisco Pinto Balsemão, empresário, político e jornalista de 35 anos, deu os primeiros passos para a criação de um império de comunicação social, que é ainda hoje um dos mais prestigiados a nível nacional. Império que reúne títulos de jornais, revistas, canais de televisão pública e por cabo. Apesar da censura e das dificuldades de toda a ordem, foi possível criar um jornal de qualidade, que permanece ainda hoje, como referência na sociedade portuguesa:

Sem o vespertino [*Diário Popular*¹], definitivamente rendido ao jornalismo e cada vez mais desencantado com a «primavera marcelista», Balsemão decide investir num jornal próprio. Ideias e projetos não lhe faltam. O modelo é o dos «jornais ingleses de domingo de qualidade», como o «The Sunday Times» e «The Observer». O título escolhido, Expresso, não deixa de evidenciar a fortíssima influência da revista francesa «L'Express». (Castanheira, 2013).

¹ Foi um dos maiores jornais diários vespertinos de Lisboa. Os proprietários eram o pai e o tio de Francisco Pinto Balsemão.

A primeira edição do *Expresso* saiu para as bancas a 6 de janeiro de 1973. Este foi o ponto de partida para o nascimento do Grupo Impresa. A este respeito Joaquim Vieira (2017) afirma que “Se o mundo se divide em atores e espectadores, Francisco Balsemão foi um ator, quando tudo o empurrava para a confortável posição de espectador”, uma vez que “o patrão dos media que foi primeiro-ministro” antes de ser “patrão” era um jornalista lúcido, com uma visão muito clara da importância do jornalismo para a democratização da sociedade e para a abertura do regime ao multipartidarismo. Nos anos seguintes, o grupo cresceu: integrou várias revistas e adquiriu uma das maiores rotativas do país - a distribuidora VASP - para fazer a distribuição do *Expresso*.

Em 1988, cinco anos depois de Francisco Pinto Balsemão ter terminado o mandato como primeiro-ministro de Portugal, é formada a Controljornal² para se afirmar como a empresa *holding*³ de todo o grupo de comunicação social, que reuniu as várias participações detidas pelo mesmo. O capital social da Controljornal só três anos mais tarde - em março de 1991 - foi aberto a investidores externos e concorrem à atribuição de licenças para ser um dos primeiros canais de televisão privados em Portugal. É assim que nasce o canal de televisão SIC. O lema da estação era operar com parâmetros de qualidade, rigor, inovação, diferença e proximidade. Em 1999, o Grupo Impresa já detinha 51% do capital da SIC. Em 2000, a Impresa foi admitida na Bolsa de Valores de Lisboa. No final do ano de 2005, adquire 100% do capital da SIC⁴.

Em 2007, surgiu a Impresa Digital, que veio potenciar a participação da SIC e do Grupo Impresa na Internet e nas novas plataformas tecnológicas de forma a afirmar-se no mundo das novas tecnologias. Em 2008, o Grupo Impresa tornou-se um dos maiores editores de jornais e revistas, acabando o ano com mais de 30 publicações. Com o panorama de expansão no digital no horizonte, em maio de 2014, o Grupo Impresa lança o *Expresso Diário*. Um diário digital disponível para quem compre ou assine o semanário *Expresso* em papel. Este projeto teve uma grande adesão por parte dos leitores portugueses: “ [o *Expresso Diário*] rapidamente se torna um caso de

² A Controljornal é uma editora portuguesa de revistas, conhecida hoje como Impresa Publishing.

³ Uma *holding* é uma “empresa cujo objeto consiste em tomar e deter participações noutras empresas com vista a controlá-las ou a dirigir as suas atividades.” [Bernard & Colli, 1997].

⁴ Informação disponível em: <http://www.impresa.pt/apresentacao-grupo> [Consultado a 17 de fevereiro, 2018].

sucesso e, em menos de dois anos, o número de clientes digitais do *Expresso* supera a marca dos 17 mil, representando cerca de 20% da sua circulação total”.⁵

Em 2015, o Grupo Impresa torna-se o maior grupo de comunicação social em Portugal, com uma faturação de 230 milhões de euros. Em 2016, Francisco Pinto Balsemão nomeia o filho, Francisco Pedro Pinto Balsemão, para o cargo de CEO⁶ do Grupo. Com a nova liderança, a aposta no digital acentua-se, nascendo uma nova plataforma *online*, que agrupa todas as ofertas criativas⁷ do grupo. O principal objetivo da *Impresa Media Criativa* é ter uma plataforma de interação com o mercado que agrupe anunciantes e agências atuais, com o propósito de oferecer soluções inovadoras na área da comunicação empresarial.

Em 2017, o Grupo Impresa decide reforçar a venda de conteúdos no mercado internacional. É lançando um *site* em inglês (www.contentdistribution.sic.pt) que disponibiliza a compra de programas produzidos e emitidos no universo da SIC. Este ano é também marcado pela criação do *Smack*, uma plataforma inteiramente digital que produz conteúdos tendo como alvo preferencial a geração *millennials*. O *Smack* tem como principal objetivo a divulgação de conteúdos curtos, regra geral em vídeo, com uma mensagem cativante e de fácil perceção⁸. O investimento no *Facebook* e o *Instagram* torna-se também um foco importante devido à grande migração das audiências para os meios digitais. A presença nas redes sociais, além de uma maior e mais facilitada exposição, proporciona também um retorno financeiro significativo. Francisco Pedro Balsemão, em entrevista⁹, reforça esta ideia:

Nós neste momento temos uma dificuldade a nível dos grupos de *media*, conhecida por todos, que é uma queda nas receitas e nas margens dos nossos grupos e empresas. Isto não pode ser só atribuído, e acho que isso seria um erro ser atribuído às plataformas, às redes sociais e agregadores. Uma vez alguém usou uma expressão que queixar do *Google* e do *Facebook* é o mesmo que queixarmo-nos do tempo/da meteorologia. Não vale a pena. Se chover vai chover. Nós queixarmo-nos nos não vai resolver nada. Eles estão cá e estão cá para ficar, e portanto, é bom que se perceba que temos que viver com eles. Há uma grande divergência na cadeia de valor entre publishers e as plataformas, nós pudemos não nos queixar, podemos e devemos trabalhar com eles, mas também

⁵ Informação disponível em: <http://www.impresa.pt/> [Consultado a 30 de agosto, 2018].

⁶ Do inglês *Chief Executive Officer*, representa do cargo de diretor geral/executivo.

⁷ São projetos criativos de multiplataforma nas áreas de *brand entertainment*, eventos, publicidade, entre outras.

⁸ Informação disponível em: <https://smack.pt/> [Consultado a 21 de agosto, 2018].

⁹ Entrevista realizada na sequência do *World News Media Congress 2018*. Disponível em: <https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-06-07-A-conversa-com-Francisco-Pedro-Balsemao> [Consultado a 23 de julho, 2018].

podemos no entanto pugnar, para haja um maior equilíbrio dentro deste ecossistema. Porque é que a meu entender deve haver esse maior equilíbrio? Porque se é um ecossistema todos dependemos uns dos outros.

No primeiro semestre de 2018, a página oficial do *Facebook* da SIC contava com mais de 900 mil seguidores e a da *SIC Notícias* com cerca de 150 mil.

Este ano é assinalado pela venda da quase totalidade das publicações em papel do Grupo, que inclui trezes das suas catorze revistas e jornais: *Activa*, *Caras*, *Caras Decoração*, *Courrier*, *Exame*, *Exame Informática*, *Jornal de Letras*, *Telenovelas*, *TV Mais*, *Visão*, *Visão História* e *Visão Júnior*. De acordo com as informações cedidas num comunicado de empresa disponível no *site* oficial da Impresa, esta alienação “foi realizada no seguimento da concretização do Plano Estratégico o para triénio 2017-2019, e do reposicionamento da atividade da Impresa, com um enfoque primordialmente nas componentes do audiovisual e do digital”.¹⁰

Atualmente, o Grupo Impresa, Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.¹¹, é considerado um dos maiores grupos de comunicação Social em Portugal¹². O Grupo detém participações em diversos segmentos de negócios na área dos média, sendo os principais nos sectores de *publishing*, televisão e digital¹³.

O seu portefólio é constituído por vinte e uma marcas, sendo que no setor de *publishing* há apenas uma: o semanário *Expresso*. Na televisão, o “universo SIC”, é composto pelo canal fundador generalista¹⁴ e por seis canais temáticos. O Grupo Impresa é composto ainda por empresas e instituições, como a *SIC Esperança* - instituição solidária reconhecida como IPSS¹⁵, a *InfoPortugal*, a *ActingOut*, a *Gesco*, a *Impresa Novas Soluções de Media*, entre outras. Quanto ao seu quadro funcional,

¹⁰ Documento disponível em:

http://binaries.cdn.impresa.pt/de4/4fc/11700885/IMPRESAComunicadoCMVMPortfolio_02012018v2.pdf [Consultado a 1 de fevereiro, 2018].

¹¹ Para mais informações consultar Artigo 1 a 5 do anexo 3.

¹² Em 2008, o Grupo Impresa é considerado “o maior grupo de comunicação social em Portugal com um volume de negócios que rondou os 273 milhões de euros.”. Informação consultada em: <http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf> [18 de fevereiro, 2018].

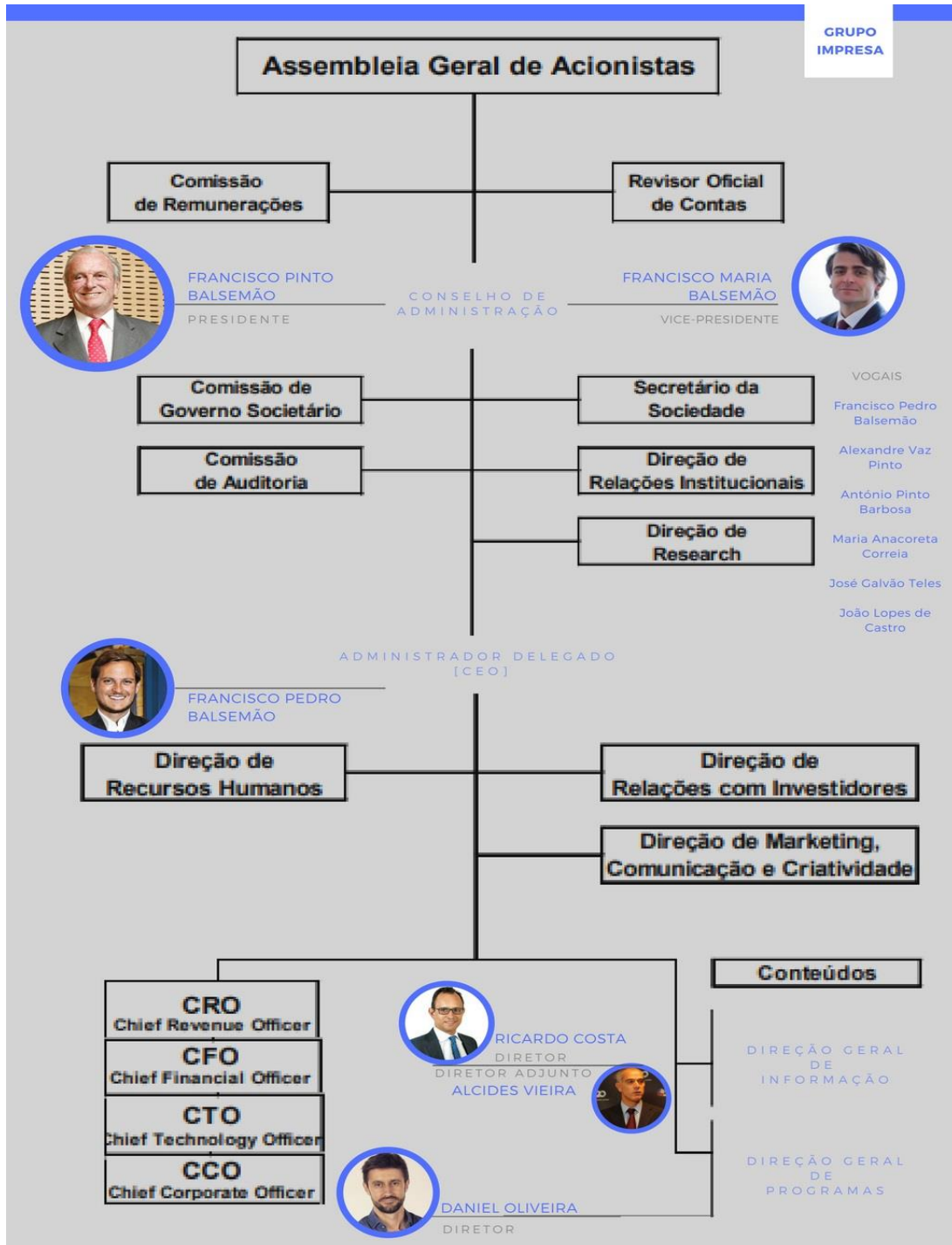
¹³ Para mais informações consultar anexo 4.

¹⁴ Um canal generalista é um canal de televisão que transmite todo o tipo de programas, para todo o tipo de público.

¹⁵ Instituições Particulares de Solidariedade Social.

no gráfico abaixo estão representados os diversos cargos dos diferentes quadros de supervisão e administração e os seus respetivos representantes:

Gráfico 1 – Organograma funcional do Grupo Impresa¹⁶



¹⁶ Para mais informações consultar Artigo 7 a 19 do anexo 3.

2. A origem do canal SIC



Figura 2 - Logotipo SIC

“O início da década de 90 marca uma mudança do paradigma do jornalismo em Portugal. [...] A SIC aparece no caldo desta afirmação da comunicação social como contrapoder, sendo histórica na sua influência no jornalismo televisivo, que vai afetar primeiro a RTP, e depois a TVI.”

- Felisbela Lopes

Para perceber como é que a SIC nasceu, é importante, fundamental até, compreender em que contexto surgiu. Para que se pudesse “escrever” o primeiro capítulo do que viria a ser a história do primeiro canal televisivo privado em Portugal, teve que se colocar um ponto final a mais de quadro décadas de opressão e censura.

Tudo começou em 1957, quando surgiu o primeiro canal televisivo português - a RTP (Rádio e Televisão de Portugal). O regime vigente era de cariz autoritário, e por esta razão, toda a comunicação social do país estava submetida à vontade e aos ideais de António de Oliveira Salazar. Mais tarde, após a sua morte, Marcello Caetano continuou a governar seguindo as ideologias do seu antecessor. Durante quase duas décadas, a RTP foi caixa-de-ressonância do ideário do Estado Novo:

A televisão, designadamente, mas também a comunicação social em geral, adquirem assim, agora de uma forma mais visível, o estatuto - de «porta-vozes» do regime, aceitando de forma empenhada colocar-se, institucionalmente - algumas vezes mesmo oficialmente -, ao serviço da ditadura e do império, funcionando como um seu prolongamento, uma sua «secretaria política», tornando-se assim claramente um aparelho e um «instrumento» ideológico. (Cádima, 1996, pág. 343).

Em 1974, Portugal faz história com o desenrolar do movimento (político e social) que derrubou o regime implementado pelo Estado Novo e permitiu a implantação de um governo democrático: A Revolução dos Cravos. Este marco histórico serviu de ignição para uma reestruturação do sistema mediático nacional e da televisão em particular. Em 1989, a quarta revisão da Constituição da República Portuguesa, abriu a possibilidade da abertura do sector audiovisual ao sector privado.

A 6 de outubro de 1992, a televisão era notícia: Portugal ganha o seu primeiro canal televisão privado, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC). Jornais como o *Público* e o *Diário de Notícias* não pouparam nas manchetes do dia: “Hoje é dia da SIC”; “Olhos postos na SIC”. A estreia do canal foi vista por mais de um milhão de pessoas. A SIC veio por um fim aos 35 anos de monopólio televisivo da RTP.

Com o amadurecimento do regime democrático, o aparecimento do primeiro canal privado teve tanto de inevitável como de necessário. Os portugueses passam a ter pela primeira vez pluralidade e independência de informação televisiva: “pela primeira vez o espaço televisivo deixava de ser um exclusivo do serviço público [...] ia haver concorrência, com efeitos em cascata que essa nova realidade implicava [...] finalmente (havia) condições para, por exemplo, um pluralismo informativo” (José Azeredo Lopes, apud Lopes, 2012, pág. 80). Nelson Traquina afirma que “uma grande aposta do canal privado foi a informação, que, por atingir o dobro do tempo dispensado pelos outros canais portugueses, significou a inversão da tendência dominante na Europa” (1997, pág. 65). Já João Lopes (1995) afirma que o sucesso da SIC se deveu à oferta diversificada de programação, onde se podia encontrar não só programas de informação, reportagem e documentário, como também de entretenimento numa “linha de programação popular”, ou seja, “Desceu-se ao «país real» e a mais pequena aldeia do interior passou a ser informação” (Rebelo, 1993, pág. 664). A este respeito Felisbela Lopes acrescenta que “o quotidiano adquire uma importância que não teve outrora (...) A sociedade adquire valor não nos traço cerimoniais, mas em pequenas histórias coloridas por uma certa banalidade, grande parte delas contadas na primeira pessoas” (Lopes, 2012, pág. 14).

Neste sentido, a SIC foi então pioneira na alteração do paradigma do jornalismo televisivo, tendo o seu sucesso sido comprovado com a conquista de elevadas

audiências: “Em termos de audiência, a progressão da SIC foi notável. A estação atingia a lideranças do mercado em três escassos anos após o seu arranque, com 41.4% de share” (Santos, 2010, pág. 92).

A este respeito, o jornalista José Gomes Ferreira, Diretor Adjunto de Informação da SIC, em entrevista¹⁷ no âmbito deste relatório, deixa o seu testemunho:

Queríamos trazer o povo para a televisão. Isto parece uma coisa muito “popularucha” e até demagógica, mas tem um sentido muito preciso. Aquilo que era as opiniões correntes sobre assuntos de interesse nacional, sobre impostos elevados, sobre orçamentos deficitários, sobre medidas que abrangiam a segurança social e por aí fora, normalmente eram feitos com representantes das instituições, fosse ministros, fosse presidentes de institutos, decisores e com alguns especialistas. Ouvir as pessoas, não era tão corrente, e pegar em casos concretos de pessoas que tinham problemas, não era habitual. Quando falo em relação a estes temas, também digo sobre tudo o que é hábitos da sociedade, tudo o que são tradições. Fazia-se mais o institucionalizado: “a festa a que ia o ministro”; “o evento religioso onde estava o governador civil”. Nós fazíamos ao contrário: as manifestações espontâneas do povo, as pessoas que se juntavam por razões lúdicas (desportivas, culturais), sem ter esse lado institucional, e passámos também a representar, do ponto de vista das reportagens e das notícias, interesses locais e interesses regionais. Portanto, fizemos uma abordagem muito mais pelo lado do consumidor dos serviços que o Estado presta, quem tem queixas, a relação do contribuinte com a administração fiscal. Isso trouxe uma grande dinâmica à sociedade portuguesa, porque não foi só fazer uma televisão diferente, foi também instituir uma matriz que depois passou a ser usada pelos outros órgãos de comunicação social, nomeadamente televisões.

Cinco anos depois, a SIC cria o seu primeiro canal temático, e poucos anos mais tarde, com a viragem do século, o canal volta a fazer história com a criação do primeiro canal português dedicado exclusivamente à informação, a SIC Notícias. A partir daqui, e até ao presente, a SIC não parou. Atualmente conta com sete canais - A SIC generalista e seis temáticos. A SIC generalista terminou 2017 mantendo a liderança do target comercial no horário nobre, com 21,4% de share¹⁸. A *SIC Notícias* também manteve a liderança, uma vez mais como canal líder de informação¹⁹. São 25 anos a fazer e a contar histórias, mas o *slogan* mantém-se “O melhor ainda está para ver”²⁰.

¹⁷ Anexo 1 - Entrevista a José Gomes Ferreira.

¹⁸ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/a3b/de4/12010466/IMPRESAPressReleaseContas2017vport.pdf>

[Consultado a 15 de julho, 2018].

¹⁹ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/a3b/de4/12010466/IMPRESAPressReleaseContas2017vport.pdf>

[Consultado a 15 de julho, 2018].

²⁰ Novo *slogan* em honra dos 25 anos da SIC.

2.1 Universo SIC

O universo SIC consiste num conjunto de seis canais temáticos - todos transmitidos em HD desde 2016 - e um projeto de solidariedade social. O objetivo da estação televisiva generalista é chegar a todos os tipos de público, daí a aposta permanente em canais temáticos, cada um com diferentes públicos-alvo. Esta orientação permitiu ir ao encontro das diferentes necessidades e procura dos telespectadores. Os marcos mais importantes foram:

- **1992** – Início das emissões da SIC;
- **1995** – A SIC ultrapassa pela primeira as audiências da RTP;
- **1997** – Nasceu o primeiro canal temático, a SIC Internacional;
- **1998** – Criação da SIC Filmes;
- **2000** – Início das transmissões SIC Gold;
- **2001** – Foram criados mais dois canais temáticos: a SIC Notícias e a SIC Radical. A SIC marca também nesse ano, a sua presença no mundo digital com a criação da SIC Online;
- **2003** – A SIC aproveita o dia Internacional da Mulher para fazer a primeira emissão da SIC Mulher. Neste ano a SIC também dá a conhecer o seu projeto de solidariedade social, a SIC Esperança;
- **2004** – Surge a SIC Comédia para substituir a SIC Gold, mas também acabou por terminar as suas emissões em 2006;
- **2007** – Implementação da Bloom Graphics com o objetivo de otimizar a capacidade de resposta à produção do grafismo da estação;
- **2009** – A pensar nos mais novos, nasce a SIC K;
- **2010** – Pela primeira vez é estabelecido uma parceria com a Rede Globo para a coprodução de telenovelas em português. Um marco importante não só para a estação mas também para a ficção nacional;
- **2011** – A primeira produção entre a SIC e a Rede Globo - a novela *Laços de Sangue* - ganhou um prémio internacional para melhor telenovela nos *39th International Emmy Awards*;
- **2013** – A SIC lança um novo canal temático, a SIC Caras;
- **2016** – A SIC torna-se a primeira televisão portuguesa a disponibilizar todos os seus canais em HD;

- **2017** – A SIC celebra o seu 25º aniversário, que ficou marcado pela *Digressão SIC de TODOS*. Para além disso, a aposta na SIC Internacional África foi um fator decisivo para o robustecimento da SIC como referência nos mercados de língua portuguesa.

2.1.1 SIC Internacional: *Estamos juntos!*²¹



Figura 3 - Logotipo SIC Internacional

Em 1997, deu-se o primeiro passo para a criação do universo SIC com a criação da SIC Internacional. O canal teve a sua primeira emissão a 17 de setembro, e foi lançado com o objetivo de chegar a todos os portugueses espalhados pelo mundo. Uma ponte entre Portugal e os portugueses que vivem no estrangeiro, mas também um elo de ligação entre Portugal e toda a comunidade PALOP

(Países de Língua Oficial Portuguesa).

Na grelha de programação consta a informação, o entretenimento e a ficção do universo SIC. O canal mostra também o melhor do desporto nacional português, com a transmissão dos jogos da Primeira Liga de Futebol e com o programa *Alô Portugal*.

Em 2017, a SIC intensifica a sua aposta em África com o lançamento de uma nova imagem e grelha de programação para a SIC Internacional. Esta reestruturação permitiu o acesso a novos conteúdos, a programas mais próximos do continente africano e o reforço da emissão *premium*: “A aposta na SIC Internacional África é um passo crucial para a consolidação da SIC como canal de referência nos mercados de língua portuguesa, territórios fundamentais para a expansão internacional do Grupo Impresa”²². Em julho de 2018, a SIC Internacional volta a reforçar a sua presença pelos vários continentes ao anunciar uma parceria com Comcast²³, passando a estar disponível em todo o território dos Estados Unidos da América.

²¹ *Slogan* do canal (em 2018).

²² Informação disponível em: <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2013-11-07-SIC-Internacional> [Consultado a 23 de julho, 2018].

²³ É uma das maiores operadoras de televisão americana, com 22,4 milhões de subscritores.

Atualmente, este canal temático conta com 10 milhões de telespectadores. O seu acesso pode ser feito através dos sistemas de cabo, satélite e IPTV, uma posição que segundo o Grupo Impresa “confere à SIC Internacional um lugar de destaque na difusão de conteúdos em língua portuguesa”²⁴. Pode ser visionado em França, Suíça, Luxemburgo, Alemanha, Bélgica, Andorra, Estados Unidos da América, Canadá, Angola, Moçambique, África do Sul, Brasil, Austrália, Reino Unido e Cabo Verde. Com uma projeção de 24 horas por dia, a SIC Internacional leva a atualidade portuguesa a todo o mundo.

2.1.2 SIC Notícias: *Os seus olhos no mundo*²⁵



Figura 4 - Logotipo SIC Notícias

A 8 de janeiro de 2001, a SIC notícias teve a sua primeira edição. O jornalista Pedro Mourinho foi o primeiro pivô do canal. Este relembra como foi a ansiedade da primeira emissão:

“Pensei que naquele momento tinhas o peso do mundo em cima de mim, tinha sobretudo o peso da responsabilidade. No nascimento de um projeto, acho que os primeiros segundos são aqueles que são os mais importantes, há a responsabilidade e o receio que alguma coisa não corresse bem, mas correu tudo bem.”²⁶

Este é um canal de televisão por cabo dedicado à informação, que se descreve e caracteriza por ser um canal de informação diária, 24 horas por dia, de rigor nos seus conteúdos, procurando responder ao público que quer estar sempre informado. Apesar do seu foco ser a informação, a SIC Notícias apresenta uma programação diversificada que oferece ao telespectador edições especiais e programas temáticos que vão desde

²⁴ Informação disponível em: <http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf> [Consultada a 25 de abril 2018].

²⁵ Slogan do canal (em 2018).

²⁶ Entrevista realizada na sequência do programa *Alta Definição*, vídeo disponível em: <https://www.dailymotion.com/video/x36jjyr> [Consultado a 16 de agosto, 2018].

a economia à moda, ao desporto, à música, ao internacional, às viagens, à saúde entre outros²⁷.

Um dos programas de destaque do canal é o *Opinião Pública*, uma emissão diária que proporciona debates sobre temáticas atuais, que atua como um fórum, onde os telespectadores são convidados a interagir e partilhar a sua opinião sobre os assuntos em destaque na atualidade. Para cada programa há um tema específico e um convidado especialista que irá debater em conjunto com o pivô e com os telespectadores o assunto em questão. O *Opinião Pública* procura promover uma “realidade coletiva”, que valorize o papel da audiência nesta construção, mantendo a conexão com o “país real” na aceção de Rebelo (1993). Com uma programação construída e totalmente dedicada à informação, a SIC Notícias é, por isso, líder de audiência no que toca à informação²⁸, e em 2017 foi o segundo canal mais visto no cabo.²⁹

Este canal está também presente em vários continentes, inclusivé no continente africano em países como Angola, Moçambique e Cabo Verde; na Europa o canal é emitido na Suíça, França e mais recentemente na Alemanha; na América, a emissão é transmitida nos Estados Unidos e em março de 2017 também começou a passar no Canadá; por fim, na Austrália também se pode ver SIC Notícias. A SIC Notícias também tem um *site* atualizado diariamente disponível em www.sicnoticias.sapo.pt

²⁷ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>
[Consultada a 25 de abril 2018].

²⁸ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/a3b/de4/12010466/IMPRESAPressReleaseContas2017vport.pdf>
[Consultado a 15 de julho de 2018].

²⁹ Informação disponível em: <https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/cmtv-e-o-canal-mais-visto-do-cabo> [Consultado a 15 de julho, 2018].

2.1.3 SIC Radical: *Ver para querer!*³⁰



Figura 5 - Logotipo SIC Radical

Ainda em 2001, o universo SIC, viu nascer um novo canal, a SIC Radical. Este canal temático, autorreferencia-se por ser um canal audaz, não-convencional e de diversão: “desde o seu nascimento que a

SIC Radical mostra caminhos alternativos, diferentes perspetivas sobre os mais variados temas, e acima de tudo [...] quer dar, revelar, mostrar e exhibir boa televisão, que arrisca e acerta na descoberta de novos talentos [...] um canal de confiança, não deixando de lado a irreverência, a ousadia e o risco que sempre foram o ADN da radical”³¹. O modelo de programas da SIC Radical, ao contrário da SIC Notícias, não tem a tradicional grelha que inclui blocos com programas de informação.

O canal tem uma grelha que privilegia programas de entretenimento, sobretudo, “séries de ficção científica, *anime*, *sitcoms*, *britcoms*, música, *talk-shows*, programas eróticos e programas amadores”³². Sendo um canal concebido para atrair as audiência mais jovens, o seu target são jovens-adultos e adolescentes, entre os 15 e os 34 anos. De acordo com o documento *online* disponibilizado pelo Grupo Impresa, “a SIC Radical tem sido o canal de não notícias preferido dos homens jovens portugueses”³³.

O canal tem como programa principal o *talk-show* *CC ALL STARS*, uma produção focada principalmente no público jovem com “um conteúdo completamente diferenciador com o objetivo de privilegiar as novas estrelas emergentes das redes sociais, fenómenos do *Youtube* e media digital”³⁴. Para além disso, outro dos

³⁰ Slogan do canal (em 2018).

³¹ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultada a 23 de agosto, 2018].

³² Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultado a 1 de abril de 2018].

³³ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultado a 1 de abril de 2018].

³⁴ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultado a 23 de agosto de 2018].

conteúdos que faz parte da imagem de marca do canal é a cobertura de diversos pólos de atração juvenil, como por exemplo, os festivais de verão nacionais como é o caso do *Rock in Rio*, o *Sumol Summer Fest*, o *Optimus Alive*, entre outros.

2.1.4 SIC Mulher: *Parte de si*³⁵



Figura 6 - Logotipo SIC Mulher

A 8 de março de 2003, Dia Internacional da Mulher, a SIC Mulher faz a sua primeira emissão. É um canal assumidamente direcionado para o público feminino, com entretenimento e informação sobre e para as mulheres:

“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”³⁶. Os conteúdos centram-se em temáticas como a moda, beleza, culinária e decoração. Potenciar a independência e o sentido cosmopolita da mulher faz parte da missão do canal, através da escolha dos conteúdos emitidos.

Ana Rita Clara, apresentadora do programa *Faz Sentido* transmitido na SIC Mulher, descreve o canal como “um canal atual, que respira futuro, respira as novas tendências, mas que está sempre à frente do seu tempo (...) e que consegue conjugar na perfeição aquilo que é tradição na televisão e aquilo que une as pessoas à maior modernidade e à atualidade”³⁷.

O conteúdo produzido neste canal não é exclusivamente nacional, tendo na sua grelha alguns programas internacionais como sejam os casos da *Ellen DeGeneres Show* ou o *Dr. Phil*. A SIC Mulher afirma-se como um canal dedicado à mulher no seu mais

³⁵ *Slogan* do canal (em 2018).

³⁶ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf> [Consultado a 24 de agosto de 2018].

³⁷ Entrevista disponível em: <https://sicmulher.sapo.pt/-mulher/2018-04-11-15-anos.-A-SIC-Mulher-jan-e-so-para-as-mulheres-Julia-Pinheiro> [Consultado a 24 de agosto de 2018]

amplo conceito “de uma forma saudável, atraente e inovadora”, onde “ao longo da sua existência [...] conseguiu alterar mentalidades, aproximar os temas femininos do panorama nacional, lançar novos rostos e novas tendências”³⁸.

2.1.5 SIC Esperança: *Vale a pena acreditar!*³⁹



Figura 7 - Logotipo SIC Esperança

No mesmo ano, o universo SIC concretiza mais um projeto. Ao contrário dos outros, a SIC Esperança não é um canal televisivo, mas uma Instituição Particular de Solidariedade Social. Tem como objetivo e principal foco a responsabilidade social e a expansão da intervenção da SIC em causas sociais.

De acordo com os princípios que alega seguir, 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 social no nosso país”⁴⁰.

Através deste projeto são então organizadas campanhas de angariação de fundos para as mais diversas causas e instituições. Nos últimos 14 anos, a SIC Esperança auxiliou mais de 200 mil pessoas, angariando cerca de 8 milhões de euros. Desenvolveu parcerias com 232 empresas em 2018 e colabora com 1.882 instituições. “Juntos ajudamos a reconstruir vidas e a renascer sonhos”: É com esta frase que a SIC Esperança lança a sua mais recente campanha.

³⁸ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>
[Consultado a 24 de agosto de 2018].

³⁹ Slogan do projeto (em 2018).

⁴⁰ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>
[Consultada a 25 de abril de 2018].

2.1.6 SIC K: *Aventura-te!*⁴¹



Figura 8 - Logotipo SIC K

Com um canal dedicado aos mais jovens, outro às mulheres, onde ficam os mais pequenos? É então, com um K para *kids*, que surge mais um canal temático, mas desta vez totalmente dedicado ao público infantil (dos 7 aos 14 anos). A SIC K surge a 18 de setembro de 2009, uma parceria entre a SIC e a Portugal Telecom.

Na sua génese, é um canal de entretenimento, com uma grelha diversificada de programas que inclui desenhos animados, séries, programas educativos, entre outros, isto numa tentativa de unir a vertente didática à diversão. A SIC K assume-se como sendo mais que uma soma de programas para os mais jovens: “ (...) a SIC K procura desenvolver o espírito crítico dos seus telespectadores independentemente da idade, evitando assim ser interpretado como apenas mais um canal construído a partir do somatório de programas”.⁴²

Do repertório de programas fazem parte produções originais (e exclusivas) e conteúdos internacionais. A pensar nas crianças, toda a programação é transmitida em língua portuguesa. A SIC K propõe diversão e aventura aos mais pequenos.

⁴¹ *Slogan* do canal (em 2018).

⁴² Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultada a 25 de abril, 2018].

2.1.7 SIC Caras: *Estão todos convidados*⁴³



Figura 9 - Logotipo SIC Caras

Por fim, em dezembro de 2013, nasceu o quinto e mais recente canal temático do universo SIC, a SIC Caras. Assume-se como uma extensão da revista *Caras*, e por essa mesma razão, além do nome, também herda a mesma orientação comercial.

É um canal direcionado para o entretenimento, com conteúdos inteiramente dedicados ao universo das celebridades nacionais e internacionais. Dentro da grelha de programas podem encontrar-se notícias, entrevistas, *talent shows*, magazines, *talk-shows*, grandes eventos, emissões especiais, entre outros. O canal tem uma audiência maioritariamente feminina, com primazia para uma faixa etária entre os 15 e os 24 anos, mas também a partir dos 45 anos⁴⁴.

Daniel Oliveira, Diretor Geral de Entretenimento do Grupo Impresa e Diretor de Programas da SIC, em entrevista para um dos principais programas do canal – *Passadeira Vermelha*⁴⁵ - afirma: “acho que conseguimos que o programa fale de temas que são tão caros a uma grande faixa de público. Vemos aliás que o jornalismo dito ‘sério’ se aproximou mais do nosso registo do que o contrário. Estas matérias suscitam interesse do público”. Este é portanto um canal que “convida” todos os interessados a ter um olhar mais próximo do mundo das celebridades.

⁴³ Slogan do canal (em 2018).

⁴⁴ Informação disponível em:

<http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf>

[Consultada a 24 de agosto, 2018].

⁴⁵ *Talk-show* apresentado por Liliana Campos.

Capítulo II

*Jornalistas Portugueses:
Principais Tendências Sociológicas
dos anos de 1980 até ao presente*

1. Principais elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses

A investigação sociológica das profissões em Portugal é relativamente recente e poucas são as atividades que têm sido objeto do olhar dos sociólogos. As principais exceções são talvez os engenheiros (Rodrigues, 1999), os médicos (Ribeiro, Baganha e Pires, 2002) e os jornalistas (Paquete de Oliveira, 1988; Garcia, 2009; Rebelo, 2011; Miranda, 2017; entre outros).

No caso dos jornalistas, até aos anos 80 do século XX, pouco se sabia sobre a sua realidade sociográfica. A ausência de um universo de informação independente, de um espaço político democrático, e uma liberdade de expressão muito mitigada ao longo de séculos, refletia-se no reduzido número de jornalista com carteira profissional. Estima-se que no início da década de 1940, o número de jornalistas com carteira profissional rondasse apenas os 200, trinta anos mais tarde, em 1970, calculava-se que o número de jornalistas ainda não atingisse os 500⁴⁶. A este respeito, o sociólogo José Luís Garcia (2009) faz notar que durante o regime autoritário de António Oliveira Salazar e Marcello Caetano, a caracterização deste grupo profissional esteve marcada pela incapacidade de exercer a atividade em liberdade, por uma inexistência ou efemeridade do ensino ou formação neste domínio, por condicionamentos severos no campo da informação e subordinação ao poder político e às elites económicas, e conseqüentemente pela ausência de um quadro de valores éticos e deontológicos. Esta realidade conduziu a um baixo prestígio social desta atividade profissional. Como afirma Garcia:

Todos os dados referidos são indícios de que, ao largo das primeiras décadas do século XX, Portugal apresentava uma realidade muito débil quanto à existência de um sistema de informação independente e onde o jornalismo encontrava grandes dificuldades para a afirmação de sua autonomia profissional. (Garcia, 2009, pág. 66).

⁴⁶ Dados retirados do livro *Estudos sobre os jornalistas portugueses*.

A Revolução dos Cravos, em 1974, e a instauração do regime democrático, que teve como umas das suas principais conquistas a liberdade de expressão, levou a que o universo de informação jornalística, em Portugal, sofresse profundas alterações (Garcia, 2009). Desde então, a prática e exercício do jornalismo alterou-se de forma significativa: conquistou-se paulatinamente uma maior pluralidade informativa, com o surgimento de novas publicações ou reprivatização das já existentes, expandiu-se ao espaço radiofónico (anos 80) e ocorreu a abertura da televisão a operadores privados (anos 90).

As transformações político-económicas, resultantes da integração de Portugal na União Europeia, fomentaram também o acesso ao ensino superior de camadas cada vez mais alargadas da população, bem como o surgimento de novas formações, como é o caso da abertura de licenciaturas no âmbito da comunicação social e do jornalismo⁴⁷.

Ainda que este período de transição entre “jornalismo censurado” e “jornalismo liberal” não tenha sido linear e isento de dificuldades (Garcia, 2009), foi possível observar uma adaptação positiva deste grupo profissional a todas estas metamorfoses. O ano de 1980 marca o fim do período de transição, e o início de uma nova era de prosperidade para o jornalismo e para os seus profissionais. Este novo panorama refletiu-se no número de entradas na profissão: entre 1975 e 1980 registam-se mais 821 jornalistas, e, em 1987, o corpo de profissionais passa para 1281, mais do dobro do que em 1970 (Garcia, 2009).

⁴⁷ A respeito da primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal, ver Mendes (2012).

1.1. Os jornalistas portugueses nos anos de 1980

Em 1988, José Manuel Paquete de Oliveira publicou “Elementos para uma Sociologia dos jornalistas portugueses”, um artigo pioneiro na academia portuguesa sobre os jornalistas portugueses. Este texto tinha como objetivo traçar um retrato sociográfico dos jornalistas em Portugal nos anos 80. Segundo o sociólogo, até aquela data, eram escassas e incompletas as pesquisas científicas e os dados relativos à sociografia dos profissionais da informação, uma situação não muito distinta daquela que ocorria por toda a Europa Ocidental.

No caso português, tal ficar-se-ia a dever não só ao longo período de ausência de liberdade de expressão e repressão jornalística, mas também devido à quase inexistência de um corpo de investigadores e professores universitários que se dedicassem às problemáticas da comunicação social em geral, e dos seus profissionais, em particular. A falta de investigação científica nos domínios da sociologia da comunicação e nos estudos de comunicação e *media* é expressada nas palavras de Paquete de Oliveira:

Existe em Portugal pouca informação sobre a ‘informação’ em geral e comunicação social em particular. Todavia, a área deste campo em que esta ‘ignorância’ é maior será, sem dúvida, aquela que diz respeito aos agente produtores diretos de informação pública, os jornalistas profissionais. Sabe-se pouco sobre os jornalistas. (Oliveira, 1988, pág.47).

No sentido de colmatar esta carência, Paquete de Oliveira (1988) apresenta alguns dados estatísticos com o objetivo de apresentar alguns elementos sociográficos que remetem para um melhor conhecimento destes profissionais. O sociólogo considerou para a análise dados estatísticos recolhidos pelo Sindicato dos Jornalistas em 1987, neste que foi “ um primeiro passo para conhecer aqueles que fazem as notícias que consumidos, as notícias que mediatizam a «realidade» em que nos movemos” (Oliveira, 1988, pág,49).

A leitura dos dados relativos a 1987 indica que entre 1982 e 1987 houve uma taxa de crescimento de 32% relativa ao número de jornalistas (Oliveira, 1988). Em termos de totais, os jornalistas com carteira profissional, em 1987, eram 1508, dos quais 1281 estavam em atividade. Destes, 80.2% eram do sexo masculino e apenas 19.8% são mulheres. Esta discrepância deve-se ao facto de as mulheres ser recém-chegadas à profissão. Na realidade, até 1974, entravam no jornalismo apenas três a quatro mulheres por ano, situação que só se alterou na década de 80, quando as mulheres começaram a entrar em massa nas redações munidas de diplomas académicos na área das ciências da comunicação e outras (Subtil, 2009; Silveirinha, 2012). Neste sentido, e como iremos ver mais adiante, começou neste período a poder falar-se de uma possível tendência de feminização da profissão. Paquete de Oliveira, a este respeito, explica que “ (...) nos últimos 6 anos (1982-1987) entraram 166 mulheres para o jornalismo, o que reflete um peso relativo face aos homens entrados (451-71.4%) de 28.6%. Essa tendência é confirmada em 1987: entre os 130 novos jornalistas profissionais 36.15% eram mulheres.” (Oliveira, 1988, pág. 50).

Outra das tendências apresentadas por Paquete de Oliveira foi o facto desta atividade exercida ser maioritariamente por jovens. Em 1987, 70% do total de jornalistas tinha menos que 45 anos (tabela 1). A faixa etária com o maior número de jornalistas era a do intervalo entre os 36 e o 45 anos, com 35.6%. A fração menos representada era a dos jornalistas com idade superior a 55 anos que correspondia apenas 10.4% do total de jornalistas.

Tabela 1 - Distribuição por classes etárias (1987)

	(Nº)	(%)
19 a 25 anos	73	4.2%
26 a 35 anos	518	30.3%
36 a 45 anos	605	35.6%
46 a 55 anos	332	19.5%
> 55 anos	176	10.4%
Total	1704	100%

Fonte: Oliveira (1988).

A componente juvenil da pirâmide etária dos jornalistas portugueses em 1987 refletia-se e era reforçada pela distribuição por anos de profissão (tabela 2). Podemos verificar que 43.9% dos profissionais exercia a profissão há menos de 10 anos. É ainda possível ver que apenas 25.4% dos jornalistas tinha 16 ou mais anos de profissão, destes, apenas 12,4% tinha mais 20 anos.

Se desagregarmos esta análise por sexos, conseguimos constatar que os homens dispunham de uma maior longevidade na profissão: 59.6% tinha mais de 10 anos de experiência, enquanto que maioria das mulheres (61.4%) tinham menos de 10 anos de experiência - isto acontece porque como referi anteriormente, a entrada frequente e gradual da mulher na profissão só foi possibilitada com instauração das liberdades públicas. Ainda assim, como um todo profissional, os dados retratam este grupo como sendo pouco experiente.

Tabela 2 - Distribuição por anos de profissão (1987)

	Homens	Mulheres	(%)
0 a 5 anos	172	78	16.6%
6 a 10 anos	335	78	27.3%
11 a 15 anos	388	74	30.7%
16 a 20 anos	179	16	13%
>20 anos	180	8	12.4%
Total	1254	254	100%
Em detalhe (> 20)			
21 a 25 anos	86	4	
26 a 30 anos	50	3	
31 a 35 anos	27	1	
36 a 40 anos	9	0	
>40 anos	8	0	

Fonte: Oliveira (1988).

No que diz respeito às habilitações académicas (tabela 3), os dados apresentados por Paquete de Oliveira (1988) evidenciam que mais de 50% dos jornalistas não tinha concluído o ensino secundário e apenas 19.2% tinha um curso superior. Destes 19.2% apenas 4% completou uma formação universitária em Jornalismo. Estes dados revelam que este grupo profissional era portador de baixas qualificações, o que se refletia na qualidade do jornalismo produzido em Portugal naquele período, pois “se ter a formação básica não é ser jornalista, ajuda a sê-lo.” (Oliveira, 1988, pág.51).

Tabela 3 - Distribuição por habilitações académicas

Curso	4 ^a Classe	1 ^o Ciclo	2 ^o Ciclo	3 ^o Ciclo	12 ^o Ano	Ensino Superior		Formação em Jornalismo	
(n ^o)	37	35	217	471	50	371	229	37	61
(%)	2.5%	2.3%	14.4%	31.2%	3.3%	24.6%	15.2%	2.5%	4%

■ Frequentou ou completou. ■ Frequentou. ■ Completou.

Fonte: Oliveira (1988).

Podemos então concluir que, num panorama geral, os profissionais de informação em 1987, eram um grupo jovem (70% tem <46 anos), maioritariamente masculino (80%), com pouca experiência (43.9% tem <10 de antiguidade) e baixa formação (80.2% não tinha curso superior).

1.2. O perfil dos jornalistas portugueses nos anos 90

A década de 90 continua a ser um período de mutação no perfil dos jornalistas portugueses. Este espaço temporal, “tão relevante de transformações na economia política dos *media*” (Garcia, 2009, pág.18), permitiu acentuar o processo de recomposição social e exibir novos traços morfológicos para o grupo profissional.

É nesta década que surge então a ideia para uma investigação mais aprofundada sobre os profissionais de jornalismo em Portugal, da responsabilidade Paquete de Oliveira e José Luís Garcia, num protocolo de colaboração entre o ISCTE e o Sindicato dos Jornalistas. Como iremos ver, muitas das tendências destas pesquisas estão em linha com as sugestões de Paquete de Oliveira no estudo referente a 1988. Estes novos contributos relativos à composição sociográfica deste grupo profissional estão divididos em duas linhas de investigação: num primeiro momento temos os dados referentes a 1990, resultado do I Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses, e num segundo momento, os dados relativos ao ano de 1997, resultantes do II Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses.

De modo a compreender a evolução morfológica desta classe profissional, José Garcia, em *Estudos sobre os jornalistas portugueses*, apresenta elementos sobre a sociografia dos jornalistas decorrentes da análise destes dados. Neste sentido, em termos de totais, entre 1987 e 1997 o número de entradas na profissão teve um *boom*, passando de 1281 jornalistas para 4247. Este pico de entradas refletiu-se num dos aspetos mais nítidos do processo de recomposição dos jornalistas: o rejuvenescimento do conjunto ocupacional. Nas palavras do sociólogo:

A leitura destes dados permite-nos depreender que o grande crescimento dos jornalistas teve como base a entrada de jovens na profissão, acontecimento que implicou uma profunda recomposição o grupo profissional e que certamente se repercutiu em vários aspetos das suas relações e do seu comportamento. (Garcia, 2009, pág. 73).

Os dados relativos a 1990 (tabela 4) indicam que esta continuava a ser uma profissão exercida maioritariamente por jovens, uma vez que tal como em 1987, 70% dos jornalistas tinha menos de 45 anos de idade. Desses 70%, quase um quarto possuía idade inferior a 30 anos. A faixa etária que agrupava mais jornalistas era a do intervalo etário entre os 30 e os 44 anos.

Em 1997, esta característica mantém-se. Do total de jornalistas, maioria (66%) tinha menos de 45 anos, sendo ainda possível verificar um ligeiro aumento no número de jornalistas com menos de 30 anos (tabela 4). Relativamente ao grupo etário menos representado (≥ 45 anos), apenas 8.4% tinha mais de 55 anos, o que segundo Garcia e Oliveira (1994, pág. 23), mostra que “o jornalismo parece pois ser uma profissão onde se entra cedo e da qual também se sai cedo, comparativamente com outras profissões”.

Tabela 4 - Distribuição por classes etárias (1990 e 1997)

	1990		1997	
	(Nº)	(%)	(Nº)	(%)
≤ 29 anos	556	23.4%	1078	25.4%
30 a 44 anos	1109	46.7%	1724	40.6%
≥ 45 anos	709	29.9%	1445	34%
Total	2374	100%	4247	100%

Fonte: Garcia (2009).

A tendência já assinalada por Paquete de Oliveira (1988) relativa à feminização da profissão, aparece agora de forma clara e inequívoca e que prosseguiu nas décadas seguintes como iremos ver. Num período de apenas 3 anos (1987-1990), o número de mulheres aumentou para um quarto do total de jornalistas (25.4%). Sete anos depois, em 1997, já representavam 32.8%, ou seja, quase um terço dos jornalistas (tabela 5). A este respeito, Garcia reforça a perseverança do processo de feminização face aos indicadores anteriormente expostos no estudo de Paquete de Oliveira (1988): “Verificou-se, neste período, a persistência e o aprofundamento da tendência para o crescimento relativo das mulheres que acedem ao profissionalismo face aos homens.” (Garcia, 2009, pág.74).

Tabela 5 - Distribuição por sexo (1990 e 1997)

	1990		1997	
	(Nº)	(%)	(Nº)	(%)
Homens	1772	74.6%	2853	67.2%
Mulheres	602	25.4%	1394	32.8%
Total	2374	100%	4247	100%

Fonte: Garcia (2009).

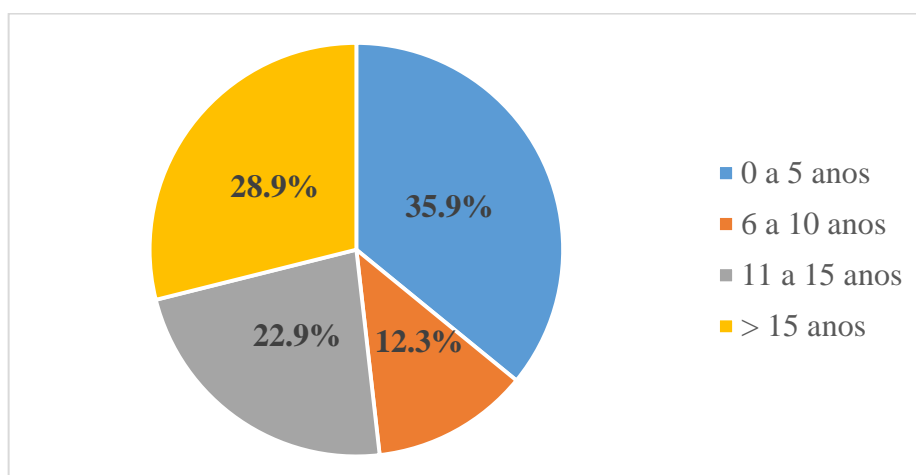
No entanto, de acordo a socióloga Filipa Subtil (2009), esta é uma (nova) visibilidade sem reflexo no poder, uma vez que quando analisada a composição sexual dos cargos de topo e níveis salariais, a conclusão expressa uma grande discrepância entre homens e mulheres:

A tendência para um incremento na visibilidade das jornalistas, resultante da sua crescente presença no mundo da comunicação e nas redações, dando-lhes uma imagem de «arejada» e moderna, não tem correspondido à transformação das estruturas de hierarquia (...). A análise [...] comprova que as jornalistas se encontram, na sua esmagadora maioria, completamente arredadas dos lugares cimeiros conotados com o exercício da autoridade e do poder [...] mesmo quando atingem os cargos de chefia, as mulheres parecem não auferir o mesmo nível salarial que os seus colegas homens idênticos cargos. (Subtil, 2009, pág.99).

Apesar da crescente presença da mulher neste grupo profissional, a sua situação continuava a não poder equipar à dos homens. A desigualdade entre sexos tanto na atividade profissional como nas hierarquias mantinha-se uma constante. Assim, não obstante a diminuição percentual de jornalistas do sexo masculino nos últimos 10 anos (1987-1997), este grupo continua a representar uma taxa de atividade muito superior à das mulheres, com um índice de 67.2% do total de jornalistas.

Para além da feminização, o rejuvenescimento deste conjunto profissional é também reforçado pela baixa antiguidade na profissão, de tal forma que se pode falar de um processo de dupla juvenilidade (Garcia, 2009, pág. 73). O gráfico 2, mostra que em 1990 quase metade (48.2%) dos jornalistas inquiridos tinha menos de 11 anos de experiência e apenas 28.9% estava há mais de 15 anos na profissão. Ainda que entre 1987 e 1990 haja um pequeno aumento no valor relativo ao grupo com mais anos de profissão (25.4% para 28.9%), nesta fase os jornalistas portugueses continua a caracterizar-se pela sua pouca experiência.

Gráfico 2 - Distribuição por anos de profissão (1990)



Fonte: Garcia, 2009.

Um outro fator de recomposição da profissão que merece a nossa atenção diz respeito ao grau de formação dos jornalistas portugueses. Os dados apresentados por Garcia (2009) referentes a 1990 indicavam que 27.9% dos jornalistas completaram um curso superior. Em 1997, os dados reforçam o aumento da percentagem de jornalistas com formação superior, com 43.6%. O inquérito relativo a esse ano revela ainda que 41.5% dos licenciados eram formados em Ciências da Comunicação, Comunicação Social ou Jornalismo. Estes dados não só indicam um aumento exponencial do número de jornalistas com um curso superior entre 1987 e 1997, mas também uma acentuada concentração temática na sua formação superior. Apesar de ainda não haver a inversão completa do panorama referente às habilitações académicas, estes dados favorecem o emergir de uma nova tendência que se vai impor.

Uma análise mais complexa e que reunia estas tendências foi testada no inquérito de 1997. Garcia (2009) sugere uma análise tipológica constituída por quatro *clusters*. Na tabela abaixo, estão representados os principais pontos da estratificação:

Tabela 6 - Matriz de estratificação dos jornalistas portugueses de Luís Garcia (1997)

+ Poder		+ Escolaridade
<p>Jornalistas «dirigentes» (10.4%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cargos de chefia (43.5%) e diretores (17.4%); • Sexo masculino (87%); • Entre 30 e 55 anos (73.9%); • Ensino obrigatório ou complementar (95.7%), 	<p>Jornalistas «credenciados» (20.9%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executantes ou outros (60.9%), cargos de chefia (17.4%) e editores/realizadores (17.4%); • Sexo masculino (58.7%); • Entre 30 e 55 anos (73.9%); • Licenciatura (78.3%) e bacharelato (21.7%). 	
<p>Jornalistas «executantes» (45.5%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executantes ou outros (88%); • Sexo masculino (65%); • Até 40 anos (84%); • Ensino obrigatório ou complementar (89%). 	<p>«Jovens» jornalistas (23.2%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executantes ou outros (78.4%); • Sexo feminino (58.8%); • Até 29 anos; • Licenciatura (90.2%). 	

Não obstante as transformações ocorridas neste grupo profissional, acompanhado por fatores de “ebulição”, “endógenos” e “aduzidos” (Garcia, 2009), a dinâmica deste sector de atividade nos anos 90 marcou uma viragem no perfil socioprofissional deste grupo. Esta mutação foi particularmente notada pelo seu alargamento e recomposição sociográfica, que incluiu um contínuo rejuvenescimento caracterizado por uma acentuada feminização e aumento do número de diplomados. Assim, “o alinhamento do mundo jornalístico por estes quatro agrupamentos é indicativo de um forte pendor para a diversidade de estatuto e de situações, sinais de maturidade de uma profissão” (Garcia, 2009, pág. 129).

1.3. Os jornalistas portugueses na atualidade

Com o virar do século, surgem novas alterações na caracterização socioprofissional dos jornalistas portugueses. Neste sentido, voltam a recolher-se dados sobre os profissionais de informação, numa investigação da autoria de José Rebelo, que resultou na obra *Ser jornalista em Portugal* (2011).

De modo a compreender a evolução sociográfica dos jornalistas portugueses num todo, e em particular a sua recomposição nos primeiros anos do novo milénio, Rebelo (2011) propõe-se a analisar o grupo profissional dos jornalistas entre 1974 e a primeira década do novo século: a “fase de expansão” que vai até ao final dos anos 90; e a “fase da recessão”, que emerge no primeiro quinquénio do século XXI, marcada pelo desencanto aos *media*. Nas palavras do sociólogo:

À euforia sucede a disforia, que nem a profusão de canais televisivos por cabo [...], as edições *online* de jornais diários e publicações periódicas ou a banalização do uso do telemóvel como suporte de informação conseguem dissimular. (Rebelo, 2011, pág. 25).

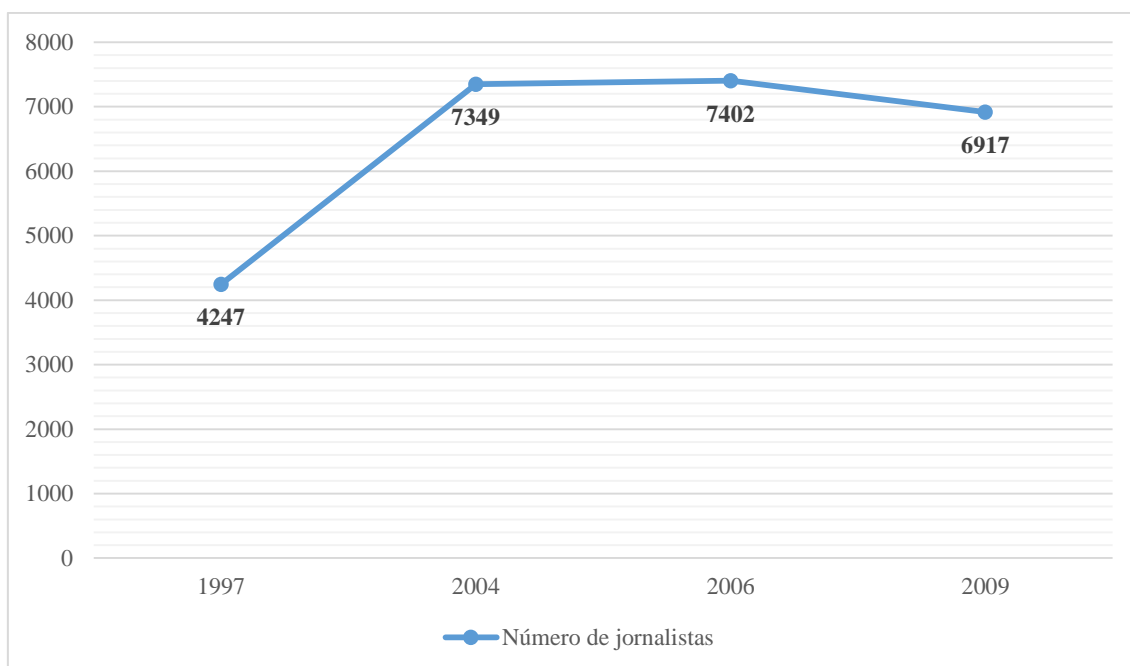
Segundo Rebelo (2011), esta fase de recessão e declínio da profissão foi desencadeada pelo desinteresse dos portugueses pelos *media*, aliado ao desmedido investimento publicitário feito no Campeonato Europeu de 2004, que acabou por resultar numa crise que se mostrou difícil de conter a partir de 2006:

Fragilizam-se ou extinguem-se projetos ligados à imprensa [...] No domínio das revistas especializadas, prevalece uma lógica de experimentação. Lançam-se um título para o mercado e espera-se alguns meses pelo resultado. Se as vendas e a publicidade responderam positivamente, continua-se; se a resposta for negativa, encerra-se [...] Numerosas estações de rádio locais fecham ou associam-se. Sobrevive, majestática, televisão”. (Rebelo, 2011, pág. 25).

Este contexto explicativo permite-nos assim viabilizar e perceber alguns aspetos que sobressaem na análise de Rebelo (2011) à sociografia dos jornalistas portugueses referente a 2006 e 2009. Com efeito, no gráfico 3 é possível observar que a curvatura numérica referente à evolução de jornalistas até 2004 é crescente, seguida por uma estagnação entre 2004 e 2006, e por um saldo negativo entre 2006 e 2009. Isto significa que o pico numérico de jornalistas foi atingido no período entre 2004 e 2006,

altura que se contabilizaram 7349 e 7402 jornalistas, respetivamente. Em 2009, os números apontam para um período de redução de profissionais, com 6917 registos.

Gráfico 3 - Evolução do número de jornalistas (1997 a 2009)



Fonte: Rebelo, 2011.

No que diz respeito à análise das faixas etárias (tabela 7), na primeira década do século XXI, verificou-se um envelhecimento no conjunto profissional. Em 1997, a percentagem de jornalista com menos de 41 anos era de 66.2%, em 2006 e 2009 esta observação perde validade. O núcleo de jornalistas que integra esse intervalo etário reduziu para 60.9% e 53.5%, respetivamente. Este fenómeno pode explicar-se pela redução percetual do número de jornalistas com menos de 30 anos, que caiu de 25.4% (1997) para 16.8% em 2006 e para 13.8% em 2009. No que toca aos dois grupos etários mais velhos, registou-se pelo, contrário, uma subida nos dois períodos: o intervalo entre os 41 e os 55 anos representam 28.8% (2006) e 32.7% (2009); aqueles com mais de 55 anos correspondem a 12.2% e 13.8%, respetivamente.

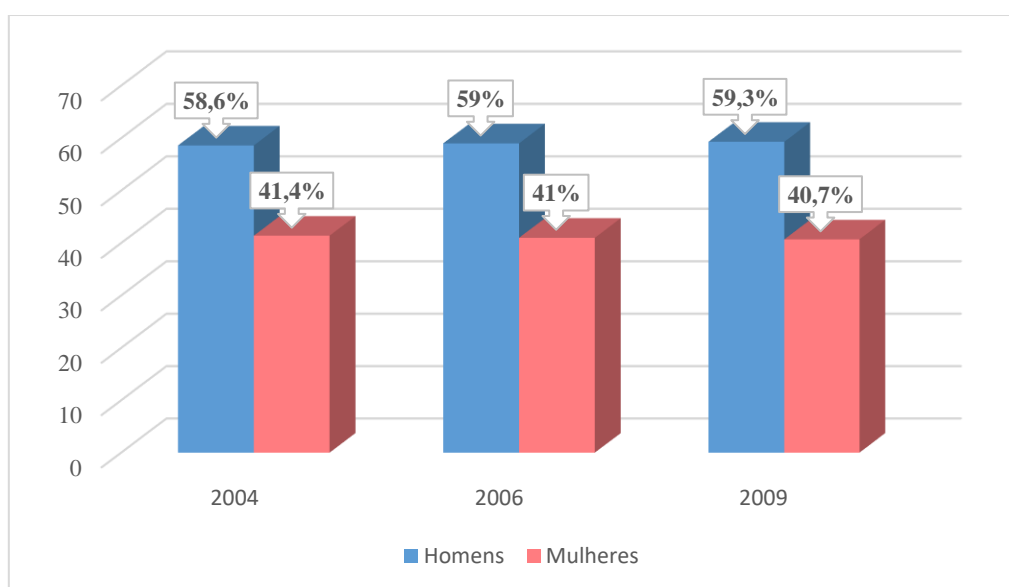
Tabela 7- Distribuição faixa etária (2006 e 2009)

Grupos etários	Anos			
	2006		2009	
	Número	Percentagem	Número	Percentagem
≤ 29 anos	1244	16.8%	952	13.8%
30 a 40 anos	3267	44.1%	2738	39.7%
41 a 55 anos	1986	26.8%	2254	32.7%
>55 anos	905	12.2%	954	13.8%
Total	7402	100%	6898	100%

Fonte: Rebelo, 2011.

Em relação à divisão por sexo, persiste a tendência de feminização da profissão. Os dados do gráfico 4 indicam que apesar de ainda haver supremacia do sexo masculino, o distanciamento entre os homens e as mulheres tem vindo a diminuir progressivamente. Em 2004, as mulheres ultrapassaram pela primeira vez os 40 %, verificando-se um relativa estabilidade até 2009 (41.4% em 2004; 41% em 2006; e 40.7% em 2009).

Gráfico 4 - Distribuição por sexo (2004 a 2009)



Fonte: Rebelo, 2011.

A este respeito, é curioso ainda constatar que, de acordo com os dados de Rebelo (2011), entre 2002 e 2006, a entrada de mulheres na profissão foi superior ao número de homens (58.2% *versus* 41.8%). Isto pode sugerir que nos “nos próximos anos, e considerando apenas os efeitos do envelhecimento e da aposentação das gerações mais idosas, é de esperar uma intensificação da feminização”. (Rebelo, 2001, pág. 46).

Relativamente às habilitações académicas, em 2006, a percentagem de jornalistas licenciados subiu para 62.8%, mantendo-se esse valor até 2009 (63.1%). Tal significa que pela primeira vez na história desta atividade, a maioria dos jornalistas portugueses tem uma formação superior. Esta é claramente uma inversão de um dos parâmetros de caracterização deste grupo profissional em relação os anos 80. Rebelo (2011, pág. 81) aponta ainda para o facto de “decididamente, o tempo do jornalista de tarimba, autodidata e «com jeito para a escrita», com «boa voz» ou «boa imagem» está em via de extinção”. Mesmo que do ponto de vista formal não seja obrigatório ter formação para ser jornalista, a verdade é que ter uma formação superior é cada vez mais valorizado para a integração neste meio profissional.

Através de uma análise multifatorial, Rebelo (2011) sugere para o período em análise três perfis-tipo que estratificam o coletivo jornalístico. Na tabela abaixo, estão representados as respetivas descrições:

Tabela 8 - Matriz de estratificação dos jornalistas portugueses de José Rebelo

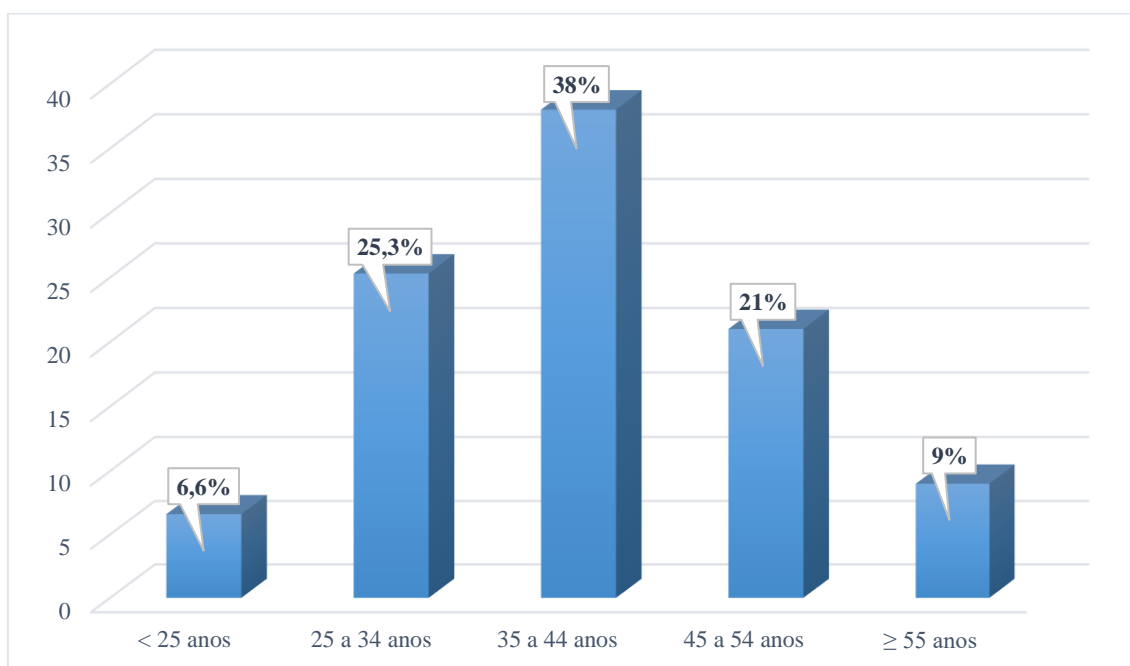
Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
<ul style="list-style-type: none"> • Entraram há mais tempo na profissão – 83% antes de 1976; • Maioria situa-se na faixa etária entre os 40 e os 49 anos; • Possuem uma menor escolarização; • Têm carteira profissional; • Mais de metade ocupa cargos de chefia e direção. 	<ul style="list-style-type: none"> • 90% entrou na profissão entre 1977 e 1986; • Maioria situa-se na faixa etária entre os 30 e os 39 anos; • Normalmente têm ensino superior; • Tem carteira profissional; • Cerca de 45% tem um cargo de chefia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Quase todos entraram depois de 1986; • Maioria situa-se na faixa etária entre os 18 e os 29 anos; • Têm uma formação de ensino superior; • Apenas 47% possui carteira profissional; • Excepcionalmente exercem cargos de responsabilidade.

Deste modo, é possível verificar que as conclusões do estudo de Rebelo (2011) prosseguem algumas das tendências enunciadas por Garcia (2009). Tendências essas que caracterizam este conjunto profissional como mais educado, mais equilibrado na distribuição por sexo, onde a médio-curto prazo pode até haver uma prevalência do sexo feminino (Rebelo, 2011). Em contrapartida, ainda que em 2009 a profissão seja exercida maioritariamente por jovens, a constituição da pirâmide etária mostra uma tendência para a diminuição das classes mais jovens, ou seja, o envelhecimento dos jornalistas portugueses enquanto conjunto profissional.

Só no ano de 2017 voltamos a ter dados globais sobre os jornalistas portugueses num estudo que resultou de uma parceria entre o ISCTE e o Sindicato dos Jornalistas. Esta parceria levou a cabo um novo inquérito por questionário aos profissionais do jornalismo, cujos resultados foram apresentados no relatório *Jornalistas e condições laborais: retrato de uma profissão em transformação* (2017).

Em termos etários (gráfico 5), em 2016, a média de idades dos jornalistas inquiridos era de 39,9 anos, o que reflete um grupo profissional relativamente jovem. A reforçar esta ideia de juvenilização, a percentagem de jornalistas com menos de 46 anos representava uma esmagadora maioria de 70%, não havendo grande diferença em comparação com o ano de 1987. Em contrapartida, estes números contradizem a sugestão de envelhecimento do conjunto ocupacional indicado na investigação de Rebelo (2011). Estes resultados podem potencialmente justificar-se pela metodologia utilizada, uma vez que, os dados relativos a 2016 são uma amostra e os de Rebelo (2011) são um universo.

Gráfico 5 - Distribuição por faixa etária (2016)



Fonte: Crespo, Azevedo, Cardoso [et al.], 2017.

Relativamente à distribuição por sexo (gráfico 6), é possível observar que apesar da maioria dos jornalistas portugueses ainda ser do sexo masculino (51.8%), a percentagem que separa ambos os géneros continua a mostrar pré-disposição para uma crescente simetria.

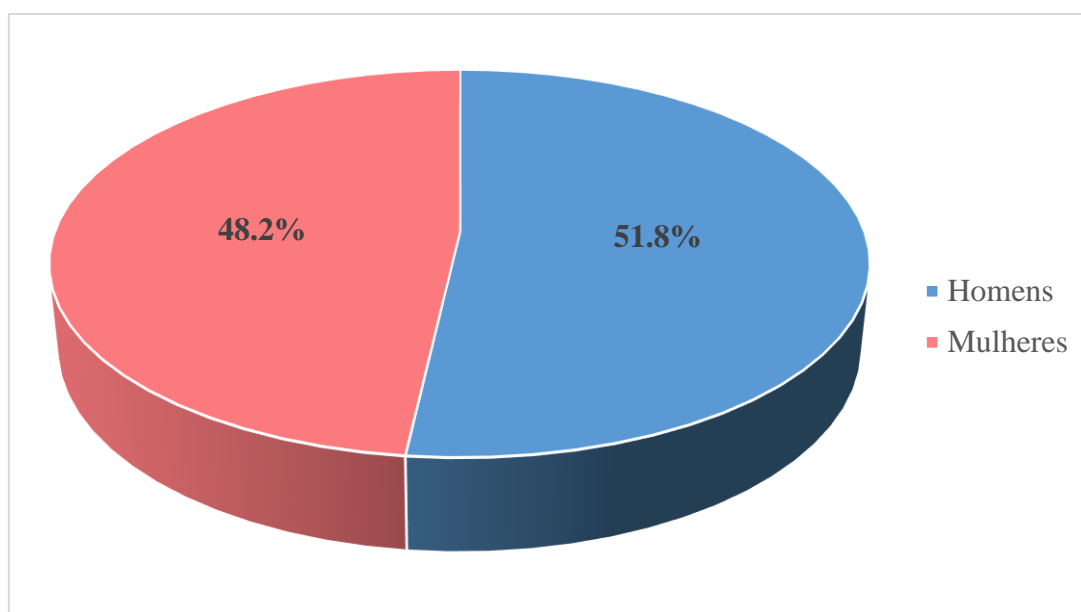
No entanto, apesar de, em termos numéricos, a discrepância entre sexos seja cada vez menor, a situação da mulher enquanto profissional encontra-se ainda um pouco fragilizada. Ainda que já se tenha estabelecido uma relação entre o movimento de recrutamento das mulheres e a recomposição da profissão, persiste uma *assimetria axiomática* (Miranda, 2017) no ritmo de ascensão e representação em cargos do topo. Isto significa que as mulheres não ascendem aos lugares de topo a um ritmo idêntico àquele que caracteriza a sua entrada na profissão, mesmo sendo as mulheres a classe com mais formação académica (Subtil, 2009; Miranda, 2017). Isto remete-nos para o paradoxo alusivo à mulher enquanto jornalista:

Esta conceção paradoxal é reflexo da realidade contraditória da inserção das mulheres jornalistas nas redações: conquanto se constituem um elemento fundamental e em expansão no atual enquadramento da produção jornalística, a posição das mulheres

nesse conteco é ainda profundamente relativizada em diferentes dimensões da atividade. (Miranda, 2017, pág. 33).

João Miranda (2017) considera que esta recomposição se inscreve num percurso histórico mais vasto da luta feminina pelo acesso igualitário à esfera de autoridade e influência institucional.

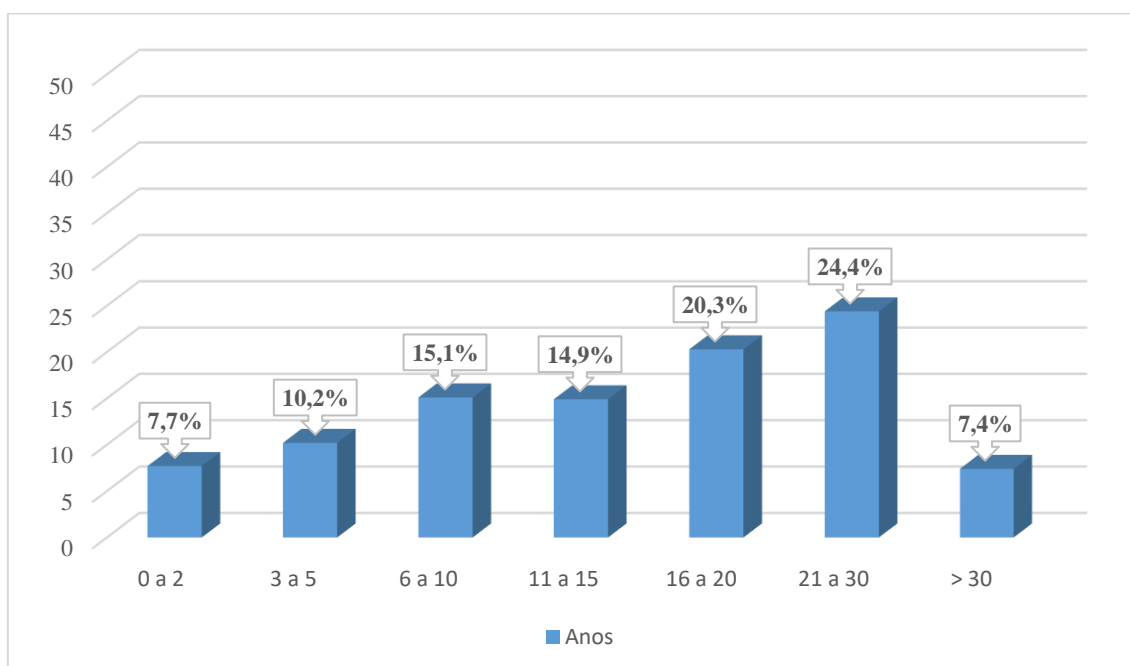
Gráfico 6 - Distribuição por sexo (2016)



Fonte: Crespo, Azevedo, Cardoso [et al.], 2017.

Os dados do inquérito de 2016 revelam também que esta é um grupo profissional experiente (gráfico 7), uma vez que mais de metade dos jornalistas inquiridos (52.1%) exerce a profissão há mais de 15 anos. Se acrescentarmos ainda o grupo se exerce entre os 11 e os 15 anos, observamos que 67% dos jornalistas portugueses tem pelo menos 10 anos de experiência.

Gráficos 7 - Distribuição por anos de profissão (2016)



Fonte: Crespo, Azevedo, Cardoso [et al.], 2017.

As habilitações académicas continuam a ser um elemento muito expressivo da caracterização deste grupo profissional, dada a assídua e contínua elevada percentagem de jornalistas com formação superior (79.6%). Aliás, a corroborar esta alta taxa de formação académica, os dados indicam que os jornalistas inquiridos têm uma escolaridade superior à média nacional⁴⁸. As percentagens continuam também a mostrar uma concentração temática e especializada nos diplomas dos jornalistas: dos inquiridos com um curso superior, 66.7% frequentou os cursos de Ciências da Comunicação/ Comunicação Social e 26.2% Jornalismo. Para além disso, o estudo revela ainda que mais de metade dos inquiridos fez pelo menos uma formação complementar nos últimos cinco anos, 40% dos quais por iniciativa própria, ou seja, os jornalistas portugueses investem numa formação contínua.

⁴⁸ Informação retirada do estudo *Jornalistas e condições laborais: retrato de uma profissão em transformação*.

Num estudo mais recente sobre a sociografia dos jornalistas portugueses, da autoria de João Miranda, faz-se uma abordagem alternativa à interpretação de algumas metamorfoses ocorridas nas várias recomposições deste conjunto profissional. É então sugerido que características/tendências como juvenilização, feminização e elevada percentagem de diplomados, possam brandar ou até mesmo inverter:

Não obstante a atual conjuntura sistémica do jornalismo tender a desacelerar, ou mesmo inverter, essas dinâmicas, o trajeto de recomposição do contexto profissional do jornalismo português tem-se desenvolvido, no período pós-transição democrática, na esteira de uma série de tendências de reconfiguração sociográfica relativamente constantes e interdependentes. (Miranda, 2017, pág.30).

Nesta sequência, Miranda (2017) aponta a conjuntura atual do jornalismo como causa para estas possíveis alterações. As dinâmicas concorrencias dos novos produtos digitais levam a novas fórmulas de trabalho, que por sua vez resultam no esvaziamento das redações. Esta desocupação inicia-se na camada mais jovem:

Motivado pela eclosão de uma conjunção paralela de produtos digitais e pela progressiva financeirização da informação [...] Reproduzem-se assim, estratégias de moderação de despesas, reformatação da oferta jornalística e redução de custos com pessoal [...] [que] indiciam a proliferação de situações de despedimento, baixos índices salariais e substituição de vínculos laborais permanentes por fórmulas de contrato mais instáveis” (Miranda, 2017, pág. 34).

Se a camada mais jovem é ocupada maioritariamente por jornalistas do sexo feminino, e se o permanente rejuvenescimento da profissão está dependente do contínuos progressos de feminização, a precariedade deste grupo profissional pode vir a traduzir-se na alteração da pirâmide etária, na alteração da percentagem de diplomados (visto que há mais mulheres com curso superior do que homens) e certamente no aumento da disparidade entre géneros. Ou seja, nesta conjuntura de “alomorfia”, a mulher enquanto membro institucional deste conjunto profissional, tanto pode servir de agente do progresso como agente de remissão (Miranda, 2017, pág. 33).

Em suma, todos os estudos aqui expostos mostram que as transformações sociográficas ocorridas na profissão foram inúmeras. Ainda que em termos metodológicos a comparação direta entre resultados seja por vezes passível de erro - dado que estamos a trabalhar com amostras e universos - num período de 30 anos pode compreender-se um crescimento exponencial no número de jornalistas; uma

acentuada feminização da profissão (a caminho da paridade); e um aumento muito expressivo das qualificações académicas e da formação dos profissionais da informação em Portugal. A evolução da sociografia destes profissionais é assim distinguida em três grandes recomposições influenciadas por três momentos históricos diferentes: o pré 25 de abril, onde o regime opressivo delimitava as diretrizes de todos os órgãos de comunicação social, o pós 25 de abril (fase da expansão) marcada pela instauração de um regime democrático e integração na União Europeia que desencadeou um *boom* no número de jornalistas, e por último, a entrada no novo século (fase da recessão) marcada por uma mutação subjacente na crise do sector dos *media*.

Capítulo III

A Experiência do Estágio

1. Apresentação e análise crítica das atividades desenvolvidas no estágio

O estágio na SIC teve a duração de seis meses, com início a 8 de janeiro de 2018 e fim a 6 de julho 2018. O plano de estágio possibilita a mudança de secções ao longo dos meses, dando prioridade às preferências dos estagiários, mas sempre condicionado às vagas existentes. Neste sentido, foi-me então possível trabalhar em três secções distintas: a primeira é sempre escolhida pela SIC, podendo ser agenda, *online* ou no programa *Opinião Pública*. Fui destacada para o *online*, onde integrei a equipa SIC Notícias *online* entre 8 de janeiro a 2 de março. De 5 de março a 18 de maio, estive na secção dos fins-de-semana⁴⁹. Terminei o estágio na secção do *Primeiro Jornal*, entre 21 de maio e 6 de julho. Ao longo dos seis meses, ainda me coube fazer três semanas de madrugadas, uma em fevereiro, e as outras duas em abril e junho.

Antes de descrever cada uma destas secções, é importante compreender o funcionamento da redação de informação, local onde realizei o estágio. Na SIC existe uma única redação, que engloba todas as plataformas de informação da SIC e da SIC Notícias (incluindo a vertente do *online*). Os jornalistas da SIC são orientados pelos coordenadores, que têm a função de não só atribuir as notícias que cada jornalista tem desenvolver, mas também (como é o caso dos telejornais da SIC e das várias edições informativas da SIC Notícias) assegurar a organização dos programas, bem como a dos alinhamentos⁵⁰. A ordem do alinhamento tem regra geral em conta os valores-notícia de atualidade, relevância e proximidade. Relativamente aos conteúdos que podem originar notícia, na agenda⁵¹ é construída uma lista diária de possíveis acontecimentos noticiosos, constantemente atualizada, e transmitida aos coordenadores e aos diretores. Estes, por sua vez, reúnem-se diariamente para discutir e seleccionar quais os acontecimentos que podem dar origem a matéria noticiosa. As matérias que requerem saída em reportagem são marcadas diariamente nas reuniões

⁴⁹ Os fins-de-semana é secção que trabalha para o *Primeiro Jornal* e *Jornal da Noite* de sábado e domingo.

⁵⁰ Um alinhamento é constituído por uma lista ordenada das peças noticiosas (para emissão).

⁵¹ Equipa que tem como função agendar e planear os acontecimentos noticiosos.

de planeamento. A plataforma de trabalho utilizada pela SIC é o ENPS⁵², onde se escrevem as notícias e se acede ao *planning*⁵³, aos alinhamentos, às agências noticiosas, entre outras funcionalidades. Para além dos ENPS, é também utilizado o programa XPRI onde se edita e tem acesso às imagens das saídas em reportagem, bem como das imagens de outras agências noticiosas.

Na sua composição física, a redação é constituída por dois estúdios (A e B), cada um com a sua régie, onde são feitas as gravações e emissões (em direto ou deferido) de vários programas. O estúdio A e B são compostos por zonas com cenário real e virtual. Por norma, o estúdio A é utilizado para a programação da SIC como por exemplo o *Primeiro Jornal* ou o *Jornal da Noite*, e o estúdio B para a programação da SIC Notícias. No meio da redação existe ainda uma área localizada preparada para a emissão diária e em direto do programa *Edição da Manhã* da SIC Notícias. A redação conta ainda com uma *news-desk*⁵⁴, uma sala de continuidade⁵⁵, seis salas de edição e quatro salas de gravação de som.

1.1. O *online*: SIC Notícias

O meu percurso na Sociedade Independente de Comunicação teve início no *online* da SIC Notícias, onde integrei a equipa durante cerca de dois meses. Para poder executar devidamente as funções que me cabiam, a primeira aprendizagem enquanto estagiária foi a de conseguir manusear com eficácia os três sistemas informativos fundamentais de trabalho: o *backoffice*⁵⁶ do *site* e os outros dois programas que já referi, o ENPS e o XPRI. Neste período, fiz sempre o turno da manhã, entre as 7 e as 14 horas, em horário contínuo. Este turno era composto apenas por mim e mais uma jornalista que entrava às 6:30h. A nossa principal função era assegurar a atualização do *site* com as ocorrências da madrugada, enquanto os colegas do turno seguinte não entrassem ao serviço. Quando os próximos turnos chegavam e a equipa ficava mais composta, havia

⁵² É um *software* utilizado pelos jornalistas e produtores como ferramenta de trabalho.

⁵³ É a agenda de marcação de serviços de reportagem da estação.

⁵⁴ Local de trabalho da produção.

⁵⁵ Sala de controlo das emissões da SIC.

⁵⁶ *Backoffice* é a área de gestão e administração dos conteúdos do *site*.

um melhor manuseamento dos conteúdos que tinham que ser exportados para o *site*. Até ao turno das 8 e das 9 horas chegar, o nosso trabalho era produzir e colocar conteúdos no *site* e ter o *ticker*⁵⁷ atualizado. Esta rotina praticamente ocupava todo o nosso tempo útil, quase nunca havendo tempo para a produção de conteúdos novos. De todas as funções existentes, a de estar responsável pelo *ticker* foi a única que não desempenhei. Até o coordenador do *site* chegar, no turno das 9 ou das 10 horas, as minhas tarefas eram atribuídas pela jornalista que ocupava o turno das seis e meia da manhã. A minha principal tarefa era colocar conteúdos no *site*. Este processo normalmente consistia em: retirar notícias do *feed*⁵⁸ (constantemente atualizado) da agência Lusa; verificar a ortografia e sintaxe (se necessário reescrever ou adicionar informação); fazer um *lead* e um título apelativo; introduzir pelo menos uma imagem ilustrativa; se pertinente à notícia, inserir conteúdos multimédia ou hiperligações (por exemplo, se a notícia em questão se refere a um *tweet*, a um vídeo, a uma imagem em particular, convém colocar juntamente com notícia); colocar a categoria a pertence (país, mundo, desporto, economia ou cultura); se fosse o caso, associar a outras notícias já publicadas sobre ou relacionadas com o tema; e por fim, colocar a fonte da informação. As imagens publicadas no *site* só podiam ser imagens das quais usufríssemos dos direitos ou tivéssemos autorização. Por norma, era feitos *downloads* de imagens de agências noticiosas com que a SIC tinha contrato, como por exemplo, a *Reuters* ou a *Associated Press*.

Quando o coordenador chegava, para além de colocar conteúdo informativo no *site*, podia acontecer ter a oportunidade de produzi-lo, ou seja, redigir “do zero” uma notícia, o que, sem dúvida, era muito mais desafiante, mas também tinha uma responsabilidade acrescida, uma vez que no final do texto não vinha o “Fonte: Lusa” para suportar qualquer tipo de erro de conteúdo.

Assim que o *Primeiro Jornal* entrava no ar, a minha principal tarefa passava a ser a edição e exportação desses conteúdos informativos (em vídeo) do XPXI para o

⁵⁷ *Ticker* é rodapé em movimento que aparece na parte de baixo da emissão televisiva durante os programas.

⁵⁸ Os *feeds* são o conjunto de notícias que chega constantemente à estação, provenientes das agências noticiosas nacionais e internacionais com quem a SIC tem contratos e detém direitos de utilização. Esse *feeds* são consultados através do sistema ENPS.

backoffice, acompanhados por um título e *lead*, e com respetiva categorização. Para além disso, também tive a oportunidade de fazer galerias de fotografias para o *site*.

O trabalho do jornalista do *online* é sedentário no sentido em que a equipa nunca sai da redação em reportagem, nem sequer tem muita oportunidade para procurar/investigar possíveis matérias noticiosas. Cerca de 70% a 80% do trabalho feito nesta secção são “injeções” de informação e não a criação de conteúdos novos. Também reparei que isto ocorre, em parte, porque muito do tempo de trabalho do jornalistas do *online* é gasto a exportar os conteúdos produzidos por outros jornalistas para o *site*, como é o caso das notícias emitidas no *Primeiro Jornal* ou no *Jornal da Noite*. Se cada jornalista da redação exportasse as notícias que produz diariamente para o *site*, possivelmente os jornalistas do *online* poderiam mobilizar mais do seu tempo para a procura e criação de novos conteúdos.

Enquanto estagiária do *online* da SIC Notícias tive a oportunidade de fazer um pouco de tudo, independentemente do género ou categoria, ou seja, consegui trabalhar com texto, video, imagem, em diversas áreas temáticas informativas. Considero que este foi um bom local para começar porque, para além da experiência prática em *online*, foi também uma forma de me introduzir no mundo da informação e preparar-me para a etapa que se seguia, ou seja, a informação no panorama televisivo. Além disso, nesta secção tive a oportunidade de fazer parte de uma equipa unida que me ensinou e ajudou não só a perceber muitos dos aspetos técnicos, mas também a integrar-me no meio. Isto porque uma das grandes dificuldade de ser estagiário da SIC é a ausência de uma orientação constante e contínua, na maioria dos casos, por falta de tempo dos jornalista para cumprir as *deadlines*. Como refere Schlesinger (apud Traquina, 1999, pág. 178) “o curso [do tempo] segue um regular ciclo diário, cuja cadência é pautada pelos *deadlines*. Estes e os inexoráveis ponteiros do cronómetro são dois dos mais potentes símbolos na cultura profissional do jornalista”.

1.2. Os fins-de-semana

Dois meses após ter iniciado este percurso, tive o primeiro contacto com as notícias na vertente televisiva propriamente dita. Uma situação que tinha tanto de entusiasmante como de assustador. A ânsia de aprender e de dar os primeiros passos no domínio deste ofício era muita, no entanto, a relevância e reputação notória que acompanham o canal fizeram recair sobre mim um sentimento de insegurança. Era evidente que não havia espaço para erros, mas como Ricardo Reis⁵⁹ refere numa das suas odes “Põe o quanto és /No mínimo que fazes”, assim o fiz.

Na secção dos fins-de-semana, trabalhava para o *Primeiro Jornal* de sábado e domingo. Como os jornalistas desta secção, cumpro o horário laboral de quarta-feira a domingo, usufruindo das folgas à segunda e terça-feira. O horário dos jornalistas que fazem parte desta secção era mais irregular do que o do resto dos jornalistas da redação, pois tínhamos que nos ajustar um pouco ao evento ou à situação que íamos cobrir e noticiar: Por exemplo, tanto podia ter que sair em reportagem para uma corrida solidária às nove da manhã, como um festival de comida às oito da noite. Por norma, a quarta-feira era dedicada à pesquisa e seleção de conteúdos para sugerir ao coordenador; quinta e sexta-feira eram os dias em que era mais frequente sairmos em reportagem. A hora de entrada e saída variava todas as semanas, cada jornalista fazia gestão de tempo tendo em conta variáveis como a distância de ida e volta até ao evento, o tempo de cobertura que a circunstância exigia, para que jornal e em que dia a peça iria entrar no ar, entre outros; para sábado e domingo, o coordenador enviava semanalmente por *e-mail* o horário de cada elemento. Também foi recorrente sair em reportagem ao sábado. Já ao domingo era mais raro, regra geral, fui destacada para fazer peças que não requeriam exterior.

A secção dos fins-de-semana foi então onde tive o meu primeiro contacto com o mundo da reportagem. Na primeira semana que integrei a equipa, como não tinha qualquer tipo de experiência, acompanhei jornalistas em algumas saídas em reportagem para compreender todo o processo, não só o do terreno mas também

⁵⁹ Heterónimo de Fernando Pessoa.

depois o da chegada à redação. Parecendo que não, por de trás da notícia de “minuto e meio” que observamos na televisão como telespetadores, o processo ainda é relativamente longo.

Tudo começa quando vemos no *planning* que nos foi marcado uma saída. A partir daqui, consultamos o nosso *e-mail* institucional, onde normalmente a produtora ou o coordenador dá alguma informação sobre a ocorrência que vamos reportar (local, horas, contactos e outras informações consideradas relevantes). Posto isto, todo o restante processo está por conta do estagiário. Também podia acontecer o coordenador ou a produção não terem tempo para fazer a marcação com o/os representantes da instituição a cargo da ocorrência. Nestas situações ficava a nosso cargo o agendamento do mesmo. De seguida, era preciso pesquisar mais informações sobre em que consistia o evento noticioso. Dada a minha inexperiência escolhi sempre fazer uma estruturação prévia das entrevistas para servir como um guia e não ser apanhada desprevenida. Quando chegava à redação, após a saída em reportagem, o primeiro passo era rever as imagens recolhidas pelo repórter de imagem, de modo a que quando estivesse a escrever o texto não houvessem frases para as quais (na edição) não houvessem imagens com que as pudessemos pintar⁶⁰. O passo seguinte era ouvir as entrevistas e cortar os vivos⁶¹ que ia utilizar na peça, para que pudesse escrever e organizar o texto em harmonia e consenso com o conteúdo do vivo (principalmente para que não haja informação repetida). O terceiro passo era redigir⁶² a notícia, começando pelo texto que o pivô⁶³ ia ler e prosseguindo para a notícia propriamente dita. Se houvesse tempo, era também aconselhável que, ao identificar a entrada do vivo no texto, fossem transcritas as palavras do entrevistado.

Estando esta primeira etapa concluída, era necessário pedir a um jornalista que nos corrigisse o texto e desse voz à peça, uma vez que os estagiários não estão autorizados a sonorizar o que escrevem. Após a gravação do texto, tínhamos que nos dirigir às salas de edição e pedir a um editor que nos montasse a peça. No entanto, apesar do editor ter o controlo da montagem audiovisual, tínhamos que editar ao lado dele para

⁶⁰ A expressão “pintar” em televisão serve para descrever o ato de editar imagens de sobre o texto voz *off* do jornalista.

⁶¹ É um excerto da entrevista realizada ao entrevistado ou excerto de um video do discurso de alguma pessoa.

⁶² O texto é redigido e gravado no sistema ENPS.

⁶³ Jornalista apresentador do jornal.

que pudéssemos conjugar a nossa visão com as ideias e conhecimentos profissional-especializado dele. Por fim, o último passo para finalizar a reportagem era introduzir no ENPS as frases gráficas – os oráculos - que acompanhavam a reportagem quando esta ia para o ar.

Para além das reportagens também era comum fazer peças que não requeriam exterior. O processo era idêntico, com a exceção de que tinha que procurar imagens para pintar o texto no arquivo de imagens da SIC ou nas agências noticiosas. Também era habitual fazer OFF's⁶⁴ e TH's⁶⁵.

O enquadramento do *Jornal da Uma* do fim-de-semana é diferente do mesmo jornal de segunda a sexta. No alinhamento do telejornal do fim-de-semana predominam as notícias de carácter leve e efémero, ou seja, num contexto jornalístico, as designadas *soft news*:

Soft news (...) has been described (...) as news that typically are more personality-centered, less time-bound, more practical, and more incident-based than other news (...). Finally, soft news has been described as a change in the vocabulary of news. The news is said to have become more personal and familiar in its form of presentation and less distant and institutional (Patterson, 2000, pág.4)⁶⁶.

Mas não é só a tipologia que difere, a perspetiva que se dá aos próprios acontecimentos também é distinta. É uma abordagem com um carácter menos institucional, com uma maior liberdade narrativa, remetendo para assuntos mais próximo do quotidiano. Além disso, a duração das peças é normalmente maior, estando entre os dois e os três minutos.

Na tabela 9 estão detalhados os principais serviços que realizei no que diz respeito as saídas em reportagem (desta secção):

⁶⁴ É um pequeno texto jornalístico lido pelo pivô sobre um bloco de imagens.

⁶⁵ Do inglês *talking head* (cabeça falante), ou seja, parte de uma entrevista, normalmente em plano aproximado, acompanhado por uma contextualização dada pelo pivô.

⁶⁶ Tomou-se a decisão de não proceder à tradução desta citação sob pena de perder a sua essência.

Tabela 9 - Saídas em reportagem na secção dos fins-de-semana

Data	Serviço	Local	Link
17 de março de 2018	1ª Edição do Beer Generation Lisbon Festival	Hub Criativo do Beato, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-03-18-1-edicao-do-beer-generation-lisbon-festival-no-beato
24 de março de 2018	14ª Edição do Concurso de Caldeirada à Pescado	Costa de Caparica, Setúbal	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-03-25-Concurso-da-Caldeirada-a-Pescador-na-Costa-da-Caparica
6 de abril de 2018	1ª Caminhada Cultural Contra a Obesidade Infantil	Belém, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-04-22-1-Grande-Caminhada-Cultural-contra-obesidade-infantil
28 de abril de 2018	4ª Edição do Street Food European Festival	Jardim do Casino de Estoril, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
5 de maio de 2018	25ª Edição do Congresso de Sopas de Tomar	Parque do Mouchão, Santarém	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-05-06-Sete-mil-litros-de-sopa-em-Tomar
11 de maio de 2018	6ª Edição do Há Provas em Oeiras – Gastronomia e Vinhos	Palácio do Marquês de Pombal, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-05-12-Gastronomia-e-vinho-para-provar-em-Oeiras-ate-domingo
13 de maio de 2018	Recriação de Mercado do Século XIX	Mosteiro de Alcobaça, Leiria	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-05-13-Viagem-no-tempo-a-um-mercado-do-seculo-XIX-em-Alcobaca
19 de maio de 2018	4ª Edição do Pátio da Cerveja – Lisbon Beer Fest	LX Factory, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]

1.3. O *Primeiro Jornal*

Nos últimos meses do estágio, integrei a equipa do *Primeiro Jornal*. O horário era mais regular (entre as 8 e as 16 horas), mas em contrapartida a capacidade de “desenrasque” e o nível de exigência eram muito superiores, além da necessidade irrefutável de ter que saber trabalhar com rapidez e eficácia sob a pressão do *deadline*. Aqui não havia muito espaço para indecisões ou incerteza, o trabalho tinha que ser feito e tinha que estar pronto a horas. Já manuseava minimamente o registo de fim-de-semana, até porque a uma determinada altura a linha de estruturação da reportagem acabava por estar sempre dentro do mesmo género (também porque a *pool* de eventos que cobri também foi dentro do mesmo perfil editorial). No entanto, o registo aqui era diferente e, apesar da duração média do tempo da peça ser ligeiramente menor, a complexidade do trabalho era maior.

Nos fins-de-semana, para além do telejornal ser mais curto, nem sempre havia um grande fluxo de informação, ou seja, existia por vezes uma certa distância entre as reportagens que fazia. Este cenário representava exatamente o oposto do que acontecia na secção do *Primeiro Jornal*. Aqui saímos quase todos os dias em reportagem e, mesmo nos dias em que tal não ocorria, tinha na mesma notícias para preparar. O fluxo de informação era também consideravelmente maior. Em contrapartida, o tempo que tinha para desenvolver e montar a notícia era muito menor, visto que saía de manhã e a peça tinha que estar pronta a tempo do *Primeiro Jornal*, ou seja, todo o processo de chegada à redação que descrevi anteriormente tinha agora que ser feito em um quarto do tempo. Isto devia-se não só à afluência de informação, mas também porque no *Primeiro Jornal* trabalhávamos sobretudo com as notícias da ordem do dia, ou seja, tinham que ser transmitidas no jornal desse mesmo dia (nos fins-de-semana, o mais comum era ser emitido no dia a seguinte).

Uma vez que já tinha passado pela secção dos fins-de-semana e já tinha alguma experiência, no primeiro dia, o coordenador deu-me uma peça (que não exigia exterior) para avaliar se me “desenrascava” na escrita e conseguia fazer uma correta a gestão do tempo. Passado o “teste”, no segundo dia, saí logo em reportagem.

Todos os dias, como referi anteriormente, haviam reuniões de planeamento para decidir o que ia ser noticiado no dia seguinte, por isso, normalmente, sabia de véspera que acontecimento tinha que cobrir. No entanto, foram também frequentes situações que só soube no próprio dia, deixando-me apenas com breves momentos para preparar a entrevista e informar-me sobre o acontecimento. Em termos dos procedimentos para a produção da notícia, era igual ao dos fins-de-semana, com todas as fases que descrevi anteriormente. A diferença estava no tempo que tinha para completar todas as etapas. Para além do tempo, a tipologia de notícias que tinha que desenvolver também era diferente. No *Primeiro Jornal*, tive a oportunidade de trabalhar numa *pool* de notícias muito mais diversificada. Fiz peças desde desastres no estrangeiro, a temáticas que diziam respeito à sociedade portuguesa, a assuntos que ficam no limiar entre as *hard news* e as *soft news*, como por exemplo, o Dia Mundial da Tartaruga. Na sua génese foi efetivamente uma peça sobre tartarugas, mas com uma vertente informativa que sensibilizava sobre o perigo de extinção de algumas espécies. Ainda que existisse uma grande heterogeneidade no conteúdo noticioso do alinhamento do *Primeiro Jornal*, a categoria predominante em que se inseriam era no das *hard news*. De acordo com Shoemaker e Cohen's (2006), as *hard news* são ocorrências urgentes, atuais, e relevantes que precisam ser noticiadas assim que possível, uma vez que se tornam ultrapassadas muito rapidamente.

Para além do ritmo frenético e da exigência, na maioria dos dias, a maior dificuldade era arranjar um jornalista que conseguisse abdicar do tempo (que não tinha) para corrigir e dar voz às peças pois, como é de imaginar, não era a única com prazos apertados. No entanto, a uma determinada altura, acabou por se tornar “normal” o sentimento de trabalhar sob pressão; de ter que escrever sem tempo; de estar a acabar de editar quando faltava 5-10 minutos para a peça ir para o ar. Este era o quotidiano de um jornalista do *Primeiro Jornal*. Estagiar nesta secção foi uma grande escola, a bagagem que me deu é inquestionável. Ainda que nem sempre tenha sido um percurso fácil, no fim compensou não só em termos de aprendizagem mas também em termos de conquista pessoal.

Na tabela 10 estão detalhados os principais serviços que realizei, só no que diz respeito as saídas em reportagem (desta secção):

Tabela 10 - Saídas em reportagem na secção do *Primeiro Jornal*

Data	Serviço	Local	Link
23 de maio de 2018	Dia Mundial da Tartaruga	Jardim Zoológico, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-05-23-Zoo-de-Lisboa-assinala-dia-mundial-da-tartaruga-com-atividades-especiais
24 de maio de 2018	Conferência de imprensa sobre burla de vendas no Facebook	Comando Metropolitano de Lisboa da PSP, Moscavide	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
25 de maio de 2018	Dia Mundial da Tireoide (rastreios/campanha de sensibilização)	Cais do Sodré, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
28 de maio de 2018	Greve de enfermeiros no Hospital Garcia da Orta	Hospital Garcia da Orta, Setúbal	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
29 de maio de 2018	Rastreio Nacional da Voz Artística	Unidade de Saúde Familiar S. Filipe, Setúbal	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-05-30-Rastreio-a-voz-de-artistas-e-profissionais-alerta-para-problemas-nas-cordas-vocais
30 de maio de 2018	Campanha da Cereja do Fundão 2018	Mercado de Alvalade, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
18 de junho de 2018	Entrevista sobre previsões meteorológicas (início de verão)	IMPA, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
19 de junho de 2018	Fiscalização PSP (regras de circulação dos peões na passadeira)	Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-06-19-PSP-de-Lisboa-reforca-fiscalizacao-das-regras-de-circulacao-dos-peoes

22 de junho de 2018	Dia Internacional de Levar o Cão Para o Trabalho – empresa permite levar o cão todos os dias para o trabalho	Nestlé, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-06-22-Hoje-e-dia--internacional--de-levar-o-cao-para-o-trabalho
27 de junho de 2018	Iniciativa “Água Sobre Rodas”	EPAL, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
28 de junho de 2018	Iniciativa “O Surf é Para Todos”	Praia do Marcelino, Setúbal	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-07-02-Jovens-e-adultos-com-deficiencia-experimentam-aula-de-surf-na-Costa-da-Caparica
29 de junho de 2018	Fecho da última mercearia típica em Alfama	Alfama, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-06-29-Ultima-mercearia-tipica-de-Alfama-vai-fechar
3 de julho de 2018	3ª Edição do Festival Loures Arte Urbana	Loures, Lisboa	[Conteúdo não exportado para <i>online</i>]
4 de julho de 2018	Iniciativa “Apps For Good”	Escola Secundária, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-07-09-Mais-de-250-alunos-participaram-na-4.-edicao-da-Apps-for-Good
5 de julho de 2018	Colónia de Férias - Fundação "O Século"	Carcavelos, Lisboa	https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-07-06-Colonia-de-ferias-O-Seculo-e-a-mais-antiga-do-pais

1.4. As madrugadas

Todos os estagiários têm que fazer duas a três semanas de madrugadas. A rotina das madrugadas era diferente. Trabalhamos da meia-noite até às seis da manhã. Aqui tinha uma responsabilidade acrescida, pois até às quatro e meia da manhã só está na redação um estagiário e um repórter de imagem. Cabia ao estagiário toda a atualização de informação durante esse período temporal e não havia espaço para dúvidas ou indecisões porque não tinha a quem recorrer. A partir dessa hora, chegava uma pequena equipa para começar a fazer a *Edição da Manhã* da SIC Notícias. As tarefas nesse horário passavam por ler o conteúdo informativo e ver os *feeds* atualizados das agências noticiosas nacionais e internacionais. Tinha também que escrever OFF's e fazer TH's sobre os acontecimentos mais importantes ou relevantes e editar as respetivas imagens; outra das funções era ouvir a rádio TSF de hora a hora, para me manter atualizada e estar a par de alguma possível ocorrência - se fosse este o caso, saímos em reportagem; tinha também que ligar pelo menos cerca de duas vezes por noite à Guarda Nacional Republicana, para saber se tinha havido alguma ocorrência importante, que justificasse a saída em reportagem.

Durante as semanas que fiz madrugadas, não foram frequentes as situações que necessitassem de uma saída. A minha principal função foi manter a informação atualizada sobre ocorrências noticiadas pelas agências, ainda que também tenha acontecido ser necessário sair em reportagem. Dado o horário, a afluência de informação que chegava à redação era quase toda de teor internacional. A primeira semana de madrugadas que fiz (fevereiro) foi aquela em que senti mais dificuldade, uma vez que, em termos práticos, ainda só tinha a experiência do *online*, ou seja, o meu conhecimento sobre os programas de edição e os sistemas onde tínhamos que redigir a informação era diminuto. Para além disso, nunca tinha saído em reportagem, e por isso, não sabia ao certo os procedimentos a seguir. Nessa primeira semana ter o encargo de poder ter que tomar grandes decisões e fazer a atualização de toda a informação pareceu-me demasiada responsabilidade para a minha escassa experiência. No entanto, na segunda e terceira semana (abril e julho), como já tinha passado pelas outras secções, foi mais fácil e a pressão foi menor, uma vez que já

tinha mais noções sobre a função que tinha que desempenhar e como tinha de a desempenhar.

Capítulo IV
*Perfil Sociográfico dos
Jornalistas da SIC*

1. Composição da redação de informação da SIC

A redação é composta por um total de 268 profissionais de informação (jornalistas, elementos da produção, agenda, editores de imagem, repórteres de imagem e técnicos de imagem). O quadro de jornalistas está organizado e dividido por editorias e secções. Existem um total de seis editorias – desporto, cultura, política, economia, internacional e sociedade. Os jornalistas que compõem cada editoria dominam diversos assuntos e temáticas do seu respetivo sector, ou seja, apesar que estarem aptos para escrever notícias sobre qualquer evento, são especializados naquela área de conhecimento. Existem ainda as secções do *Primeiro Jornal*, do *Jornal da Noite* e dos fins-de-semana, onde os jornalistas, por norma, escrevem notícias sobre diversas temáticas e acontecimentos que ocorrem no próprio dia ou que fazem parte do quadro informativo-noticioso das ocorrências da atualidade. Dentro da redação há ainda a secção da SIC Notícias, onde o corpo de jornalistas se divide pela *Edição da Manhã*, *Edição da Tarde* e *Edição da Noite*, e ainda pela secção da SIC Notícias *online*.

Os jornalistas da redação são chefiados por coordenadores e por chefes de editoria. Todas as editorias têm um chefe, que é por norma, o jornalista sénior com mais experiência e conhecimentos sobre as matérias da editoria. Cabe-lhe a tarefa de distribuir as notícias a cobrir pelos profissionais que a compõem. Cada telejornal da SIC e cada edição da SIC Notícias têm o seu próprio coordenador, que como descrevi no capítulo anterior, para além de distribuir os trabalhos a desenvolver pelos jornalistas da sua secção, fazem a seleção e o alinhamento das notícias que vão ser emitidas dos diferentes blocos de informação, assim como a organização de todo o programa. A SIC Notícias *online* têm também um coordenador próprio. Para que haja um equilíbrio organizacional entre as editorias, as necessidades generalistas e a SIC Notícias, as reportagens a realizar são marcadas diariamente nas reuniões de planeamento, onde estão presentes, coordenadores dos blocos de informação da SIC e SIC Notícias, diretores de informação, o coordenador dos repórteres de imagem e, em algumas ocasiões, os chefes de editoria. Apesar de haver vários cargos de direção na SIC, a direção de informação é uma das bases para um núcleo organizacional eficaz, capaz de responder às necessidades informativas do canal e às exigências

competitivas perante os outros meios de comunicação social. A SIC conta então com uma equipa de direção e coordenação composta por cinco diretores, três coordenadores de redação e seis chefes de editoria, que trabalham diariamente em conjunto na tomada de decisões para o bom funcionamento da estação. No gráfico abaixo, estão representados os membros da equipa de direção e coordenação de conteúdos informativos da SIC e os seus respetivos cargos:

Gráfico 8 - Organograma da direção e coordenação de conteúdos informativos da SIC⁶⁷



⁶⁷ No gráfico não estão representados os coordenadores de informação da SIC Notícias.

A direção e coordenação de conteúdos informativos da SIC é assim composta por treze jornalistas, destes, sete são homens e seis são mulheres, ou seja, em termos numéricos existe uma certa equidade no desempenho de cargos de topo. Se nos centrarmos nas chefias intermédias e coordenadores de redação, as mulheres estão em maioria: seis, dos nove cargos são ocupados por mulheres. No entanto, no que toca a funções executivas, os cargos são ocupados na totalidade por homens.

2. Os jornalistas da SIC

O estudo que se segue foi levado a cabo apenas com os dados disponibilizados pelo Departamento de Recursos Humanos da SIC, disponíveis no anexo 2. Os dados são alusivos e válidos para 27 de julho de 2018, data em que foram facultados.

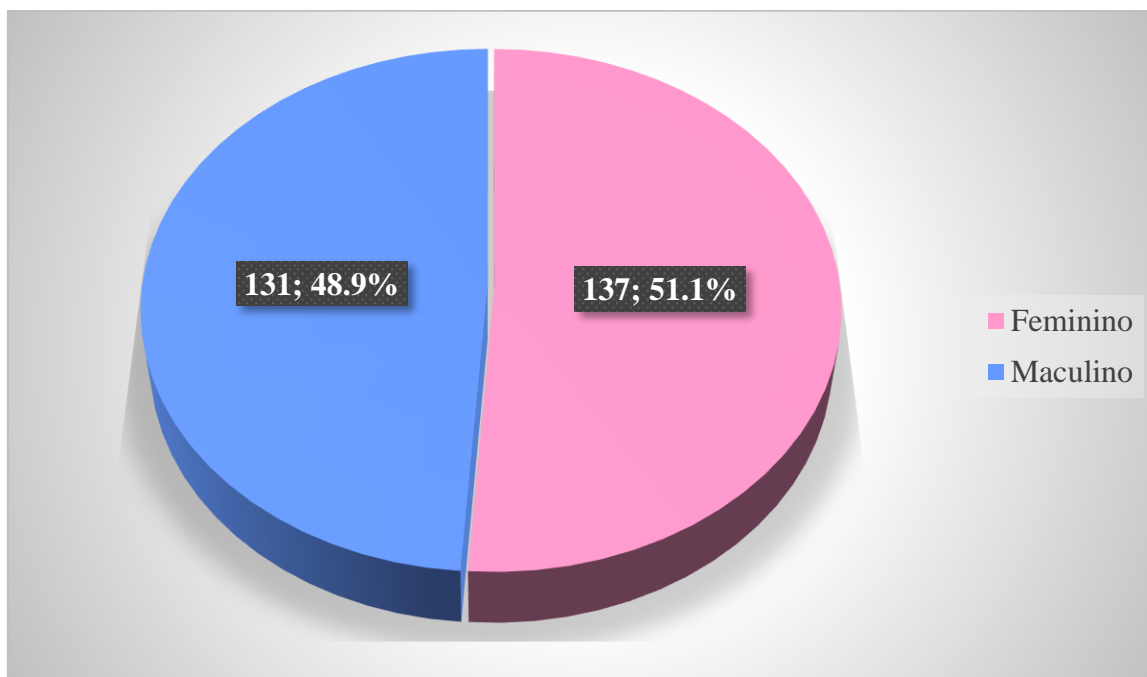
Os totais apresentados e analisados são referentes ao universo de jornalistas da redação de informação da SIC, que inclui a SIC generalista e a SIC Notícias. Os dados abrangem os jornalistas de informação da sede de Carnaxide, em Lisboa, Matosinhos, no Porto e de Portalegre.

Neste subponto pretende-se dar a conhecer qual o perfil sociográfico dos jornalistas desta estação televisiva: Quantos são? Qual a sua distribuição por sexo? A média de idades faz deste um conjunto profissional jovem ou envelhecido? Quais as suas habilitações académicas? Qual grau de antiguidade na empresa? Que funções e cargos que desempenham?

Neste sentido irá ser apresentado graficamente por meio de totais e percentagens, todos os dados facultados e a sua respetiva organização de acordo com os parâmetros apontados nas questões anteriores. Esta estratificação será acompanhada por uma descrição analítica dos valores e resultados finais, bem como uma reflexão comparativa entre estes mesmos dados e os valores referentes ao panorama nacional.

2.1. Distribuição dos jornalistas por sexo

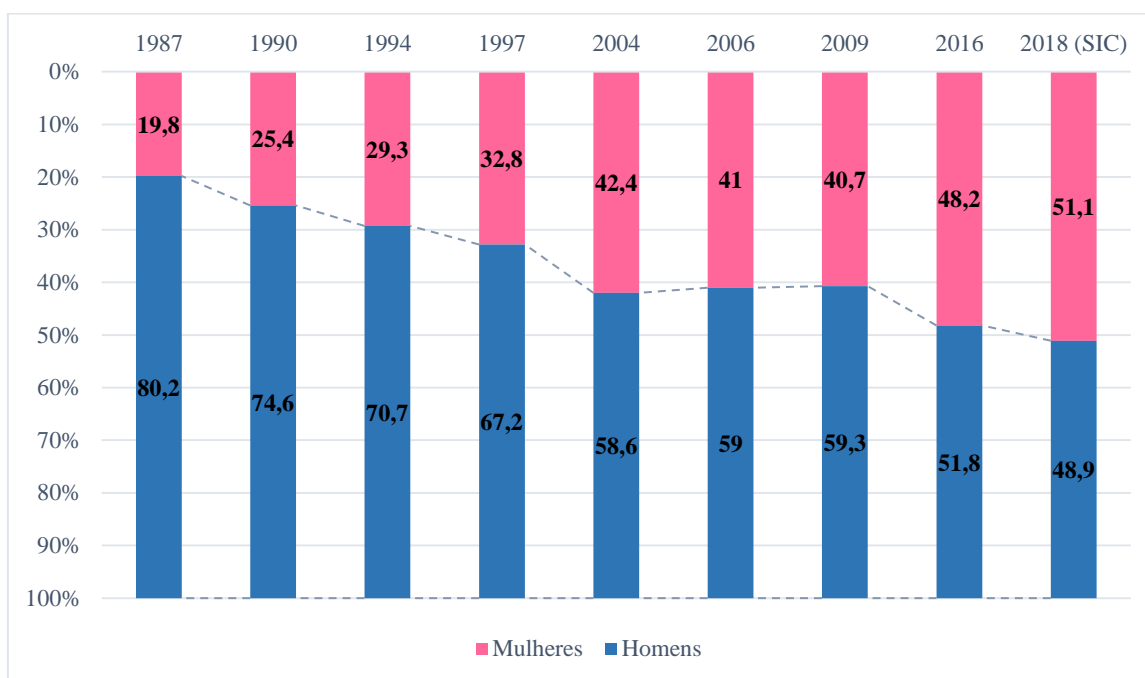
Gráfico 9 - Total de jornalistas por sexo (SIC)



A redação da SIC é composta por 268 jornalistas. Em termos da distribuição por sexo, o gráfico 9 mostra que maioria (51.1%) são mulheres. Ainda que a diferença entre os sexos seja ligeira (51.1% *versus* 48.9%) verifica-se aqui uma tendência para a paridade, aliás, em linha com os dados nacionais mais recentes (Crespo, Azevedo, Cardoso [et al.], 2017).

Como nos mostram os estudos realizados nas últimas três décadas sobre o universo dos jornalistas portugueses, tem-se assistido a uma acentuada feminização do conjunto profissional (gráfico 10). No ano de 1987, a percentagem de jornalistas do sexo feminino não chegava a atingir os 20% e em 2016 já representava quase metade (48.2%) do total de jornalistas. Como se pode ver, os dados relativos à SIC acompanham a tendência nacional para a equidade entre homens e mulheres nas redações em Portugal.

Gráfico 10 - Evolução da feminização dos jornalistas (1987-2018)



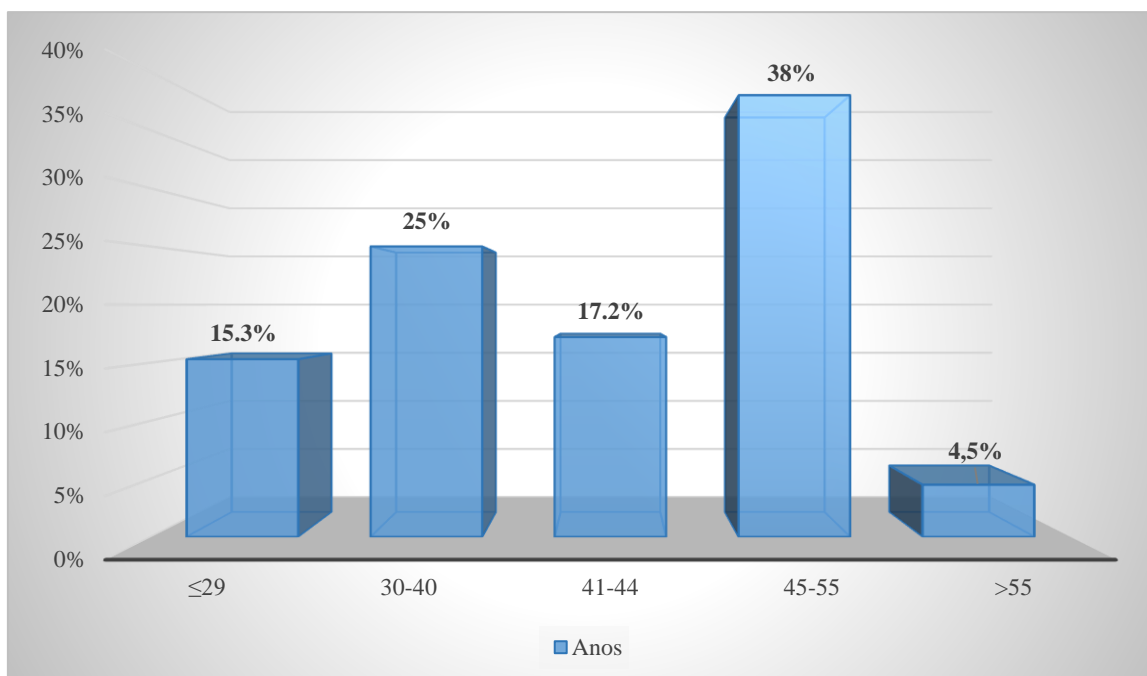
Fonte: Oliveira, 1988; Garcia, 2009; Rebelo, 2011; Crespo, Azevedo, Cardoso [el al.], 2017.

No entanto, tal como foi analisado no organograma da direção e coordenação de conteúdos informativos da SIC, esta visibilidade numérica continua a não refletir-se na composição sexual dos cargos de chefia de topo: não há mulheres em cargos executivos. A este respeito, Miranda, esclarece que:

De facto, um dos fatores essenciais do processo de recomposição de género do quadro profissional do jornalismo, enunciado anteriormente, prende-se com a sua inexpressiva representação nas esferas de responsabilidade e chefia editorial. A desagregação por género do enquadramento dos inquiridos em termos do estatuto profissional assumido revela um cenário que pende para identificar esses mesmos pressupostos de assimetria. Ainda que seja possível reconhecer uma exígua variação conducente a favorecer a representação das mulheres jornalistas nas posições de chefia de edição, torna-se evidente, nesta amostra, a preponderância masculina entre os postos executivos editoriais (Miranda, 2017, pág.37).

2.2. Distribuição dos jornalistas por faixa etária

Gráfico 11 - Total de jornalistas por faixa etária (SIC)



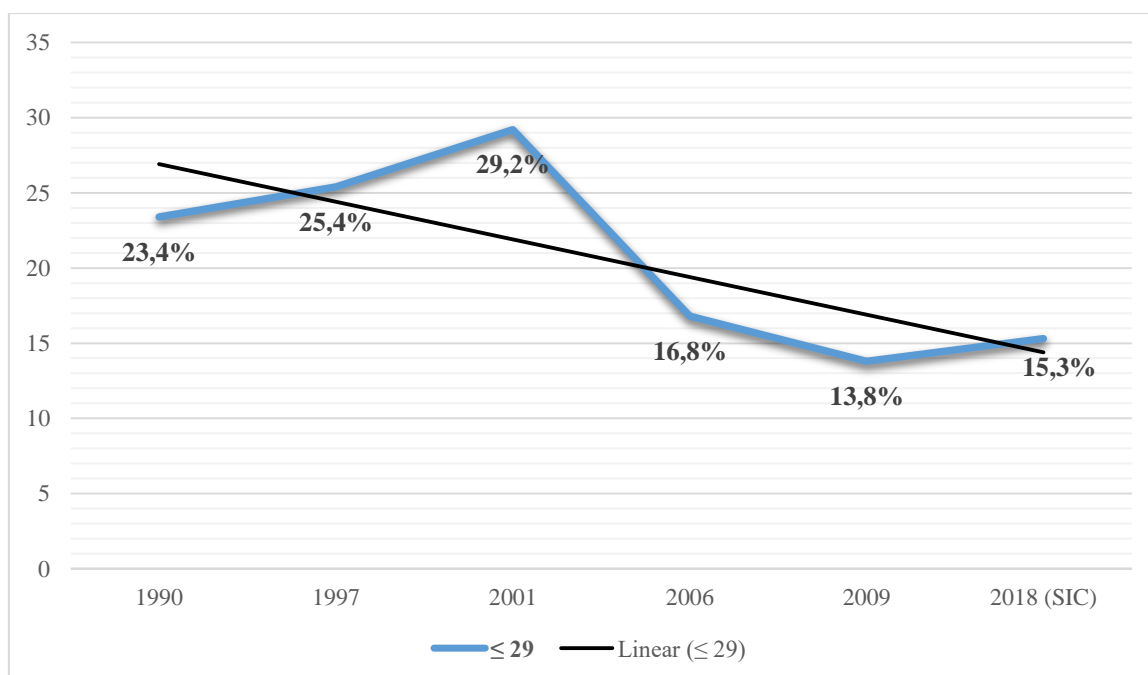
	(Nº)	(%)
Até 29 anos	41	≅ 15.3%
30 a 40 anos	67	25.0%
41 a 44 anos	46	≅ 17.2%
45 a 55 anos	102	≅ 38.0%
>55 anos	12	≅ 4.5%
Total: 268		
Média ≅ 42.5 anos		

Tabela 11 - Total de jornalistas por faixa etária (SIC)

A leitura de dados indica que a média de idades dos jornalistas da SIC é de 42.5 anos, o que reflete um conjunto profissional relativamente jovem. A percentagem de jornalistas com menos de 45 anos representa uma maioria de 57.5%. No entanto, importa assinalar que a faixa etária que agrupa mais jornalistas é a do intervalo entre os 45 e os 55 anos, com 38% do total de jornalistas. Os jornalistas com mais de 55 anos são o grupo menos representados, correspondendo apenas 4.5%.

No que diz respeito à faixa etária mais jovem (sub30), esta constitui menos de um sexto do total de jornalistas (15.3%). Ainda que no panorama geral, os jornalistas da SIC sejam um grupo relativamente jovem, os profissionais que compõem o grupo etário mais jovem são os menos representados no intervalo etário até aos 44, e o segundo menos representado do total dos agrupamentos. Os números apresentados para esta redação acompanham os resultados dos últimos inquéritos aos jornalistas que já assinalavam que com a entrada no novo milénio se tem assistido ao envelhecimento da pirâmide etária da profissão, com a percentagem de jornalistas com menos de 30 anos a diminuir consideravelmente entre a última década do século XX e a primeira década do XXI (gráfico 12). Neste sentido, podemos constatar que os dados relativos aos jornalistas da SIC se aproximam das tendências nacionais na última década referentes à baixa percentagem de jovens a exercer a atividade.

Gráfico 12 - Representação gráfica para tendência linear sub30 (1990 a 2018)

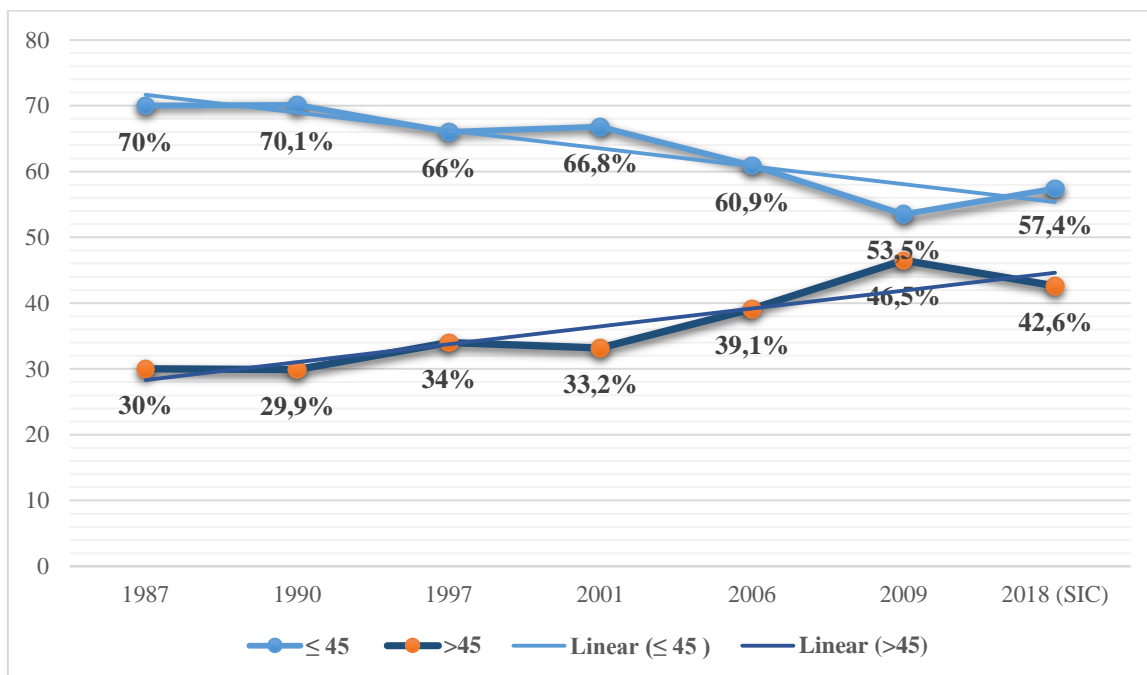


Fonte: Garcia, 2009; Rebelo, 2011; Fidalgo, 2004.

Se observarmos o gráfico 13 alusivo aos dados da SIC, é ainda possível constatar que a percentagem que separa os jornalistas com menos de 46 anos e os com mais de 45 é reduzido, ou seja, há uma tendência para o envelhecimento deste conjunto profissional.

A este respeito, as investigações que temos vindo a citar, mostram que entre 1987 e 2009, a percentagem de jornalistas com menos de 46 anos diminuiu consideravelmente, de 70% para 53.5%, enquanto que o número de jornalistas com mais de 45 anos aumentou progressivamente (30% para 46.5%). Neste sentido, é possível constatar que a redação da SIC acompanha também esta tendência.

Gráfico 13 - Representação gráfica do linear ≤ 45 versus >45 (1987 a 2018)

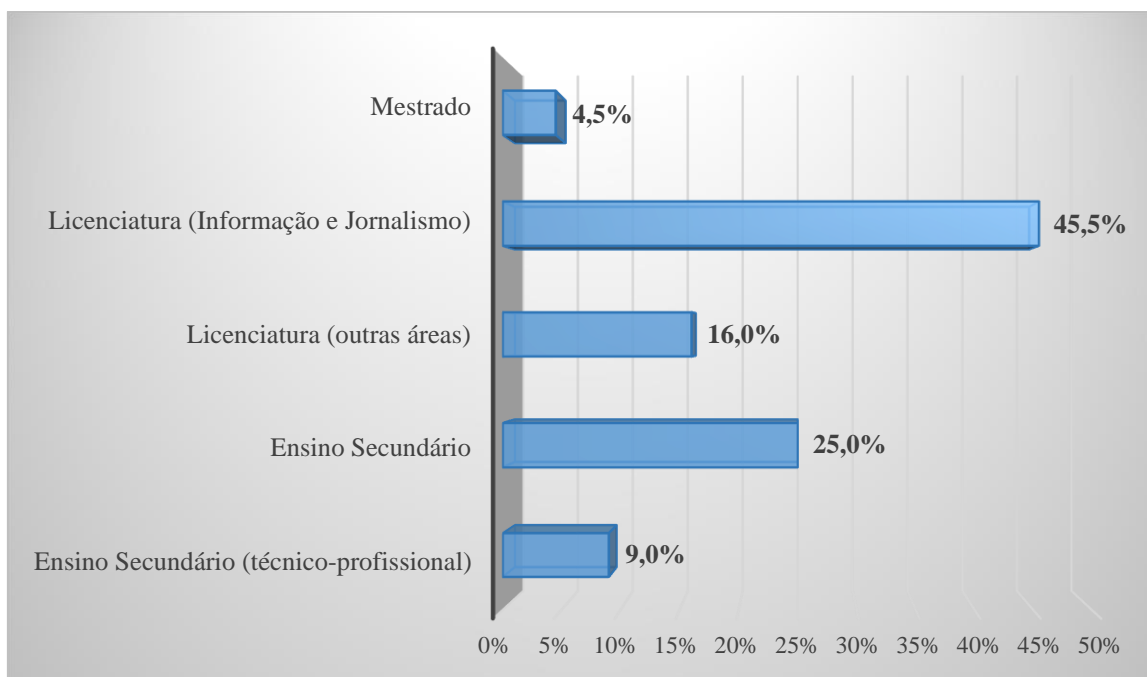


Fonte: Oliveira, 1988; Fidalgo, 2004; Garcia, 2009; Rebelo, 2011.

Se desagregarmos esta análise das classes etárias por sexo, as mulheres representam um grupo mais jovem do que os homens, com uma média de 40.9 e 44.1 anos, respetivamente. Ou seja, na linha daquilo que tem sido afirmado a este respeito pelos trabalhos de Subtil (2009; 2017) e Miranda (2017), o rejuvenescimento desta atividade acompanha a sua feminização.

2.3. Habilitações académicas dos jornalistas da SIC

Gráfico 14 - Total de jornalistas por formação académica (SIC)



	(Nº)	(%)
Ensino Secundário	67	25%
Ensino Secundário (técnico-profissional)	24	≅ 9%
Licenciatura (Informação e Jornalismo)	122	≅ 45.5%
Licenciatura (outras áreas)	43	≅ 16%
Mestrado	12	≅ 4.5%
Total: 268		

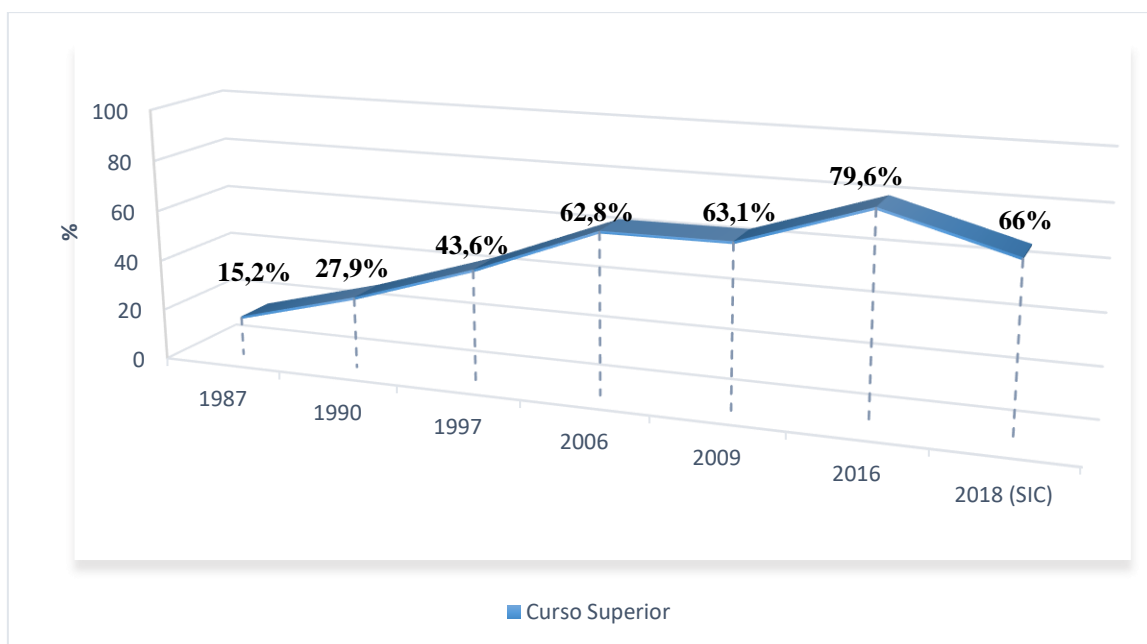
Tabela 12 - Total de jornalistas por formação académica (SIC)

Quanto às habilitações académicas (gráfico 14), os dados apresentados evidenciam que dos 268 jornalistas da SIC, 66%, completou uma formação académica superior. Do total de licenciados, 68.9% tem formação na área Informação e/ ou Jornalismo, o que aponta não só para um grupo profundamente marcado pela existência de curso superior, mas também uma acentuada concentração disciplinar da sua formação.

Os dados que possuímos a nível nacional assinalam que nas últimas décadas, assistiu-se a um contínuo aumento do número de diplomados nesta atividade (gráfico 15). Desde 2006 que o número de jornalistas diplomados é superior ao número de não-diplomados. Os estudos mais recentes mostram que estes são valores continuam a aumentar. A este respeito, Joaquim Fidalgo, refere que:

O certo é que, embora continue a não ser exigido qualquer diploma de estudos superiores em domínios das Ciências da Comunicação para aceder à carreira profissional de jornalista, nos anos mais recentes pode dizer-se que a quase totalidade de novos jornalistas tem sido recrutada entre os diplomados no setor. Sucede isto, na prática, por aquilo a que chamaria mecanismos informais de seleção e recrutamento. [...] Daí que, entre os jovens jornalistas portugueses, hoje praticamente não se encontre um só que não tenha feito estudos superiores nesta área. (Fidalgo, 2004, pág. 69).

Gráfico 15 - Evolução dos jornalistas com curso superior (1987 a 2018)

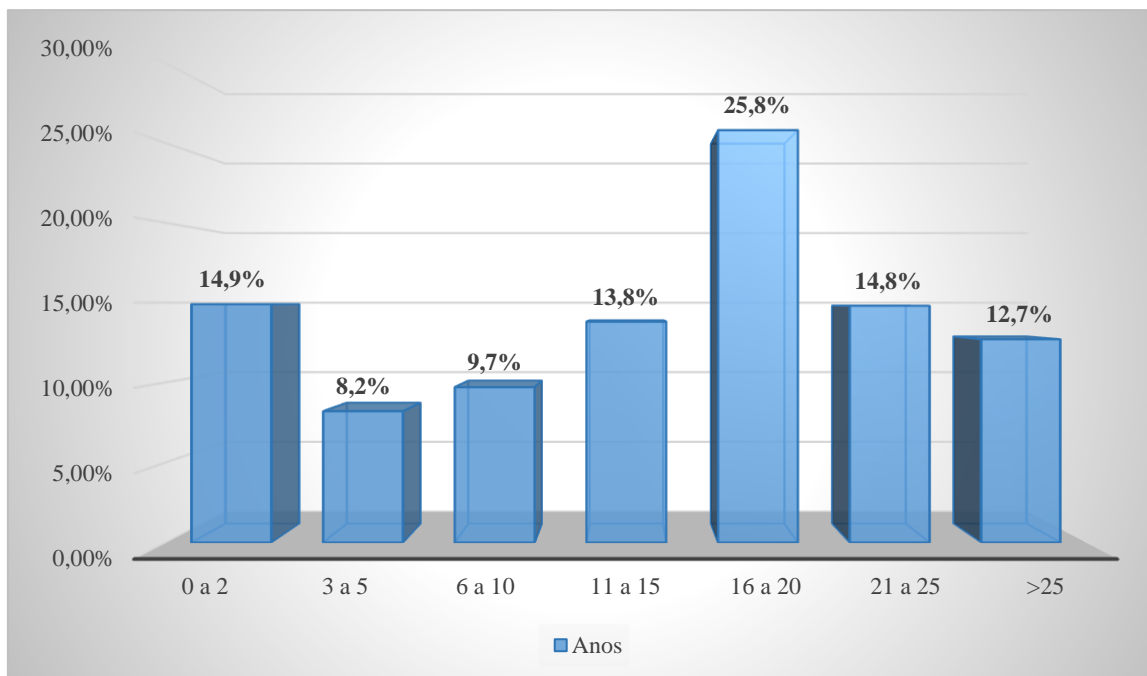


Fonte: Oliveira, 1988; Garcia, 2009; Rebelo, 2011; Crespo, Azevedo, Cardoso [el al.], 2017.

Ainda assim, no caso da SIC, e apesar da alta percentagem de jornalistas com uma formação superior, o número de profissionais com apenas ensino secundário é significativo: 34% do total de jornalistas. A minha experiência de estágio permitiu-me constatar que grande parte dos profissionais que integram essa percentagem são alguns jornalistas mais antigos, mas a maioria são repórteres de imagens ou editores de imagem.

2.4. Distribuição dos jornalistas por antiguidade na redação

Gráfico 16 - Total de jornalistas por antiguidade (SIC)



	(N°)	(%)
0 a 2 anos	40	≅ 14,9%
3 a 5 anos	22	≅ 8,2%
6 a 10 anos	27	≅ 9,7%
11 a 15 anos	37	≅ 13,8%
16 a 20 anos	72	≅ 25,8%
21 a 25 anos	40	≅ 14,9%
>25 anos	34	≅ 12,7%
Total: 268		
Média ≅ 15 anos		

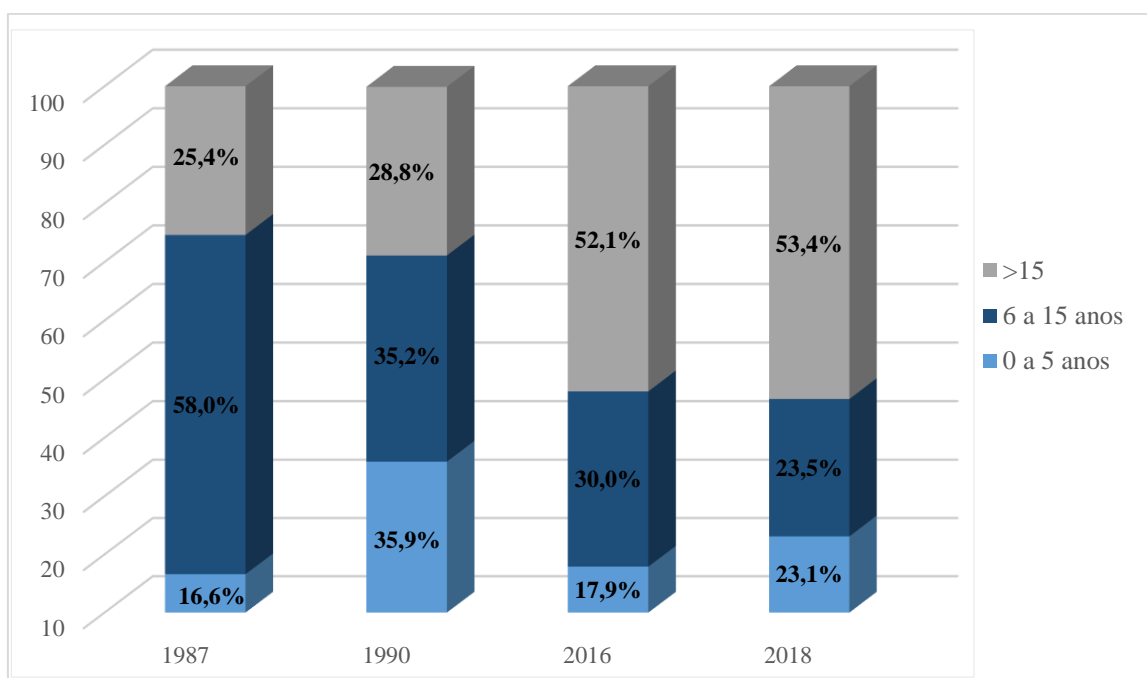
Tabela 13 - Total de jornalistas por antiguidade (SIC)

No que concerne aos anos que trabalham nesta estação televisiva, mais de metade (54,4%) é funcionário da SIC há mais de 15 anos (gráfico 16). Destes, metade (27,6%) exercem há 21 anos, ou mais. Se ainda acrescentarmos os 13,8% que exercem no intervalo entre os 11 e os 15 anos, podemos concluir que 67,8% dos jornalistas tem mais de 10 anos de experiência, ou seja, isto indica que os jornalistas da SIC são um grupo bastante experiente.

Dos 32.8% com menos de 11 anos na SIC, mais de metade (22.9%) exerce há menos de seis anos, sugerindo que nos últimos cinco anos houve mais entradas do que nos cinco anteriores. A percentagem que corresponde aos mais de 25 anos apontam para que quase 13% dos jornalistas da SIC façam parte do quadro da empresa desde a sua fundação, uma vez que o canal fez 26 anos no presente ano de 2018.

Os dados que temos vindo a referenciar apontam exatamente neste sentido. Em menos de trinta anos (1987-2016), a percentagem de jornalistas com mais de 15 anos de profissão duplicou (gráfico 17).

Gráfico 17 - Percentagem de jornalistas por antiguidade (1897 a 2018)



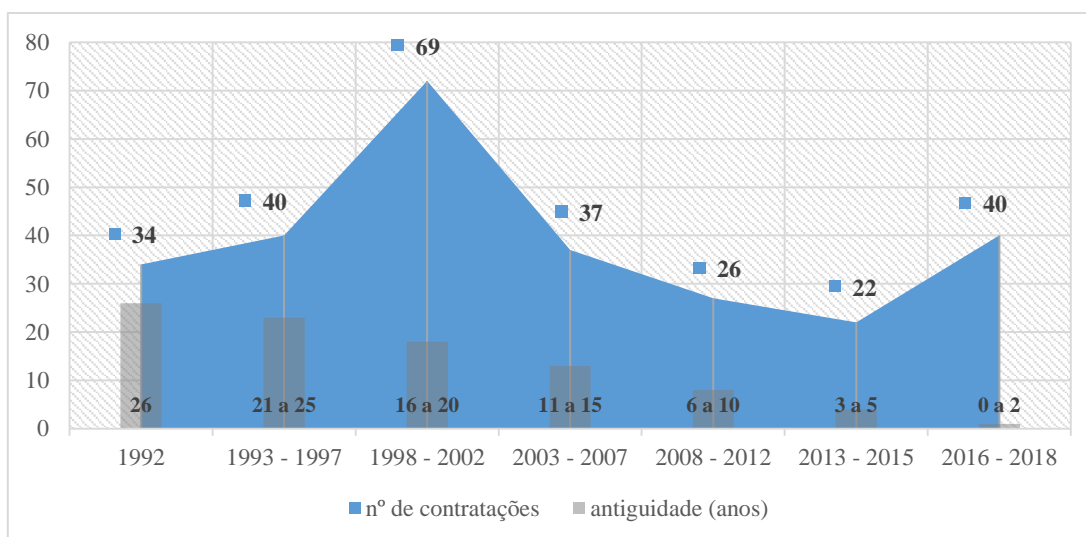
Fonte: Oliveira, 1988; Garcia, 2009; Crespo, Azevedo, Cardoso [el al.], 2017.

Ao constatar que atualmente os jornalistas da SIC só podem ter até 26 anos antiguidade, uma vez que o canal só tem esses mesmos anos de existência, é possível ainda calcular em que altura houve mais e menos contratações (gráfico 18). Entre 1992 e o intervalo entre 1993 e 1997 houve um aumento em quase 20% nas contratações. Entre 1998 e 2002, o aumento já ia em 73% relativamente ao intervalo anterior. Este é o período em que a SIC mais contratou profissionais, sendo este o pico de entradas na estação. A partir daí e até 2015, o número de pessoas contratadas tem vindo a diminuir progressivamente. Entre os intervalos temporais de 1998-2002 e 2003-2007, a queda era em quase 50%. Entre 2013 e 2015, o número de contratações reduziu-se em quase 70%, em comparação com o intervalo exponencial de contratações.

Esta realidade da redação da SIC acompanha o diagnóstico traçado por José Rebelo (2011), quando afirma que a esfera dos *media* viveu um período de prosperidade e expansão depois do 25 de abril e até aos primeiros anos do século XXI, seguido por um período de recessão e crise.

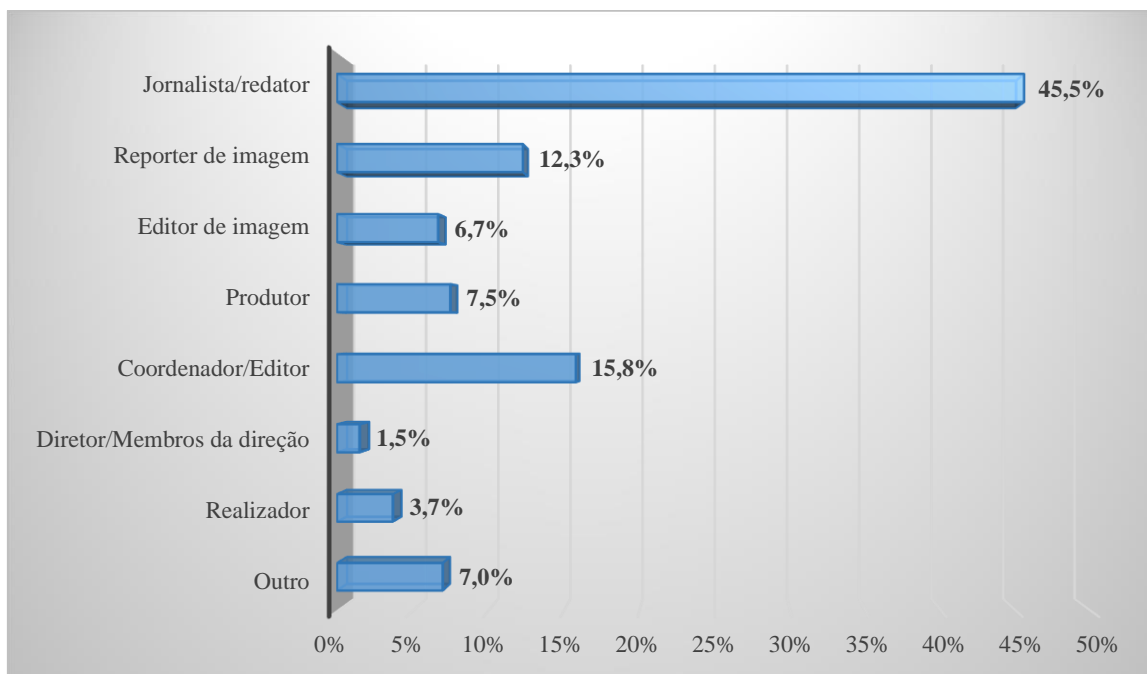
Ainda que entre 2016 e 2018 pareça haver um aumento positivo no número de contratações, seria precipitado fazer uma análise conclusiva desse valor, uma vez que os dados relativos a 2018 ainda não são definitivos visto que o ano ainda não terminou, e, aliás, incluem contratações consideradas “reforços de verão” que podem ou não ser permanentes.

Gráfico 18 - Fluência de contratações por intervalo temporal (SIC)



2.5. Distribuição por categoria profissional

Gráfico 19 - Total de jornalistas por categoria profissional (SIC)



	(N°)	(%)
Jornalista (redator)	122	≅ 45.5%
Repórter de imagem	33	≅ 12.3%
Editor de imagem	18	≅ 6.7%
Produtor	20	≅ 7.5%
Coordenador/Editor	42	≅ 15.8%
Diretor/Membro da direção	4	≅ 1.5%
Realizador	10	≅ 3.7%
Outro	19	≅ 7%
Total: 268		

Tabela 14 - Total de jornalistas por categoria profissional (SIC)

Ao analisar o gráfico 19, podemos verificar que, no que diz respeito à categoria profissional dos jornalistas da SIC, uma percentagem significativa ocupa a posição de jornalista/redator (45.5%). Os dois maiores grupos que se seguem são o dos repórteres de imagem e produção, com 12.3% e 7.5%, respetivamente. Os jornalistas com funções de realização (3.7%) e edição de imagem (6.7%) são as categorias profissionais menos representadas.

É ainda relevante o número de jornalista que ocupa cargos de chefia com um total de 17.3%, com 15.8% a representar coordenadores/editores e 1.5% a ocupar cargos de direção.

É importante referir que os totais representados podem não representar com precisão a percentagem de ocupação por categoria, uma vez que há profissionais de informação que desempenham mais do que uma função, por exemplo, há jornalistas-redatores que também fazem produção, mas que só estão representados numa das categorias. Um exemplo concreto é o do Diretor Adjunto de Informação da SIC, José Gomes Ferreira, que está representado na categoria de “diretor/membros da direção”, sendo simultaneamente chefe da editoria de economia.

CONCLUSÃO

A realização deste relatório de estágio apresentou-se como um desafio intelectualmente estimulante que resultou num amadurecimento académico enquanto estudante na área dos estudos de jornalismo. A dedicação que um trabalho desta natureza exige vai muito além daqueles que realizamos no decorrer do nosso percurso universitário, e por isso, o esforço e empenho presentes neste relatório de estágio são fruto de longos e intensos meses de aprendizagem. Neste sentido, é importante apontar o quão crucial foi este trabalho enquanto veículo de crescimento intelectual, profissional e humano. A educação cultiva o intelecto, e se uma mente erudita não nos torna jornalistas, certamente ajuda-nos a sê-lo.

Os seis meses de estágio concederam-me a oportunidade de aprofundar e pôr em prática os conhecimentos académicos adquiridos até então neste domínio, mas também ter uma primeira abordagem e noção do que significa ser jornalista e de como é que o jornalismo, em particular televisivo, é exercido em Portugal. Observar e experienciar o quotidiano de um profissional de informação foi um trajeto e uma experiência prática extremamente enriquecedora enquanto aspirante a jornalista. Saber como agir, saber o que fazer antes durante e depois de uma saída em reportagem, são pilares fundamentais para qualquer estudante que queira enveredar pelo mundo da televisão ou em qualquer outro meio de comunicação. Neste percurso de aprendizagem apercebemo-nos de que cada profissional é diferente no modo como procede e realiza a notícia. Esta experiência traduziu-se numa soma de aquisições e de contacto com uma realidade que até então desconhecia.

A possibilidade de exercer a profissão em contexto real de reportagem e por minha conta, teve tanto de fascinante como de assustador. O desfecho enriquecedor desta experiência deve-se, em grande parte, à abertura da SIC aos estagiários enquanto produtores e executantes de conteúdo informativo de forma bastante autónoma. Muito mais do que uma observação participante ou um primeiro contacto com o meio, este estágio foi crucial no processo de aprendizagem acerca do jornalismo televisivo, uma

vez que, diariamente eram-me solicitados notícias para os blocos de informação do canal. Enquanto jornalista estagiária da SIC, desenvolvi competências não só no campo da escrita jornalística, mas também no da entrevista, assim como todos os processos e aspetos necessários para a produção integral da mesma. Para além disso, foi muito vantajoso, principalmente após uma trajetória académica na área, poder viver e passar pela experiência de ter de lidar com os tempos de execução dos noticiários e *deadlines*, dado que as notícias têm que estar prontas a uma hora específica sob pena de não serem emitidas. Para além disso, sem esta experiência não teria sido possível compreender, em profundidade, o que significa ser jornalista e tudo o que isso implica e acarreta. Nas palavras do filósofo Aristóteles: “É fazendo que se aprende a fazer aquilo que se deve fazer”.

Não obstante o incontestável benefício que esta experiência de estágio me proporcionou, a ausência de um mentor que acompanhasse de forma sistemática o meu trabalho foi uma das principais lacunas do estágio. Ainda que aprender a ser autodidata e a improvisar seja essencial e faça parte das competências necessárias para ser um bom jornalista, durante um processo aprendizagem há certas arestas que só se podem limar com ajuda de um olhar experiente. Para aprender a exercer a profissão com rigor e qualidade, é preciso a sabedoria e paciência dos profissionais que já executam a profissão há mais tempo de modo a podermos aperfeiçoar o nosso trabalho e aprendermos o que ainda não sabemos. Ainda que fosse obrigatória a correção das peças por um jornalista sénior antes das mesmas irem para o ar, reescrever o que está mal não é o mesmo que explicar o porquê de o estar a fazer para que futuramente não fossem cometidos os mesmos erros. Fazer parte da equipa de redação de informação fez-me compreender a importância de sermos profissionais multifacetados, humildes, atentos ao detalhe e abertos a uma constante e contínua aprendizagem.

No que respeite ao exercício investigativo, os conteúdos estudados e analisados na revisão da literatura foram essenciais para o desenvolvimento do mesmo. Na sequência do que foi apresentado ao longo do segundo capítulo, pode afirmar-se que a evolução da sociográfica dos jornalistas portugueses, em véspera e depois do 25 de abril, pode dividir-se em três fases. Estas estão claramente marcadas por três momentos históricos diferentes. Num primeiro momento estamos perante um conjunto profissional que exercia a atividade num período temporal pré 25 de abril,

onde o regime opressivo delimitava as diretrizes de todos os órgãos de comunicação social. Num segundo momento, o pós 25 de abril, proporcionou uma fase da expansão para o conjunto profissional marcada pela instauração de um regime democrático e integração na União Europeia. E por último, a entrada no novo milénio, que assinala a fase de recessão marcada pela profunda mutação tecnológica que desencadeou profundas perturbações no sector dos *media*.

Os dados referentes ao final dos anos 80 apontam para um grupo profissional maioritariamente masculino, jovem, com pouco experiência e formação. Nos anos 90, inicia-se uma profunda recomposição deste conjunto ocupacional pautada pelo alargamento e contínuo rejuvenescimento dos profissionais, acompanhado por uma acentuada feminização e aumento exponencial do número de diplomados. Com o virar do século, novos indicadores surgiram e outros intensificaram-se. A feminização da profissão continua a ser uma característica incontestável, assim como o contínuo aumento do número de jornalistas com o curso superior. Este conjunto passou também a destacar-se pela sua elevada experiência. No entanto, na segunda década do século XXI, os dados apontam para um possível envelhecimento.

Analisando especificamente a redação da SIC, podemos concluir que o perfil sociográfico dos jornalistas da SIC apresenta as seguintes características: é um conjunto maioritariamente composto por mulheres (51.1%). Em termos etários, os jornalistas têm uma média de 42 anos, com 80.2% entre os 30 e os 55 anos, o que revela um grupo relativamente jovem. A média de antiguidade é de 15 anos, o que indica que este é um grupo profissional muito experiente. Em termos de escolaridade, maioria dos jornalistas (66%) têm formação superior. Destes, 68.9% são licenciados em Informação e/ou Jornalismo, o que reflete um conjunto educado e com uma formação temática especializada. Por fim, 45.5% do total de jornalistas assume a função de jornalista-redator. Os resultados desta pesquisa permitem-nos concluir que o perfil sociográfico dos jornalistas da SIC acompanha as tendências identificadas para este grupo profissional nos diversos estudos académicos no âmbito da história e da sociologia dos jornalistas portugueses.

BIBLIOGRAFIA

- BERNARD, Yves & COLLI, Jean-Claude (1997). *Dicionário económico e financeiro*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a televisão*. Oeiras, Celta Editora.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996). *Salazar, Caetano e a televisão portuguesa*. Lisboa, Editorial Presença.
- CORREIA, Fernando, BAPTISTA, Carla (2007) *Jornalistas: Do ofício à profissão*. Lisboa, Editorial Caminho.
- CRESCO, Miguel, AZEVEDO, Joana, CARDOSO, Gustavo (2017) *Jornalismo em Portugal: O contributo de Paquete de Oliveira para a caracterização da profissão e o retrato dos jornalistas hoje*. *Revista Comunicando*, Nº1, Vol. 6, pág. 35-53.
- FIDALGO, Joaquim (2004) *Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança*. *Comunicação e Sociedade*, Vol. 5, pág. 63-74.
- GARCIA, José Luís (2009). *Estudos sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. Lisboa, Imprensa das Ciências Sociais.
- GARCIA, José Luís (2010). *Para o estado da arte da investigação sobre os jornalistas portugueses - Quatro livros sobre os profissionais do Jornalismo*. *Media & Jornalismo*, Nº17, Vol. 9, pág. 125-140.
- GARCIA, José Luís, OLIVEIRA, José (1994). *Jornalista português: o que é? Inquérito e perfil socioprofissional*. Lisboa, Sindicato dos Jornalistas.
- LOPES, Felisbela (2012). *Vinte anos de televisão privada em Portugal*. Lisboa, Editora Guerra & Paz.
- LOPES, João (1995). *Teleditadura. Diário de um espectador*. Lisboa, Quetzal

- MATOS, José Nuno, BATISTA, Carla, SUBTIL, Filipa (2017). *A crise do jornalismo em Portugal*. [s.l.], Le Monde diplomatique e Deriva Editores.
- MENDES, Renato (2012). *Os jornalistas e a primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal (1979)*. Lisboa, Escritório Editora.
- MIRANDA, João (2017). *Contributos para o estudo sobre a feminização do jornalismo português*. *Revista Media Jornalismo*, Nº30, Vol. 17, pág. 29-43.
- NEVEU, Érik, (2005) *Sociologia do jornalismo*. Porto, Porto Editora.
- OLIVEIRA, José (1988). “Elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses”. *Revista de Comunicação e Linguagens*, Nº8, pág. 47-53
- REBELO, José (2011). *Ser jornalista em Portugal, perfis sociológicos*. Lisboa, Gradiva Publicações.
- SANTOS, Rogério (2002). *Dez anos de história da SIC (1992-2002) - o que mudou no panorama audiovisual português*. *Observatório*, Nº 6, pág. 93-105.
- SANTOS, Rogério (2010). *Do jornalismo aos media estudos sobre a realidade portuguesa*. Lisboa, Universidade Católica Editora.
- SILVEIRINHA, Maria João (2012). *As mulheres e a afirmação histórica da profissão jornalística: contributos para uma não-ossificação da História do jornalismo*. *Comunicação e Sociedade*, vol. 21, pág. 165-182.
- TRAQUINA, Nelson (1997). *Big show media*. Lisboa, Editorial Notícias.
- TRAQUINA, Nelson (1999). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa, Veja.
- VIEIRA, Joaquim (2017). *Francisco Pinto Balsemão: O patrão dos media que foi primeiro-ministro*. Lisboa, Editorial Planeta.
- WOLF, Mauro (1987). *Teoria da Comunicação*. Lisboa, Editora Presença.

SUBTIL, Filipa (2009). *Anotações sobre o processo de feminização da profissão de jornalista na década de 1990*. In GARCIA, José Luís, *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. Lisboa, Imprensa das Ciências Sociais, pág. 93-108.

SUBTIL, Filipa, SILVEIRINHA, Maria João (2017). *Caminhos da feminização da profissão de jornalista em Portugal: da chegada em massa à desprofissionalização*. In MATOS, José Nuno, BATISTA, Carla, SUBTIL, Filipa, *A Crise do Jornalismo Em Portugal*, [s.l.], Le Monde diplomatique e Deriva Editores, pág. 122-133.

Bibliografia Online

“À conversa com Francisco Pedro Balsemão” (2018). SIC Notícias. [Internet] Disponível em <https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-06-07-A-conversa-com-Francisco-Pedro-Balsemao> [Consultado a 23 de julho de 2018].

BOTELHO, Leonete (2017). *Balsemão: 80 anos, um império em risco e um Marcelo no sapato*. Jornal Público. [Internet] Disponível em <https://www.publico.pt/2017/09/01/politica/noticia/balsemao-80-anos-um-imperio-em-risco-e-um-marcelo-no-sapato-1784025> [Consultado a 7 de julho de 2018].

CASTANHEIRA, José Pedro (2013). *A História de 2080 semanas*. Jornal Expresso. [Internet] Disponível em https://expresso.sapo.pt/site_expresso_40_anos/a-historia-de-2080-semanas=f777795#gs.WftClqc [Consultado a 30 de agosto de 2018].

Comunicado (2018). [Internet] Disponível em http://binaries.cdn.impresa.pt/de4/4fc/11700885/IMPRESAComunicadoCMVMPortf olio_02012018v2.pdf [Consultado a 1 de fevereiro de 2018].

Contrato de sociedade da Impresa (2012). Disponível em <http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2193250/Estatutos-da-Impresa2660920251533350815.pdf> [Consultado a 1 de agosto de 2018].

FELÍCIO, Diana (2018). *15 anos. A SIC Mulher já não é só para as mulheres*, Júlia Pinheiro. SIC Mulher. [Internet] Disponível em <https://sicmulher.sapo.pt/-mulher/2018-04-11-15-anos.-A-SIC-Mulher-ja-nao-e-so-para-as-mulheres-Julia-Pinheiro> [Consultado a 24 de agosto de 2018].

GANHÃO, Mafalda (2016). *O orgulho de fazer 43: a nossa primeira página*. Jornal Expresso. [Internet] Disponível em <https://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-01-06-O-orgulho-de-fazer-43-a-nossa-primeira-pagina#gs.c8QHg4A> [Consultado a 17 agosto de 2018].

Historial SIC [s.d.]. [Internet] Disponível em <http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2097387/Historical+SIC+20143159739297477624869.pdf> [Consultado a 18 de fevereiro de 2018].

Impresa contas anuais 2017 [s.d.]. [Internet] Disponível em http://binaries.cdn.impresa.pt/591/4df/12265099/IMPRESA-Relatorio-Anual-2017_VPT.pdf [Consultado a 1 de fevereiro de 2018].

Impresa resultados 2017 [s.d.]. [Internet] Disponível em <http://binaries.cdn.impresa.pt/a3b/de4/12010466/IMPRESAPressReleaseContas2017vport.pdf> [Consultado a 1 de fevereiro de 2018].

PATTERSON, Thomas E. (2000). *Doing Well And Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy - And What News Outlets Can Do About It..* [Internet] Disponível em https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=257395 [Consultado a 10 de junho de 2018].

REBELO, José (1993). *No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal*. [Internet] Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223291730D2wWE2be2Wx05ND1.pdf> [Consultado a 5 de março de 2018].

REINEMANN, Carsten, STANYER, James, SCHERR, Sebastian [et al.] (2011). *Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings*. [Internet] Disponível em

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1021.4580&rep=rep1&type=pdf> [Consultado a 10 de junho de 2018].

CRESPO, Miguel, AZEVEDO, Joana, CARDOSO, Gustavo [et al.] (2017).

Jornalistas e condições laborais: retrato de uma profissão em transformação.

[Internet] Disponível em [https://repositorio.iscte-](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/15977/1/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf)

[iul.pt/bitstream/10071/15977/1/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/15977/1/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf) [Consultado a 25 de novembro de 2017].

“Strategy Portugal: Francisco Pedro Balsemão, CEO do Grupo Impresa”(2016).

[Internet], disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=saQV39vK-4E>

[Consultado a 25 de julho de 2018].

Sites consultados

Grupo Impresa: <http://www.impresa.pt/>

Impresa Media Criativa: <http://impresamediacriativa.pt/>

Sindicato dos Jornalistas: <http://www.jornalistas.eu/>

SMACK: <https://smack.pt/>

ANEXOS

Anexos 1 - Entrevista José Gomes Ferreira

Nome: José Gomes Ferreira.

Cargo: Diretor Adjunto de Informação da SIC.

Data: 4 de junho de 2018.

Entrevista realizada por Mariana Silveira e Jéssica Sá.

O José Gomes Ferreira está na SIC desde o início, quando só existia a RTP, um canal público. Qual foi a principal ambição da equipa que formou a SIC?

Queríamos trazer o povo para a televisão. Isto parece uma coisa muito ‘popularuxa’ e até demagógica, mas tem um sentido muito preciso. Normalmente na RTP, no canal 1 e 2, que até tinha bons noticiários, o canal 2, por exemplo, tinha um jornal muito conhecido. A RTP normalmente não punha o povo na televisão, e o que eu quero dizer com isto é: aquilo que eram as opiniões correntes sobre assuntos de interesse nacional, sobre impostos elevados, sobre orçamentos deficitários, sobre medidas que abrangiam a segurança social, por aí fora, normalmente eram feitos com representantes das instituições, fosse ministros, fosse presidentes de institutos, decisores e com alguns especialistas (alguns economistas), em concreto, ouvir as pessoas, não era tão corrente. E pegar em casos concretos de pessoas que tinham problemas - não tinham aumentos, não tinham reforma - não era habitual ouvir-se as pessoas. Quando digo em relação a estes temas, também digo sobre tudo o que é hábitos da sociedade, tudo o que é tradições. Fazia-se mais o institucionalizado: "a festa a que ia o ministro"; "o evento religioso onde estava o governador civil", e portanto, era tudo muito mais pela perspetiva institucional. E nós fazíamos ao contrário: as manifestações espontâneas do povo, as pessoas que se juntavam por razões lúdicas, desportivas, culturais, sem ter esse lado institucional. E passámos também a representar, do ponto de vista das reportagens e das notícias, interesses locais, interesses regionais. Portanto, fizemos uma abordagem muito mais pelo lado do consumidor dos serviços que o estado presta e que tem queixas, a relação do contribuinte com a administração fiscal que muitas vezes levava a que as pessoas tivessem razões para reclamar mas ninguém os atendia. Mostrar esses casos, fizemos mais esse lado, foi isso que nós trouxemos, aliás, havia uma matriz que vinha da rádio TSF (onde também trabalhei) que era essa: questionar tudo, questionar questionar questionar, e questionar no bom sentido, fazer a pergunta

para perceber porque é que as coisas eram assim. Isso trouxe uma grande dinâmica à sociedade portuguesa, porque não foi só fazer uma televisão diferente, foi também instituir uma matriz que depois passou a ser usada pelos outros órgãos de comunicação social, nomeadamente televisões. A TVI entretanto apareceu e seguiu o nosso modelo, e a RTP mudou para também seguir o nosso modelo. Basicamente foi isso.

E o povo de que fala, percebeu logo a SIC?

Demorou. Nós começamos em 92 e em 93/94 andámos com valores baixos. Em 95, começou a descolar e entre 96 a 2000 foram dos melhores anos porque ultrapassámos a RTP e tornámo-nos o canal com mais audiência, falando da parte da informação que foi a área onde estive. Mas tínhamos jornais que tinham, por vezes, 38/40 de *share*, portanto, de todas as pessoas que estavam a ver televisão aquela hora, 38/40%, estava a ver-nos. Tivemos muitos meses assim e até anos, e em valor absoluto chegávamos a ter 15/16 de *rating*, o que é um valor bastante elevado para televisão. É claro que nos jogos de futebol esses valores são ultrapassados, mas estamos a falar do habitual, do dia-a-dia de trabalho. E sim, demos a volta às audiências, mas depois a partir dos anos 2002/2003 já foram diferentes, porque as concorrências entretanto afirmaram-se, já existia RTP e a TVI, e entretanto os canais de cabo começaram a dar cartas e a própria SIC Notícias, pouco tempo depois de começar tornou-se o canal líder do cabo, situação que se mantém até hoje, considerando que a CMTV não é um canal de notícias, é um canal misto e tem entretenimento.

Desde o início da SIC, o que é que realmente mudou? O que mudaram por decisão própria e o que foram obrigados a mudar pela transformação da sociedade?

Para além do que referi no início que foi pôr o povo na televisão no sentido de mostrar as aspirações das pessoas e os problemas e contribuir para os resolver, foi também muito mais do que isso. Foi poder dar voz a movimentos culturais e a iniciativas culturais que não tinham tanta representação em antena, nomeadamente com lançamento de programas como o cartaz, que se mantém há muitos anos, tanto na SIC como na SIC Notícias. Foi fazermos política de forma irreverente, questionando não só o porquê, mas as atitudes dos decisores políticos de se relacionarem de determinada maneira e perguntando o porquê do sistema funcionar sempre no sentido de manter a

classe política, e o porquê de não a abrir. A nível desportivo questionar muitas coisas que aconteciam, porque percebíamos que não estavam bem, portanto, foi sobretudo trazer irreverência e uma abordagem diferente, o que deu resultado, o que deu fruto não só em audiências, mas que levou também a que houvesse uma mudança na própria sociedade. Eu pessoalmente lembro-me de ter contribuído para que matérias que não eram tão aprofundadas passassem ser muito aprofundadas. Dou exemplos: as pessoas que hoje conhecem muito mais sobre essas matérias do que conheciam nessa altura - há mais de 25 anos - tudo o que tinha a ver com a administração regional e local, câmaras municipais e pagamentos de taxas e impostos (taxas para as autarquias e impostos para os cofres do ministério das finanças). Havia um senhor que era um especialista e que denunciava muitas situações de corrupção e de atropelo dos direitos das pessoas, chamado José Luís Saldanha Sanches, que era também professor universitário de direito fiscal e que passou a ser muito escutado na televisão. Eu pessoalmente fui responsável por isso, embora ele também já fizesse conferências e fosse algo conhecido.

Porque é que simplificava tudo para a sociedade?

Porque explicava muito bem e não tinha medo dos poderes políticos. Então trazia-o muitas vezes para gravações em peças, para o noticiário do Jornal da Noite, Primeiro Jornal. Antes de haver televisão por cabo e depois quando tivemos o nosso canal SIC Notícias vinha muitas vezes falar em antena e esse professor tornou-se ainda mais conhecido do que era graças à nossa intervenção. Outra pessoa que infelizmente já faleceu, o Medina Carreira, e que acabou a fazer comentários semanais na TVI, e foi objeto de um dia de emissão de homenagem na TVI, dando quase a ideia que ele tinha nascido para a televisão ali e não é verdade! Henrique Medina Carreira começou a fazer televisão na SIC, nas peças que eu fazia convidava-o pessoalmente muitas vezes. Depois na SIC Notícias entrevistei-o muitas vezes, de tal forma que tornou-se conhecido e nós entretanto seguramo-lo como comentador e passou a estar regularmente com o Mário Crespo no jornal das 21h, na SIC Notícias. Portanto, são dois exemplos de pessoas que tinham uma voz ativa e crítica do sistema em que vivíamos e que não nasceram propriamente para o grande público, para grande comunicação de massas da SIC, mas que de facto passaram a poder explicar tudo ao pormenor com tempo e com profundidade na SIC e na SIC Notícias. Tendo eu

pessoalmente dado esse contributo, no sentido que os convidava muitas vezes e punha-os nas minhas próprias peças. Portanto, são dois exemplos de pessoas que contribuíram para mostrar à sociedade o regime em que vivíamos e nesse sentido a sociedade mudou. Hoje em dia toda a gente conhece o que são os esquemas prejudiciais das parcerias público-privadas, o que foram os mecanismos absolutamente criminosos da venda de *swaps*, o que são produtos financeiros que pareceriam inofensivos para as empresas e que depois deram prejuízo enorme às empresas públicas e a muitas empresas particulares que ainda hoje têm questões em tribunal relacionadas com isso; os gastos desmedidos da administração pública que parece que é para bem das populações mas depois descobre-se que afinal as populações têm que pagar uma dívida monstruosa e que depois acabam por ser prejudicados, não só com aumento de impostos, mas com cortes de salários, de pensões e por aí fora. Portanto, tudo isso foi explicado por nós e levou a que hoje as pessoas saibam discutir esses temas todos, saibam o que é o défice, o que é a dívida, o que é que tem que se pagar em juros da dívida pública, o que são os *ratings*, o que é classificação de dívida pelas agências internacionais. Hoje em dia praticamente quase toda a gente está familiarizada com isso e foi o nosso grande contributo. Isso era pouco proferido. Na política, a maneira irreverente de questionar, as ligações às vezes de compadrio e de sinais de que havia amizades que iam para lá do que seria o saudável na vida política, por vezes por pessoas de partidos diferentes mas conjugados nos interesses de grandes companhias - a EDP, a Galp - em que apareciam a defender os mesmos interesses contra os consumidores. A herança está aí toda, temos esses serviços de eletricidade, gás e combustíveis caríssimos, dos mais caros da Europa. Quando não havia necessidade porque houve esse conluio político. Nós sempre denunciámos isso. Como referi, as parcerias público-privadas e os impactos que iriam ter casos de corrupção que denunciámos também. Fizemos essa mudança estrutural que se refletiu na sociedade, e que de certa forma foram seguidos pela concorrência que já existia e pelas outras também. Agora estamos todos na luta e eu sou o primeiro a dizer que as nossas concorrências têm muito mérito e só temos que as respeitar.

Mas é verdade que hoje um jornalista tem menos autónima, na medida que está sujeito ao cumprimento de uma agenda?

Depende, isso depende muito. É parcialmente verdade no sentido em que hoje temos uma agenda, uma agenda pública das instituições, que podemos querer contrair mas se quisermos contrariá-la acabamos por ser perçecionados pela negativa, se não formos a determinados eventos organizado pelo governo, pelas instituições públicas, e nesse sentido, há quem faça a agenda e nós temos que a seguir. Mas nós temos espaço de criatividade, de liberdade e autonomia para os jornalistas que querem seguir uma história, que têm um contacto que lhes deu uma “caixa jornalística” e que nos propõem a desenvolver e nós somos os primeiros a dizer: “vai em frente, tens todo o nosso apoio”. Claro que a iniciativa, nem todos a têm, é uma característica de cada um ter mais ou menos. E nem todas as iniciativas podem ser acolhidas, porque de facto a agenda tem que ser seguida, agora, dentro da agenda podemos e devemos questionar muita vez. Por outro lado, temos que dar azo a que haja criatividade e iniciativa própria e para isso, não só qualquer jornalista pode propor, como disse, como também temos espaços e rubricas já formatados onde esse exercício é feito. Temos o *Contas Poupança*, com o editor do que é a relação das pessoas com os serviços públicos e com as grandes empresas, neste caso, o jornalista Pedro Anderson que seleciona os temas, avança e faz com toda a autonomia. Nas novas tecnologias, Lourenço Medeiros. Rubricas de formas de vida e grandes reportagens de questões de fundo da nossa sociedade. Temos muitas formas de produção própria de informação, portanto, não confirmo a tese de que a agenda apanha tudo, sim confirmo que temos que fazer grande parte da agenda, o grosso da agenda, porque é incontornável que a façamos porque as pessoas pedem-nos que lhes demos notícias sobre isso, sobre esses eventos.

Anexo 2 - Dados sociográficos SIC

SUBDEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO	CATEGª	Antig	Idade
DIREÇÃO GERAL DE INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DIRETOR GERAL ADJUNTO INFORMAÇÃO	26,17	59,70
DIREÇÃO GERAL DE INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	SECRETÁRIA DIREÇÃO	10,23	51,07
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	DIRETOR ADJUNTO	26,17	53,89
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	SUBDIRETOR INFORMAÇÃO	17,91	41,99
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	SUBDIRETOR INFORMAÇÃO	19,79	47,63
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR EDITORES IMAGEM	21,96	57,10
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR INFORMAÇÃO	15,58	41,44
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR PRODUÇÃO	25,90	55,80
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REALIZAÇÃO	26,09	54,18
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REDAÇÃO	26,17	51,03
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REDAÇÃO	15,58	41,44
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REDAÇÃO	18,50	44,81
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR	26,17	55,47
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR CULTURA	16,75	45,47
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR NOVAS TECNOLOGIAS	18,00	55,30
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR POLÍTICA	22,58	50,00
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR SOCIEDADE	25,84	55,87
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR DESPORTO SIC NOTÍCIAS	15,58	43,79
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM COORDENADOR	26,09	51,80
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REDAÇÃO	18,08	46,27
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	26,09	54,40
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	26,09	53,84
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	22,08	48,75
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	19,57	44,77
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	3,79	40,43
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	11,65	38,08
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	4,35	29,09
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	2,37	32,13
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	EDITOR IMAGEM	0,14	22,16
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	EDITOR IMAGEM	0,15	20,81
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,07	23,89

INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	55,93
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	53,18
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	52,11
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	53,93
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,15	52,56
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,11	48,05
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	51,90
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,00	52,44
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,07	23,83
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,92	52,10
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,92	49,99
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,92	52,73
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,92	47,75
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,84	52,90
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	23,09	54,18
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	22,08	55,98
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	21,08	49,71
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	19,57	47,66
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	19,57	48,39
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	19,57	45,92
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	16,42	45,78
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	16,42	43,20
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	15,49	44,72
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	11,88	35,67
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	11,56	51,39
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	10,83	43,76
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	10,54	32,87
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	17,92	41,01
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	17,92	43,46
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	10,41	44,71
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,22	31,08
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	18,08	50,69
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	3,56	29,53
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	8,57	56,51

INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	8,56	35,07
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	7,62	31,98
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	26,17	63,10
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,07	26,02
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,07	25,53
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,07	25,21
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	1,78	30,48
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,60	22,50
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	5,41	32,52
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	INFORMAÇÃO DIÁRIA	JORNALISTA	4,57	35,12
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	E SE FOSSE CONSIGO?	JORNALISTA	2,90	34,86
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	4,16	33,08
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	2,48	28,12
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,15	24,47
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,64	24,13
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,13	27,75
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	0,05	32,10
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	JORNALISTA	0,15	38,54
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	JORNALISTA	0,15	22,76
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	JORNALISTA	0,15	27,41
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	MUDIAL RÚSSIA	JORNALISTA	0,15	25,55
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR	26,17	54,74
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR	18,29	47,79
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR	17,94	44,09
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR PARLAMENTO GLOBAL	26,17	57,31
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR SIC	26,04	53,18
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	JORNALISTA/PRODUTORA EDITORIAL	15,58	43,65
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	15,42	37,78
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	14,58	40,18
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	2,56	25,85
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	4,88	47,32
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR EDITORIAL	11,53	34,95
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR EDITORIAL	25,92	59,83
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR EDITORIAL	25,86	53,45

INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR EDITORIAL	21,92	50,21
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	PRODUTOR EDITORIAL	10,79	35,32
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR	11,08	39,42
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR	25,81	54,35
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	26,17	59,80
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	26,09	51,45
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	26,09	51,96
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	26,09	54,05
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	26,00	53,35
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	25,75	55,28
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	21,58	51,80
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REALIZADOR INFORMAÇÃO	21,48	49,36
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	26,17	53,13
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	26,09	56,62
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	26,09	50,61
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	25,92	51,68
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	25,92	52,47
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	25,88	54,31
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	25,88	58,51
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	25,82	50,90
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	23,58	53,53
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	19,57	50,94
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	16,42	41,81
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	21,42	52,52
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	19,25	44,31
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	19,75	44,29
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	5,82	42,67
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	3,48	39,64
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	3,48	28,13
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	0,92	29,77
INFORMAÇÃO / EDITORIA LISBOA	SIC GENERALISTA	SECRETÁRIA DIREÇÃO	20,66	43,98
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	COORDENADOR SIC PORTO	21,72	45,41
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	COORDENADOR ADJUNT SIC PORTO	12,74	42,24
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	COORDENADOR EDITORES IMAGEM SIC PORTO	25,00	55,27

INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	COORDENADOR REPÓRTER IMAGEM SIC PORTO	23,25	56,55
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	25,58	53,64
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	17,58	44,57
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	EDITOR IMAGEM	3,32	39,06
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	25,75	52,79
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	19,57	49,84
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	17,91	44,98
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	16,31	44,41
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	15,58	47,44
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	15,58	40,35
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	14,83	39,64
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	5,82	34,85
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	1,83	36,53
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA	1,57	25,90
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	JORNALISTA COORDENADOR	19,40	44,76
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	17,41	47,48
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	PRODUTOR	1,03	37,69
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	21,72	49,42
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	21,58	53,08
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	15,58	42,92
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	17,16	49,50
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	14,29	45,40
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	7,39	43,15
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	1,15	27,65
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	REPÓRTER IMAGEM	3,39	38,53
INFORMAÇÃO / EDITORIA PORTO	SIC GENERALISTA	SUPERVISOR TÉCNICO	19,57	61,38
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	COORDENADOR IMAGEM INFORMAÇÃO	21,58	45,08
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	17,75	44,13
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	17,83	47,32
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	17,83	40,46
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	3,32	25,59
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	17,91	43,22
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	10,39	33,04
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR	7,74	38,45

GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	WEBDESIGNER	10,73	46,3 2
GRAFISMO TV INFORMAÇÃO	SIC GENERALISTA	DESIGNER SÉNIOR 3D	12,83	42,6 4
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	EDITOR IMAGEM	5,48	26,2 7
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	18,33	40,6 4
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	17,94	47,4 0
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	17,92	44,6 8
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	7,68	29,7 2
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	5,44	32,0 1
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	4,27	26,3 9
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	1,52	30,7 8
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	1,38	24,6 8
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA	1,24	26,5 3
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA COORDENADOR	17,94	45,8 4
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA COORDENADOR SIC ONLINE	17,94	39,2 3
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	JORNALISTA PARLAMENTO GLOBAL	10,35	36,9 4
SITES DE INFORMAÇÃO	SIC NOTÍCIAS ONLINE	REPÓRTER IMAGEM	4,65	37,0 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	COORDENADOR PROGRAMAS SIC NOT	20,42	46,0 6
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	18,08	52,9 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	18,08	45,2 8
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	26,17	57,2 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	26,17	54,7 3
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	EDITOR IMAGEM	18,00	39,9 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	EDITOR IMAGEM	18,00	41,6 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	EDITOR IMAGEM	18,00	43,0 1
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	EDITOR IMAGEM	18,00	39,5 7
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,23	32,7 6
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,19	33,4 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	7,30	31,7 0
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	11,56	34,9 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,87	37,4 8
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	25,92	49,3 0
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	46,9 1
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	47,3 7
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	45,4 7

SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	44,54
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,36	23,18
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	46,70
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	19,40	44,11
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	18,08	46,10
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	1,24	24,07
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	18,08	45,89
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	18,08	50,72
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	18,00	42,86
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	17,83	41,30
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	15,58	45,57
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	15,58	41,21
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	15,58	43,48
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	15,58	47,00
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	15,58	41,69
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	14,39	38,11
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	12,10	36,06
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	11,58	34,90
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	11,45	35,78
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,91	37,08
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,19	34,75
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	3,58	25,95
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	10,19	33,10
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	8,56	34,00
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	7,07	35,10
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	4,69	29,27
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	3,57	28,99
SIC NOTÍCIAS	INFORMAÇÃO DESPORTO	JORNALISTA	2,07	26,80
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	1,99	26,98
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,48	22,89
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,40	22,61
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,48	24,46
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,22	26,85
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,24	22,73

SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA	0,18	22,4 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	14,49	40,5 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	10,55	34,8 8
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	26,17	51,0 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	26,17	51,3 7
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	19,57	45,6 1
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR	19,19	40,7 1
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA COORDENADOR SIC NOTICIAS	18,92	43,1 7
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA/PRODUTOR EDITORIAL	19,64	52,1 3
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	JORNALISTA/PRODUTORA EDITORIAL	19,07	54,8 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	17,91	41,3 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	17,83	42,5 5
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	15,58	41,3 0
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	15,49	38,6 7
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	12,08	36,8 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	11,99	37,3 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR	11,91	36,4 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR EDITORIAL	17,83	36,4 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	PRODUTOR EXECUTIVA - GESTÃO DE GRELHA	25,92	53,6 9
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	11,52	32,3 6
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	10,78	36,6 1
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	18,00	46,5 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	18,00	47,0 2
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	18,00	44,1 4
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	REPÓRTER IMAGEM	3,24	35,6 0
SIC NOTÍCIAS	SIC NOTICIAS	TÉCNICO OPERADOR CÂMARA	15,58	46,6 4
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	COORDENADOR IMAGEM INFOGRAFISMO	17,83	41,4 2
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	16,25	39,9 6
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	10,83	40,9 4
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	26,05	53,4 7
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	25,84	57,7 9
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	21,08	44,2 4
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA JÚNIOR	16,00	44,2 9
INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA SÉNIOR	9,90	41,4 9

INFOGRAFISMO TV	ESTRUTURA	INFOGRAFISTA SÉNIOR	17,90	40,9 2
-----------------	-----------	---------------------	-------	-----------

Anexo 3 - Contrato de sociedade do Grupo Impresa⁶⁸

CONTRATO DE SOCIEDADE
DA
IMPRESA – SOCIEDADE GESTORA DE PARTICIPAÇÕES SOCIAIS, S.A

I

Denominação, objecto e sede

ARTIGO 1º

A sociedade adopta a firma "IMPRESA - Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A."

ARTIGO 2º

A sociedade tem por objecto exclusivo a gestão de participações sociais noutras sociedades, como forma indirecta do exercício de actividades económicas.

ARTIGO 3º

1 - A sociedade tem a sua sede em Lisboa, na Rua Ribeiro Sanches, nº 65, freguesia da Estrela.

(a freguesia da sede, anteriormente de Prazeres, passou a ser a freguesia da Estrela, por força da aplicação da Lei nº 56/2012, de 8 de Novembro, tendo esta alteração sido feita oficiosamente, pela Conservatória do Registo Comercial, em 27 de Janeiro de 2014)

2 - Por resolução do Conselho de Administração, a sede da sociedade poderá ser deslocada livremente dentro do território nacional, podendo ainda o mesmo conselho criar, mudar ou extinguir sucursais ou outras formas de representação social, no território nacional ou no estrangeiro.

II

Capital social, acções e obrigações

ARTIGO 4º

1 - O capital social é de oitenta e quatro milhões de euros e encontra-se representado por cento e sessenta e oito milhões de acções escriturais com o valor nominal de cinquenta cêntimos cada uma, as quais poderão ser nominativas ou ao portador.

2 - O capital encontra-se integralmente realizado.

3 - Poderá haver títulos de 1, 5, 10, 50, 100, 1.000, 5.000, 10.000, 50.000 ou 100.000 acções.

4 - A sociedade poderá emitir títulos provisórios.

5 - Observadas as disposições legais aplicáveis, poderão ser convertidas em escriturais as acções tituladas e, bem assim, as escriturais em tituladas.

ARTIGO 5º

A sociedade poderá, dentro dos limites legais, adquirir acções próprias.

ARTIGO 6º

A sociedade poderá emitir obrigações, em todas as modalidades e segundo as condições que a lei vigente consentir e a Assembleia Geral deliberar.

III

Orgãos sociais

SECÇÃO I

Assembleia geral

⁶⁸ Documento disponível em: <http://binaries.cdn.impresa.pt/dealer/2193250/Estatutos-da-Impresa2660920251533350815.pdf> [Consultado a 1 de agosto, 2018].

ARTIGO 7º

- 1 - A assembleia geral representa a universalidade dos acionistas com direito a voto, e as suas deliberações quando tomadas nos termos da lei e do presente contrato serão obrigatórias para todos eles ainda que ausentes ou dissidentes;
- 2 - A participação em assembleia geral obedece aos termos e condições descritos na lei;
- 3 - A representação voluntária de qualquer acionista em assembleia geral poderá ser cometida: a) tratando-se de pessoa singular ou outro acionista membro do Conselho de Administração ou a pessoa a quem a lei o permitir; b) tratando-se de pessoa coletiva a pessoa que para esse efeito seja nomeada por simples carta;
- 4 - Os instrumentos de representação voluntária dos acionistas em assembleia geral deverão conter todos os elementos identificativos do representante e do representado e ser entregues na sociedade dirigidos ao presidente da mesa da AG com pelo menos três dias úteis de antecedência em relação à data marcada para a reunião podendo para tal ser utilizado o correio eletrónico.

ARTIGO 8º

- 1 - A cada acção corresponde um voto.
- 2 - Não haverá qualquer limite ao número de votos expressos por cada accionista, quer ele intervenha por si, quer como procurador de outro ou outros accionistas.
- 3 - É admitido o voto por correspondência, nos seguintes termos:
 - a) os accionistas que pretendam exercer o seu direito de voto por correspondência deverão fazê-lo relativamente a todos os pontos da Ordem do Dia constante da convocatória da Assembleia Geral, devendo mencionar, expressa e claramente, o respectivo sentido de voto;
 - b) as declarações de voto deverão ser assinadas, devendo as assinaturas ser reconhecidas, nos termos legais, com poderes para o acto, ou no caso de pessoas singulares, serem acompanhadas de cópia legível dos respectivos Bilhetes de Identidade.
 - c) As declarações de voto deverão ser encerradas em sobrescrito, o qual deverá ter a seguinte anotação: "CONTÉM DECLARAÇÕES DE VOTO SOBRE OS PONTOS DA ORDEM DO DIA";
 - d) o sobrescrito que contenha as declarações de voto deverá ser entregue ou remetido para a sede da sociedade, por carta registada com aviso de recepção, acompanhado de uma carta a remeter esse sobrescrito, dirigida ao Presidente da Mesa da Assembleia Geral e recebida até à véspera da data da realização da Assembleia Geral, em modelo a disponibilizar pela sociedade;
 - e) os votos emitidos por correspondência valem como votos negativos em relação a propostas de deliberação apresentadas ulteriormente à emissão do voto.

ARTIGO 9º

- 1 - Os trabalhos da Assembleia Geral serão dirigidos por uma Mesa composta de um Presidente e um Secretário, eleitos por quatro anos pela Assembleia, os quais poderão ser reconduzidos por sucessivos quadriénios, sem prejuízo das limitações impostas por lei às sociedades emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado.
- 2 - Ao presidente compete a convocação das reuniões, a sua direcção e disciplina e a fiscalização da legalidade das reuniões e das deliberações nelas tomadas.
- 3 - Ao Secretário compete, além de todo o expediente da Mesa, substituir o Presidente em todas as suas faltas ou impedimentos.

ARTIGO 10º

- 1 - Anualmente será dado balanço às contas sociais, devendo os exercícios sociais coincidir com os anos civis.
- 2 - A Assembleia Geral que apreciar as contas deverá dispor dos lucros do exercício anterior, se os houver, da forma seguinte:
 - a) 5% por cento para o fundo de reserva legal, enquanto se mostrar necessário proceder à sua constituição ou reintegração;
 - b) o remanescente para a aplicação que a assembleia geral, por maioria simples, determinar.
- 3 - É permitida, nos termos do artigo 297º do Código das Sociedades Comerciais, a atribuição aos accionistas de adiantamentos sobre lucros no decurso de cada exercício.

SECÇÃO II
Administração e fiscalização

ARTIGO 11º

1 - A sociedade será administrada por um Conselho de Administração composto por três a onze membros, eleitos pela assembleia geral por um período de quatro anos, sendo permitida a sua reeleição por sucessivos quadriênios, sem prejuízo das limitações impostas por lei às sociedades emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado.

2 - O Conselho de Administração referido no número anterior compreende uma Comissão de Auditoria composta por três a cinco membros.

3 - Faltando definitivamente algum Administrador, proceder-se-á à sua substituição por cooptação, no prazo de sessenta dias, ou, na falta desta, por designação da Comissão de Auditoria, procedendo-se na primeira Assembleia Geral seguinte à ratificação da escolha para valer até ao fim do período para que o Administrador estava eleito.

§ único: conduz a falta definitiva do Administrador a falta deste, sem justificação aceite pelo órgão de administração, a seis reuniões seguidas ou doze reuniões interpoladas, devendo a falta definitiva de Administrador ser declarada pelo Conselho de Administração.

4 - Na eleição dos membros do Conselho de Administração observar-se-á o disposto no artigo 392º n.ºs. 1 a 5 do Código das Sociedades Comerciais, não sendo, em qualquer caso, reconhecido às minorias referidas naquele n.º 1, o direito a proceder à eleição isolada de mais do que um administrador.

ARTIGO 12º

1 - Ao Conselho de Administração competem os mais amplos poderes de gestão, praticando todos os actos e exercendo todas as funções tendentes à realização social, e em especial:

- a) a representação da sociedade, activa e passivamente, em juízo e fora dele;
- b) a negociação e outorga de todos os contratos, incluindo convenções de arbitragem, seja qual for o seu alcance e natureza, bem como a forma que revistam, em que a sociedade seja parte;
- c) a compra, venda, oneração ou qualquer outra forma de disposição dos bens sociais;
- d) a obtenção de empréstimos, bem como a outorga das necessárias garantias, seja qual for a sua extensão e natureza;
- e) a confissão, desistência ou transacção em qualquer processo judicial;
- f) a constituição de mandatários sociais, seja qual for o alcance e a extensão do mandato;
- g) a delegação de funções e poderes determinados, com o âmbito que for fixado na respectiva deliberação, em qualquer dos administradores.

2 - O Conselho de Administração pode delegar num ou mais administradores ou numa Comissão Executiva, formada por três a cinco membros, a gestão corrente da sociedade.

ARTIGO 13º

À Comissão de Auditoria compete:

- a) fiscalizar a Administração da sociedade;
- b) vigiar pela observância da Lei e do contrato de sociedade;
- c) verificar a exactidão dos documentos de prestação de contas;
- d) elaborar anualmente relatório sobre a sua acção fiscalizadora e dar parecer sobre o relatório, contas e propostas apresentados pela administração;
- e) convocar a Assembleia Geral quando o Presidente da respectiva Mesa o não faça, devendo fazê-lo;
- f) receber as comunicações de irregularidades apresentadas por accionistas, colaboradores da sociedade ou outros;
- g) fiscalizar o processo de preparação e de divulgação de informação financeira;
- h) propor à Assembleia Geral a nomeação do revisor oficial de contas;
- i) fiscalizar a revisão de contas aos documentos de prestação de contas da sociedade;

- j) fiscalizar a independência do revisor oficial de contas, designadamente no tocante à prestação de serviços adicionais;
- l) contratar a prestação de serviços de peritos que coadjuvem um ou vários dos seus membros no exercício das suas funções, devendo a contratação e a remuneração dos peritos ter em conta a importância dos assuntos a eles cometidos e a situação económica da sociedade;
- m) cumprir as demais atribuições que lhe sejam conferidas por lei.

ARTIGO 14º

- 1 - Deverá a Assembleia Geral que eleger o Conselho de Administração designar os seus Presidente e Vice-Presidente e designar os elementos que compõem a Comissão de Auditoria e respectivo Presidente.
- 2 - Ao presidente do conselho de administração competirá promover as reuniões do Conselho que tiver por necessárias, convocá-las, presidi-las, decidir sobre todas as questões que respeitem ao seu funcionamento e ainda exercer todos os poderes e praticar, por si só, todos os actos que lhe forem delegados pelo Conselho de Administração.
- 3 - Competir-lhe-á, de igual modo, a presidência e disciplina de todas as reuniões conjuntas do Conselho de Administração e revisor oficial de contas que tiverem lugar nos casos previstos neste contrato, na lei geral, ou em quaisquer outros.
- 4 - Ao Vice-Presidente competirá, para além dos poderes que lhe forem atribuídos, substituir o Presidente nas suas faltas e impedimentos.

ARTIGO 15º

- 1 - Sem prejuízo de todas as convocações feitas pelo seu presidente sempre que o julgue necessário, o conselho de administração reunirá obrigatoriamente uma vez por trimestre, pelo menos.
- 2 - As deliberações do Conselho de Administração serão tomadas à pluralidade de votos dos administradores presentes, considerando-se em condições de funcionar e validamente deliberar desde que esteja presente, pelo menos, a maioria dos seus membros, tendo o Presidente voto de qualidade.

ARTIGO 16º

- 1 - A sociedade fica obrigada em todos os seus actos e contratos:
 - a) pela assinatura do presidente do Conselho de Administração se a matéria de que se tratar couber no âmbito dos poderes que, por deliberação, lhe forem delegados, ou que no presente contrato, lhe estão atribuídos;
 - b) pela assinatura de dois membros do Conselho de Administração;
 - c) pela assinatura de qualquer mandatário social, dentro dos limites do respectivo mandato, de acordo com o que constar da respectiva procuração.
- 2 - Para os actos de mero expediente bastará a assinatura de qualquer administrador ou mandatário, respeitados quanto a estes os limites do respectivo mandato.

ARTIGO 17º

- 1 - A fiscalização dos negócios sociais competirá a um revisor oficial de contas e um suplente, ambos eleitos em Assembleia Geral por períodos de quatro anos e reelegíveis por sucessivos quadriénios, sem prejuízo das limitações impostas por lei às sociedades emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado.
- 2 - O revisor oficial de contas e o seu suplente poderão ser sociedades de revisores oficiais de contas.

ARTIGO 18º

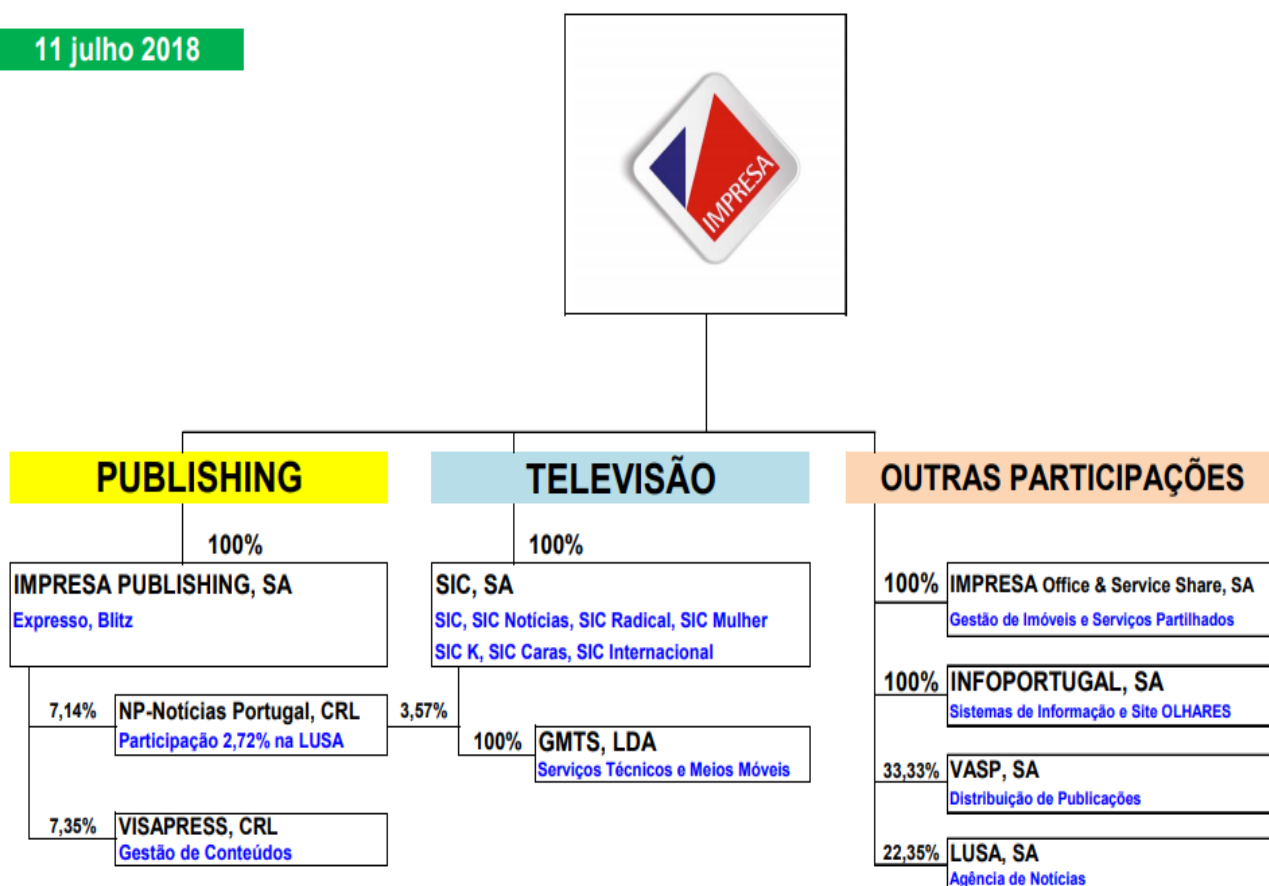
- O exercício de funções de membro do Conselho de Administração será remunerado, competindo à Assembleia Geral ou a uma comissão, por ela eleita para tal fim, fixar as remunerações.

ARTIGO 19º

- Caberá ao Conselho de Administração designar um secretário da sociedade e o seu suplente, a quem competem as funções que lhe sejam legalmente cometidas.

Anexo 4 - Organograma das participações do Grupo Impresa⁶⁹

11 julho 2018



⁶⁹ Documento disponível em: http://binaries.cdn.impresa.pt/Oba/ded/12722064/Organig-2018_jul.pdf [Consultado a 15 de setembro, 2018].

Anexo 5 - Declaração comprovativa do estágio



DECLARAÇÃO

Para efeitos de apresentação no Gabinete de Estágios e Integração na Vida Profissional da Escola Superior de Comunicação Social, e a pedido da interessada se declara que, MARIANA PACHECO DA SILVEIRA, titular do Cartão de Cidadão 14855268, realizou o seu estágio curricular, com início a 8 de janeiro e término no dia 7 de julho de 2018, perfazendo um total de 900 horas, na Direção de Informação da SIC - SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A., em Carnaxide.

Por ser verdade, foi feita e assinada a presente declaração.

Carnaxide, 27 de julho de 2018

Direção de Recursos Humanos

SIC
Soc. Independente de Comunicação, S.A.
NIF 501 940 826
RECURSOS HUMANOS
Rua Calvet de Magalhães, N.º 242
2770-022 PAÇO D'ARCOS

Flávia Paliotes
Técnica de RH

SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A.
CAPITAL SOCIAL € 24.440.350 • NPC 501 940 826 • CRC DE OÉIRAS N.º 8673
ESTRADA DA OUTURELA, 119 • 2794-052 CARNAXIDE • PORTUGAL • TELEF.: 21 417 95 50
DELEGAÇÃO NORTE: RUA CONSELHEIRO COSTA BRAGA, 502 - 4450-102 MATOSINHOS • PORTUGAL • TELEF.: 22 043 70 00

