



**INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA  
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Mestrado em Jornalismo

**Estudo de Caso do Programa *Flash!Vidas* –  
Informação ou Entretenimento?**

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

Meghanne Léa Pinto Barros

Trabalho orientado pela Mestre e Especialista Daniela Santiago

Lisboa, novembro de 2015

## *Declaração*

Declaro ser autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação.

Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 12 de novembro de 2015

A candidata,

Meghanne Barros

## ***Resumo***

O presente estudo de caso resulta de três meses de estágio no Grupo Cofina Media, onde foram desempenhadas funções jornalísticas na secção *Vidas*, do jornal *Correio da Manhã (CM)* e no programa televisivo *Flash!Vidas*, do canal *Correio da Manhã TV (CMTV)*, desde o dia 2 de fevereiro até ao dia 2 de maio de 2015. Foi elaborado no âmbito do Mestrado em Jornalismo, no Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social, e por objetivo a obtenção do grau de mestre no curso anteriormente referido.

A análise tem como propósito perceber se as alegadas peças noticiosas transmitidas pelo programa televisivo *Flash!Vidas*, no canal *Correio da Manhã TV*, podem ser consideradas informação, entretenimento ou os dois géneros. É importante referir que o presente trabalho terá como base fundamental os valores-notícias estudados pelo teórico Nelson Traquina e o conceito de *infotainment*.

**Palavras-chave:** entretenimento, imprensa cor-de-rosa, infotainment, informação, jornalismo, personagens, valores-notícia

## *Abstract*

This case study results from a three months internship at Cofina Media Group, where I carried out journalistic functions in the section Lives of the newspaper *Correio da Manhã* (CM) and the TV show *Flash!Vidas*, of the *Correio da Manhã TV* (CMTV), from the 2nd of February to the 2nd of May 2015. It is written as part of the Master in Journalism, at the Polytechnic Institute of Lisbon, School of Social Communication, and aimed at obtaining a master's degree in the above course.

The analysis aims to understand whether the alleged news items transmitted by the television show *Flash!Vidas*, at the *Correio da Manhã TV*, can be considered information, entertainment or both. It should be noted that this work will be based on the fundamental news-values studied by the theoretical Nelson Traquina, and the concept of infotainment.

**Keywords:** entertainment, pink press, infotainment, information, journalism, characters, notice-values

# Índice

DECLARAÇÃO.....	II
RESUMO.....	III
ABSTRACT.....	IV
AGRADECIMENTOS.....	VII-VIII
NOTA INTRODUTÓRIA.....	IX-X
<b>Capítulo I – Cofina, líder do mercado da imprensa nacional.....</b>	<b>11</b>
1. Cofina Media.....	11
1.1. História.....	11-12
1.2. Perfil de negócios.....	12
1.2.1. Jornais.....	12-13
1.2.2. Revistas.....	13-14
1.2.3. <i>Online</i> .....	14
2. Correio da Manhã TV (CMTV).....	15
2.1. A equipa.....	15-16
2.2. Liderança.....	16-17
3. FLASH!VIDAS.....	17-18
3.1. A equipa.....	18-19
3.2. O formato.....	19
<b>Capítulo 2 – A informação e o entretenimento na televisão.....</b>	<b>20</b>
4. A televisão e a informação.....	20
4.1. O lugar que a televisão ocupa na sociedade pós-moderna.....	21-23
4.2. A imagem na informação e o seu poder.....	23-24
5. O domínio do entretenimento no era contemporânea.....	24
5.1. O entretenimento no jornalismo.....	24-26
5.2. O <i>infotainment</i> .....	26-28

<b>Capítulo 3 – O “cor-de-rosa” e os valores notícia: análise detalhada do programa <i>Flash!Vidas</i></b> .....	<b>29</b>
6. O jornalismo cor-de-rosa.....	29-30
6.1. As personagens.....	30-32
6.2. As fontes de informação.....	32-33
6.3. O lado escuro: a invasão de privacidade.....	33-36
7. Cultura Jornalística.....	36
7.1 Valores-notícia.....	36-38
7.2 O que é notícia?.....	38-39
8. Análise detalhada do programa <i>Flash!Vidas</i> .....	39
8.1. Peças noticiosas.....	39
8.1.1. Categorias temáticas.....	39-42
8.1.2. Política de alinhamento.....	43-46
8.3. Análise dos valores-notícia no programa.....	46-52
 <b>Capítulo 4 – O Estágio na Cofina</b> .....	<b>53</b>
9. Breve apresentação.....	53
10. Impresso.....	53-54
10.1. Secção <i>Vidas, Correio da Manhã</i> .....	54-55
10.2. Revista <i>Vidas</i> .....	55-66
11. Televisão.....	56
11.1. Programa <i>Flash!Vidas</i> .....	56-57
12. Radar e Piquete.....	57
 Considerações finais.....	58-62
Bibliografia.....	63
Sitiografia.....	64-66
Índice de figuras.....	67
Índice de tabelas.....	68
Anexos.....	69 -

## *Agradecimentos*

Pensava que agradecer era mais fácil...tantas pessoas e tantos momentos...

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais que são os principais pilares de força que até hoje permitiram que frequentasse o ensino e me tornasse uma mulher de sucesso. Também não poderia deixar de agradecer à minha fonte de inspiração, a minha irmã, que ao longo de vinte e três anos sempre me tirou todas as dúvidas que possam ter vindo a surgir ao longo da minha vida.

Aos meus grandiosos avós, tios e prima que rezam todos os dias pelo meu melhor.

Ao meu namorado que esteve sempre comigo sem saber. E que em todas as situações menos boas foi o melhor de mim. Por nunca desistir de mim.

E às minhas amigas que quero que façam sempre parte da minha vida. (Joana Martins, Joana Cassiano, Sara Abreu, Dânia Ramos, Ana Margarida Ruivo, Beatriz Lança, Adriana Afonso, Sara Machado, Soraia Cavaco). Em especial à Sara Viegas que me fez ver que os amigos da faculdade são mesmo para sempre e que ao longo do meu percurso académico me fez ver que há sempre solução para tudo.

Impensável seria não agradecer à equipa *Vidas e Flash!Vidas*. Um obrigada do tamanho do mundo para as pessoas que me viram começar e, principalmente, crescer como ninguém a nível profissional. (Rita Resendes, Rute Lourenço, Vânia Nunes, Rita Montenegro, Marco Pereira, Guilherme Braz, Sandro Bettencourt, Teresa Santos, Miguel Azevedo).

A Florianópolis e todos os amigos que o mais paradisíaco estado brasileiro me deu durante o meu intercâmbio. Únicos. Para Sempre. Inquestionáveis. Liliana Santos, o meu braço direito. Ao Ramon de quem todos os dias sinto saudades. À minha grande amiga Sara Guimarães. À Sofia Varandas, que me espera todos os dias no Porto. À Bárbara Cruz. Ao Brais e ao Jaco, espanhóis que me marcaram.

À minha antiga professora Filipa Cerol que me incentivou sempre a fazer mais e melhor.

Quero também fazer um agradecimento especial à minha professora Daniela Santiago, com quem me identifiquei desde o primeiro dia em que nos cruzámos na sala de aula. Obrigada pelo apoio! Da sua postura levo um exemplo de profissionalismo e dedicação.

E claro ao grupo Cofina Media e em especial à redação *Correio da Manhã* que vai ser sempre a minha grande escola, a nível prático.

Não me quero esquecer de ninguém, por isso deixo um agradecimento final a todos aqueles que de uma maneira ou de outra fizeram parte deste meu processo e que indiretamente me deram força para chegar até aqui.

Pela paciência. Obrigada a todos!

## ***Nota introdutória***

O principal foco do presente relatório de estágio é o programa televisivo *Flash!Vidas*, emitido no canal de televisão *Correio da Manhã TV (CMTV)*, que tem duas edições, - manhã e tarde -, e se designa como um noticiário de atualidade social, representativo da revista *Flash!* e da secção *Vidas* do *Correio da Manhã* que, em quarenta e cinco minutos, transmite o que considera notícia sobre o mundo cor-de-rosa, isto é, sobre figuras públicas nacionais e internacionais.

O objetivo do estudo de caso é compreender se as supostas peças noticiosas emitidas no programa se podem considerar informativas; puro - e apenas – entretenimento; ou cruzam os dois géneros. Para tal, irei analisar o programa da tarde, durante um período de quinze dias úteis (de 2 a 6 de março, de 9 a 13 de março, e de 16 a 20 de março). As datas escolhidas devem-se ao facto de o programa ter, anteriormente, ter transmitido uma emissão especial da época festiva de carnaval o que não interessaria para o estudo. Neste sentido, pensei que faria mais sentido começar no início do mês seguinte, cujo equivale ao segundo mês de estágio, podendo assim estar mais familiarizada sobre o programa e as suas finalidades.

Assim sendo, o trabalho é composto por quatro capítulos centrais. O ***Capítulo 1 – Cofina, líder do mercado da imprensa nacional***, que está dividido em três partes, sendo que a primeira fala sobre a história e o perfil de negócios da Cofina Media; a segunda apresenta a equipa inicial do canal *CMTV* e a sua liderança ao longo de dois anos de existência; e a terceira enuncia a equipa e explica o formato do programa *Flash!Vidas*. O ***Capítulo 2 – A informação e o entretenimento na televisão*** aborda dois temas: a televisão e a informação; e o domínio do entretenimento na era contemporânea. O ***Capítulo 3 – O cor-de-rosa e os valores notícia: análise detalhada do programa Flash!Vidas***, divide-se em três partes, sendo que, em primeiro lugar, fala sobre o jornalismo cor-de-rosa e as suas implicações, em seguida, sobre a cultura jornalística e os seus princípios, e por último a análise detalhada do programa *Flash!Vidas*, um dos momentos mais importantes do trabalho, onde serão analisadas as peças noticiosas e a política de alinhamento do programa, segundo os valores-notícia estudados por Nelson Traquina. O ***Capítulo 4 – O Estágio na Cofina***, é o último, mas não menos importante, uma vez que explica todo o meu percurso e desempenho na empresa, durante os três meses de estágio.

Tal como referido anteriormente, a pesquisa analisa a informação televisiva através dos valores-notícia estudados por Nelson Traquina, que se dividem em duas secções: de seleção e de construção. Sendo que os valores-notícia de seleção se diferenciam em subtrativos (morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo, inesperado, novidade, notabilidade, controvérsias/conflitos) e contextuais (disponibilidade, visualidade, concorrência, equilíbrio, dia noticioso). Por último, os valores-notícia de construção (simplificação, amplificação, personalização, dramatização, consonância).

Para além do apoio bibliográfico, o trabalho também foi realizado através da aplicação de entrevistas semi-estruturadas a jornalistas da área do social enquanto método de investigação qualitativa, que me possibilitaram análises específicas sobre o tema.

Foi através de interrogações claras, relacionadas e possíveis de serem trabalhadas que orientei e desenvolvi a minha investigação: *O programa Flash! Vidas transmite peças de informação ou entretenimento? O jornalismo cor-de-rosa é ou não um tipo de jornalismo? O jornalismo cor-de-rosa pode ser confundido com infotainment?* Questões que serviram como fio condutor para o trabalho e que constituíram uma maneira de exprimir a conclusão que realmente procurava.

Com a minha participação no estágio curricular na Cofina Media (desde o dia 2 de fevereiro até ao dia 2 de maio), e seis horas diárias, pretendi, logicamente, viver e perceber a realidade jornalística de maneira a aprender, através da prática, com alguns erros, mas sempre na ânsia de acabar por melhorar. Momento que achei preciso e indispensável para a boa conclusão do meu mestrado em Jornalismo.

# *Capítulo I – Cofina Media, líder do mercado de imprensa nacional*

## **1. Cofina Media**

A Cofina Media é uma das principais empresas de *media* portuguesa que integra, atualmente, um portfólio de cinco jornais, quatro revistas e um canal televisivo por cabo. O Grupo é distinguido pelo crescimento sustentado da rentabilidade por via orgânica e de aquisições e está cotada na bolsa de valores de Lisboa desde o ano de 1998, sendo líder em Portugal no domínio da imprensa.



*Figura 1* Logótipo do Grupo Cofina Media

### **1.1 História<sup>1</sup>**

A Cofina Media foi fundada em 1995 como uma sociedade *holding*<sup>2</sup> diversificada, que se iniciou com um capital social de 5 milhões de euros. Em 1999, deu-se a aquisição da Investec (*holding* de *media*) e em 2000 a do jornal diário *Correio da Manhã*. Em 2002, foi a vez da revista de TelevisãoTV *TV Guia* ser adquirida. Entre 2003 e 2010 o crescimento médio anual do EBITDA<sup>3</sup> foi de cerca de 8% em 2003 para 17% em 2010.

Em 2004, deu-se o lançamento da revista semanal de grande informação com o nome de *Sábado*. O ano de 2005 foi marcante para a Cofina Media, uma vez que foi realizado o *spin off*<sup>4</sup> das participações fora do setor de *media* (Altri), o que conduziu à oportunidade do Grupo ficar, exclusivamente, com os ativos de imprensa.

Na ânsia do seu crescimento, em 2006, deu-se a aquisição do jornal diário gratuito *Destak* e em 2007 o lançamento do jornal diário gratuito no Brasil *Destak São Paulo*. Em 2009, o Grupo cresce mais um bocado com a aquisição da edição portuguesa do “Metro”

<sup>1</sup> Consultado em: <http://www.cofina.pt/>, 20-mai-15

<sup>2</sup> Designação que se dá a uma empresa que possui a maioria das ações de outras empresas e que detém o controlo da sua administração e políticas empresariais das mesmas

<sup>3</sup> É a sigla de “Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization”, que significa “Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização”, em português

<sup>4</sup> Termo inglês utilizado para descrever uma empresa que nasce a partir de um grupo de pesquisa de uma empresa

(jornal diário gratuito), bem como lança o *Destak Rio de Janeiro*, no Brasil. Os anos de 2010 e 2011 também são vistos como fases de ascensão, uma vez que foram lançados os jornais *Destak Brasília* e *Destak Campinas*, no Brasil, respetivamente.

Em 2013, a Cofina Media inicia e acrescenta uma nova vertente ao seu núcleo: uma plataforma televisiva exclusiva da MEO. A 17 de março de 2013 nasceu o canal generalista por cabo *Correio da Manhã TV*.

Chefiada por Paulo Fernandes, a Cofina Media é, atualmente, líder de mercado em Portugal no segmento de imprensa e é a terceira maior empresa do setor de media, em termos de capitalização da bolsa de Lisboa. Com o objetivo de continuar a ocupar o primeiro lugar no mercado de media no país, o Grupo rege-se através de uma estratégia de desenvolvimento que tem por base o reforço da sua posição competitiva e a criação de valor para todos os acionistas.

## 1.2 Perfil de negócios<sup>5</sup>

### 1.2.1 JORNAIS

- **Correio da Manhã**

O *Correio da Manhã* é um jornal generalista diário fundado em 1979 e adquirido pela Cofina em 2000, que é, atualmente, líder de mercado em Portugal, uma vez que conta com mais de 110 mil exemplares vendidos diariamente. O jornal tornou-se na leitura nacional mais procurada devido à forma de noticiar o dia-a-dia.

O jornal impresso evoluiu para uma plataforma televisiva: *Correio da Manhã Tv (CMTV)*, que deu início às suas emissões no ano de 2013.

- **Destak**

Líder no seu segmento, o *Destak* é um jornal diário gratuito que foi lançado no ano de 2001 por um grupo de jovens empreendedores, tendo a Cofina adquirido a maioria do capital do jornal (59%), em 2006. Foi o primeiro jornal gratuito a ser editado no país.

---

<sup>5</sup> Consultado em: [http://www.cofina.pt/business-overview.aspx?sc\\_lang=pt-PT](http://www.cofina.pt/business-overview.aspx?sc_lang=pt-PT), 20-mai-15

- **Metro**

A Cofina adquiriu a edição portuguesa do *Metro* em 2009, um que tal como o Destak é jornal diário gratuito. Um jornal editado em vários países neste formato, ocupando a posição dos maiores do Mundo.

- **Record**

Adquirido pela Cofina em 1999, o jornal diário *Record* é líder de mercado no segmento do desporto, ainda que se focalize, prioritariamente, na área do futebol.

- **Jornal de Negócios**

O *Jornal de negócios* é um diário que fala sobre assuntos da economia e negócios, sendo um ativo estratégico para a Cofina, bem como uma referência editorial na sua área.

## 1.2.2 REVISTAS

- **Sábado**

A *Sábado* foi lançada em 2004 e é uma revista semanal de grande informação que se preocupa em falar sobre diferentes temas da atualidade nacional e internacional, sendo já referência do grande jornalismo no país. Esta *newsmagazine* abre novos caminhos na informação.

- **TV Guia**

A princípio a *TV Guia* era uma revista muito vocacionada para os temas de televisão, contudo, atualmente, é uma revista mais generalista que se debruça sobre diferentes secções e que conta com conteúdos informativos mais atuais, conseguindo assim ir ao encontro de um maior leque de leitores.

- **Flash!**

A revista *Flash* viu o seu primeiro número a sair nas bancas no dia 6 de junho de 2003. Uma revista semanal de sociedade que tem um conceito editorial baseado na atualidade e exclusividade da informação social, bem como na crítica social credível. A *Flash* adota uma linguagem simples, acessível e direta para todo o tipo de leitores e tem um modelo gráfico que privilegia a qualidade da imagem.

- **Vogue**

Uma revista que tem um historial de 110 anos, uma vez fundada nos EUA, é hoje o título entre as revistas de moda no mundo inteiro. A revista *Vogue* é deliberadamente elitista e representa as ideias de luxo, sendo por isso uma referência e o espelho do mundo da moda.

### **1.2.3 ONLINE**

#### **JORNAIS**

- [www.cmjornal.xl.pt](http://www.cmjornal.xl.pt) / [www.flashvidas.pt](http://www.flashvidas.pt)
- [www.record.xl.pt](http://www.record.xl.pt) / [liga.record.xl.pt](http://liga.record.xl.pt)
- [www.jornaldenegocios.pt](http://www.jornaldenegocios.pt)
- [www.destak.pt](http://www.destak.pt)
- [www.readmetro.com](http://www.readmetro.com)

#### **CLASSIFICADOS**

- [www.classificadoscm.pt](http://www.classificadoscm.pt)
- [www.empregosonline.pt](http://www.empregosonline.pt)

#### **REVISTAS**

- [www.sabado.pt](http://www.sabado.pt)
- [www.maxima.xl.pt](http://www.maxima.xl.pt)
- [www.vogue.xl.pt](http://www.vogue.xl.pt)
- [www.semanainformatica.xl.pt](http://www.semanainformatica.xl.pt)

#### **CMTV**

- [cmtv.sapo.pt](http://cmtv.sapo.pt)

#### **PORTAIS**

- [www.xl.pt](http://www.xl.pt)
- [passatempos.xl.pt](http://passatempos.xl.pt)

## 2. Correio da Manhã TV (CMTV)

O *Correio da Manhã TV (CMTV)* é um canal generalista de televisão, que começou as suas emissões a 17 de março de 2013. A *CMTV* nasceu de acordo com os fundadores, para servir de alternativa aos canais de informação SIC Notícias, TVI24 e RTP Informação. Um canal de cabo, próprio da Cofina Media e ainda exclusivo da plataforma MEO, na posição 8 e 204 em HD, que tem como slogan “Você está aqui!” e como principais objetivos, acrescentar valor e qualidade ao mercado audiovisual e informativo português e ser a escolha maioritária dos consumidores de TV por cabo durante três anos de emissões. Com o surgimento desta plataforma televisiva, o Grupo Cofina quis aumentar a diversificação da oferta aos telespetadores nacionais.

### 2.1A equipa<sup>6</sup>

A 17 de março de 2013 o primeiro canal do Grupo Cofina, *Correio da Manhã TV (CMTV)*, juntou uma equipa composta por profissionais que anseiam o crescimento de um projeto que já celebrou 2 anos.

Antes de apresentar esses profissionais, é importante referir que não existem diferenças na organização entre *CM* e *CMTV*. A desempenhar o papel de Diretor do *CM* e da *CMTV* está Octávio Ribeiro, seguido pelos Diretores Adjuntos, Armando Esteves Pereira, Carlos Rodrigues, Eduardo Dâmaso e o pivôt do *CMJornal* às 13h, José Carlos Castro, que foi durante 18 anos uma das caras conhecidas da TVI. No cargo de Chefe de Redação estão os jornalistas Paulo Santos e Paulo Fonte, sendo que o Chefe de Redação Multiplataforma é Miguel Martins e os Chefes de Redação Adjuntos, Miguel Ganhão, Paulo Oliveira Lima e Ricardo Tavares. Andreia Vale, anterior fundadora da SIC Notícias é jornalista do *Correio da Manhã* e também responsável pelo *CMJornal* da uma da tarde. João Ferreira, que foi jornalista da SIC durante quinze anos e o principal rosto da *Económico TV* é o pivôt de informação da *CMTV* aos fins-de-semana. Marcos Pinto, que passou por rádios tais como Rádio Comercial e Rádio Clube Português e pelos canais TVI e TVI24 é um dos jornalistas do canal.

A juntar-se à equipa surgem os jornalistas Tiago Rebelo, Diogo Carreira, Cristina Ferreira de Almeida e Isabel Lacerda como Coordenadores de Informação. Cátia Nobre mudou-se da TV Record Europa para a *CMTV* como pivôt de informação todas as manhãs.

---

<sup>6</sup> Equipa de profissionais atualizada, depois de ter sofrido algumas alterações nos últimos dois anos

Rita Monteiro, que começou a sua carreira na Bola TV, é um dos rostos da secção desportiva do canal.

Como Coordenadora Continuidade do canal está Marina Fernandes. Jan Carr, é o Coordenador do Grafismo e Rui Quartin Costa o Coordenador de Realização. Pedro Mourado, antigo Coordenador de Produção da TVI ocupa o mesmo lugar na CMTV. Por último mas não menos importante, Francisco Penim, antigo diretor de programas da SIC, junta-se à equipa como Coordenador de Programação.

## 2.2. Liderança

Após iniciar as suas emissões a março de 2013, a estação televisiva *Correio da Manhã TV(CMTV)* registou a melhor audiência média no dia 23 de novembro de 2014, tendo tido um share diário de 0,9%<sup>7</sup> o que equivale a 23500 telespetadores<sup>7</sup> em cada minutos das 24h diárias. Ainda no mesmo mês, o canal foi também pautado como o mais visto no MEO, uma vez que uma média de 12800 telespetadores<sup>8</sup> escolheram ver a estação, contando com um share de 2,14%<sup>8</sup>. De acordo com os dados do painel GfK<sup>9</sup> sobre os valores das audiências entre os portugueses que veem televisão no MEO, a CMTV ultrapassou as estações SIC Notícias (2% share, 11950 telespetadores<sup>8</sup>), TVI24 (1,33% share, 7970 telespetadores<sup>8</sup>) e a RTP Informação (1,14% share, 6790 telespetadores<sup>8</sup>), a novembro de 2014.

		Share (%)
18-12-2014	CMTV	1,49
	SIC Notícias	1,92
	TVI24	1,62
	RTP Informação	0,57

		Share (%)
01-12-2014	CMTV	2,09
	SIC Notícias	1,81
18-12-2014	TVI24	1,16
	RTP Informação	0,94

**Figura 2** Quadro da percentagem de share em dezembro de 2014

7 Valores noticiados no site: <http://cmtv.sapo.pt/actualidade/detalhe/cmtv-com-melhor-audiencia-de-sempre.html>, a 24-nov-14

8 Valores noticiados no site: [http://www.cmjornal.xl.pt/tv\\_media/detalhe/cmtv\\_ja\\_e\\_o\\_canal\\_mais\\_visto\\_no\\_meo.html](http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/cmtv_ja_e_o_canal_mais_visto_no_meo.html), a 10-dez-14

9 Sigla que se designa por Growth from Knowledge ou Crescimento pelo Conhecimento, em português. Empresa de estudos de mercado de origem alemã, que mede audiências televisivas, em Portugal

Apesar de não ser o canal mais visto durante todos os dias do mês de dezembro de 2014, tendo sido ultrapassado (1,49 share<sup>10</sup>) no dia 18, pelos canais SIC Notícias (1,92%) e pela TVI24 (1,62%), a cmTV volta a ocupar o lugar de líder durante o dia 1 até ao dia 18 do mesmo mês, com 2,09 shares. Assim sendo, dentro dos consumidores da plataforma MEO e de acordo com o painel GfK, o canal é novamente apontado como o mais visto (2,09%) entre os canais de informação da MEO, estando na frente da SIC Notícias (1,81%), TVI24 (1,16%) e RTP Informação (0,94%).

Segundo os dados de audiências da box MEO, o canal que ocupa a posição 8 da MEO registou, de forma consolidada, a liderança entre os canais de informação em Portugal, desde julho de 2014 a abril de 2015, sendo o segundo canal de Pay TV (televisão por assinatura) mais visto no país, a seguir ao *Disney Channel*.

Até aos dias de hoje, maio foi o mês de 2015 que registou o melhor resultado da *CMTV*, tendo sido visto por uma média de 14 mil pessoas por minuto e um share médio de 0,8%<sup>11</sup>, de acordo com os dados da GfK. Valor que corresponde a uma subida de 0,1 pontos percentuais relativamente ao mês de abril, 0,7%.

### 3. FLASH!VIDAS



Figura 3 Genérico do programa *Flash!Vidas*

O programa televisivo *Flash!Vidas* nasceu da parceria entre a secção *Vidas* do jornal diário *Correio da Manhã* e da revista semanal *Flash!* a 18 de março de 2013, e transmite

<sup>10</sup> Valores retirados da tabela do site: [http://www.cmjornal.xl.pt/tv\\_media/detalhe/audiencias\\_cmtv.html](http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/audiencias_cmtv.html), em 20-mai-15

<sup>11</sup> Valores retirados da notícia do site: [http://www.cmjornal.xl.pt/tv\\_media/detalhe/20150602\\_0204\\_maio\\_foi\\_o\\_melhor\\_mes\\_da\\_cmtv.html](http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/20150602_0204_maio_foi_o_melhor_mes_da_cmtv.html), em 20-mai-15

todas as notícias sobre o glamour e a vida dos nomes mais sonantes da sociedade nacional e internacional.

Os conteúdos do programa são propriedade do jornal *Correio da Manhã*, da estação de televisão *CMTV*, bem como da revista *Flash!*, três órgãos de comunicação social que fazem parte do Grupo Cofina Media.

No *Flash!Vidas* é noticiado tudo o que se passa no mundo das figuras públicas, pelos mais diversos motivos. Sendo que a principal missão deste programa de televisão tem por base produzir conteúdos noticiosos mas também de entretenimento, podendo ser também destinados a publicação na internet, no jornal ou em revista.

Uma *magazine* em direto sobre atualidades da vida dos famosos, emitido de segunda a sexta-feira, em duas partes, - de manhã (12h) e à tarde (18h) - e apresentado por Lara Afonso e Marta Viveiros durante quarente e cinco minutos.

### 3.1 A equipa<sup>12</sup>

O programa *Flash!Vidas* é um espaço inovador e diferente na televisão portuguesa sobre as principais notícias do social que as apresentadoras Marta Viveiros (desde outubro de 2015 a substituir a antiga apresentadora Ana Lúcia) e Lara Afonso levam até ao telespetador.

Também fazem parte da equipa do programa, todos os jornalistas da secção *Vidas* do jornal diário *Correio da Manhã*, Rute Lourenço, editora da secção; Marco Pereira, sub-editor; os jornalistas Rita Montenegro; Rita Resendes e Guilherme Braz; e o jornalista Miguel Azevedo, da secção *Geração de Arte* do jornal.

Como Coordenadores de Conteúdos do *Flash!Vidas* estão os jornalistas Vânia Nunes e Sandro Bettencourt.

A juntar-se a esta equipa surgem vários jornalistas da revista *Flash!*, nomeadamente o Hugo Alves que contribui para o programa com a rubrica *Repórter Indiscreto*, momento em que são feitas perguntas “sem pudores” às personagens nacionais, bem como o editor de moda da revista, Nuno Tiago que ocupa o lugar de *Polícia da Moda* no programa, ao mesmo tempo que, contribui com textos sobre styling para a revista *Vidas* do *Correio da Manhã*.

---

<sup>12</sup> Equipa inicial que pode ter sofrido algumas alterações nos últimos dois anos de canal como é o caso da apresentadora Ana Lúcia que foi substituída pela apresentadora Marta Viveiros

Por último, é importante referir também elementos da régie essenciais à imagem em TV: as cinco maquilhadoras, Maria Almeida, Tita Costa, Inês Pereira e Francisca Bairros; e as duas cabeleireiras Bianca Nascimento e Djanira Cirilo, que contribuem para que seja possível que o programa aconteça todos os dias.

### **3.2 O formato**

O *Flash!Vidas* divide-se em duas partes diárias, cinco vezes por semana: de manhã e à tarde. Tem a duração de quarenta e cinco minutos, apresentado por Lara Afonso e Ana Lúcia Matos, respetivamente. Ao sábado de manhã é transmitido o *Best Off da semana*, onde surge uma coletânea das peças noticiosas mais importantes da semana em questão.

O programa de manhã começa a partir das 12 horas e destina-se à transmissão de várias notícias sobre o mundo dos famosos nacionais e internacionais. Além disso, contém, por norma, a rubrica *Polícia da Moda*, às segundas, quartas e sextas-feiras, onde o editor de moda da revista *Flash!*, Nuno Tiago, comenta os looks das celebridades femininas e masculinas em eventos sociais atuais. Tem definido um tempo diário para a tertúlia que se destina ao debate sobre assuntos atuais e problemáticos da vida dos famosos, que conta com a participação do relações públicas Duarte Siopa, a apresentadora do programa *Manhã CM*, no canal *CMTV*, Maya e o ex-jornalista Manuel Malheiro. Pode contar também com o momento *Repórter Indiscreto*.

Tal como na edição da manhã, também o programa da tarde se destina à transmissão de peças noticiosas sobre a vida de personalidades nacionais e internacionais. A rubricas *Repórter Indiscreto* e do *Polícia da Moda* podem, esporadicamente, surgir também nesta edição. Importante será salientar que no formato inicial do programa, este tinha um momento de entrevista a uma celebridade pública em direto, podendo ser um músico, ator, escritor, relações públicas, etc..., que chegou ao fim, uma vez que o programa funciona através da ideia de evolução, melhoraria e pretende corresponder, cada vez mais, às necessidades dos telespetadores.

## *Capítulo 2 – A informação e o entretenimento na televisão*

### **4. A televisão e a informação**

A televisão tornou-se um *media* mais forte e poderoso do que os outros graças à transmissão de imagens e sons de qualidade que mostram acontecimentos da realidade que podem estar a acontecer junto de nós ou do outro lado do mundo. Assim, a televisão permite que a sociedade conheça a atualidade mundial através de uma visualização de imagens que elimina distâncias e mediações.

Raymond Williams vê a televisão como uma tecnologia e uma forma cultural, ao mesmo tempo, que considera o jornalismo uma instituição social. Tal como Itania Gomes refere, o jornalismo televisivo pode ser visto como uma construção social, na medida em que este se desenvolve numa formação económica, social e cultural singular.

“A televisão, tal como os restantes *media*, dá-nos uma imagem da realidade e transmite-nos valores, ou seja, os programas que emite reflectem o seu papel cultural. Neste contexto, é relevante evidenciar os efeitos que exerce sobre o receptor, ou seja, de que modo é que os *media* (a televisão) constroem a realidade, que mediação simbólica realizam.”  
(FERNANDES, 2001:41)

Quando se fala em informação televisiva, a construção da realidade exige que se dê ênfase ao conteúdo noticioso de maneira a que seja possível apelar aos sentidos mais emocionais do telespetador. Ainda assim, a televisão nunca pode descorar de duas regras que João Canavilhas faz recordar. A primeira é que em televisão é preciso garantir a compreensão do discurso através de um fio condutor perceptível a todos, ou seja, o telespetador deve encontrar sentido na mensagem através de uma informação acessível; que o jornalista deve sempre apresentar os dois lados da informação; e ter a preocupação de contextualizar as situações noticiadas, isto é, atualizar e modernizar o assunto relatado. A segunda regra é que o jornalista deve procurar uma linguagem próxima da linguagem comum, caracterizada por ser predominantemente apelativa, nem verdadeira nem falsa e de compreensão rápida.

#### 4.1 O lugar que a televisão ocupa na sociedade pós-moderna

A primeira emissão de televisão em Portugal aconteceu na noite de 4 de setembro de 1956, tendo visto o início das suas edições regulares a 7 de março de 1957. Foi a partir dessa noite que esta grande máquina entrou no seu ritmo acelerado e começou a “servir imagens ao domicílio”.

Até aos dias de hoje, a televisão serve maioritariamente para informar o telespetador, para educá-lo e para criar o intelecto. Contudo, nas últimas décadas têm surgido várias transformações nas esferas sociais, económicas, políticas e culturais que vêm alterar as principais funções do meio televisivo. Isto porque os meios de comunicação atuais se posicionam num lugar estratégico na ocupação do tempo livre da sociedade.

Para que se perceba o posicionamento da informação em televisão nos dias que correm, é importante pensar-se na evolução e mudanças que o jornalismo atravessou até então. Neste sentido, sabe-se que o jornalismo deixou, no século XIX, os paradigmas do modelo norte-americano e inglês que ditavam que o jornalista produz um relato da realidade baseada nos factos e na objetividade. Com o aparecimento do *penny press*<sup>13</sup>, surge um novo conceito de produção jornalística tendo sido criados novos formatos jornalísticos. A notícia passou a ser considerada uma mercadoria e para isso foi necessário que a linguagem jornalística se prendesse ao uso de estratégias de sedução para tornar manchetes e chamadas de primeira página mais atraentes.

“No decurso da história, a televisão esteve no meio de duas ideologias: técnica e política. (...) A ideologia actual é a do empirismo modernista, ou seja, torna-se importante ser moderno e empreendedor no sentido de se fazerem programas espectaculares e informação com vista a um elevado nível de audiência. Por outro lado, deixa-se o modelo político que vigorava até então, para se passar a um modelo económico no qual a televisão é regida pelas leis de mercado.” (FERNANDES, 2001:32).

O que Ana Paula Fernandes (2001) quer com isto dizer é que a televisão e o jornalismo associados encontram-se numa sociedade pós-moderna que vive do espetáculo, abraçados, com todas as forças, às lógicas capitalistas. Desta maneira começam a surgir dúvidas em relação às práticas sociais da própria informação e se o jornalismo não atravessará uma crise de sentidos.

---

<sup>13</sup> *Penny press* foi um jornal vendido ao equivalente a um centavo que conseguiu aumentar a circulação dos jornais, adquirir um público mais amplo e generalizado, através de um preço acessível

“O jornalista pós-moderno abandonou definitivamente a ideologia da janela aberta para o mundo, e não tem mais a ingenuidade de quem olha para a realidade e dela diz apenas o que vê e ouve.” (RUBLESCKI: 4-5)

Atualmente, e como já referido anteriormente, é sabido que o jornalismo televisivo ultrapassou a barreira da verdade, não tendo como princípio básico o relato dessa apuração dos factos, mas a transmissão de notícias associadas ao mundo do espetáculo moderno. Se o processo de construção de uma notícia tem em consideração elementos políticos, económicos e religiosos, importante será dizer que a opção do pequeno ecrã pela ideia de espetacularizar a informação resulta maioritariamente do fator económico que move o mundo inteiro.

“No jornalismo pós-moderno tudo é imagem, interatividade, fragmentação. A estética da imagem cala o texto para bem seduzir. A sedução toma o lugar do argumento.” (RUBLESCKI: 6)

Tal como João Canavilhas refere em *Televisão, o domínio da informação-espetáculo*, a junção feita pelas televisões entre informação e espetáculo provém da influência do fator económico, uma vez que para que as audiências aumentem é necessário tornar a informação mais atrativa e apelativa. Esta será uma das justificações para o surgimento do entretenimento associado à informação na atualidade televisiva, que tem como principal objetivo prender o telespetador, dando assim mais atenção aos acontecimentos dramáticos, excepcionais, chocantes e inesperados.

Importante será então pensar como se pode definir o espetáculo inserido dos meios de comunicação atuais. Para o mesmo autor, o “espetáculo consiste na colocação em cena de dois fatores: uma determinada atividade que se oferece e um determinado sujeito que a contempla” (CANAVILHAS, 4). É pois neste panorama que vive a sociedade pós-moderna. Uma sociedade consumista que cada vez mais absorve as chamadas notícias *light* ou *soft news*.

“A informação já não é, longe disso, o programa mais transmitido pela televisão. Ela não ocupa (mesmo tomando o termo em sentido lato), mais de 25% do tempo de emissão de um canal generalista. A maior parte deste tempo é consagrado a programas de diversão. (...) Assim, na televisão atual o paradigma do espetáculo tende a prevalecer sobre os outros na preparação das mensagens reais. (JESPER:1988:74)

As *soft news* são aquelas que tratam de temas socialmente menos relevantes em relação às *hard news*. São as notícias que abordam com liberdade criativa e narrativa assuntos culturais, desportivos e de entretenimento, ou seja, abordam assuntos com apelo humano e com base nas emoções, que se aproxima de conteúdos do quotidiano.

#### **4.2 A imagem na televisão e o seu poder**

Apesar de ser claro que, atualmente, a sociedade vive num mundo em que a imagem é privilegiada face ao valor do texto, existem muitos profissionais na área do jornalismo que ainda não aceitam essa realidade.

Não é novidade que a imagem tem maior poder em relação ao texto. Desde cedo, e não só na televisão que a fotografia, as tabelas, os gráficos, a ilustração, são exemplos que dizem, de uma maneira mais leve, algo mais do que o texto ao público.

Atualmente, a sociedade vive numa era onde o impacto da informação reside na capacidade de fornecer aos telespetadores, ouvintes ou leitores uma imagem do mundo mais completa do que aquela que o público pode recolher no local. Este processo é à partida, um dos paradigmas atuais, isto é, uma espetacularizar da informação.

“A televisão pode explicar, fazer partilhar, fazer sonhar, sensibilizar, chocar, suscitar a reflexão, a adesão ou a rejeição, anestesiar ou excitar, mas ela faz tudo isso mostrando imagens, e fazendo ouvir sons concomitantes com a imagem. Por outras palavras, a televisão tem a propriedade de transformar qualquer realidade, qualquer conceito ou discurso em espetáculo.” (JESPER, 1988: 68)

A imagem é o que torna a televisão no meio de comunicação mais poderoso e mais perigoso ao mesmo tempo. A imagem televisiva pode, em grande parte, estar na base da manipulação das informações que são transmitidas para o público. Querendo com isto explicar que em televisão é fácil espetacularizar a realidade social dando-lhe um sentido próprio, uma vez que o jornalista pode mostrar umas imagens e ocultar outras, bem como construir o seu próprio sentido de notícia através da sequência das imagens ao longo da peça.

“A imagem televisiva (e neste conceito incluímos evidentemente os sons que lhe estão associados) está na nossa sociedade sobrecarregada de significado. Atribui-se-lhe sem razão a possibilidade de representar “objetivamente” o real, isto é de ser a metonímia.” (JESPER, 1988: 70)

No fundo, existe um leque de fatores que comprovam o poder da imagem em televisão. Mas em particular, a televisão tirou partido da evolução técnica ficando na frente na era da globalização, e depois a linguagem utilizada é intemporal.

“A imagem televisiva é um excelente vector da emoção (a afectividade, a violência, os sentimentos, as sensações), mas é um veículo mais problemático para o raciocínio (a lógica, o enunciador sistemático, a argumentação.” (JESPER, 1988: 72)

De modo conclusivo, posso referir Itania Mota Gomes, em *Infotainment e a Cultura Televisiva*, que esclarece o contexto atual televisivo afirmando que este se consolida em quatro tendências básicas: desregulamentação; ampliação da concorrência; convergência de tecnologias; e a globalização. Neste sentido, a autora defende que o domínio do entretenimento na era contemporânea e o conseqüente surgimento do *infotainment* resulta do cenário global instaurado na televisão ao longo dos anos.

## **5 O domínio do entretenimento na era contemporânea**

### **5.1 O entretenimento no jornalismo**

O entretenimento no jornalismo insere-se na forma de *soft news*, que diferentemente das tradicionais *hard news*, - que se focam em assuntos públicos e políticos - , debruçam-se em temas de entretenimento e de interesse humano. De acordo com Thomas Patterson (2003), o jornalismo centrado no mercado, isto é, as notícias leves podem ser classificadas como “novas notícias”. O mesmo autor argumenta ainda que desde de que a competição entre organizações noticiosas aumentou, as notícias sofreram modificações tanto na sua forma como no seu conteúdo, no sentido do entretenimento.

Segundo a opinião de José Luís Albertos (1999), atualmente, a notícia pode ser vista como uma modalidade concreta que se insere no mundo do espetáculo. Por outras palavras, é a ideia de entreter o público, abafada dentro do ambiente jornalístico cada vez mais subjetivo.

Para Itaína Mota Gomes, o entretenimento é um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se define como um leque de estratégias para atrair os consumidores que se organiza como uma indústria.

“Essa mescla entre um termo que até então era considerado constituído por “parte objetiva da realidade” e outro cujo objetivo principal é divertir

uma platéia resulta, assim, na definição do que hoje seria notícia.” (SILVA, 2008: 102)

O jornalismo, o entretenimento e o espetáculo, andam assim atualmente, de mãos dadas com a ideia de notícias-mercadoria que se destinam a corresponder aos padrões de consumo em escala massiva mundial. Tal como clarifica Fabiana Moraes da Silva:

“Foi no âmbito dessa luta por audiências que o jornalismo foi se aproximando cada vez mais do que é diversão, criando (ou sofisticando, muitas vezes) uma modalidade informativa que prioriza o espetacular. Talvez um dos grandes fenômenos que sintetizem essa modificação da necessidade da notícia como diversão seja o aparecimento, em meados dos anos 80, nos Estados Unidos, da ideia do infoentretenimento, terminologia que une a ideia de informação e espetáculo num mesmo pacote.” (SILVA, 2008:102)

A improvável ligação entre notícias e diversão, jornalismo e entretenimento, e informação e ludicidade, passou agora a ser questionada, uma vez que tem aparecido cada vez mais unida nos meios de comunicação. Tal como refere Albertos na sua análise sobre o jornalismo no século XXI:

“Información, conocimiento, news business, tradición cultural, determinación de las nociones de verdad y mentira, deslinde entre información y opinión: todos estos valores pueden quedar seriamente afectados en las próximas décadas como consecuencia derivada del impacto de las nuevas tecnologías aplicables a los fenómenos de la comunicación de masas.” (ALBERTOS, 1999:20)<sup>14</sup>

Segundo Marshall (2003) a cobertura de notícias mais sérias passou para notícias de entretenimento que têm maior efeito sobre a audiência e custam muito menos. Atualmente existe um confronto entre seriedade na produção de informação e entretenimento como produção de informação, mas a verdade é que a segunda representa a atual tendência dos meios de comunicação.

Leonel Aguiar reflete em *Entretenimento: valor-notícia fundamental* o posicionamento do entretenimento na atualidade jornalística, concluindo que para informar as pessoas é necessário produzir matérias que despertem o interesse do público, podendo assim o entretenimento transformar-se num elemento essencial no processo de produção da notícia, colocando-se a hipótese de poder ser considerado um valor-notícia atual.

---

<sup>14</sup> ALBERTOS (1990:20): “A informação, o conhecimento, os novos negócios, a tradição cultural, a determinação de noções de verdade e mentira, a delimitação entre informação e opinião... todos estes valores podem ficar seriamente afetados nas próximas décadas como consequência derivam do impacto das novas tecnologias aplicadas aos fenômenos da comunicação de massas”

O entretenimento no jornalismo acaba por ser uma estratégia comunicacional para que os meios de comunicação possam concretizar as suas finalidades comerciais, ao mesmo tempo que conseguem aumentar o seu público-alvo e um maior número de anunciantes.

O paradigma do século XXI mostra um jornalismo que junta entretenimento e informação, designado por *infotainment*, que ainda não teve conclusões óbvias e que tem vindo a ter reações muito diferentes entre os profissionais na área.

## 5.2 O *infotainment*

Para muitos teóricos o *infotainment* é algo que, apesar da sua visível expansão, ainda não é bem compreendido, sendo visto de maneira geral como uma destruição do tradicional e verdadeiro jornalismo, no qual se zela pela objetividade dos factos, impedindo um possível cruzamento entre informação e entretenimento.

“*Infotainment*, neologismo que traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, tem ocupado boa parte da energia produtiva de profissionais e investigadores de algum modo ligados à Cultura Midiática.” (GOMES,195)

De acordo com Itania Mota Gomes, o *infotainment* nasceu devido às grandes mudanças ocorridas no sistema global de comunicação, mas principalmente porque houve a consolidação do neoliberalismo como opção política hegemónica no final do século XX, o que conduziu à desregulamentação dos sistemas nacionais de comunicação; e por causa da acentuada ampliação das possibilidades tecnológicas, distribuição e consumo da cultura mediática.

Este fenómeno não é novidade para os profissionais de jornalismo. A tendência foi detetada nos anos 60 desde o início do jornalismo televisivo, uma vez que, desde muito cedo a televisão para além de constituir um meio de informação, também foi vista como um instrumento de diversão e lazer para a sociedade.

Na verdade, pode dizer-se que o *infotainment* é hoje em dia uma tendência rápida e de fácil compreensão, que faz parte do jornalismo atual, sendo visto como uma problemática que tem vindo a ser bastante debatida e criticada em vez de estudada, tal como refere Itania Mota Gomes. É pois neste seguimento que Albertos (1995) afirma que a sociedade, o jornalismo e os meios de comunicação do século XXI estão a passar por um caos mediático:

“El periodismo del siglo XXI tenderá peligrosamente a producir en los públicos el sentimiento generalizado de que no es posible conocer nada

con cierto grado de garantía respecto a su complejidad y su certeza. Esta disfunción social podría ser descrita como el síndrome del caos mediático: la confusión y la inseguridad respecto a lo que puede conocerse a través de los medios deberán ser en todo caso o el punto de partida obligatorio para medir los previsibles efectos futuros de la comunicación periodística en los próximos lustros.” (ALBERTOS, 1999:25)<sup>15</sup>

No entanto, Itania Mota Gomes afirma que o fenómeno *infotainment* merece ser investigado, sem antes se fazer uma denúncia às suas consequências, colocando assim em hipótese um possível funcionamento do cruzamento entre informação e entretenimento. Para a autora o termo pode ser designado como:

“Defendemos que *infotainment* designa uma estratégia de produção midiática que não é, em si, nem boa, nem má, e que parece resultar de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência.” (GOMES, 197)

O *infotainment* mistura o entretenimento e a informação e refere-se a programas jornalísticos que apelam às emoções e ao sentido mais popular. É uma estratégia comunicativa que visa contar uma história que seja excitante e dramática para atrair consumidores. O conceito dá importância a assuntos sobre estilo de vida, a curiosidades, a notícias de interesse humano os quais atraem o público, tais como, assuntos trágicos, sexuais, criminais, a vida privada de celebridades e a transformação de anônimos em figuras públicas.

Os programas que o *infotainment* alberga são programas televisivos contemporâneos, de comportamento, *reality shows*, programas de colunismo social e *talk shows*. No fundo, são todos os programas que mostram conteúdo de entretenimento. Segundo Itania Mota Gomes, programas que “não são jornalísticos, mas que adotam estratégias do jornalismo para ampliar o seu capital simbólico (...) programas que esvaziam os seus conteúdos de política, política internacional, economia e aumentam os de celebridades, crimes, saúde e beleza”. (GOMES, 208). Para a autora, o *infotainment* é um “não-gênero” que não se insere em nenhum dos gêneros televisivos conhecidos, sendo

---

15 ALBERTOS, 1999:25: “O jornalismo do século XXI tende, perigosamente, a produzir no público um sentimento generalizado de que não é possível conhecer com garantia quanto à sua complexidade e certeza. Esta disfunção social poderá ser descrita como a síndrome do caos mediático: a confusão e a insegurança que podem ser conhecidas através dos meios de comunicação deverão ser em qualquer caso, o ponto de partida obrigatório para medir os previsíveis efeitos futuros da comunicação jornalística nas próximas décadas”

apenas uma estratégia mediática que aborda temáticas específicas da vida como conteúdos da cultura contemporânea e que pode produzir novos gêneros da cultura televisiva.

Segundo Fabia Dejavite, o *infotainment* atende às necessidades de informação do público de hoje, que está interessado num conteúdo que informa com diversão, ou através desta. Neste sentido, a prática do termo na atualidade chega a estimular as aspirações, a afastar as frustrações e a desenvolver a imaginação da sociedade. Para a autora, o público é quem decide a notícia e escolhe que esta tenha três funções: informe, distraia e lhe traga formação sobre o assunto.

## ***Capítulo 3 – O “cor-de-rosa” e os valores notícia: análise detalhada do programa Flash!Vidas***

### **6. O jornalismo cor-de-rosa**

O jornalismo cor-de-rosa ou de celebridade nasceu na segunda metade do século XX da junção da imprensa amarela<sup>16</sup> caracterizada por fornecer informação fosca sem muita visão de credibilidade, com a imprensa marron<sup>17</sup>, conhecida por ser sensacionalista e que busca um número elevado de audiências através da divulgação exagerada de factos e acontecimentos. Tal como refere Leandro Marshall, num observatório de imprensa (2003)<sup>18</sup>:

“Na verdade, o jornalismo cor-de-rosa não chega a ser o fim da imprensa amarela e da imprensa marrom. O jornalismo cor-de-rosa é uma nova etapa histórica onde convivem lado-a-lado o sensacionalismo da imprensa amarela, a manipulação da verdade da imprensa marrom e a notícia *light*, plastificada e marketizada da imprensa cor-de-rosa.” (MARSHALL, 2003)

A mediatização da vida das celebridades está, atualmente, presente em grande parte dos meios de comunicação de massa (revistas, televisão, sites), sendo responsável por expor e difamar situações do foro pessoal de nomes reconhecidos pelo grande público. Segundo Rivanda Guilherme (2009):

“Entende-se que o jornalismo de celebridade vai muito além do simples ato de informar, ele busca, por meio de outras técnicas, divulgar as personalidades, as suas vidas, as suas roupas, os seus namorados, maridos, affairs, entre outros, para uma sociedade totalmente consumista.” (GUILHERME, 2009:17)

Este tipo de jornalismo privilegia a forma ao conteúdo, e assim vai reproduzindo festas, viagens, separações e relações, enquanto só muda os protagonistas. De acordo com Sean Hagen, o jornalismo cor-de-rosa ou de celebridade comporta-se “como uma poderosa “assessoria de imprensa” dos famosos, construindo relatos “adesistas” de quem retrata ao intensificar os sentidos míticos de personalidades e eventos.” (HAGEN: 3)

---

<sup>16</sup> A imprensa amarela nasceu nos Estados Unidos, está associada à ideia de sensacionalismo e começou pela divulgação de histórias em quadrinhos em páginas amarelas

<sup>17</sup> A imprensa marron iniciou a era dos escândalos, da denúncia gratuita do jornalismo de mexerico

<sup>18</sup> Consultado em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd071020034.htm>, a 25-mai-2015

De acordo com os jornalistas da área ainda existe um preconceito no que diz respeito ao jornalismo do social, mas garantem que o conteúdo e a forma são feitas da mesma maneira que qualquer outro tipo de jornalismo, obedecendo assim ao código deontológico dos jornalistas.

“O jornalismo cor-de-rosa tal como o considerado “jornalismo mais sério” deve respeitar o código deontológico e aquilo que são as bases do jornalismo. Se não for feito nem num nem noutro, estamos a falar de mau jornalismo. Está na forma como cada um encara a sua profissão, temos bons e maus médicos certo? Depende muito da forma como as pessoas se posicionam e seguem as suas carreiras.” (BETTENCOURT, 2015)<sup>19</sup>

Porém, existem questões que não podem ser esquecidas: do que sobrevive o cor-de-rosa? Quem são as personagens? Quais são as fontes de informação? Quais são os valores-notícia presentes neste tipo de jornalismo?

### **6.1 As personagens**

A pergunta que se impõe é: quem são afinal estas personagens? São pessoas reais que fingem ser famosas e que vivem num mundo fantasiado onde tudo é indústria. A indústria inclui marcas, personalidades e a imprensa que se move pelas pessoas que mais dão que falar. Segundo Edgar Morin, o cor-de-rosa alimenta-se daquilo a que chamou de “personalidades olímpicas”.

“A estrela de cinema é realmente um mito, não apenas fantasia mas também ideia-força. É característico do mito inserir-se ou encarnar-se de qualquer maneira na vida.” (MORIN, 1980:106)

As celebridades na imprensa cor-de-rosa têm a soberania, ou seja, um papel que prevalece face ao que se considera notícia, e são nomes reconhecidos por um público que segue alguns dos seus comportamentos. São pessoas completamente anónimas que se transformam em ídolos, que são amados por uns e odiados por outros.

Dentro do mundo das celebridades pode dizer-se que existem três tipos de personagens: as que têm uma importância hierárquica; as que são reconhecidas pelo trabalho e as que são conhecidas porque têm algum grau de ligação com alguém reconhecido pelo público.

---

<sup>19</sup> BETTENCOURT, Sandro. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo H deste trabalho]

As primeiras são elementos da realeza que têm o estatuto de celebridade, uma vez que são reconhecidas mundialmente, têm uma importância hierárquica e são modelos a seguir. Exemplos como o Príncipe William e Kate Middleton.

As segundas personagens dizem respeito às pessoas que são reconhecidas pelo seu trabalho, como são exemplo as atrizes de novelas de televisão, os cantores ou estilistas. Estas pessoas tornam-se padrões a seguir, ganham uma legião de fãs, tentam manter-se na ribalta pelos melhores motivos e tornam-se exemplos de força e de profissionalismo para grande parte do público. Exemplos como Rita Pereira, David Carreira e Nuno Gama, respetivamente.

“Por conseguinte, a estrela é padrão-modelo. O padrão-modelo pode ser um arquétipo global (« u sou muito pin-up», «és bela como uma estrela de cinema», «sinto-me muito Hollywood»). Pode ser particular: cada um imita a estrela à qual julga assemelhar-se. (...) O padrão-modelo que determina a aparência externa (vestuário, maquilhagem) pode guiar igualmente os comportamentos da alma: a estrela de cinema boa conselheira torna-se anjo da guarda e confunde-se mesmo com a voz da consciência («que teria feito Deanna no meu lugar?»). Mas de qualquer maneira e sob qualquer ângulo que seja, a estrela é padrão e modelo.” (MORIN,1980:101-102)

Por último, o terceiro tipo de personagem inclui as pessoas que têm menor relevância, uma vez que se tornaram famosas devido a um comportamento ou citação, pelo simples facto de terem sido ex-companheiras de alguém ou filhas de determinado casal que servem para criar notícia, ou por terem participado em algum *reality show* ou programa de talentos. Exemplo disso, pode ser a hospedeira de bordo Diana Pinto, filha do João Pinto e Carla Baía, ou todas as pessoas que se tornam conhecidas por terem participado num *reality show*.

“Existem sempre pessoas que interessam mais do que outras naturalmente. Não gosto da expressão “mais vendem” porque acaba por conferir ao jornalismo um valor de negócio, que não vou dizer que não existe porque uma televisão, um jornal ou uma revista, para sobreviver tem de vender, mas esse não deve ser o foco do jornalista. Mas existem personalidades que suscitam mais interesses do que outras: Rita Pereira, Cristiano Ronaldo, Luciana Abreu, Alexandra Lencastre, Daniela Ruah, Diogo Morgado, Cláudia Vieira.” (BETTENCOURT, 2015)<sup>20</sup>

No cor-de-rosa o mais importante é o ato de mostrar, independentemente das personalidades que mais vendem. Contudo, os jornalistas da área opõem-se um pouco a esta realidade, uma vez que, não gostam do termo “vender”, substituindo-o por

---

20 BETTENCOURT, Sandro. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo H deste trabalho]

personagens que suscitam mais interesse ao público. Ainda assim, profissionais na área admitem que no mundo cor-de-rosa se dá demasiada importância a pessoas que não deveriam ter tanta visibilidade pública. (BRAZ, 2015)<sup>21</sup>

## 6.2 As fontes de informação

Em primeiro lugar é importante esclarecer que tal como em qualquer outra área do jornalismo, o cor-de-rosa tem fontes de informação credíveis. Segundo profissionais na área, as notícias do social devem reger-se pelas condutas deontológicas do jornalismo tal como em outra editoria. A ideia da fonte fidedigna irá ter em conta o profissionalismo ou não do jornalista envolvido.

Contudo jornalistas do social admitem que as informações nascem de emoções o que levará a criações de histórias e suposições, levantando assim, algumas dúvidas em relação às fontes de informação.

“Acho que é fiel à realidade dos factos, mas sei que é uma imprensa que pode chamar à capa assuntos vagos, como a especulação de um namoro. É evidente que a qualidade das fontes te vai dar a credibilidade à história mas claro que a nossa imprensa se baseia muito mais em emoções.” (BRAZ, 2015)<sup>22</sup>

Este é o principal problema existente nas fontes de informação do jornalismo social: é sabido que para o cor-de-rosa sobreviver, este não olha a meios para chegar aos fins. Ou seja, este tipo de jornalismo, utiliza, por vezes, fontes que não são exatas. Ainda que seja possível analisar-se fontes como documentos de tribunal ou de notários, o facto do jornalista do social escolher, na maior parte das vezes, comentários de determinadas pessoas como fonte de informação faz com que se trabalhe a partir da dúvida e se crie notícias falsas.

“Las fuentes de información, pues, son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias.” (FONTCUBERTA, 1993:58)<sup>23</sup>

---

21 BRAZ, Guilherme. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo I deste trabalho]

22 BRAZ, Guilherme. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo I deste trabalho]

23 FONTCUBERTA, (1993:58): “As fontes de informação são, então, pessoas, instituições e organismos ou organizações de todos os tipos que facilitam a informação que os meios de comunicação necessitam para construir notícias”.

Neste sentido podem ser apontados dois problemas em relação às fontes de informação no jornalismo cor-de-rosa: as fontes são sobretudo pessoas que falam de outras pessoas (como anteriormente explicado) ou pseudoacontecimentos.

Quando falo em pseudoacontecimentos refiro-me a eventos sociais associados a marcas onde se juntam personagens e uma imprensa faminta de histórias forçadas. Neste tipo de situação, a imprensa desloca-se ao local onde está determinada celebridade com o desejo de conseguir uma citação ou um comportamento menos próprio de maneira a conseguir ter uma notícia. Este é o processo ao qual o mundo cor-de-rosa recorre quando não tem quantidade suficiente de curiosidades para encher programas e páginas: dá importância a acontecimentos que não têm relevância nenhuma, mas que tem gente considerada importante. Exemplo disso: a inauguração de uma loja na Avenida da Liberdade, em Lisboa ou o lançamento do novo Iphone. Nessa altura, o jornalismo trabalha com a falta de acontecimento, como referido anteriormente.

Assim sendo, a veracidade das fontes é, à partida, posta em causa, existindo uma grande ambiguidade no que diz respeito à credibilidade das notícias do social. Isto justifica, portanto, as críticas e dúvidas que se levantam sob a questão de que se esta área pode ou não fazer parte do chamado verdadeiro jornalismo.

Porém, cabe a cada jornalista saber que deve seguir os princípios básicos do jornalismo e procurar fontes que sejam melhores e mais credíveis e principalmente, nunca desobedecer às regras de utilização de fontes de informação para construção de uma notícia.

### **6.3. O lado escuro: a invasão de privacidade**

De acordo com Rivanda Guilherme (2009), o jornalismo cor-de-rosa utiliza determinadas técnicas que causam impacto na população de “forma mais rápida e eficiente possível” e aborda minuciosamente a vida pessoal das figuras públicas, sendo que qualquer informação do foro pessoal se transforma numa capa ou manchete nos jornais e revistas ou em peças noticiosas e tertúlias no caso dos programas de televisão.

O jornalismo cor-de-rosa apresenta muitas vezes conteúdos que não podem ser considerados jornalísticos, mas de puro entretenimento, como é o exemplo da apresentação e recurso a fontes não fidedignas; ao recorrer a fotografias não autorizadas (*paparazzi*); à criação de pseudoacontecimentos; ao envolvimento de publicidade; à criação de notícias

por suposições (*estórias* de supostos namoros ou separações); e à consequente invasão da privacidade.

De acordo com os críticos, o cor-de-rosa não é um tipo de jornalismo, mas um atentado ao código deontológico jornalístico, devido às suas práticas não-jornalísticas. Práticas que têm vindo a ser cada vez mais denunciadas pelas figuras públicas nas redes sociais como uma maneira de defesa da integridade e privacidade humana.

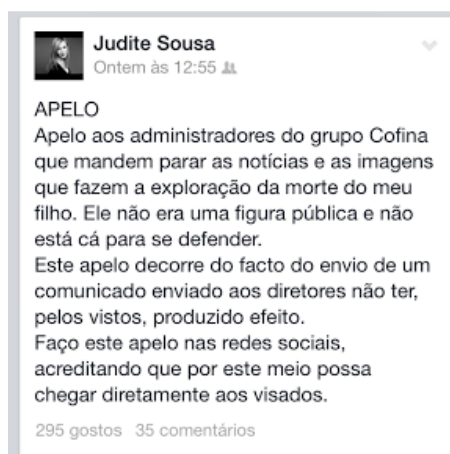


Figura 4 Apelo de Judite de Sousa no Facebook, dia 18 julho 2015

Como exemplo, posso referir o caso da jornalista Judite de Sousa que, por várias vezes se viu obrigada a recorrer à sua página oficial de *Facebook* para se dirigir aos meios de comunicação, de maneira a que estes deixassem de publicar fotografias do seu foro pessoal e familiar. No caso apresentado, a jornalista recorreu às redes sociais para se dirigir ao grupo Cofina Media, de maneira a que este pare de escrever notícias sobre o filho, André Sousa Bessa. “Apelo aos administradores do grupo Cofina que mandem parar as notícias e as imagens que fazem a exploração da morte do meu filho”.

Manuel Luís Goucha e a atriz Rita Pereira também já recorreram às redes sociais para demonstrarem descontentamento em relação a notícias publicadas sobre eles próprios. O primeiro dirigindo-se às revistas *TV Guia* e *Flash!*, para desmentir o seu envolvimento na polémica de Luis Portugal, ex-concorrente do *MasterChef* (TVI), sobre saúde pública. “Não vale a pena comprar, porque a notícia de capa nada tem a ver comigo”.



**Manuel Luís Goucha - TVI**

Não vale a pena comprar, porque a notícia de capa nada tem a ver comigo. Tem sim a ver com Luis Portugal, ex-concorrente do MasterChef, supostamente ligado a dois casos de intoxicação alimentar graves. A única referência a mim tem a ver com o facto de me ter recusado a prestar declarações sobre o caso. Fi-lo por não prestar declarações, sobre o que quer que seja, às revistas "TV Guia" e "Flash" (ambas dirigidas pela mesma pessoa) e contra às quais tenho a correr em tribunal processos por difamação. Porque sou eu, então e abusivamente, capa? - perguntar-me-á. Ora, se assim não fosse, o assunto não venderia. Jornalismo de m.....(tanto dá para má-fé como para coisa mal-cheirosa), não é?. É, e tem nome: Luisa Jeremias!

*Figura 5 Desmentido de notícia feito por Manuel Luís Goucha, dia 4 outubro 2015*



19 h · Editado ·

Digam Olá a todos os cães que estão fechados na varanda da casa onde não moro há mais de um ano!!! Se precisarem de deixar os vossos, ainda há espaço!!! 😊😊😊

A sério TVGuia?!

Adorariam as duas "jornalistas" que escreveram esta "notícia" ter a vida da Heyvi e da Hyndia.

Palmas para vocês.

Faz todo o sentido eu deixar as minhas cadelas fechadas todas as noites na varanda de uma casa onde não moro há mais de um ano.

Aliás, todas as fotos que tiro com a Hyndia e a Heyvi a dormirem comigo no sofá, ou a viajarem para o Norte e para o Sul do país, a brincarem com bolas de sabão à noite na varanda da minha actual casa, a passearem na praia, ou a acordarem de manhã comigo na minha cama, sou eu que as vou buscar à varanda da outra casa, tiro as fotos (só para fingir nas redes sociais que amo animais) e vou a correr lá tranca-las de novo. Faz sentido sim senhora!!! Bravo!!! ☐☐☐

Aqui fica uma forte lambidela da Hyndia e da Heyvi para todos vocês!!!

Ah e já agora, estamos a vir as 3 do Porto onde fui fotografar uma nova campanha internacional 😊

Levei-as comigo, vejam lá!!! Que estupidez!!! Estavam tão bem trancadas na varanda...

*Figura 6 Desmentido de notícia feito por Rita Pereira, dia 7 setembro 2015*

A segunda decidiu recorrer às redes sociais para esclarecer que a notícia da revista *TVGuia* que alega que os vizinhos estão incomodados com o facto de a atriz deixar as suas cadelas, Heyvi e Hyndia, a ladrar na varanda, é falsa. “A sério TVGuia?! Adorariam as duas “jornalista” que escreveram esta “notícia” ter a vida da Heyvi e da Hyndia”.

Por último, posso ainda mencionar como exemplo o apelo ao respeito feito por Jessica Athayde dirigido, mais uma vez, à revista *TVGuia*. Neste caso, a atriz condena o facto de a revista fazer notícia sobre o estado de saúde de uma das filhas de Júlia Pinheiro, Carolina, que no momento vive uma anorexia nervosa. “Acho desumano, grave e profundamente triste, fazer-se uma notícia sobre um assunto tão delicado (...)”.

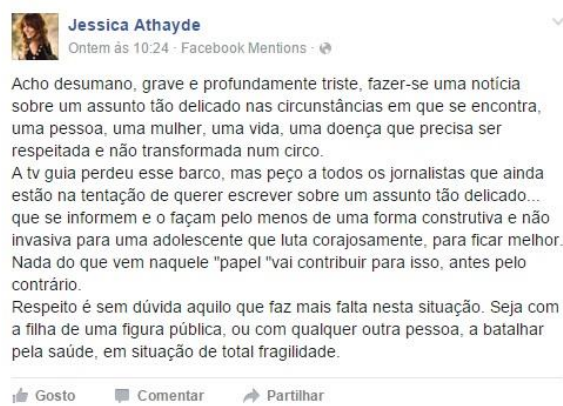


Figura 7 Apelo ao respeito feito por Jessica Athayde, dia 31 outubro 2015

Este é o lado mais escuro do jornalismo cor-de-rosa que também reflete o lado negro da fama. Esta invasão de privacidade da qual tantas figuras públicas se queixam e fazem questão de denunciar pode justificar-se pelo facto de que as notícias negativas são de maior interesse público em relação às positivas. Isto é, informações do foro pessoal e pejorativo acabam por serem mais consumidas pelos leitores e telespetadores.

Neste seguimento é possível dizer-se que uma notícia que diz respeito a um passado ou comentário polémico, ao fim de um relacionamento ou à morte de uma figura pública, tem um maior impacto e sucesso entre o público. Além disso, as notícias de cariz pessoal terão um maior caos mediático, em relação às que dizem respeito ao lado profissional das personalidades.

Se por um lado esta política de alinhamento se observa tanto nas *soft news* como nas *hard news*. Por outro, o jornalismo cor-de-rosa está cada vez mais formatado segundo uma abordagem que se destina a um público consumista e interessado em saber a vida das figuras públicas como se se tratasse de uma novela.

## 7. Cultura Jornalística

### 7.1 Valores-notícia

Segundo os teóricos, todos os jornalistas devem ter “óculos particulares” que são os seus valores-notícia. São qualidades dos acontecimentos que produzem as condições necessárias para que estes se transformem em produtos informativos, ou seja, notícias. Citando o estudo de Nelson Traquina sobre Mauro Wolf, os valores-notícia dividem-se em dois tipos: de seleção e de construção.

“Para Wolf, os valores-notícia de selecção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na selecção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia, e esquecer outro acontecimento”. (TRAQUINA,2002:186)

Os valores-notícia de selecção dividem-se em subgrupos: os critérios substantivos que se referem à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, que são: **a morte**; **a notoriedade** (do principal agente do acontecimento); **a proximidade** (sobretudo em termos geográficos); **a relevância** (o impacto que tem sobre o público); **a novidade** (o que há de novo); **o tempo** (na forma da atualidade); **a notabilidade** (algum aspeto manifesto, tem de ter qualidade de ser visível, de ser tangível); **conflitos e controvérsias** (a presença de violência); **o inesperado** (acontecimentos que surpreendem a expectativa da comunidade jornalística).

Os critérios contextuais dizem respeito ao contexto de produção de notícia e funcionam como guião imprescindível para a construção da mesma: **a disponibilidade** (a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento); **o equilíbrio** (“não tem valor-notícia porque ainda há pouco a demos” – a quantidade de vezes que a notícia já foi dada); **a visualidade** (há imagens ou não? As imagens têm qualidade? Fundamental no jornalismo televisivo); **a concorrência** (procurar o que a concorrência não tem); o dia noticioso (dias ricos e dias pobres de notícias).

“Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nessa construção.” (TRAQUINA, 2002:186-187).

Os valores-notícia de construção dizem respeito aos critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento que merecem ser dignos de registo na elaboração da notícia: **a simplificação** (quanto menos complexa e ambígua for a notícia, melhor será notada e compreendida); **a amplificação** (quanto mais amplificado, maior será notada a notícia); **a relevância** (quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento, mais é notada- o jornalista deve tornar a noticia relevante para que ele tenha um significado para o público em geral); **a personalização** (personalizar é acentuar o fator pessoa); a dramatização (reforçar os aspetos mais críticos e o lado emocional, a natureza conflituosa que vai aliciar o público); **a consonância** (a notícia deve ser interpretada num contexto conhecido, inserção da novidade num contexto que o público já conhece – o “novo” é inserido no “velho” – novo acontecimento numa antiga estória”).

“E, ao contrário de um jogo de cartas como o bridge, não há regras que indiquem que critérios têm prioridade sobre outros; mas os critérios de noticiabilidade existem, duradouros, ao longo dos séculos.” (TRAQUINA, 2002:204)

## 7.2 O que é notícia?

A notícia é um produto industrial que advém de um processo empresarial, que tem por base valores-notícia dos acontecimentos que são recolhidos e selecionados, para depois serem transformados num produto final. Citando Alfredo Vizeu, em *Telejornalismo, audiência e ética* (2002:1), a notícia é “um “produto” à venda, mas não um produto como outro qualquer. É através do que está sendo noticiado que as pessoas tomam contacto com o mundo que as cerca. A informação ganha uma dimensão central na vida contemporânea. É um bem público. Ciente disso, o jornalista deve tomar todo o cuidado – e essa não é uma tarefa fácil – em não transformar a notícia num espetáculo”. Não “espetacularizar” a notícia torna-se difícil porque tal como Mar de Fontcuberta refere:

“La noticia es un auténtico síntoma social y el análisis de su producción arroja muchas pistas sobre el mundo que nos rodea. Considero que hoy en día a un receptor bien informado no le basta recibir información; debe conocer por qué recibe esa información y no otra.” (FONTCUBERTA, 1993:12)<sup>24</sup>

Neste sentido, a notícia como referido anteriormente, sofreu alterações na sua conotação. Se há uns anos servia para somente informar e relatar a realidade dos factos, hoje, revela mais do que isso, chegando a entreter também os consumidores. Para Fabiana Silva as notícias são feitas através de um calidoscópico de info-entretenimento.

“Os *media* não relatam simplesmente de uma forma transparente acontecimentos que são só por si «naturalmente» noticiáveis. «As notícias» são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e selecção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas.” (HALL, 1999:224)

No caso específico deste trabalho, o mundo cor-de-rosa trabalha com notícias que se inserem nas *soft news* que apresentam três características básicas: a capacidade de distração; estimula curiosidades e nutre a imaginação; e facilita as relações sociais por abordar assuntos suscetíveis a conversas que não precisam de muita pedagogia. De uma maneira geral, este tipo de notícias que é apresentado no estudo aborda assuntos com apelo

---

24 FONTECUBERTA (1993:12): “A notícia é um sintoma social e real que tem na sua análise de produção muitas pistas sobre o mundo que nos rodeia. Considero que hoje em dia para um recetor bem informado não basta receber a informação, deve conhecer porque é que recebe essa informação e não outra”.

humano, tem um conteúdo rápido, de fácil compreensão, efêmero, com uma circulação rápida e eficaz que tem como principal objetivo informar e distrair o público, ao mesmo tempo.

Já as *hard news* apresentam uma escrita mais objetiva e informativa que se rege pela exigência de um texto rígido e imparcial sobre a realidade. São os exemplos de notícias sobre assuntos de política, saúde, educação, ou seja, temas que são importantes para o interesse público, escritas através da metodologia tradicional do texto jornalístico objetivo, imparcial, que espelha a realidade dos factos.

## 8. Análise detalhada do programa *Flash!Vidas*

O presente subcapítulo deste trabalho destina-se à análise detalhada do programa da tarde *Flash!Vidas*, emitido na *CMTV* pelas 18h, durante um período de quinze dias úteis (de 2 a 6 de março, de 9 a 13 de março, e de 16 a 20 de março). As datas escolhidas devem-se ao facto de o programa, anteriormente, ter transmitido uma emissão especial da época festiva de carnaval o que não interessaria para o estudo. Posto isto pensei que faria mais sentido começar no início do mês seguinte, cujo equivale ao segundo mês de estágio, podendo assim estar mais familiarizada sobre o programa e as suas finalidades.

### 8.1 Peças noticiosas

#### 8.1.1. Categorias temáticas

Em primeiro lugar torna-se pertinente enumerar a quantidade de peças noticiosas que surgem por dia ao longo dos programas diários, bem como as suas categorias temáticas. No que diz respeito à seleção das dez temáticas patentes nas peças noticiosas<sup>25</sup>, estas resultaram da leitura de todos os alinhamentos diários do programa no período de 2 a 20 de março, tendo considerado as seguintes: Celebrações, Cultura, Eventos, Justiça, Moda, Política, Realeza, Relações, Saúde e Outros.

Para decidir a que categoria temática pertence cada notícia baseei-me no assunto da mesma. Tal como o nome indica, na categoria **Celebrações** poderão ser anotadas notícias que se referem a épocas festivas; na **Cultura** estão inseridos os subtemas cinema, teatro,

---

<sup>25</sup> Oito das peças analisadas neste capítulo encontram-se no Anexo E1 deste trabalho (Boicote de Dolce&Gabbana, Guerra entre Kate Middleton e Rainha Isabel II, Morte de Sam Simon, Morte de Angélico Vieira, Polémica de Sara Sampaio nas redes sociais, Tony Carreira e ex-mulher, Fernanda, os '50 anos de Música no Coração', entrevista à sexóloga Ana Carvalheira)

literatura e música; na categoria **Eventos** poderão ser vistas imagens de cobertura de festas e eventos sociais que contam com a presença de personalidades públicas; e na **Justiça** assuntos que envolvam julgamento em tribunal. Na categoria **Moda** podem surgir notícias sobre desfiles, nomes de estilistas conhecidos ou looks; na **Política** obviamente que surgem peças sobre elementos da presidência nacional; na **Realeza** aparecem histórias sobre a família real internacional; na categoria **Relações** surgem histórias sobre casais e assuntos familiares, de amizade, e pessoais; na **Saúde** sobre doenças; e por último, na temática **Outros** surgem os subtemas: polémica (escândalos públicos), revelações, investimentos, trabalhos (compras de casas novas), media/tv (quando surgem peças sobre *reality shows*, programas de televisão) e mortes.

Depois de selecionadas as categorias temáticas irei fazer uma contagem de quais as que são mais e menos predominantes durante a semana, sendo que as rúbricas *Polícia da Moda* e *Repórter Indiscreto*, os momentos de entrevistas, de televoto, intervalos, de tertúlia, e a categoria **Outros** que inclui diferentes subtemas não irão servir para a contagem.

**Tabela 1** Categorias temáticas presentes no programa Flash!Vidas na semana de 2 a 6 de março de 2015

<b>Categorias Temáticas</b>	<b>2 de março</b>	<b>3 de março</b>	<b>4 de março</b>	<b>5 de março</b>	<b>6 de março</b>	<b>Total semanal</b>
<b>Celebrações</b>	2		1		1	4
<b>Cultura</b>	4	4	3	2	1	<b>14</b>
<b>Eventos</b>	1		2	1	1	5
<b>Justiça</b>		2	1		3	6
<b>Moda</b>	1		1	1	1	4
<b>Política</b>	1					<b>1</b>
<b>Realeza</b>		2	1	1		3
<b>Relações</b>	2	1		1		4
<b>Saúde</b>		1		1	2	4
<b>Outros</b>	7	1	5	3	4	20
<b>Total</b>	17	11	14	10	13	66

Assim sendo, na semana **de 2 a 6 de março**, a **Cultura** foi a categoria que dominou, tendo estado presente em todos os programas diários e sido transmitidas num total de

catorze vezes sobre assuntos tais como a celebração dos 50 anos do filme “A Música no Coração”; o livro ‘As 50 sombras de Grey’ de E.L.James; entrevista com uma sexóloga sobre o filme ‘As 50 sombras de Grey’; banda sonora de ‘A Música no Coração’; vídeo da música ‘Delícia’ de Kátia Aveiro; apresentação do primeiro álbum a solo de Olavo Bilac há uns anos; Rita Guerra lança o livro ‘No meu Canto’; Ricardo Azevedo tem novo videoclipe; filme ‘Chappie’ nos cinemas; música nova de Sam Smith; novo disco da banda Moonspell, "Extinte"

A **Política** é a categoria que menos tem predominância na semana, tendo sido apenas noticiada no programa do dia 2 de março sobre o facto de Fernanda Câncio, ex-namorada de José Sócrates defender a inocência do ex-primeiro ministro, mas recusar-se a ir visitá-lo à prisão. Notícia que inclusive pode pertencer à categoria de **Relações**.

**Tabela 2** Categorias temáticas presentes no programa Flash!Vidas na semana de 9 a 13 de março de 2015

<b>Categorias Temáticas</b>	<b>9 de março</b>	<b>10 de março</b>	<b>11 de março</b>	<b>12 de março</b>	<b>13 de março</b>	<b>Total semanal</b>
<b>Celebrações</b>	1	1		3	2	7
<b>Cultura</b>	2	1	2	1	1	7
<b>Eventos</b>	4	3	2	3	2	<b>14</b>
<b>Justiça</b>		2	1	1	1	5
<b>Moda</b>	2		3	4	3	12
<b>Política</b>						-
<b>Realeza</b>			1			<b>1</b>
<b>Relações</b>		1	1		2	5
<b>Saúde</b>		1	1			2
<b>Outros</b>	3	5	1	1	2	12
<b>Total</b>	13	14	12	13	13	67

Na semana de **9 a 13 de março**, a categoria **Eventos** foi a que predominou no programa tendo sido transmitida catorze vezes com os seguintes assuntos: lançamento da revista *Cristina* de Cristina Ferreira, no centro de Lisboa; inauguração de uma loja de Óculos de sol, no Colombo; inauguração da exposição “Saltos Altos” da revista *Máxima*, no Centro Cultural de Belém; edição Salão Erótico, no Porto; inauguração da loja Adidas na Baixa Lisboeta; famosos em fim-de-semana radical na Serra Nevada; inauguração de

uma nova superfície Continente, em Matosinhos; apresentação do Zumba Fitness, em Lisboa.

No que diz respeito à categoria temática menos dominante na semana temos a **Realeza**, com uma única notícia sobre o teste de paternidade do Rei Juan Carlos de Espanha foi emitida no dia 11 de março, sendo que a categoria temática **Política** é inexistente.

**Tabela 3** Categorias temáticas presentes no programa Flash!Vidas na semana de 16 a 20 de março de 2015

<b>Categorias Temáticas</b>	16 de março	17 de março	18 de março	19 de março	20 de março	Total semanal
<b>Celebrações</b>	2	7	3	4		<b>16</b>
<b>Cultura</b>	2			2	3	7
<b>Eventos</b>	2	2	2	2	2	12
<b>Justiça</b>				1	1	2
<b>Moda</b>	1	1	2	2	1	9
<b>Política</b>						-
<b>Realeza</b>			1	1	1	3
<b>Relações</b>	1				1	2
<b>Saúde</b>					1	<b>1</b>
<b>Outros</b>	2		3	1		6
<b>Total</b>	11	10	11	13	10	55

Na semana de **16 a 20 de março**, a categoria com mais destaque foi a das **Celebrações**, pautada por dezasseis peças de festividades, nomeadamente o segundo aniversário do canal *Correio da Manhã TV*, o aniversário do programa *Flash!Vidas*; o casamento da fadista Anabela; o aniversário da relações públicas Flávia Moreira; aniversário do *Polícia da Moda*; aniversário de Elma Aveiro; casamento de Luís Filipe Menezes; Dia do Pai e o 20º aniversário do LIDL. O facto de ser esta a categoria dominante poderá ser visto como uma exceção, uma vez que tal se verifica por ser o aniversário do canal *CMTV* (canal 8, exclusivo MEO), que obviamente teria de estar em grande destaque.

Neste período do mês, não houve transmissão de nenhuma notícia sobre **Política**, e neste seguimento, a categoria **Saúde** foi a que apresentou menos peças. No dia 20 de março foi noticiada uma única notícia sobre o internamento da atriz Liza Minelli numa clinica de reabilitação.

### 8.1.1 Política de alinhamento

No que diz respeito à política de alinhamento do programa durante as três semanas, o meu objetivo é enumerar a quantidade de notícias nacionais e internacionais, bem como detalhar todos os momentos existentes no programa, tais como, entrevista a um convidado, diretos, rúbrica *Repórter Indiscreto* e *Polícia da Moda*, e televoto.

**Tabela 4** Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 2 a 6 de março de 2015

Dia da semana	Nacionais	Internacionais	Total de peças por dia
Segunda-feira (dia 2)	14	3	17
Terça-feira (dia 3)	7	4	11
Quarta-feira (dia 4)	9	5	14
Quinta-feira (dia 5)	3	7	10
Sexta-feira (dia 6)	10	3	13
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>22</b>	<b>65</b>

Durante a primeira semana – de 2 a 6 de março – foram transmitidas sessenta e cinco peças, sendo que quarenta e três foram nacionais e vinte e duas internacionais. Importante será referir que em todos os dias de programa as notícias nacionais prevaleceram em relação às internacionais, vindo por isso em primeiro lugar no alinhamento.

Como anteriormente apresentado, o programa *Flash!Vidas* tem por norma um convidado. Com exceção, na segunda-feira não houve convidado, mas na terça-feira já houve, o cantor Olavo Bilac; na quarta-feira a convidada foi a atriz Sandra Córias; na quinta-feira Lúcia Franco; e na sexta-feira a apresentadora Ana Lúcia Matos<sup>26</sup> esteve à conversa com a atriz Carla Matadinho.

Com uma novidade, no programa do dia 4 de março houve um direto. A jornalista Rita Silva Resendes esteve na inauguração da loja de roupa de Liliana Aguiar, em Lisboa e contou como esteve o ambiente.

<sup>26</sup> Ana Lúcia Matos não é a atual apresentadora do programa da tarde *Flash!Vidas*. Na apresentação da equipa no *Capítulo I* deste trabalho, refiro que esta foi substituída por Marta Viveiros no mês de outubro

No programa do dia 6 de março, o programa apresentou o momento *Repórter Indiscreto*, onde o jornalista Hugo Alves quis saber pormenores do novo corte de cabelo e o do namoro de Cláudia Vieira.

Em todos os programas da semana houve um televoto, que se destinou à votação para a pergunta “Quem foi a mulher mais sensual na festa realizada pela revista ‘Vanity Fair’, depois da Gala dos Óscares?”. Tendo como hipótese de votação Heidi Klum, Jennifer Lopez ou Irina Shayk. Esta votação, dá a oportunidade do telespetador ganhar um voucher ‘Hotéis de Charme’, de forma a estimular e aumentar a audiência.

**Tabela 5** Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 9 a 13 de março de 2015

Dia da semana	Nacionais	Internacionais	Total de peças por dia
Segunda-feira (dia 9)	11	2	13
Terça-feira (dia 10)	9	5	14
Quarta-feira (dia 11)	7	5	12
Quinta-feira (dia 12)	6	7	13
Sexta-feira (dia 13)	7	6	13
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>25</b>	<b>64</b>

Tal como se verifica na tabela anterior, também na segunda semana em análise – de 9 a 13 de março – foram transmitidas mais notícias nacionais do que internacionais, sendo que num total de sessenta e cinco peças noticiosas por semana, quarenta das notícias foram nacionais ao passo que vinte e cinco foram internacionais. Há exceção do programa de quarta-feira (dia 11 de março) que apresentou uma produção de moda da modelo russa Irina Shayk em primeiro lugar, todos os outros programas diários começaram por apresentar notícias nacionais e só depois internacionais.

A primeira entrevista da semana em estúdio, foi com o ex-concorrente da *Casa dos Segredos* Wilson Teixeira (dia 9), depois com a atriz Inês Simões (dia 10); e o ator Almeno Gonçalves (dia 11). Não tendo havido convidado nem quinta, nem sexta-feira dessa semana.

Mais uma vez, houve o momento *Repórter Indiscreto* no último dia da semana, querendo o jornalista saber se as famosas mudam de imagem para gostarem de se ver ao espelho, por trabalho ou para agradar à cara-metade.

Durante esta semana o televoto foi destinada à pergunta “Qual destas figuras públicas considera ser a grávida mais sexy?”, sendo que as votações possíveis eram a relações públicas Bárbara Taborda, a atriz Fernanda Serrano e a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira. Por fim, a participação do telespetador dá a oportunidade de este ganhar um voucher ‘Hotéis de Charme’.

**Tabela 6** Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 16 a 20 de março

Dia da semana	Nacionais	Internacionais	Total de peças por dia
Segunda-feira (dia 16)	10	1	11
Terça-feira (dia 17)	9	1	10
Quarta-feira (dia 18)	6	5	11
Quinta-feira (dia 19)	10	3	13
Sexta-feira (dia 20)	7	3	10
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>13</b>	<b>55</b>

Também na última semana de análise – de 16 a 20 de março – se verificou que as notícias nacionais registaram um maior número. Em cinquenta e cinco peças semanais, quarenta e dois foram nacionais e treze foram internacionais, sendo que as primeiras surgiram sempre em primeiro lugar, ao passo que as segundas, eram transmitidas depois.

O primeiro convidado (dia 16) foi o ator Nicolau Breyner, no dia 17 estiveram presentes em estúdio os atores Luís Esparteiro e Elsa Galvão, não havendo mais entrevistas nessa semana.

O *Repórter Indiscreto* desta semana foi emitido na quarta-feira (dia 18) que entre os desfiles da Moda Lisboa surpreendeu o cantor David Carreira para perguntas muito pouco discretas. Também na sexta-feira voltou a entrar em ação, sendo que desta vez a apanhada foi a atriz Sara Prata. No dia 19 e 20 o programa transmitiu o momento *Polícia da Moda* que se destinou à análise do *stylist* Nuno Tiago sobre os looks da Moda Lisboa.

O televoto desta semana destinou-se à pergunta “Qual destes estilistas mais se destacou na moda Lisboa?”, tendo como hipóteses de escolha Filipe Faísca, Nuno Gama ou Dino Alves. Este momento do programa dá a oportunidade do telespetador ganhar um voucher ‘Hotéis de Charme’.

Depois desta análise pormenorizada por semana, é possível concluir de uma maneira generalizada que o programa *Flash!Vidas* apresenta uma média de nove (dia 20 de março) a dezoito (dia 2 de março) peças diárias, podendo variar esse número, uma vez que transmite peças, de 1:30 a 3 minutos, com voz *off* e outras com vivo quando existe a cobertura do evento. Além disso, o programa apresenta maioritariamente as categorias **Cultura, Eventos e Celebrações**, bem como uma ordem de alinhamento que transmite notícias nacionais antes das internacionais.

### 8.1.3 Análise dos valores-notícia no programa

Para esta fase de análise do estudo de caso decidi explorar os valores-notícia de construção e de seleção (critérios substantivos e os critérios contextuais), - estudados pelas norte-americanas Johan Galtung e Marie Ruge, e seguidamente, aprofundadas pelo estudioso português Nelson Traquina -, presentes nos assuntos transmitidos ao longo das três semanas. Para os críticos, no jornalismo do social não se poderiam apontar quaisquer valores-notícia, ao passo que, para os profissionais na área, o jornalismo cor-de-rosa rege-se pelos mesmos valores-notícias e código deontológico que noutra área do jornalismo, como desporto, sociedade, política ou economia. O meu objetivo aqui foi apontar a existência ou não de valores-notícia.

Em primeiro lugar, é notório que o mundo cor-de-rosa e, conseqüentemente, o programa *Flash!Vidas* tem a **personalização** como o valor-notícia de construção (diz respeito aos critérios dentro do acontecimento que merecem ser dignos de registo na elaboração da notícia), como o que mais predomina de uma maneira geral. O jornalismo do social constrói notícias sobre personagens, as chamadas celebridades, que são em quase todas as notícias o factor mais importante. Segundo Nelson Traquina, a personalização acontece quando o jornalista valoriza as pessoas envolvidas no acontecimento e dá ênfase ao fator 'pessoa' como forma de atrair a atenção do leitor ou telespetador. Afinal o que realmente interessa neste tipo de jornalismo? A resposta seriam as pessoas que o público reconhece, e por conseguinte, a personalização no decorrer da construção da notícia.



Figura 8 Peça sobre comentário polémico de Sara Sampaio, a 2 de março de 2015

É o exemplo de notícias onde surgem personalidades que estejam no auge da sua popularidade, como a modelo **Sara Sampaio**, o futebolista Cristiano Ronaldo, que surgem nas peças do programa do dia 2 de março de 2015. A primeira foi notícia por ter sido criticada nas redes sociais por ter dado um erro futebolístico: na vez de escrever que o Sporting Clube de Portugal tinha perdido o jogo contra o FCP, escreveu Sport Lisboa e Benfica. O segundo é das personalidades mais exploradas em todo o jornalismo cor-de-rosa. Na peça-exemplo que refiro anteriormente, Cristiano Ronaldo apresentou o *making off* da sua linha de sapatos.

Outro valor-notícia de construção que se destaca durante a análise feita ao longo das três semanas do programa é a **dramatização**. Por dramatização, Nelson Traquina entende que este critério de noticiabilidade ocorre quando o jornalista reforça o lado dramático do acontecimento. Isto pode observar-se na peça noticiosa de Harrison Ford, no dia 3 de março de 2015, quando o jornalista dá a informação de que o ator está em “estado crítico”. Este tipo de linguagem vai, conseqüentemente, conduzir ao valor-notícia de construção **amplificação** que ocorre quando o jornalista atribui títulos que amplificam o acontecimento, tal como se pode também verificar no dia 18 de março de 2015 quando surge a peça noticiosa sobre o facto de Rita Pereira recordar o ex-namorado Angélico Vieira.

O último valor-notícia de construção que mais predomina neste tipo de programa e de jornalismo dito como cor-de-rosa, é a **consonância**. A existência deste critério em praticamente todas as notícias pode justificar-se através das palavras dos jornalistas da área. De acordo com os profissionais, o jornalismo cor-de-rosa dá espaço àquilo que o público-alvo quer ver, que são as chamadas novelas da vida privada das pessoas. Assim sendo, o valor-notícia consonância está muitas vezes presente nas peças noticiosas do programa

*Flash!Vidas*, por exemplo no dia 6 de março de 2015 quando surge a peça televisiva de que “Filomena Vieira garante que Angélico Vieira não assinou contrato com compra do veículo”.



Figura 9 Peça sobre morte de Angélico Vieira, a 13 de março de 2015

Esta notícia veio inserir novidades (que o julgamento cível da morte de Angélico Vieira começou em Aveiro, no dia 13 de março, por exemplo) numa história já conhecida: o ator Angélico Vieira faleceu num acidente de automóvel alugado e o jornalista está a dar mais informações sobre o acontecimento, isto é, a dar novidades sobre o contexto que irá facilitar a compreensão do público. Também no dia 13 de março de 2015 surge este critério na notícia de que depois dos rumores sobre uma reconciliação, o cantor Tony Carreira veio esclarecer que está separado de Fernanda Miranda.

No que diz respeito aos valores-notícia de seleção – critérios substantivos, - que se referem à avaliação da importância ou interesse dos acontecimentos -, os que estão mais presentes ao longo do programa são a **morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo (efeméride) e conflitos e controvérsias.**



Figura 10 Peça sobre a morte de Sam Simon, a 10 de março de 2015

O valor-notícia **morte** é evidente na peça noticiosa de dia 10 de março de 2015: a morte de um dos criadores da série *Simpsons*, Sam Simon, vítima de um cancro aos 59 anos.

Quanto maior for a celebridade ou a importância hierárquica das personagens envolvidas no acontecimento, maior valor-notícia terá o assunto, a isto Nelson Traquina dá o nome de **notoriedade**. Este critério substantivo pode ser verificado nas notícias sobre a realeza.



Figura 11 Peça sobre desentendimento entre Rainha Isabel II e Kate Middleton, a 3 de março de 2015

No dia 3 de março de 2015, existem várias notícias que mostram este critério: o facto de a Rainha Isabel II estar afastada da Duquesa Kate Middleton, a notícia que informa que os Príncipes do Mónaco marcaram o batizado dos gémeos Jacques e Gabriella para o dia 10 de março. No dia 4 de março de 2015 surge na peça sobre o Príncipe William ser contra o tráfico da vida selvagem e no dia 19 de março de 2015 na notícia que informa que o Príncipe Harry deixou a guerra. Como é visível, as personagens da realeza são as celebridades que realmente têm notoriedade necessária para que as histórias que as envolvem se tornem notícias.

O valor-notícia de **proximidade** refere-se tanto à distância geográfica como cultural do acontecimento, ou seja, quanto mais próximo o assunto for do leitor, maior é o valor-notícia. Assim sendo, todos os eventos que acontecem em Portugal serão próximos ao leitor e têm valor notícia, por exemplo, acontecimentos que se dão em Centros Comerciais, numa discoteca ou num centro de estética em Lisboa. Neste sentido, pode justificar-se que a política de alinhamento do programa *Flash!Vidas* (nacionais prevalecem sob as internacionais), também trabalham com este valor-notícia. Exemplo disso pode ser a iniciativa da revista *Máxima* calçar homens de saltos altos (13 de março de 2015).

No que diz respeito à **relevância**, Nelson Traquina justifica que este critério substantivo tem a ver com a capacidade do acontecimento ter impacto sobre as pessoas ou o país. As notícias da realeza podem servir novamente como exemplo para este tipo de valor-notícia.



Figura 12 Peça sobre os 50 anos de 'Música no Coração', a 2 de março de 2015

Além dessas peças noticiosas, por exemplo no dia 2 de março de 2015, a notícia dos 50 anos da 'Música no Coração', um dos filmes mais rentáveis de todos os tempos é conhecido por toda a gente e é uma data importante, que também se pode associar ao valor-notícia de **tempo na forma de efeméride**, onde surgem datas comemorativas. Neste sentido, o aniversário da atriz Rita Pereira e o aniversário da boneca Barbie (no dia 12 de março); o casamento da fadista Anabela (no dia 13 de março); o aniversário do canal *CMTV* (no dia 17 de março); e o casamento de Luís Filipe Menezes e Ana Caetano têm o último valor-notícia enunciado.

O valor-notícia **conflitos e controvérsias** refere-se à presença de violência, mas para Traquina também representa a quebra do que é normal, por exemplo a existência de escândalos.



Figura 13 Peça sobre comentário polémico de Dolce&Gabbana, a 13 de março de 2015

No dia 18 de março de 2015 quando aparece a peça noticiosa que informa que Elton John boicotou a marca *Dolce&Gabbana*, ou no dia 13 de março de 2015, quando surge a notícia de que Ornela Mutti foi condenada a oito meses de prisão por ter sido convidada pelo presidente russo Vladimir Putin para um jantar de beneficência.

Por último, no que diz respeito aos valores-notícia de seleção – critérios contextuais, - que se referem ao contexto do processo de produção das notícias -, é possível encontrar a **disponibilidade, visualidade e concorrência**, durante as três semanas.

Nelson Traquina explica que a **disponibilidade** se refere à facilidade para fazer a cobertura do acontecimento. Assim sendo, eventos como o lançamento do livro da cantora Rita Guerra ‘No meu Canto’ (no dia 4 de março de 2015); a inauguração da loja *ChillyBeans*, no Centro Comercial Colombo, em Lisboa (no dia 10 de março de 2015) ou a cobertura do fim-de-semana da Moda Lisboa (no dia 16 de março de 2015) têm este factor notícia.

A **visualidade** é um valor-notícia muito importante em televisão, sendo até o mais fundamental, pois os elementos visuais associados à informação dão maior valor-notícia aos acontecimentos. Por exemplo, o desfile de *Georgio Armani* em Milão (no dia 4 de março de 2015); o *making off* da linha de sapatos de Cristiano Ronaldo (no dia 2 de março); a campanha de lingerie da *Victoria’s Secret* (no dia 6 de março) apresentam este valor-notícia. Apresentam elementos visuais de qualidade que informam e chegam a entreter o público.

O último valor-notícia - **concorrência** - diz respeito à busca da exclusividade dos meios de comunicação e ao facto de uns dias serem mais noticiosos do que outros.



*Figura 14* Entrevista com a sexóloga Ana Carvalheira sobre filme '50 sombras de Grey', a 3 de março de 2015

Assim sendo, o programa *Flash!Vidas* procura através das suas fontes apresentar produtos exclusivos e atuais, como é o exemplo de uma entrevista feita à sexóloga Ana Carvalheira, sobre o filme ‘As 50 sombras de Grey’ transmitida no dia 3 de março de 2015.

Depois desta análise detalhada é possível concluir que o programa apresenta alguns valores-notícia em determinada peças noticiosas, o que vai ao encontro de práticas jornalísticas. Contudo, será que estes valores-notícia serão suficientes para que o programa seja informação?

## *Capítulo 4 – O Estágio na Cofina*

### **9. Breve apresentação**

No decorrer do meu estágio de três meses (desde o dia 2 de fevereiro até ao dia 2 de maio), e seis horas diárias, tive a oportunidade de experimentar, essencialmente, dois tipos de jornalismo: impresso e televisivo. O estágio que realizei teve por base uma vertente social, tendo sido por isso que os temas que desenvolvi durante os três meses foram relacionados com assuntos da vida das celebridades nacionais e internacionais.

Assim sendo, no que diz respeito ao jornalismo tradicional fiz parte da equipa da secção *Vidas*, do jornal diário *Correio da Manhã*. Escrevi para a revista semanal *Vidas*, que é um suplemento do jornal *Correio da Manhã*, lançada todos os sábados.

A minha experiência no jornalismo televisivo passou pelo programa *Flash!Vidas*, (junção da secção *Vidas* do jornal *Correio da Manhã* e da revista *Flash!*, onde recolhi informações no campo, criei peças noticiosas, gravei voz-off, vivos e criei pivots.

Tal como já referido, com este estágio realizado na Cofina Media pretendi obter a experiência e perceber a realidade jornalística de maneira a aprender, colocando em prática o que, posteriormente estudei, durante o meu percurso académico, tendo a perfeita noção de que poderiam surgir alguns erros, mas sempre na ânsia de melhorar.

Importante será referir que no decorrer dos três meses lidei com muita pressão, uma vez que a exclusividade, o imediato, o atual e o “em primeira mão”, aliados ao rigor, competência, pontualidade, disciplina e profissionalismo foram pilares que sempre tentei manter para me erguer enquanto uma jornalista profissional.

### **10. Impresso**

No que diz respeito ao jornalismo impresso contribui com textos para a secção *Vidas* do jornal *Correio da Manhã*, bem como para a revista *Vidas*, suplemento que acompanha o jornal aos sábados. Importante será referir que para ambos os meus desempenhos tive o cuidado de utilizar uma linguagem simples, rigorosa em factos e possível de ser compreendida por diferentes faixas etárias.

Para escrever qualquer artigo noticioso as fontes de informação foram *sites* de informação e sobre fama nacionais e internacionais selecionados pelos responsáveis de secção. No que diz respeito à recolha de informações em campo, realizei entrevistas individuais e a chamada “roda de imprensa”, onde, pelo contrário, a entrevista à celebridade não é feita apenas por um jornalista, mas por vários que representam diferentes entidades de comunicação. Para além disso, também contribuí para as imagens do jornal e da revista, uma vez que acompanhei o fotógrafo que fez de *paparazzi*, isto é, fotografar as figuras públicas sem autorização.<sup>27</sup> Assim sendo, é importante questionar: afinal o cor-de-rosa é ou não um tipo de jornalismo?

“Os paparazzos ficam de plantão 24 horas por dia acompanhando, passo a passo os movimentos e a rotina das principais celebridades. Sejam elas do cinema, música, futebol ou entretenimento também a imprensa e a televisão são grandes aliados na promoção destes ídolos, divulgando o conteúdo desses profissionais e por meios próprios”. (GUILHERME, 2009:19)

Durante a minha experiência no jornalismo impresso foi possível aplicar teorias leccionadas em “Ateliê de Reportagem, Entrevista e Edição de Imprensa”, disciplina que me permitiu saber como transformar uma história em notícia pertinente, abrangente e atual, através de uma escrita clara, curta e concisa, obedecendo à estrutura básica de uma peça noticiosa: o título que deve ser informativo, e ao mesmo tempo, perceptível e apelativo; o lead que contém palavras chamativas e que descrevem de forma sucinta o que vai ser lido no texto; o corpo que apresenta dados, descrições, testemunhas e citações; e a conclusão que deve ser forte e colaborar no fio condutor do artigo.

### **10.1. Secção Vidas do Correio da Manhã**

Para a secção *Vidas* do jornal *Correio da Manhã* ficou a meu encargo escrever para as páginas 46-48 do jornal.<sup>28</sup> Nesta secção encontram-se notícias sobre personagens internacionais, eventos sociais atuais, bem como pormenores da vida das celebridades nacionais.

Esta secção divide-se em *Cabeças*, onde surgem as notícias internacionais; *Aberturas*, são as notícias de destaque e que ocupam a maior parte da página; *Apanhados na rede*, onde se encontram frases que as celebridades colocam nas redes sociais; *Zunzuns*, parte onde se escreve sobre curiosidades acerca das personalidades; *Sobe e Desce*, para

---

<sup>27</sup> As páginas da publicação do dia 2 de março de 2015 da revista *Vidas*, do *Correio da Manhã* encontram-se no Anexo C3 deste trabalho

<sup>28</sup> O número das páginas de cada secção no jornal pode ter variações

onde vão histórias sobre famosos que fizeram algo positivo ou negativo, respetivamente; *Breves* onde se colocam notícias com menor importância que as *Aberturas*; *Fecho*, onde se colocam notícias polémicas do dia; *Frases* que é uma citação inspiradora de alguém conhecido; e *Internacional* onde surgem notícias sobre personalidades estrangeiras.

Neste seguimento, foi-me pedido que escrevesse em todas as subdivisões anteriormente referidas, tendo até assinado algumas aberturas<sup>29</sup> com o meu nome e o nome da minha editora Rute Lourenço.

## 10.2.Revista Vidas

Para a revista *Vidas* que é um suplemento do jornal diário *Correio da Manhã* foi-me proposto escrever para as mais variadas partes da mesma. A revista que sai juntamente com o jornal ao sábado, tem o seu fecho à quarta-feira. Neste sentido, os primeiros três dias da semana são mais trabalhosos para a equipa, no sentido em que há alguma pressão para que o conteúdo da revista esteja preparado até quarta-feira, ao mesmo tempo que se trabalha na atualidade e atualização da secção *Vidas* do jornal e do programa de televisão *Flash!Vidas*.

A revista contém cerca de 74 páginas<sup>30</sup> e divide-se em 29 partes, tendo escrito a maior parte delas. *Gente*<sup>31</sup> onde se encontram artigos sobre a vida pessoal das celebridades; *Vestidas para sair* onde se encontram os looks de personalidades femininas nacionais ou internacionais em eventos da semana; *Shooping* onde são sugeridos produtos consoante o dia ou época do ano (Dia da Mãe, Natal, Verão, etc.); *LifeStyle* onde se sugerem produtos de decoração de interiores e exteriores e se apresentam dicas para casa; *A Mais Bela*<sup>32</sup> que é uma rubrica que complementa o programa televisivo com o mesmo nome, transmitida no programa *Flash!Vidas* e que se destina ao acompanhamento da transformação visual de mulheres que se candidatam para o efeito; *Em Festa* onde se relatam e legendam imagens de eventos semanais; *Radar da fama* onde surgem notícias internacionais; *Click* onde se descrevem momentos fotografados em *paparazzi*.

Para além dessas secções a revista para as quais eu escrevi, esta também é composta pelo *Sumário – Na Vidas*, onde se faz um resumo do interior da revista; *Confissões*, que ocupa seis páginas da revista com uma entrevista exclusiva sobre a vida profissional e

---

29 Aberturas das edições de 23 de fevereiro, 1 de março e 28 de abril do jornal *Correio da Manhã* encontram-se no Anexo D deste trabalho

30 O número de páginas da revista pode depender das edições

31 Páginas de gente das edições de 7 e 14 de março da revista *Vidas*, do *Correio da Manhã* encontram-se no Anexo C1 e C2 deste trabalho

32 A rubrica *A Mais Bela* foi substituída pela *Boa Forma* no mês de setembro

pessoal de uma determinada figura pública; *Rosa Choque* que é designa como um artigo de abertura sobre uma polémica que ocupa a primeira página de revista; *Opsss* onde surgem imagens de descuidos dos famosos; *Apanhados na rede* onde surgem frases e imagens que as celebridades publicam nas redes sociais; *A ferver* onde surge o tema de capa; *Bocas cor-de-rosa* onde são citadas frases de famosos em entrevistas a outras revistas; *Realeza* que tal como o nome indica é destinada a artigos sobre elementos da família real; *Sensualidade* onde aparecem imagens de celebridades em roupa interior ou topless; *Êxito* parte da revista que se destina música e que se divide em *Notas Soltas*, *Entrevista – O caminho das estrelas* e *Sétima arte*.

## **11. Televisão**

A minha experiência em televisão debruçou-se sobre o programa *Flash!Vidas*, onde tive a oportunidade de saber trabalhar em grupo, uma vez, que era devidamente acompanhada por repórteres de imagem. A recolha de informação foi naturalmente feito em campo. Neste sentido, durante o estágio curricular consegui aplicar noções teóricas aprendidas na disciplina de mestrado “Ateliê de Reportagem, Entrevista e Apresentação TV”, seguindo a ideia de que para criar uma voz-off eram fundamentais frases curtas e palavras fáceis de pronunciar, bem como saber a posição adequada e o braço correto aquando realizei entrevistas.

### **11.1 Programa Flash!Vidas**

A minha principal função para o programa *Flash!Vidas* era, naturalmente, criar peças noticiosas<sup>33</sup> sobre eventos onde várias celebridades estavam presentes ou sobre aspetos da vida pessoal de diferentes personagens.

Devo confessar que esta foi a maior aprendizagem que fiz ao longo dos três meses, uma vez que tive de aprender a trabalhar com o programa de edição *Dalet*, no qual construía as minhas peças noticiosas.

Quanto ao meu contacto com a imagem, tive a oportunidade de fazer vários “vivos” de informação, isto é, aparecer em frente à câmara de vídeo e fazer uma abertura ou fecho ao tema da peça noticiosa, que por sua vez, vai substituir a voz off. Segundo Jean-Jacques

---

33 Duas peças feitas por mim para o programa *Flash!Vidas*, da CMTV (canal 8 da MEO) encontram-se no Anexo E2 deste trabalho. Também estão disponíveis no site: <http://www.flashvidas.pt/>

Jespers o “vivo” faz parte do discurso não-icónico em televisão e é uma técnica simples que permite transmitir uma mensagem virtual em frente da câmara.

## 12.Radar e Piquete

As tarefas radar e piquete fugiram um pouco da temática em que me inseri (o social) durante a maior parte dos três meses de estágio curricular, uma vez que escrevi sobre diferentes temáticas do jornalismo (desporto, violência por exemplo). O meu trabalho nestas secções serviram para ajudar a atualizar o site<sup>34</sup> e a penúltima e última páginas do jornal *Correio da Manhã*.

“O jornalista está ao mesmo tempo “em cima do acontecimento e na moda”. Por outras palavras, está atendo a todas as novidades mas esforça-se também por permanecer aberto às matérias que não dependem da sua especialidade, de se manter ao corrente da evolução da sociedade em todos os campos para nomeadamente poder julgar a importância de todo o “scoop” (catch, informação importante) que ele vier a descobrir.” (JESPERS, 1998:41)

No chamado radar, tal como o nome sugere, estive atenta a todos os noticiários diários de diferentes canais, a diferentes *sites* de informação e em especial à agência Lusa para contribuir para a atualização instantânea da secção *CM ao minuto*<sup>35</sup> do site. Para esta função, importante será referir que estiveram presentes algumas das teorias lecionadas na disciplina de mestrado “Ciberjornalismo”, tais como, a organização, a orientação e a linguagem fundamental e destinadas a uma plataforma *online*.

Por outro lado, a tarefa do piquete é, através de telefonemas, fazerem-se “rondas” ou vistorias aos estabelecimentos prisionais e de saúde de Lisboa e do Porto, de maneira a ter conhecimento de possíveis ocorrências dignas de registo que, de imediato, iriam ser escritas na penúltima e última páginas do jornal. Este momento ocorre entre as 21h e as 00h30, horas de fecho do jornal.

---

34 <http://www.cmjornal.xl.pt/>

35 [http://www.cmjornal.xl.pt/cm\\_ao\\_minuto.html](http://www.cmjornal.xl.pt/cm_ao_minuto.html)

## *Considerações finais*

Este relatório de estágio teve como objetivo crucial refletir sobre a prática de três meses de estágio no Grupo Cofina Media, tendo em conta o meu percurso académico na área do jornalismo, as suas principais características e, naturalmente, as perguntas de partida propostas no início deste estudo de caso.

Depois de ter tirado uma licenciatura em Ciências da Comunicação, na Universidade do Algarve, na Escola Superior de Educação e Comunicação, e de ter estagiado na revista de moda *Activa*, do Grupo *Impresa*, posso dizer que a entrada no Mestrado de Jornalismo, na Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa, veio oferecer-me unidades curriculares e uma experiência de estágio fundamentais para o começo de uma carreira na área jornalística.

Para melhor explicar, poderei dizer que tanto as disciplinas teóricas como as práticas; a minha experiência de intercâmbio em Florianópolis, no Brasil, e o estágio curricular, foram uma grande escola que me fez aprender, desenvolver conteúdos e ganhar uma maior autonomia que considero fundamentais para a prática jornalística. Para além disso, durante os meses de estágio trabalhei em três tipos de plataforma: imprensa escrita, televisiva e *online*, tendo sido por isso uma experiência muito completa e enriquecedora, onde na maior parte do tempo, trabalhei na área do social, mas não só.

Contudo, não posso deixar de referir que existiram experiências menos positivas durante o estágio. Em primeiro lugar, senti que existiam poucas pessoas a trabalhar na minha secção, o que me obrigou a trabalhar mais do que as oito horas diárias previstas inicialmente, com muita frequência. Esta situação aconteceu devido ao despedimento de uma jornalista, o que deixou a secção com falta de profissionais. Depois, vivenciei momentos que revelaram que no mundo do jornalismo televisivo existe uma grande competição entre os envolvidos. Fiquei inquieta porque não tinha conhecimento dessa realidade. A meu ver existe uma competição que não é saudável, principalmente em relação às pessoas que trabalham na área do cor-de-rosa. Fiquei com a sensação de que há um preconceito por parte dos jornalistas que trabalham noutras áreas em relação aos que desempenham funções na área do social. Contudo, em momento algum me senti desconfortável, tendo tido a capacidade de me transformar numa profissional e limitar-me

a fazer o meu trabalho corretamente sem levantar complicações. Devo salientar que outro dos obstáculos, com que me deparei, foi o facto de os jornalistas de secção não se mostrarem disponíveis, por falta de tempo, para a realização das entrevistas que lhes propus, essenciais à elaboração deste relatório de estágio. Apenas consegui fazer três entrevistas, quando no plano inicial deste relatório, tinha planeado realizar oito. Ainda assim, não posso deixar de referir que houve uma criação de laços essenciais para a minha aprendizagem e conclusão do estágio curricular, e conseqüente, início de carreira profissional no mesmo local.

No que diz respeito às problemáticas colocadas no início deste estudo de caso, depois da exposição teórica e análise prática do programa *Flash!Vidas*, surgem “dois pratos da balança” que merecem ser pesados e levados em consideração. Neste seguimento, só é possível responder às perguntas levantadas se apresentarmos os dois lados da questão na resposta: positivo e negativo, a favor e contra.

Relativamente à primeira pergunta de partida: *O programa Flash!Vidas transmite peças de informação ou entretenimento*, de acordo com os profissionais na área, pode concluir-se que o programa analisado transmite peças de *infotainment*, uma vez que estas informam e entretêm o público, simultaneamente.

“Pode ser chamado um programa de *infotainment*. Noticiamos e entretemos ao mesmo tempo.” (LOURENÇO, 2015)<sup>36</sup>

“Acho que é uma mistura que se convencionou, que não sei se já está nos livros ou não, que é o *infotainment*. Para mim não é o jornalismo que se faz que não é sério e é entretenimento. Para mim o programa é nitidamente *infotainment* porque tem notícias e tem momentos de reportagens de entretenimento na mesma.” (BRAZ, 2015)<sup>37</sup>

Para além disso, se por um lado, a análise feita aos valores-notícia existentes no programa mostra que as peças televisivas apresentam determinados critérios de noticiabilidade, o que leva a considerar que os conteúdos são informação jornalística, por outro, o programa *Flash!Vidas* não apresenta peças que tenham valores-notícia suficientes para que se considere, do ponto de vista jornalístico, importante dar destaque a determinados acontecimentos. Além disso, existem conteúdos que não são jornalísticos,

---

36 LOURENÇO, Rute. Entrevista concedida A 12 agosto 2015. [Transcrita no Anexo G deste trabalho]

37 BRAZ, Guilherme. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo I deste trabalho]

mas de entretenimento, como é o exemplo da apresentação e recurso a fontes não fidedignas; ao recorrer a fotografias não autorizadas (*paparazzi*); à criação de pseudoacontecimentos; ao envolvimento de publicidade; à criação de notícias por suposições (*estórias* de supostos namoros ou separações); e à invasão da privacidade.

“O jornalismo pós-moderno, em tempos do hiper-espetacular e do tripé publicidade/lucro/entretenimento perde a força no seu bem até então mais precioso: a linguagem, a informação, o texto jornalístico. No jornalismo pós-moderno tudo é imagem, interatividade, fragmentação. A estética da imagem cala o texto para bem seduzir. A sedução toma o lugar do argumento”. (RUBLESKI, 6)

É importante salientar que não seria possível responder às minhas questões de partida sem perceber que o jornalismo do social e as figuras públicas alimentam uma relação de “amor-ódio” entre si há muito tempo. Isto acontece quando, por exemplo, uma figura pública “chama” e precisa dos meios de comunicação para a sua auto promoção, mas, posteriormente, não aceita nem permite que os *media* partilhem e revelem informações do seu foro pessoal que, de alguma forma, não lhe interessam dar a conhecer ou publicitar. É pois neste seguimento que surge a anteriormente falada “invasão de privacidade” condenada por várias figuras públicas. Nunca é demais lembrar que já em 1965, Galtung e Ruge tinham definido a “negatividade” como uma tipologia de valor-notícia de acordo com o impacto, o que poderia justificar esta situação. As más notícias vendem mais do que as boas e são mais fáceis de noticiar, por isso há uma preferência do leitor, telespetador, ouvinte ou internauta, sendo precisamente isso que o cor-de-rosa procura.

Apesar destas denúncias estarem cada vez mais patentes na atualidade do jornalismo do social, cabe às figuras públicas perceber que vivem numa sociedade consumista e de espetáculo e que por mais que tentem preservar a sua integridade e privacidade, deixam de o conseguir a partir do momento em que o seu nome é reconhecido pelo público. Permitam-me que use a expressão “É como vender a alma ao diabo”.

De maneira a responder à segunda pergunta de partida: *O jornalismo cor-de-rosa é ou não um tipo de jornalismo*, segundo os profissionais, a área do social e o interesse pela vida das figuras públicas é um tipo de jornalismo que, mesmo que apresente notícias com uma maior liberdade criativa no texto, (*soft news*) se rege pelas condutas deontológicas

aprendidas por todos os jornalistas e que devem ser respeitadas como em qualquer outra área (*hard news*), e que correspondem às curiosidades e interesse do público.

“Ouve-se muitas vezes “mas o que é que interessa estar a falar da vida das pessoas?”. Uma figura pública não é um cidadão comum, não é anónimo, é uma figura que por ter feito algo que seja mediático gera interesse no público. As figuras públicas são interesse público. Por si só, as pessoas acabam por ter interesse no que elas fazem. Figuras que acabam por ganhar uma legião de fãs, com o passar do tempo. Esta situação está prevista na nossa constituição: sempre que haja interesse público nós devemos dar notícias.” (BETTENCOURT, 2015)<sup>38</sup>

“A vida das figuras públicas interessa aos telespectadores no sentido que são figuras, de uma forma ou de outra, relevantes na nossa sociedade. Por exemplo, o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho, sentiu necessidade de falar sobre a doença oncológica da mulher, apesar de ser da esfera da sua vida privada. Mas a verdade é que o pessoal e profissional se cruzam, são indissociáveis. E para conhecer o homem é preciso saber quem ele é, o que está a passar na vida.” (LOURENÇO, 2015)<sup>39</sup>

Mar de Fontecuberta (1993:28) justificaria este tipo de situações devido à existência de três tipos de notícias comuns no mundo cor-de-rosa: inventadas, erradas e as que são baseadas numa especulação. As primeiras são contruídas a partir de elementos, declarações ou hipóteses que não existem na realidade e que não são, posteriormente, corrigidas pelos meios de comunicação depois de publicadas. As segundas são construídas com dados apresentados como verdadeiros mas que acabam por serem falsos, tendo como origem a insuficiente informação sobre o assunto e os dados incorretos fornecidos pelas fontes. As últimas, - que vão ao encontro das anteriores -, são construídas segundo hipóteses não comprovadas ou rumores não confirmados.

“O processo de significação do jornalismo é dual: as relações objetivas (possíveis ou imaginadas) do acontecimento e a objetividade mítica do jornalista/empresa que transforma o fato em notícia. O divórcio (formal) da informação e da opinião, entende e justifica que a objetividade plena no jornalismo é impossível pela própria condição humana”. (RUBLECKI, 6)

Depois de ter dado resposta às duas primeiras perguntas, percebe-se que o jornalismo cor-de-rosa pode ser confundido com *infotainment*, o que responderia à terceira e última questão de partida feita no início do estudo de caso: *O jornalismo cor-de-rosa pode ser confundido com infotainment?*. O facto de o cor-de-rosa juntar a informação e o

---

38 BETTENCOURT, Sandro. Entrevista concedida a 12 agosto de 2015. [Transcrita no Anexo H deste trabalho]

39 LOURENÇO, Rute. Entrevista concedida A 12 agosto 2015. [Transcrita no Anexo G deste trabalho]

entretenimento vai ao encontro das diferentes reações dos profissionais da área e de teóricos em relação ao mesmo. Contrariamente aos segundos, os primeiros apontam as suas práticas jornalísticas como envolvidas em informação e entretenimento. Contudo, importante será esclarecer que ao mesmo tempo que o cor-de-rosa oferece novidades informativas, serve, maioritariamente, como uma forma de esclarecer as curiosidades de pessoas sobre outras pessoas, o que não é nada mais do que entretenimento.

Neste sentido, o meu objetivo foi tentar compreender se o programa *Flash!Vidas*, e o consequente jornalismo do social podem ser considerados informação ou entretenimento. Uma vez que apresentei respostas que abordam os dois sentidos, poderei dizer que o programa se insere no *infotainment*. Não tenho por intenção definir o conceito, mas explorá-lo com a minha prática jornalística no meio do social e leitura bibliográfica, uma vez que é uma tendência que merece ser estudada por estar cada vez mais evidente nas práticas jornalísticas, envoltas numa sociedade consumista que vive da imagem e numa era global, em rede, tecnológica, que conduz a um tipo de notícias mais apelativas, e ao consequente aparecimento do entretenimento.

Se por um lado o cor-de-rosa apresenta fontes, informações consonantes e atuais, valores-notícia e uma política de alinhamento, por outro, as notícias da área são na sua maior constituição, produtos de entretenimento que envolvem informações de uma maneira mais leve, sobre temas que não têm grande interesse público. Depois de ter trabalhado na área, tenho a plena consciência de que, como referido anteriormente, o social desenvolve práticas que não podem ser consideradas jornalísticas, o que não lhe dá um estatuto jornalístico, mas próximo disso, que por agora se apelida de *infotainment*.

No final do estágio sinto que a minha passagem pelo Grupo Cofina Media foi muito positiva, tendo desenvolvido as minhas capacidades jornalísticas, bem como reforçado o meu carácter emocional. Além disso, tive o *feedback* de que fiz um bom trabalho jornalístico, o mesmo que conduziu à minha permanência na área, o que me permite continuar a desenvolver e melhorar as minhas capacidades jornalísticas, e o que me deixa cada vez mais esclarecida quanto ao que quero, ou não, fazer na área do jornalismo.

## ***Bibliografia***

- AGUIAR, Leandro Azevedo (2008), *Entretenimento: valor-notícia fundamental*, 2008
- EMERIM, Cárilda, (2010), *O texto na reportagem de televisão*, Caxias do Sul, Brasil, 2010
- FERNANDES, Ana Paula (2001), *Televisão do Público*, Coimbra: Minerva, 2001
- FONTCUBERTA, Mar de (1993), *La noticia, Pistas para percibir el mundo*, Barcelona: Paidós
- GUILHERME, Rivanda Santos Lima Verde (2009), *Jornalismo de celebridade – análise de conteúdo da revista Caras*, Brasília
- GOMES, Itania Maria Mota, *Infotainment e a cultura jornalística*
- JESPERS, Jean-Jacques (1998), *Jornalismo Televisivo*, Coimbra: Minerva, 1998
- LEITE, Ana Isabel Teixeira (2009), “*À noite as notícias*”: *análise dos alinhamentos do principal noticiário do canal temático de serviço público*, Universidade do Minho, 2010
- LOBATO, (2010) José Augusto Mendes, *Jornalismo e entretenimento: um casamento possível*, Amazónia (2010)
- MORIN, Edgar (1972), *As estrelas de cinema*, Lisboa: Livros Horizonte, 1980
- TRAQUINA, Nelson (2002), *O que é jornalismo*, Lisboa: Quimera, 2002
- TRAQUINA, Nelson (1999), *Jornalismo – Questões, teorias e “estórias”*, texto *A produção social das notícias: o mugging nos media*, de Stuart Hall, Chas Christcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts, Lisboa: Comunicação&Linguagens

## Sitiografia

ALBERTOS, José-Luís M. (1999), *El periodismo en el siglo XXI: mas allá del rumor y por encima del caos*. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9999110015A> Consultado a 28-maio-15

aTelevisão, (2013), *A Reportagem – CMTB*, aTelevisão: <http://www.atelevisao.com/rubricas/a-reportagem/a-reportagem-cmtv/>, Consultado a 12-maio-15

ATHAYDE, Jessica (2015), *Facebook de Jessica Athayde*: <https://www.facebook.com/JessicaAthaydeOficial/?fref=ts>, Consultado a 26-outubro-2015

BRONOSKY, Bruna, BARRETTA, Leandro Medeiros, CERVI, Emerson Urizzi, (2010) *Debate Público ou entretenimento: a visibilidade de hard e soft news nas primeiras páginas do JM e DC*, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1620-1.pdf>, Consultado a 20-junho-15

CANAVILHAS, João, *Televisão, o domínio da informação-espetáculo*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>. Consultado a 10-junho-15

CMJornal (2014), *As notícias que marcaram as edições do primeiro ano do CM*: [http://www.cmjornal.xl.pt/mais\\_cm/historia\\_do\\_cm/detalhe/historia\\_do\\_cm.html](http://www.cmjornal.xl.pt/mais_cm/historia_do_cm/detalhe/historia_do_cm.html); *O novo mundo dos canais nacionais no cabo* (2013): [http://www.cmjornal.xl.pt/tv\\_media/detalhe/o-novo-mundo-dos-canais-nacionais-no-cabo.html](http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/o-novo-mundo-dos-canais-nacionais-no-cabo.html), Consultado a 12-maio-15

DEJAVITE, Fabia Angélica, (2007) *A Notícia light e o jornalismo de infotenimento*, 2007, Brasil. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>. Consultado a 15-junho-15. Consultado a 20-junho-15

FLASH!VIDAS: <http://www.flashvidas.pt/videos.html> : Consultado a 10-maio-15

GfK: <http://www.gfk.com/pt/Paginas/default.aspx> : Consultado a 13-maio-15

GOMES, Itania Maria Mota, 2006, *Telejornalismo de qualidade. Pressupostos teóricos-metodológicos para análise*. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/80/80>, Consultado a 26-maio-15

GOUCHA, Manuel Luís, Facebook de *Manuel Luís Goucha*: <https://www.facebook.com/manuelluisgouchatvi/?fref=ts> : Consultado a 26-setembro-15

HAGEN, Sean, *Jornalismo de mentira, informação de verdade: Repórter Vesgo e a quebra do mito das celebridades no Pânico na TV*, Bahia, Brasil. Disponível em: <http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Sean%20Hagen.pdf>.

Consultado a 27-junho-15

LUSVARGHI, Luiza, *CQC-Custe o que custar. O jornalismo como entretenimento e espetáculo*. Disponível em: <http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/viewArticle/aj5-esp1>, Consultado a 26-maio-15

MARSHALL, Leandro (2014), *Observatório de imprensa: A volta do jornalismo cor-de-rosa*, [http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed825\\_a\\_volta\\_do\\_jornalismo\\_cor\\_de\\_rosa/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed825_a_volta_do_jornalismo_cor_de_rosa/), Consultado a 22-maio-15

MUNDIM, Pedro Santos, *As consequências políticas do jornalismo de entretenimento: a eleição municipal de São Paulo em 2008 e a cobertura do CQC*. Disponível em: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/10-As-consequ%C3%AAs-pol%C3%ADticas-do-jornalismo-de-entretenimento.pdf>, Consultado a 26-maio-15

PEREIRA, Rita (2015), Facebook de *Rita Pereira*: <https://www.facebook.com/RitaPereira.pt/?fref=ts>, Consultado a 26-setembro-15

RUBLECKI, Anelise, *Jornalismo pós-moderno: uma discussão dos valores míticos na sociedade hiper-espetacular*, Brasil, Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/anelise-jornalismo-pos-moderno.pdf>, Consultado a 18-junho-15

SAPO, (2013), *A equipa CMTV*: <http://videos.sapo.pt/e0HDB1IpIssLwD4vQOvS>; [http://www.cmjornal.xl.pt/tv\\_media/detalhe/o-novo-mundo-dos-canais-nacionais-no-cabo.html](http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/o-novo-mundo-dos-canais-nacionais-no-cabo.html), Consultado a 12-maio-15

SILVA, Fabiana Moraes de (2008), *A não-notícia, um produto do infoentretenimento*. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p99>, Consultado a 26-maio-15

SOUSA, Judite, (2015), *Facebook de Judite de Sousa*: <https://www.facebook.com/judite.sousa.9619?fref=ts>, Consultado a 26-setembro-15

VENDEIRA, Pedro (2015), *CMTV é líder entre canais informativos no meo*, aTelevisão: <http://www.atelevisao.com/cabo/cmtv-e-lider-entre-canais-informativos-no-meo/>, Consultado a 12-julho-15

VIZEU, Alfredo (2001), *Telejornalismo, audiência e ética*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>, Consultado a 26-maio-15

YOUTUBE, (2013), *Portugal VIP*: <https://www.youtube.com/watch?v=sNQHSGV2sNA> (parte 1); <https://www.youtube.com/watch?v=Jax80MeUrvo> (parte 2); <https://www.youtube.com/watch?v=baDHbSdoD88> (parte 3) : Consultado a 4-julho-15

## Índice de figuras

<b>Figura 1-</b> Logótipo do Grupo Cofina Media.....	11
<b>Figura 2-</b> Quadro de percentagem de <i>share</i> em dezembro de 2014.....	16
<b>Figura 3-</b> Genérico do programa <i>Flash!Vidas</i> .....	17
<b>Figura 4-</b> Apelo de Judite de Sousa no Facebook, dia 18 julho 2015.....	34
<b>Figura 5-</b> Desmentido de notícia feito por Manuel Luís Goucha, dia 4 outubro 2015.....	35
<b>Figura 6-</b> Desmentido de notícia feito por Rita Pereira, dia 7 setembro de 2015.....	35
<b>Figura 7-</b> Apelo ao respeito feito por Jessica Athayde, dia 31 outubro de 2015.....	36
<b>Figura 8-</b> Peça sobre polémica de Sara Sampaio, a 2 março de 2015.....	46
<b>Figura 9-</b> Peça sobre morte de Angélico Vieira, a 13 de março de 2015.....	48
<b>Figura 10-</b> Peça sobre a morte de Sam Simon, a 10 de março de 2015.....	48
<b>Figura 11-</b> Peça sobre desentendimento entre Rainha Isabel II e Kate Middleton, a 3 de março de 2015.....	49
<b>Figura 12-</b> Peça sobre 50 anos de ‘Música no Coração’, a 2 de março de 2015.....	50
<b>Figura 13-</b> Peça sobre comentário polémico de Dolce&Gabbana, a 13 de março de 2015.....	50
<b>Figura 14-</b> Entrevista com a sexóloga Ana Carvalheira sobre filme ‘50 sombras de Grey’, a 3 de março de 2015.....	51

## *Índice de tabelas*

<b>Tabela 1-</b> Categorias temáticas presentes no programa <i>Flash!Vidas</i> na semana de 2 a 6 de março de 2015.....	40
<b>Tabela 2-</b> Categorias temáticas presentes no programa <i>Flash!Vidas</i> na semana de 9 a 13 de março de 2015.....	41
<b>Tabela 3-</b> Categorias temáticas presentes no programa <i>Flash!Vidas</i> na semana de 16 a 20 de março de 2015.....	42
<b>Tabela 4-</b> Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 2 a 6 de março de 2015.....	43
<b>Tabela 5-</b> Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 9 a 13 de março de 2015.....	44
<b>Tabela 6-</b> Número de notícias nacionais e internacionais por dia na semana de 16 a 20 de março de 2015.....	45

## **Anexos**

**Anexo A** - Protocolo de Estágio entre Cofina Media e a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)

**Anexo B** - Declaração comprovativa de realização de estágio na Cofina Media, no período de 2 de fevereiro a 2 de maio de 2015

**Anexo C** - Revista *Vidas*, do *Correio da Manhã*

1. *Gente*, edição de 14 de março de 2015, p. 24
2. *Gente*, edição de 7 de março de 2015, p. 28 e 30
3. *Paparazzi*, edição de 2 de maio de 2015, p. 32 e 33

**Anexo D** - Aberturas do jornal *Correio da Manhã*

1. Edição de 24 de fevereiro p.44
2. Edição de 1 de março p.46
3. Edição de 28 de abril p.42

**Anexo E** - Peças do programa *Flash!Vidas*, da *CMTV* (canal 8 da MEO) em CD, e também disponíveis em: <http://www.flashvidas.pt/>

1. Oito peças que surgem nas semanas analisadas no estudo de caso: Boicote de Dolce&Gabbana, Guerra entre Kate Middleton e Rainha Isabel II, Morte de Sam Simon, Morte de Angélico Vieira, polémica de Sara Sampaio nas redes sociais, Tony Carreira e ex-mulher, Fernanda, os '50 anos de Música no Coração', entrevista à sexóloga Ana Carvalheira
2. Duas peças-exemplo feitas pela aluna: Lançamento do livro de Rita Guerra e evento de Zumba

**Anexo F** – Alinhamentos do programa *Flash!Vidas* (semanas de 2 a 6, 9 a 13 e 16 de março de 2015)

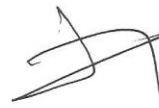
**Anexo G** - Entrevista à Editora da revista *Vidas* do jornal *Correio da Manhã*: Rute Lourenço

**Anexo H** - Entrevista ao Coordenador do programa *Flash!Vidas*: Sandro Bettencourt

**Anexo I** - Entrevista ao Jornalista do programa *Flash!Vidas*: Guilherme Braz

**(ver páginas seguintes, por favor)**

## Anexo A - Protocolo de Estágio entre Cofina Media e a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)



### PROTOCOLO de Estágio entre Cofina media e a Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)

Com base no protocolo de Cooperação em vigor entre a Cofina media e a Escola Superior de Comunicação Social, é celebrado o presente protocolo com vista ao desenvolvimento de um estágio curricular, a ministrar nas instalações da Cofina media para a aluna Meghanne Léa Pinto Barros, residente na Rua Maria José Estanco, nº 3, 5º A, 1600-793 Lisboa, portadora do Cartão do Cidadão nº 14020120, do Arquivo de Identificação Faro, do Mestrado de Jornalismo da ESCS, de acordo com o seguinte articulado:

#### I

#### Estágios

O plano de estágio na Cofina media para a estudante da ESCS concretizar-se-á segundo duas vias:

a) Realização de estágio com vista à realização do relatório final. O estágio é uma experiência de âmbito profissional, onde serão aplicados conhecimentos adquiridos na parte curricular do curso.

O estágio terá de ser enquadrado por um plano definido, em colaboração, entre o responsável de estágio indicado pela Cofina media (Miguel Martins) e pelo orientador da ESCS (Daniela Santiago).

O estágio terá a duração mínima de 400 horas de trabalho.

b) O orientador da ESCS deverá acompanhar os trabalhos, de modo a que os objectivos propostos no tema sejam cumpridos.

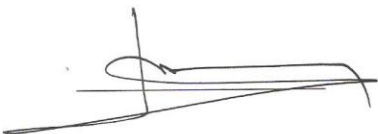
c) O estágio não é remunerado.

d) A Cofina media não será responsável por qualquer dano, prejuízo ou risco que venha a sofrer ou ocorrer em relação a um estagiário, se tais circunstâncias decorrerem de ato doloso ou negligente deste ou de causa fortuita ou de força maior, nestas se incluindo qualquer ato, circunstâncias ou eventos que resulte de situações imprevistas, ou



Lisboa, 2 de Fevereiro de 2015

Pela -----,



O Presidente da Direção da ESCS

  
Prof. Doutor Jorge Veríssimo

A mestrandia tem conhecimento do presente protocolo,

Assinatura: Meghane Barros

Data: 11 de fevereiro de 2015

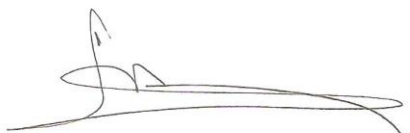
**Anexo B** - Declaração comprovativa de realização de estágio na Cofina Media, no período de 2 de fevereiro a 2 de maio de 2015



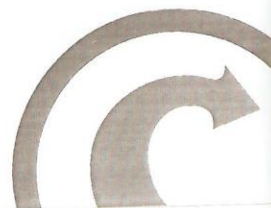
**Declaração**

Cofina media, S.A. com sede na Rua Luciana Stegagno Picchio, 3, 1549-023 Lisboa, Pessoa Colectiva nº 502801034, proprietária do jornal Correio da Manhã, declara, para os devidos efeitos, que Meghanne Léa Pinto Barros, portador do Cartão do Cidadão nº 14020120 realizou um estágio curricular na Redacção, na área de Jornalismo, no período de 2 de Fevereiro a 2 de Maio de 2015, sob a orientação do jornalista Miguel Martins.

Lisboa, 2 de Junho de 2015.



Departamento de Recursos Humanos



**Anexo C - Revista *Vidas*, do *Correio da Manhã***

(*Gente*, edição de 14 de março de 2015, p. 24, *Gente*, edição de 7 de março de 2015, p. 28 e 30, *Paparazzi*, edição de 2 de maio de 2015, p. 32 e 33,

Ver páginas seguintes, por favor)



GENTE 

# “CUIDO DE MIM E SOU FELIZ”

LILIANA FERREIRA

## CRISTINA FERREIRA REVELA SEGREDOS DE BELEZA

MEGHANNE BARROS/RUTE LOURENÇO

**D**esde há uns anos, Cristina Ferreira adotou um visual mais sofisticado. A apresentadora usa looks glamorosos e está mais magra, fruto de uma mudança de alimentação e a prática de exercício físico. No entanto, Cristina garante que o seu principal segredo de beleza é ser feliz.

“Cuido de mim e sou feliz. Se uma pessoa sentir essa energia e for otimista, tudo acaba por correr bem. Esse é o meu lema: desvalorizo o que corre menos bem. Até aquilo que de pior me aconteceu numa determinada altura serviu para alguma coisa”, confidencia a apresentadora, que pratica exercício físico regularmente.

A forma física de Cristina Ferreira, de 37 anos, continua a ser muito elogiada e a beleza da apresentadora já a levou a ser eleita três vezes consecutivas a mulher mais sexy do País pelos leitores do ‘Correio da Manhã’.

## GENTE



### MARGARIDA MARINHO DEIXA A FILHA COM O EX-MARIDO

MEGHANNE BARROS/MARCO PEREIRA

**F**eliz por voltar à televisão, Margarida Marinho, de 52 anos, vai vestir a pele de uma empresária na novela da SIC 'Poderosas'. A atriz deixou a filha Carlota, de seis anos, com o seu ex-marido, o arquiteto Ricardo Zúquete, para iniciar as gravações na Malásia e confessa que não poderia viajar mais descansada. "A Carlota vai ficar com o pai. Não podia ficar com melhor pessoa. Acho que tem o melhor pai do Mundo", afirma.

Margarida refere que não é adepta das novas tecnologias, mas diz que vai arranjar forma de falar com Carlota: "Sou infoexcluída, mas de certeza que alguém da produção tem Skype." A artista conta ainda que em momento algum se esquece da filha. "Não há um momento morto que não me lembre da Carlota", refere. ●



**“ELA TEM O MELHOR PAI DO MUNDO”**



30  
VIDAS CM • COR-DE-ROSA

GENTE



## CASAL PREPARA REGRESSO AO RIO DE JANEIRO, NO BRASIL

MEGHANNE BARROS/  
/RITA SILVA RESENDES

**A** participar na novela 'Mar Salgado', da SIC, Ricardo Pereira, de 35 anos, mostra-se radiante. "Estamos a gravar a um ritmo alucinante. Estou muito entusiasmado com esta novela", garante.

Com a vida dividida entre o Brasil e Portugal, o ator da SIC já tem projetos agendados com a Globo: "Confirmo, mas não quero adiantar muitos pormenores. Neste momento estou focado em 'Mar Salgado'. Mais tarde falarei sobre a nova novela".

Casado com Francisca Pinto Ribeiro, de quem tem dois filhos – Vicente, de três e Francisca, de um – Ricardo Pereira explica como organiza a vida a dois. "Hoje em dia os nossos programas são mais caseiros ou com amigos que também têm filhos", afirma. No entanto, as saudades de casa são muitas. "A nossa primeira casa tem sido o Rio de Janeiro. Adoramos Lisboa, mas temos saudades dos nossos amigos e da nossa rotina no Brasil", conclui. ●

"TEMOS SAUDADES DOS NOSSOS AMIGOS"

DUARTE RORIZ

## GENTE



1.

# PREPARADA PARA O VERÃO

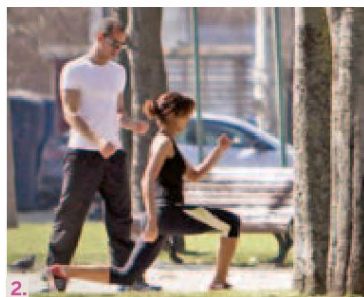
## SARA MATOS TREINA INTENSAMENTE PARA MANTER A FORMA FÍSICA

**MEGHANNE BARROS/RUTE LOURENÇO**

**S**ara Matos, de 25 anos, tem aproveitado as horas vagas para se preparar para o verão e treinar ao ar livre. A 'Vidas' surpreendeu a atriz a fazer exercício físico nas Docas de Alcântara, em Lisboa, acompanhada por um personal trainer. Sara Matos treinou durante 45 minutos, exercitando intensivamente as pernas, os braços e os abdominais. Um treino mantido quase diariamente e que lhe permite atingir uma excelente forma física. "Quem conhece a Sara sabe que o desporto faz parte do dia

dia dela. É muito regrada e o exercício é uma coisa que não dispensa. Gosta de estar em forma", revela fonte próxima da atriz, que em 2013 mostrou ter boa resistência física quando participou no programa 'Dança com as Estrelas' (TVI).

Apaixão de Sara Matos pelo desporto levou-a, inclusivamente, a criar um projeto da sua autoria. Todos os dias, a jovem utiliza a sua página no Facebook para partilhar com os fãs alguns vídeos em que ensina truques e dicas para se estar sempre em forma e conseguir um corpo de sonho... como o seu. ●



2.



3.



**1.** Sara Matos a fazer TRX para tonificar os braços **2.** A trabalhar as pernas **3.** A atriz a fazer prancha lateral **4.** A tonificar os abdominais inferiores com a ajuda do personal trainer



## PRAZER & SEDUÇÃO

JOSÉ CASTELO BRANCO  
MARCHAND

### Sensualidade política

A história tem provado que a sensualidade nos dirigentes é deveras contrastante com aqueles que o têm ausente. Reis de apetites vorazes eram geralmente os mais brandos com o povo, imperadores sexy eram bem-dispostos e belíssimos guerrilheiros! Napoleão, o bem dotado, punha Josefina no delírio, mas os ciúmes andavam em vigília constante, sabia que aquele pequeno mas enorme macho semeava em todas as frentes! Voamos para a atualidade... Clinton, o melhor presidente dos últimos tempos... Abençoado! Bush, um vômito de fel, coitado! Do Salazar não falo, desconheço, não é do meu tempo! Mas seria realizado? E o Cavaco!? Credo, faz lembrar que está no altar... Sem ofensa, claro, o 25 de Abril deu alguma permissão de expressão! O governo da atualidade, à parte o primeiro-ministro, não tem ponta a puxar. Agora os gregos têm tudo em superbom, Alexis Tsipras é bom para a imaginação. E o outro, o das finanças, é de autoflagelar. Que pecado olhar o Yanis Varoufakis.

### LÍNGUA AFIADA



**Pequeninha Rodrigues** O teu tempo terreno terminou, mas a tua alma começou a percorrer o caminho da Luz, que é o nosso destino. Vou ter muitas saudades da tua incondicional amizade, sempre estiveste presente e me defendeste dos snobs quadrados que nos rodeavam. A catureira de irmos para as casas de fados em pleno Bairro Alto, com o 'chic' que transbordavas por todos os poros. Da tua beleza nem se fala, o trânsito parava. Descansa em paz.

**Anexo D** - Aberturas do jornal *Correio da Manhã*

(Edição de 24 de fevereiro p.44, edição de 1 de março p.46, edição de 28 de abril p.42, ver páginas seguintes por favor)

## Izabel Goulart

A modelo foi ao Rio Open 2015 e mostrou a paixão que tem por tênis, apesar de não saber jogar bem. "Sou a mais fraca da família", contou.

## Gisele Bündchen

Após ter lançado uma coleção de lingerie, a modelo é a estrela da recente produção primaveril da 'Vogue' chinesa, onde posa em topless.



## Karlie Kloss

A imprensa internacional avança que a modelo, que se tornou-se anjo da Victoria's Secret em 2013, vai deixar a marca por falta de tempo.



# LOS ANGELES Glamour

## Irina ousada em noite de Óscares

Ex-namorada de Cristiano Ronaldo dá nas vistas com vestido transparente

MEGHANNE BARROS/  
RUTE LOURENÇO

**R**ecém-separada de Cristiano Ronaldo, Irina Shayk, de 29 anos, não quis passar despercebida na passadeira vermelha da cerimônia dos Óscares, em Los Angeles. A modelo apareceu sem roupa interior e com um ousado vestido

transparente, do Atelier Versace, mas a escolha valeu-lhe algumas críticas por parte da imprensa internacional, que acusou a russa de querer provocar CR7. Além de Irina, também Gwyneth Paltrow e Emma Stone foram estrelas na 'red carpet' dos Óscares (mais info. nas págs. 38-39).

**Sexy**  
A sensualidade de Irina Shayk esteve em destaque nos Óscares



Rita Ora em Donna Karan

Jennifer Aniston escolheu Atelier Versace

Margot Robbie com um Saint Laurent

Gwyneth Paltrow usou Ralph&Russo

Emma Stone com um vestido Elie Saab

Irina com um vestido transparente do Atelier Versace

## APANHADOS @ REDE

**Olívia Ortiz**  
Apresentadora

“Estou rendida aos encantos de Viena!”

**Marco Costa**  
Ex-'Casa dos Segredos'

“Não dá para passar por Gaia sem ir comer as melhores francesinhas do país!”

**Mónica Sofia**  
Modelo

“Enquanto eu arrumei as compras na cozinha eles [marido e filhos] adormeceram todos!!! E nem tiraram os casacos!!”

**Rita Pereira**  
Atriz

“Tinha tantas saudades delas”

## Lupita Nyong'o

Depois de ter sido roubado, o vestido que a atriz usou nos Óscares foi encontrado num caixote do lixo. As pérolas do modelo eram falsas.



## NA LINHA DE CASCAIS

# Negócio



■ Nova casa de Rita conta com todos os luxos que a atriz não dispensa. Apartamento tem divisões espaçosas e o condomínio uma piscina

FOTOS: PIRETOS/REPERVACOS

PIRETO/CABRINO

## Rita Pereira muda-se para casa de luxo

■ Atriz está a viver com o novo namorado, Guillaume Lalung, em apartamento junto à praia, na zona de São Pedro do Estoril

● MEGHANNE BARROS/  
/RUTE LOURENÇO

Rita Pereira acabou de se mudar para um condomínio de luxo, na linha de Cascais, onde um apartamento pode custar mais de 800 mil euros. A atriz, de 32 anos, decidiu dar um passo importante na sua vida e está a morar com o novo namorado, o produtor francês Guillaume Lalung, na Quinta da Condessa, na zona de São Pedro do Estoril.

O novo apartamento de Rita, um T3 de 200 metros quadrados, está inserido num condomínio com todos os luxos que a atriz não dispensa: segurança 24 horas por dia, piscina, garagem e vista para o mar.

Decidida a não vender a antiga casa – também na linha de Cascais – Rita ofereceu-a à irmã, Joana, de quem é muito próxima. Recém-chegada de Angola, onde esteve a gravar 'A Única Mulher', a atriz está a finalizar as mudanças para a casa nova. ■



Guillaume Lalung com o melhor amigo de Rita, Tiago Careto

Amor  
Atriz tem estado no novo apartamento com o namorado

## Romance discreto

● Rita Pereira, que sempre foi muito discreta nas suas relações amorosas, vive um romance de poucos meses com o francês Guillaume Lalung. A atriz e o produtor conheceram-se no Algarve, durante o verão de 2014, mas só recentemente surgiram as primeiras fotografias do casal, que se mostra cada vez mais apaixonado. ■

Rita Pereira tem 32 anos



## Bruce Jenner

O ex-atleta olímpico diz sentir-se "aliviado" depois de ter anunciado, em entrevista, que tinha decidido mudar de sexo



## 'DANÇA COM AS ESTRELAS'

# Saída

## 'Belinha' irritada com expulsão

■ Apresentadora foi a escolhida para abandonar o programa e não escondeu a desilusão

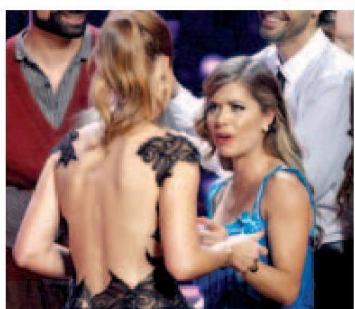
● MEGHANNE BARROS/  
/RUTE LOURENÇO TEXTOS  
JOÃO MIGUEL RODRIGUES FOTOS

Isabel Silva era apontada como uma das concorrentes favoritas à vitória no 'Dança com as Estrelas', mas acabou por ser expulsa do programa antes da gala final. No frente a frente com a atriz Sara Prata, 'Belinha' - como é carinhosamente tratada - foi escolhida para abandonar o formato da TVI e não escondeu a revolta. "A expressão da 'Belinha' mudou radicalmente assim que soube que tinha sido escolhida para sair. É muito competitiva e não estava nada à espera. Ficou furiosa", conta fonte ligada ao 'Dança com as Estrelas'.

Nas imagens captadas no final

do programa, pode ver-se a apresentadora irritada a falar com Cristina Ferreira. No entanto, 'Belinha' desvalorizou a polémica. "Não estou triste, saí da pista com o sentido de dever cumprido", disse a jovem, de 28 anos. ■

Talento Jovem era apontada como uma das favoritas à vitória



A dança de 'Belinha' não convenceu os portugueses. Apresentadora mostrou-se revoltada com saída



## Sara Prata continua a seduzir

■ A atriz Sara Prata entrou no 'Dança com as Estrelas' já a meio do formato, mas tem conquistado o público e os jurados. Ontem, foi salva pelos portugueses e voltou a seduzir na pista de dança com passos arrochados e muito sensuais. ■



Sara Prata foi salva no frente a frente com Isabel Silva

## Família apoia Pedro Lima

■ Convidado para dançar kizomba, Pedro Lima arrasou numa noite em que contou com o apoio da família. A mulher do ator, Anna Westerlund, marcou presença nos estúdios da Venda do Pinheiro e fez questão de surgir acompanhada pelos três filhos. ■



# cartas da maya

O Consultório

CURSOS DE TARÓT  
MARÇO & ABRIL

CONSULTAS PRESENCIAIS | LISBOA PORTO

CONSULTAS TELEFÓNICAS

PARA MAIS INFORMAÇÕES

962 525 407 | 913 300 090

cartasdamaya@gmail.com

www.cartasdamaya.pt

facebook.com/cartasdamaya.consultorio

**Anexo E** - Peças do programa *Flash!Vidas*, da *CMTV* (canal 8 da MEO) em CD, e também disponíveis em: <http://www.flashvidas.pt/>

(Oito peças que surgem nas semanas analisadas no estudo de caso: Boicote de Dolce&Gabbana, Guerra entre Kate Middleton e Rainha Isabel II, Morte de Sam Simon, Morte de Angélico Vieira, Polémica de Sara Sampaio nas redes sociais, Tony Carreira e ex-mulher, Fernanda, os '50 anos de Música no Coração', entrevista à sexóloga Ana Carvalheira. Duas peças-exemplo feitas pela aluna: Lançamento do livro de Rita Guerra e evento de Zumba)

(ver CD, por favor)

**Anexo F** – Alinhamentos do programa *Flash!Vidas* (semanas de 2 a 6, 9 a 13 e 16 de março de 2015)

**FLASH! VIDAS - 02-03-2015 18:25:00 - CMTV**  
**ISABEL FIGUEIRA E CÉSAR PEÇA**

[[PIVOT]]

A relação entre Isabel Figueira e Cesar Peixoto está longe de ser pacífica. Agora o futebolista surpreendeu ao pedir a guarda partilhada do filho, Rodrigo de oito anos.

**Sara Sampaio polémica Futebol PEÇA**

[[PIVOT]]

SARA SAMPAIO ASSISTIU ESTE DOMINGO À VITÓRIA DO FUTEBOL CLUBE DO PORTO FRENTE AO SPORTING NO ESTÁDIO DO DRAGÃO. // MAS POR ENGANO ESCREVEU NO FACEBOOK // QUE O CLUBE DERROTADO TINHA SIDO O BENFICA.// UM ERRO QUE LHE VALEU INÚMERAS CRÍTICAS E OFENSAS.

**Rita Pereira casa nova PEÇA**

[[PIVOT]]

RITA PEREIRA MUDOU DE CASA // E ESTÁ A VIVER COM O NOVO NAMORADO // NUM LUXUOSO APARTAMENTO JUNTO À PRAIA // NA ZONA DE SÃO PEDRO DO ESTORIL.

**Fernando Seara casa em Segredo PEÇA**

[[PIVOT]]

FERNANDO SEARA CASOU EM SEGREDO // COM ANA ISABEL DUARTE. // O EX-MARIDO DE JUDITE SOUSA // E A NOVA MULHER // DECIDIRAM DAR O NÓ EM OUTUBRO DE 2014 // NUMA CERIMÓNIA DISCRETA COM POUCAS PESSOAS.

**Fernanda Cântio não visita Sócrates na prisão PEÇA**

[[PIVOT]]

FERNANDA CÂNCIO // EX-NAMORADA DE JOSÉ SÓCRATES // DEFENDE A INOCÊNCIA DO EX PRIMEIRO-MINISTRO // MAS NÃO QUER VISITÁ-LO NA PRISÃO // ONDE PERMANECE À 90 DIAS.

**MARIA ZAMORA FAMÍLIA OFF**

[[PIVOT]]

A FAMÍLIA DE MARIA ZAMORA // A ATRIZ QUE FOI ENCONTRADA MORTA EM CASA PLO NAMORADO HÁ UMA SEMANA // QUEBROU O SILÊNCIO E PEDIU PRIVACIDADE. // == ENTRA OFF = NUM COMUNICADO ASSINADO PLOS PAIS, IRMÃ E SOBRINHOS DA ATRIZ, // REFERE-SE QUE MARIA TRABALHAVA DE PERTO COM CENTENAS DE CRIANÇAS // E QUE TENDO EM CONTA A FRAGILIDADE E INOCÊNCIA DESTE PÚBLICO, // PEDEM QUE SE EVITE FALAR NAS CIRCUNSTÂNCIAS DA MORTE. // MARIA TINHA 40 ANOS // INTEGROU O ELENCO DE NOVELAS COMO 'JARDINS PROIBIDOS' // E 'SOL DE INVERNO' // E ERA CONHECIDA COMO A DOUTORA TUTI FRUTI // NA OPERAÇÃO NARIZ VERMELHO. // NO FINAL DO ANO PASSADO APRESENTOU QUEIXA CONTRA O EX-NAMORADO POR VIOLÊNCIA DOMÉSTICA. // O MINISTÉRIO PÚBLICO ESTÁ A INVESTIGAR // AS CAUSAS DA MORTE.

**Diana Bouça-Nova PEÇA**

[[PIVOT]]

NOIVA DESDE AGOSTO DE 2014 // DIANA BOUÇA-NOVA VAI CASAR-SE EM OUTUBRO. // EM EXCLUSIVO AO FLASH!VIDAS // A JORNALISTA GARANTE QUE TODOS ESTÃO TRANQUILOS // PLO MENOS // POR ENQUANTO.

**CRISTIANO RONALDO VIDEO CALÇADO CR7 PEÇA**

[[PIVOT]]

CRISTIANO RONALDO PARTILHOU COM OS FÃS ALGUMAS IMAGENS DO MAKING OF // DA CAMPANHA QUE PROTAGONIZOU PARA A SUA LINHA DE CALÇADO - CR7

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta: // QUAL FOI A MULHER MAIS SENSUAL NA FESTA REALIZADA PELA REVISTA VANITY FAIR, DEPOIS DA GALA DOS OSCARES? // Se acha que foi HEIDI KLUM ligue o 760 200 391. // Se considera que foi JENNIFER LOPEZ então terá de marcar o 760 200 392. Caso escolha IRINA SHAYK terá de marcar o 760 200 393. JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

### **Luta Pelo poder PEÇA**

[[PIVOT]]

O JOVEM RÚBEN NAVE FOI O ESCOLHIDO PLOS PORTUGUESES // PARA ABANDONAR "A LUTA PLO PODER" // COM 47 POR CENTO DOS VOTOS. // O PASTOR ANTÓNIO LIVROU-SE POR MUITO POUCO DA EXPULSÃO.

### **Evento Mustela PEÇA**

[[PIVOT]]

Várias mães famosas juntaram-se no hotel ritz em lisboa // para falarem sobre os cuidados com o corpo // depois da maternidade. // O flash vidas foi descobrir alguns segredos.

### **CLÁUDIA VIEIRA LOOK PEÇA**

[[PIVOT]]

O DOURADO PROMETE SER UMA DAS CORES DE ELEIÇÃO PARA ESTE ANO. // Que o diga a ATRIZ CLÁUDIA VIEIRA que NÃO RESISTIU A esta tonalidade.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. voltamos já a seguir COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE CARLA MATADINHO

### **MÚSICA NO CORAÇÃO 50 ANOS PEÇA**

[[PIVOT]]

MÚSICA NO CORAÇÃO FAZ 50 ANOS. // É um dos filmes mais rentáveis de todos os tempos // com alguns dos personagens // mais conhecidos de sempre.

### **LADY GAGA NA TV (DUARTE) PEÇA**

[[PIVOT]]

O talento de Lady Gaga // vai muito para além dos palcos e das músicas // que a transformaram num ícone para milhões de pessoas. // A cantora já aceitou o convite // para fazer parte da série // American Horror Story.

### **50 SOMBRAS MULHERES PEÇA**

[[PIVOT]]

O LIVRO AS 50 SOMBRAS DE GREY // É QUASE UM AFRODISIACO PARA AS MULHERES PORTUGUESAS // QUE DESTACAM O EROTISMO E O ROMANCE DA OBRA. // JÁ FORAM VENDIDOS QUASE 500 MIL EXEMPLARES EM PORTUGAL.

### **50 SOMBRAS SEXÓLOGA PEÇA**

[[PIVOT]]

O FLASHVIDAS FALOU COM UMA SEXÓLOGA // E PEDIU EXPLICAÇÕES PARA O FENÓMENO // 'AS CINQUENTA SOMBRAS DE GREY'.

### **DAKOTA CRITICADA PEÇA**

[[PIVOT]]

A ATRIZ DAKOTA JOHNSON // - conhecida agora pelo papel em // As 50 sombras de grey - PROTAGONIZOU UM SKETCH HUMORÍSTICO // QUE ESTÁ A CAUSAR POLÉMICA NOS ESTADOS UNIDOS. // A ATRIZ INTERPRETA UMA JOVEM QUE VAI INGRESSAR

NAS FILEIRAS DO ESTADO ISLAMICO. // Nas REDES SOCIAIS // há MENSAGENS DE APOIO // mas também DE CRÍTICA..

### **FECHO DOLCE & GABBANA**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM IMAGENS DO DESFILE DE DOLCE & GABBANA // NA SEMANA de MODA DE MILÃO // NUM TRIBUTU ÀS MULHERES E ÀS MÃES.

### **Fecho video música no coração PECA**

[[PIVOT]]

O filme Música no Coração, tal como anunciamos hoje, faz 50 anos. A longa metragem marcou várias gerações e continua a despertar atenções. Chegou a hora de nos despedirmos com uma banda sonora muito especial

### **FLASH! VIDAS - 03-03-2015 18:15:00 - CMTV**

#### **Carrilho julgamento padrasto PECA**

[[PIVOT]]

TESTEMUNHAS DE MANUEL MARIA CARRILHO REVELAM EM TRIBUNAL // QUE BÁRBARA GUIMARÃES ASSUMIU TER SIDO ASSEDIADA SEXUALMENTE // PLO EX-PADRASTO CARLOS TEIXEIRA PINTO. // UMA VERSÃO QUE CONTRARIA // O DEPOIMENTO DA APRESENTADORA.

#### **Sara Matos e Pedro Teixeira juntos PECA**

[[PIVOT]]

SARA MATOS E PEDRO TEIXEIRA ESTÃO PRESTES A ASSUMIR A RELAÇÃO. // A TV GUIA GARANTE QUE OS ATORES AGUARDAM APENAS PLA OFICIALIZAÇÃO // DO ROMANCE ENTRE CLÁUDIA VIEIRA E JOÃO ALVES.

#### **MARINA SANTIAGO PAI PECA**

[[PIVOT]]

Chegou ao fim a polémica. A atriz Marina Santiago conseguiu provar em tribunal que é filha legítima do empresário Fernando Pinho Teixeira e colocou um ponto final numa guerra judicial que durara há 16 anos

#### **Irina Shayk despreocupada com boatos PECA**

[[PIVOT]]

Cada vez mais focada na carreira Irina Shayk // decidiu falar pela primeira vez sobre os rumores de uma eventual traição a Cristiano Ronaldo // com o ator Dwayne Johnson.

#### **KATIA AVEIRO VIDEOCLIP PECA**

[[PIVOT]]

KÁTIA AVEIRO LANÇOU UM NOVO VIDEOCLIFE. // "DELICIA" É O RESULTADO DE UM DUETO COM O CANTOR BRASILEIRO MARCUS.

#### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta: // QUAL FOI A MULHER MAIS SENSUAL NA FESTA REALIZADA PELA REVISTA VANITY FAIR, DEPOIS DA GALA DOS OSCARES? // Se acha que foi HEIDI KLUM ligue o 760 200 391. // Se considera que foi JENNIFER LOPEZ então terá de marcar o 760 200 392. Caso escolha IRINA SHAYK terá de marcar o 760 200 393. JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

#### **Andressa Urach operada de urgência PECA**

[[PIVOT]]

ANDRESSA URACH VOLTOU A SER INTERNADA. // DESTA VEZ A MISS BUMBUM // ESTÁ COM UMA INFECÇÃO NO GLÚTEO // E PREPARA-SE PARA RETIRAR O HIDROGEL QUE COLOCOU EM 2012.

### **50 SOMBRAS SEXÓLOGA PECA**

[[PIVOT]]

O FLASH!VIDAS FALOU COM UMA SEXÓLOGA // E PEDIU EXPLICAÇÕES PARA O FENÓMENO // 'AS CINQUENTA SOMBRAS DE GREY'.

### **Rainha Isabel afastada de Kate PECA**

[[PIVOT]]

A rainha Isabel II e Kate Middleton // estão cada vez mais afastadas. // A educação do futuro bebé real // está a provocar alguns atritos entre a avó // e a mulher de William.

### **Príncipes do Mónaco Batizado PECA**

[[PIVOT]]

Os filhos de Alberto e Charline do Mónaco // vão ser batizados no dia 10 de maio. // Jacques e Gabriella // que completam 3 meses no próximo dia 10 de Março // vão poder ser vistos pelo público // ao vivo // e na televisão.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. voltamos já a seguir COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE CARLA MATADINHO

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA OLAVO BILAC**

[[PIVOT]]

Estamos de volta e como prometido estou muito bem acompanhada. // Alguém que dispensa apresentações // dono de uma voz inconfundível e muito acarinhada pelo grande público. // Possui um currículo invejável com mais de 20 anos de carreira. // É um resistente.. falta só saber se é mais santo do que pecador? Olá Olavo.. bem vindo uma vez mais..

### **PECA OLAVO BILAC**

[[PIVOT]]

HÁ UM ANO ESTIVEMOS NA APRESENTAÇÃO DO PRIMEIRO ÁLBUM A SOLO DE OLAVO BILAC. VAMOS RECORDAR ESSE MOMENTO

### **FECHO COPACABANA**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM O TEMA 'COPACABANA'

### **FLASH! VIDAS - 04-03-2015 18:15:00 - CMTV**

### **SOFIA RIBEIRO DESCOBRE IRMÃ PECA**

[[PIVOT]]

UMA NOVA IRMÃ DE SOFIA RIBEIRO FOI REVELADA PELA REVISTA TV GUIA. CHAMA-SE CARLA ALEXANDRA AMORIM, TEM 40 ANOS E FOI ABANDONADA PELA MÃE DA ATRIZ QUANDO NASCEU. EM 2010 SOFIA RIBEIRO TOMOU CONHECIMENTO DA EXISTÊNCIA DA IRMÃ MAS NUNCA PROCUROU MANTER CONTACTO...

### **RITA GUERRA LIVRO PECA**

[[PIVOT]]

"NO MEU CANTO" É O NOME DO LIVRO AUTOBIOGRÁFICO DE RITA GUERRA. A CANTORA SURPREENDEU AO REVELAR EPISÓDIOS CHOCANTES DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA.

### **Florbela Queiroz casa polémica PEÇA**

[[PIVOT]]

Florbela Queiroz regressou à casa que estava a ser ocupada pelo filho e a nora e deparou-se com um cenário de destruição. Desesperada e sem trabalho, a atriz pede ajuda através do facebook

### **MARINA SANTIAGO NOVOS DESENVOLVIMENTOS PEÇA**

[[PIVOT]]

MARINA SANTIAGO NÃO DESISTIU E FINALMENTE CONSEGUIU SER RECONHECIDA COMO FILHA LEGÍTIMA DE FERNANDO PINHO TEIXEIRA. AGORA, PASSA A TER DIREITO À FORTUNA E PODERÁ AINDA SER INDEMNIZADA.

### **Luta Pelo Poder NOMEAÇÕES PEÇA**

[[PIVOT]]

JOSÉ CASTELO BRANCO FOI A ESTRELA DA NOITE DE NOMEAÇÕES. OS CONCORRENTES VOTARAM ENTRE TODOS MAS FORAM AS ESCOLHAS DO SOCIALITE A DEFINIR QUEM FICA EM RISCO DE SAIR JÁ AMANHÃ...

### **RICARDO AZEVEDO VIDEOCLÍPE PEÇA**

[[PIVOT]]

RICARDO AZEVEDO, EX-CONCORRENTE DA CASA DOS SEGREDOS, ESTÁ DEDICADO À MÚSICA E ONTEM DIVULGOU ALGUMAS IMAGENS DO SEU NOVO VIDEOCLÍPE

### **DIRETO RITA RESENDES**

[[PIVOT - DIRECTO]]

LILIANA AGUIAR VOLTOU A INVESTIR NOS NEGÓCIOS E ABRIU UMA LOJA DE ROUPA EM LISBOA. A JORNALISTA RITA SILVA RESENDES ESTÁ NA INAUGURAÇÃO. COMO ESTÁ O AMBIENTE POR AI?

### **CHAMPAGNE PARTY PEÇA**

[[PIVOT]]

O FLASH!VIDAS NÃO PERDE UMA BOA FESTA. DESTA VEZ, O MOTE ERA: POR FAVOR INCOMODAR. ESTÁ CURIOSO?

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta: // QUAL FOI A MULHER MAIS SENSUAL NA FESTA REALIZADA PELA REVISTA VANITY FAIR, DEPOIS DA GALA DOS OSCARES? // Se acha que foi HEIDI KLUM ligue o 760 200 391. // Se considera que foi JENNIFER LOPEZ então terá de marcar o 760 200 392. Caso escolha IRINA SHAYK terá de marcar o 760 200 393. JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

### **JUSTIN BIEBER COMEDY PACK PEÇA**

[[PIVOT]]

Justin Bieber é normalmente notícia por motivos polémicos. O cantor canadiano de 21 anos decidiu brincar com vários momentos em que foi notícia por maus motivos e satirizou-se a ele próprio num programa de comédia.

### **Britney Spears pronta para casar PEÇA**

[[PIVOT]]

A cantora Britney Spears, que namora há 5 meses com Charlie Ebersol, garante que está pronta para voltar a casar

### **Família Bobbi Kristina reality show PEÇA**

[[PIVOT]]

A filha de Whitney Houston continua em coma, depois de ter sido encontrado inconsciente na banheira. Entretanto a família está agora a gravar cenas de um reality show que envolve o estado de saúde de Bobbi Kristina

### **WILLIAM CONTRA TRÁFICO PEÇA**

[[PIVOT]]

O príncipe William de Inglaterra apelou a uma união de esforços na luta contra o tráfico da vida selvagem. O apelo do príncipe William foi feito na Conferência Regional da Conservação e Vida Selvagem, que decorreu no último dia de visita à China

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. voltamos já a seguir COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE CARLA MATADINHO

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA SANDRA CÓIAS**

[[PIVOT]]

Exótica na beleza e pode-se também dizer, exótica na forma como encara a vida. Actriz e modelo é também, empresaria e defensora convicta dos direitos dos animais e da protecção do planeta. Começou por ser vegetariana, mas agora vai mais além, adoptando um estilo de vida totalmente vegan...até no que toca aos sapatos!

O ideal mesmo é começar a conversar com a Sandra Coias.

### **HORA DO PLANETA PEÇA**

[[PIVOT]]

A 9ª edição da Hora do Planeta está marcada para 28 de março. Durante uma hora as luzes vão apagar-se em cidades e vilas de todo o mundo para alertar para os problemas ambientais.

### **FECHO GEORGIO ARMANI**

[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM IMAGENS DO DESFILE DE GEORGIO ARMANI NA SEMANA DE MODA DE MILÃO

### **INAUGURAÇÃO LOJA FEEL LILY**

[[PIVOT - DIRECTO]]

LILIANA AGUIAR VOLTOU A INVESTIR NOS NEGÓCIOS E ABRIU UMA LOJA DE ROUPA EM LISBOA. A JORNALISTA RITA SILVA RESENDES ESTÁ NA INAUGURAÇÃO. COMO ESTÁ O AMBIENTE POR AI?

### **FLASH! VIDAS - 05-03-2015 18:15:00 - CMTV**

### **Ronaldo nova conquista PEÇA**

[[PIVOT]]

CRISTIANO RONALDO PODE ESTAR DE NOVO A VIVER UMA GRANDE PAIXÃO. DEPOIS DE IRINA SHAYK, DIZ-SE AGORA QUE O AVANÇADO DO REAL MADRID TERÁ CONQUISTADO A JORNALISTA MEXICANA VANESSA HUPPENKOTHEN

### **PECA EROS PORTO VIDAS n rod**

[[PIVOT]]

O Eros Porto abre hoje as portas na Exponor. A oitava edição tem muitas surpresas para quem aprecia o sexo sem preconceiros

### **NOVA ROOKIE SPORTS ILLUSTRATED PECA**

[[PIVOT]]

SARA SAMPAIO TEM UMA DIGNA SUCESSORA NA CATEGORIA REVELAÇÃO DA SPORTS ILLUSTRATED. QUEM SUCEDE À MANEQUIM PORTUGUESA É A BELÍSSIMA ATRIZ NORTE-AMERICANA KELLY ROHRBACH

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta: // QUAL FOI A MULHER MAIS SENSUAL NA FESTA REALIZADA PELA REVISTA VANITY FAIR, DEPOIS DA GALA DOS OSCARES? // Se acha que foi HEIDI KLUM ligue o 760 200 391. // Se considera que foi JENNIFER LOPEZ então terá de marcar o 760 200 392. Caso escolha IRINA SHAYK terá de marcar o 760 200 393. JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

### **ESTREIAS CINEMA PECA**

[[PIVOT]]

A FICÇÃO CIENTÍFICA ESTÁ DE VOLTA AOS CINEMAS COM 'CHAPPIE'. ALÉM DESTA GRANDE PRODUÇÃO SOBRE ROBÔS, ESTREIAM AINDA EM PORTUGAL O NOVO FILME DE JENNIFER LOPEZ E UM WESTERN DIRIGIDO E PROTAGONIZADO POR TOMMY LEE JONES

### **ANDRESSA URACH PARALÍTICA PECA**

[[PIVOT]]

Andressa URACH FOI OPERADA DE URGÊNCIA E AGORA PODE MESMO VIR A FICAR PARALISADA

### **Britney Spears extensões PECA**

[[PIVOT]]

Britney Spears continua a ser notícia. Durante um dos seus últimos concertos a estrela pop americana foi protagonista de um momento no mínimo caricato.

### **OPRAH WINFREY PECA**

[[PIVOT]]

OPRAH WINFREY VAI DEIXAR OS ESTÚDIOS EM CHICAGO ONDE APRESENTOU O TALK-SHOW DURANTE 26 ANOS. A APRESENTADORA DIZ QUE FOI UMA BENÇÃO FAZER PARTE DA HARPO STUDIOS...

### **Diana tentou conquistar Eric Clpaton PECA**

[[PIVOT]]

A PRINCESA DIANA TERÁ SEDUZIDO O CANTOR ERIC CLAPTON, TEMPOS DEPOIS DE SE SEPARAR DO PRÍNCIPE CHARLES. UMA REVELAÇÃO FEITA NA NOVA BIOGRAFIA DO MÚSICO, QUE VAI SER PUBLICADA DIA 12 DESTE MÊS

### **MADONNA E ARMANI POLÉMICA PECA**

[PIVOT]]

MADONNA ACUSOU GIORGIO ARMANI DE SER O CULPADO DA QUEDA QUE

PROTAGONIZOU DURANTE O ESPETÁCULO DOS BRIT AWARDS. ENTRETANTO, O ESTILISTA JÁ REAGIU E APONTA A CANTORA COMO SENDO A ÚNICA RESPONSÁVEL PELO SUCEDIDO.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. voltamos já a seguir COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE CARLA MATADINHO

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA LÍDIA FRANCO**

[[PIVOT]]

Desde muito cedo que se apercebeu da sua veia artística. A primeira paixão foi a dança, que numa coreografia da vida deu voltas e voltas num rodopio de historias intensas e reais que hoje fazem todo o sentido estarem reunidas num livro especial. Lidia Franco é garantidamente uma atriz portuguesa, com um talento infindavel e uma beleza que o tempo só melhora.

### **FECHO SAM SMITH VIDEOCLIP**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM MÚSICA. O cantor Sam Smith é outra das vozes que estão confirmadas para o Festival Nos Alive

### **FLASH! VIDAS - 06-03-2015 18:15:00 - CMTV**

#### **Alexandra Lencastre revelação PECA**

[[PIVOT]]

ALEXANDRA LENCASTRE SURPREENDEU TUDO E TODOS NUMA ENTREVISTA COM JOSÉ ALBERTO CARVALHO. AQUELA QUE É UMA DAS MULHERES MAIS SENSUAIS DO PAÍS CONFESSOU QUE QUERIA SER UM HOMEM

#### **Capa da FLASH! Laura Ferreira**

[[PIVOT]]

Laura Ferreira já está em casa depois da operação que realizou devido a um cancro ósseo. Depois de três sessões de quimioterapia a mulher do Primeiro Ministro parece ter vencido a doença

#### **Leandro e Sury Cunha julgamento PECA**

[[PIVOT]]

LEANDRO FOI ABSOLVIDO NO PROCESSO DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA MOVIDO PELA EX-COMPANHEIRA, SURY CUNHA. CANTOR DIZ QUE FOI FEITA JUSTIÇA E QUE É NO FILHO SIMÃO E NA CARREIRA QUE CONCENTRA ATENÇÕES

#### **MÃE DE ANGÉLICO VIVO**

[[PIVOT]]

FILOMENA VIEIRA, MÃE DE ANGÉLICO VIEIRA, GARANTE QUE O FILHO NÃO ASSINOU O CONTRATO DE COMPRA DO VEÍCULO EM QUE SE ACIDENTOU, ACABANDO POR MORRER. acrescenta ainda QUE O CARRO NÃO Tinha CONDIÇÕES DE SEGURANÇA.

#### **FV MARINA SANTIAGO PECA**

[[PIVOT]]

A atriz Marina Santiago lutou em tribunal mais de uma década para poder ser reconhecida pelo pai, o comendador Fernando Pinho Teixeira, um dos homens mais ricos

de Portugal. Em entrevista à CMTV a atriz garante que está cansada desta batalha judicial mas que ficou feliz com a decisão.

### **JOANA TELES DECOTE FALSO PECA**

[[PIVOT]]

JOANA TELES TEM DADO QUE FALAR NOS ULTIMOS DIAS TUDO GRAÇAS AO GENEROSO DECOTE DO VESTIDO COM QUE BRILHOU NO FESTIVAL DA CANÇÃO. A APRESENTADORA JÁ DESMISTIFICOU A POLÉMICA NAS REDES SOCIAIS...

### **RONALDO FOOTWEAR PECA**

[[PIVOT]]

CRISTIANO RONALDO JÁ DIVULGOU O VÍDEO COMPLETO DA CAMPANHA DA SUA COLEÇÃO DE CALÇADO. O MELHOR JOGADOR DO MUNDO DECIDIU SUBIR AO PALCO E DEU... UM PÉZINHO DE DANÇA

### **MOONSPELL ENTREVISTA PECA**

[[PIVOT]]

Os Moonspell têm um novo disco. "Extinte" terá distribuição em mais de 50 países e dá o mote a uma nova digressão internacional, que começa no próximo dia 12, na Holanda. Fernando Ribeiro conta tudo sobre a nova fase da banda que já leva 23 anos de carreira.

### **REPÓRTER INDISCRETO PECA**

[[PIVOT]]

Uma das mulheres mais sexys de Portugal mudou de imagem e arranjou novo amor. O repórter indiscreto foi saber tudo sobre a nova vida...e novo amor...de Cláudia Vieira

### **SALÃO ERÓTICO DIA 1 PECA vidas**

[[PIVOT]]

O salão erótico do Porto apresenta nesta edição novas estrelas de filmes para adultos nacionais. O FLASH!VIDAS falou com dois atores que entraram na indústria por curiosidade e que estão a fazer sucesso

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta: // QUAL FOI A MULHER MAIS SENSUAL NA FESTA REALIZADA PELA REVISTA VANITY FAIR, DEPOIS DA GALA DOS OSCARES? // Se acha que foi HEIDI KLUM ligue o 760 200 391. // Se considera que foi JENNIFER LOPEZ então terá de marcar o 760 200 392. Caso escolha IRINA SHAYK terá de marcar o 760 200 393. JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

### **Bobbi Kristina aniversário PECA**

[[PIVOT]]

Bobbi Kristina celebrou o seu 22º aniversário no hospital, onde está internada em coma desde o passado dia 31 de janeiro. O namorado, Nick Gordon, utilizou as redes sociais para assinalar a data

### **Harrison Ford em estado crítico PECA**

[[PIVOT]]

o actor norte-americano harrison ford teve ontem de ser internado num hospital de los angeles, na sequência de um acidente de avião. o aparelho em que o actor seguia caiu

num campo de golfe. a agente de harrison ford já disse que o actor está fora de perigo e vai recuperar totalmente. as causas do acidente já estão a ser investigadas.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. voltamos já a seguir COM A NOSSA CONVIDADA DE HOJE CARLA MATADINHO

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA CARLA MATADINHO**

[[PIVOT]]

OLHANDO PARA ELA NINGUÉM ACREDITA QUE JÁ CONTA COM 18 ANOS DE CARREIRA PROFISSIONAL. COMEÇOU NA MODA AOS 14 ANOS E DESDE ENTÃO NUNCA MAIS PAROU, AINDA QUE ABRAÇANDO NOVAS ÁREAS PROFISSIONAIS COMO POR EXEMPLO TELEVISÃO. CARLA MATADINHO ESTÁ DE REGRESSO AO FLASH!VIDAS

### **FECHO DESFILE LINGERIE**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA DE HOJE COM O DESFILE DE LINGERIE DA MARCA ETAM, QUE CONTOU COM A ATUAÇÃO DE SNOOP DOGG

### **Rod Stewart reality show PECA**

[[PIVOT]]

O convite foi lançado pelo canal E e Rod Stewart não hesitou. O cantor e a família vão participar num reality show que estreia em junho. As gravações decorrem na sua casa de Los Angeles.

### **FLASH! VIDAS - 09-03-2015 18:15:00 - CMTV**

#### **JOANA FERNANDA Capa Vidas PECA**

[[PIVOT]]

Joana Pinto da Costa e Fernanda Miranda voltam a desentender-se. O ambiente é de tensão e Pinto da Costa tenta restabelecer a convivência entre as mulheres que ama

### **Revista Cristina Ferreira PECA**

[[PIVOT]]

No centro de Lisboa, Cristina Ferreira apresentou a sua revista, onde Marcelo Rebelo de Sousa faz capa. Um sonho que a apresentadora considera concretizado

### **Evento óculos famosas PECA**

[PIVOT]]

O Flash!Vidas foi à inauguração de uma ótica // e tentou perceber se ESTE É // UM ACESSÓRIO DE moda indispensável para o dia à dia.

### **INAUGURAÇÃO EXPOSIÇÃO SALTOS ALTOS PECA**

[[PIVOT]]

A revista Máxima desafiou 100 homens a calçar sapatos de salto alto. O resultado desta iniciativa pode ser visto na exposição que está patente no Centro Cultural de Belém até ao próximo dia 2 de abril. A entrada é gartuita

### **Máxima de Saltos Altos PECA**

[[PIVOT]]

Foram muitos os atores, modelos, músicos, atletas , médicos, cientistas e políticos que deram a cara pelos direitos da Mulher na exposição da Máxima. Ao longo desta semana vamos revelar alguns desses rostos

## **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // **QUAL DESTAS FIGURAS PÚBLICAS CONSIDERA SER A GRÁVIDA MAIS SEXY?** // Se acha que é a relações públicas Bárbara Taborda ligue o 760 200 391. // Se gostar mais da atriz Fernanda Serrano então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira então terá de marcar o 760 200 393. // **JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.**

## **EROS PORTO ÚLTIMO DIA PEÇA**

[[PIVOT]]

Chegou ao fim mais uma edição do Salão Erótico no Porto. Durante quatro dias, cerca de 20 mil pessoas foram ao evento. Nesta edição, os produtos de sadomasoquismo tiveram um especial destaque.

## **FÁTIMA LOPES PARIS PEÇA**

[[PIVOT]]

Fátima Lopes esteve em destaque na semana da moda em Paris. A criadora apresentou a coleção dentro da torre eiffel

## **DESFILES PARIS DIA PEÇA**

[[PIVOT]]

LUÍS BUCHINHO TAMBÉ APRESENTOU A SUA COLEÇÃO NA SEMANA DE MODA DE PARIS E INSPIROU-SE NA BANDA DESENHADA PARA CELEBRAR 25 ANOS DE CARREIRA. DIOGO MIRANDA ESTREOU-SE NO CERTAME E LOGO COM SALA CHEIA

## **ANIVERSÁRIO BARBIE PEÇA**

[[PIVOT]]

A Barbie comemorou 56 anos // no início da semana// e já não é só para meninas. // O Flash!Vidas foi conhecer // dois homens portugueses // que fazem coleção // das famosas bonecas.

## **José Castelo Branco e Betty PEÇA**

[[PIVOT]]

AINDA ANTES DE TER SAÍDO DA LUTA PLO PODER // JOSÉ CASTELO BRANCO FOI ACUSADO DE ROUBO EM DIRETO NA TVI // por Flávio Furtado. // ENTRETANTO A MULHER DO SOCIALITE // BETTY GRAFSTEIN // JÁ VEIO A PÚBLICO DEFENDER O CONDE.

## **GALA LUTA PELO PODER PEÇA**

[[PIVOT]]

Na noite em que Agnes foi expulsa da casa mais vigiada do País a agressão de Zézé Camarinha a José Castelo Branco acabou por ser o momento mais polémico da história do reality show da TVI

## **DIRETO CASTELO BRANCO**

[[PIVOT - DIRECTO]]

JOSÉ CASTELO BRANCO FOI AGREDIDO POR ZEZÉ CAMARINHA, EM DIRETO, DURANTE A GALA DE ONTEM DA 'LUTA PELO PODER'. A

JORNALISTA RITA SILVA RESENDES ESTÁ EM CASA DO SOCIALITE, EM SINTRA, PARA OBTER UMA REAÇÃO DE JOSÉ CASTELO BRANCO A ESTA POLÉMICA

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. VOLTAMOS JÁ A SEGUIR com A NOSSA TERTÚLIA

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA WILSON TEIXEIRA**

[[PIVOT]]

WILSON TEIXEIRA FICOU EM TERCEIRO LUGAR NO DESAFIO FINAL 3. FRONTAL, SEM PUDORES E SEMPRE POLÉMICO, O TREINADOR DE FUTEBOL VOLTOU ÀS LUZES DA RIBALTA.

### **FD ZE CASTELO BRANCO**

[[PIVOT]]

A JORNALISTA RITA SILVA RESENDES FALOU HÁ INSTANTES COM JOSÉ CASTELO BRANCO SOBRE A POLÉMICA GALA DE ONTEM

### **FECHO VIDEOCLIP VIOLÊNCIA DOMÉSTICA**

[[PIVOT]]

Aldina Duarte, Ana Bacalhau, Cuca Roseta, Gisela João, Manuela Azevedo, Marta Hugon, Rita Redshoes e Selma Uamusse uniram-se para dar voz ao tema "Cansada", uma música que tem como objetivo despertar consciências para o problema da violência doméstica. A autoria da letra é do jornalista Rodrigo Guedes de Carvalho

### **Rod Stewart reality show PECA**

[[PIVOT]]

O convite foi lançado plo canal E! // e Rod Stewart não hesitou. // O cantor e a família vão participar num reality show que estreia em junho. // As gravações decorrem na sua casa de Los Angeles.

### **FLASH! VIDAS - 10-03-2015 18:15:00 - CMTV**

### **FÁTIMA LOPES DÍVIDAS PECA**

[[PIVOT]]

FÁTIMA LOPES ASSUMIU OS PROBLEMAS FINANCEIROS DA EMPRESA. A ESTILISTA RECUSA FALAR EM DÍVIDAS, ASSUME A REESTRUTURAÇÃO DA EMPRESA E GARANTE QUE JOE BERARDO FOI UM DOS SÓCIOS QUE ACEITOU PERDOAR O VALOR DO INVESTIMENTO NA EMPRESA PARA SALVAR A SOCIEDADE

### **JOSÉ CASTELO BRANCO DEFENDE-SE PECA**

[[PIVOT]]

ESTE É UM DOS TEMAS DA ENTREVISTA DA ESTILISTA A GUILHERME COUTINHO BRAZ // QUE SERÁ EMITIDA JÁ AMANHÃ NO FLASH!VIDAS. // AINDA NA ATUALIDADE NACIONAL // DEPOIS DE TER SIDO AGREDIDO EM DIRETO POR ZEZÉ CAMARINHA // JOSÉ CASTELO BRANCO ABRIU AS PORTAS DA SUA CASA AO FLASH! VIDAS // E FALOU EM EXCLUSIVO SOBRE A POLÉMICA.

### **José Castelo Branco e Betty PECA**

[[PIVOT]]

AINDA ANTES DE TER SAÍDO DA LUTA PLO PODER // JOSÉ CASTELO BRANCO FOI ACUSADO DE ROUBO EM DIRETO NA TVI // por Flávio Furtado. // ENTRETANTO A MULHER DO SOCIALITE // BETTY GRAFSTEIN // JÁ VEIO A PÚBLICO DEFENDER O CONDE.

#### **Sara Prata e Lourenço Ortigão PECA**

[[PIVOT]]

A notícia é avançada pla revista FLASH! desta semana. // Lourenço Ortigão está apaixonado pla atriz Sara Prata. // O namoro discreto // terá começado em Angola durante as gravações da novela A Única Mulher.

#### **António Casinhas violância doméstica PECA**

[[PIVOT]]

António Casinhas // o pai do filho da apresentadora Cristina Ferreira // é arguido num processo de violência doméstica. // De acordo com a revista TV Guia // as queixas partem de Alexandra Roque // a última namorada do empresário.

#### **Angélico Vieira follow up PECA**

[[PIVOT]]

RITA PEREIRA RECUSOU A HIPÓTESE DE ANGÉLICO VIEIRA SEGUIR A UMA VELOCIDADE EXCESSIVA NO DIA DO ACIDENTE // QUE VITIMOU O CANTOR. // A ATRIZ FOI OUVIDA COMO TESTEMUNHA NO TRIBUNAL DE AVEIRO // NUM PROCESSO EM QUE SÃO EXIGIDOS 236 MIL EUROS // À MÃE DO CANTOR.

#### **Evento óculos famosas PECA**

[[PIVOT]]

O Flash!Vidas foi à inauguração de uma ótica // e tentou perceber se ESTE É // UM ACESSÓRIO DE moda indispensável para o dia à dia.

#### **CRISTINA FERREIRA EVENTO ADIDAS PECA**

[[PIVOT]]

CRISTINA FERREIRA É ADEPTA DE UM ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL // E MARCOU PRESENÇA NA INAUGURAÇÃO DE UMA LOJA DE ROUPA DESPORTIVA. // O PLANTEL DO BENFICA TAMBÉM ESTEVE NO EVENTO.

#### **Máxima homens salto alto PECA**

[[PIVOT]]

Hoje vamos continuar a revelar alguns dos rostos masculinos // que aceitaram o desafio da revista Máxima // para posar de saltos altos // e assim despertar a atenção para a desigualdade entre géneros.

#### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTAS FIGURAS PÚBLICAS CONSIDERA SER A GRÁVIDA MAIS SEXY? // Se acha que é a relações públicas Bárbara Taborda ligue o 760 200 391. // Se gostar mais da atriz Fernanda Serrano então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira então terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

#### **MORTE CRIADOR SIMPSONS PECA**

[[PIVOT]]

MORREU SAM SIMON // UM DOS CRIADORES DA SÉRIE 'OS SIMPSONS'. // O

ARGUMENTISTA E PRODUTOR // NÃO RESISTIU A UM CANCRO aos 59 ANOS.

### **Rod Stewart reality show PECA**

[[PIVOT]]

O convite foi lançado pelo canal E! // e Rod Stewart não hesitou. // O cantor e a família vão participar num reality show que estreia em junho. // As gravações decorrem na sua casa de Los Angeles.

### **Nick Gordon reabilitação PECA**

[[PIVOT]]

Nick Gordon // o noivo de Bobbi Kristina // foi internado numa clínica de reabilitação. // De acordo com o site "TMZ" // Nick terá dado início ao tratamento para superar um problema com drogas // depois de admitir que teve pensamentos suicidas.

### **ANIVERSÁRIO BARBIE PECA**

[[PIVOT]]

A Barbie comemorou 56 anos // no início da semana// e já não é só para meninas. // O Flash!Vidas foi conhecer // dois homens portugueses // que fazem coleção // das famosas bonecas.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS.  
VOLTAMOS JÁ A SEGUIR com A NOSSA TERTÚLIA

### **INTRODUÇÃO ENTREVISTA INÊS SIMÕES**

[[PIVOT]]

Foi quase há cinco anos que Inês Simões realizou o sonho de ser mãe // Completamente dedicada à maternidade // abdicou da profissão de hospedeira e outros voos se levantaram // como o sonho de construir uma carreira mais sólida no mundo da representação // Depois de uma temporada com a peça Mégane // surge agora a oportunidade de integrar a série // Bem Vindos a Beirais na RTP1. // Muito bem vinda Inês..

### **FECHO VIDEOCLIP**

[[PIVOT]]

O ator Tom Hanks prova que para além de representar também sabe cantar e dançar no videoclipe "I Really Like You"

### **FLASH! VIDAS - 11-03-2015 18:15:00 - CMTV**

#### **Irina Shayk produção ousada**

[[PIVOT]]

A MODELO RUSSA IRINA SHAYK // ex-NAMORADA DE CRISTIANO RONALDO // foi a estrela de uma produção da EDIÇÃO CHINESA DA REVISTA // HARPER'S BAZAR.

### **FÁTIMA LOPES ENTREVISTA PARIS PECA**

[[PIVOT]]

COM PARIS E A TORRE EIFFEL COMO PANO DE FUNDO // FÁTIMA LOPES ABORDOU O PERCURSO DE SUCESSO // E OS DESAFIOS NA MODA // NUMA ALTURA EM QUE ACABA DE COMPLETAR 50 ANOS.

### **ANA BRITO E CUNHA INDEMNIZAÇÃO PECA**

[[PIVOT]]

A atriz Ana Brito e Cunha vai ser indemnizada em 11 mil euros // pelo homem que // em Março de 2013 // a baleou num pé junto à discoteca 'Guilty' em Lisboa. // O arguido foi

ainda condenado a 4 anos e 4 meses de prisão // com pena suspensa.

### **LUTA PELO PODER PECA**

[[PIVOT]]

A agressão de Zezé Camarinha a José Castelo Branco em direto na televisão // continua a dar que falar. // O Conde já respondeu àquilo que considera ter sido // uma humilhação // e Teresa Guilherme já pediu desculpas.

### **ZEZÉ CAMARINHA REACÇÃO PECA**

[[PIVOT]]

DEPOIS DE JOSÉ CASTELO BRANCO, AGORA É ZEZÉ CAMARINHA A CONTAR AO FLASH!VIDAS A SUA VERSÃO DA POLÉMICA AGRESSÃO. GARANTE QUE AS OFENSAS VÊM DE TRÁS E QUE JÁ PROCESSOU O SOCIALITE

### **Reportagem famosos neve PECA**

[[PIVOT]]

O FLASH!VIDAS ACOMPANHOU UM GRUPO DE FAMOSOS A UMA VIAGEM À SERRA NEVADA. DIAS MARCADOS POR MUITA ANIMAÇÃO E ALGUMAS QUEDAS À MISTURA

### **MÁXIMA DE SALTOS ALTOS PECA**

[[PIVOT]]

Hoje vamos continuar a revelar alguns dos rostos masculinos // que aceitaram o desafio da revista Máxima // para posar de saltos altos // e assim despertar a atenção para a desigualdade entre géneros

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTAS FIGURAS PÚBLICAS CONSIDERA SER A GRÁVIDA MAIS SEXY? // Se acha que é a relações públicas Bárbara Taborda ligue o 760 200 391. // Se gostar mais da atriz Fernanda Serrano então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira então terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.

### **Gala prémios música Cabo Verde**

[[PIVOT]]

CHEGOU O MOMENTO DE FAZER AUMENTAR A TEMPERATURA. O FLASH!VIDAS ESTEVE PRESENTE NA GALA DE ENTREGA DOS PRÉMIOS CABO VERDE MUSIC AWARDS E REGISTOU OS MELHORES MOMENTOS. VAMOS AGORA RECORDAR O CLIMA DE FESTA VIVIDO NESTE PAÍS IRMÃO

### **Kim Kardashian NUA PECA**

[[PIVOT]]

KIM KARDASHIAN VOLTOU A POSAR NUA PARA UMA NOVA PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA. // AS PRIMEIRAS IMAGENS FORAM DIVULGADAS NUM VÍDEO DE PROMOÇÃO // DA DÉCIMA TEMPORADA // DO REALITY SHOW DA SOCIALITE.

### **ANDRESSA URACH OPERADA PECA**

[[PIVOT]]

A MISS BUMBUM ANDRESSA URACH FOI NOVAMENTE SUBMETIDA A UMA CIRURGIA DESTA VEZ PARA REMOVER LÍQUIDO QUE SE ACUMULOU

JUNTO A UMA NADEGA

**JUAN CARLOS PEDIDO DE PATERNIDADE OFF**

[[PIVOT]]

O REI JUAN CARLOS DE ESPANHA // VIU O PEDIDO DE TESTE DE PATERNIDADE APRESENTADO POR INGRID SARTIAU RECUSADO PLO SUPREMO TRIBUNAL DE JUSTIÇA ESPANHOL// == OFF == A MAIORIA DOS JUÍZES ENTENDEU QUE OS ARGUMENTOS APRESENTADOS PLA CIDADÃ BELGA // APRESENTAVAM FALTA DE SOLIDEZ // VÁRIAS IMPRECISÕES E CONTRADIÇÕES. // A DECISÃO CONSTITUI UMA REVIRAVOLTA NO PROCESSO // UMA VEZ QUE HÁ CERCA DE UM MÊS // O MESMO TRIBUNAL ADMITIU A POSSIBILIDADE DO MONARCA // SE SUJEITAR A UM TESTE DE PATERNIDADE.

**New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. VOLTAMOS JÁ A SEGUIR com A NOSSA TERTÚLIA

**INTRODUÇÃO ENTREVISTA ALMENO GONÇALVES**

[[PIVOT]]

O nosso convidado de hoje está de volta ao Flash Vidas // e trás com ele novos projectos. // Conhecemo-lo das várias novelas televisivas e dos palcos do teatro. // Almeno Gonçaves é hoje nosso convidado especial bem vindo.

**FECHO VIDEOCLIP RUI UNAS PECA**

[[PIVOT]]

Rui Unas juntou-se a Carolina Torres e á bailarina Sara López e lançou mais um videoclip que já se tornou viral.

**FLASH! VIDAS - 12-03-2015 18:25:00 - CMTV**

**RITA PEREIRA FESTA SURPRESA PECA**

[[PIVOT]]

RITA PEREIRA FAZ 33 ANOS AMANHÃ // MAS AO CONTRÁRIO DO HABITUAL TERÁ DE PASSAR PARTE DO DIA // A TRABALHAR. // ESTE ANO A TVI NÃO LHE DEU FÉRIAS // MAS OS COLEGAS ESTÃO A PREPARAR-LHE // UM MIMINHO.

**MARISA CRUZ CASAMENTO PECA**

[[PIVOT]]

MARISA CRUZ CASOU COM PEDRO MOREIRA. // A APRESENTADORA CONCRETIZOU ESTA SEMANA // O SONHO DE DAR O NÓ COM O HOQUISTA.

**FILIPA DE CASTRO PECA**

[[PIVOT]]

FILIPA DE CASTRO É A CARA DA NOVA CAMPANHA DA RECIFF // UMA MARCA 100% PORTUGUESA DE DESPORTO. // O FLASHVIDAS ACOMPANHOU A SESSÃO FOTOGRÁFICA.

**TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // **QUAL DESTAS FIGURAS PÚBLICAS CONSIDERA SER A GRÁVIDA MAIS SEXY?** // Se acha que é a relações públicas Bárbara Taborda ligue o 760 200 391. // Se gostar mais da atriz Fernanda Serrano então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira então terá de marcar o 760 200 393. // **JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.**

### **Ornela Mutti condenada 8 meses prisão PEÇA**

[[PIVOT]]

ORNELLA MUTI // foi condenada a oito meses de prisão // DEVIDO de um jantar com Vladimir Putin. // O caso remonta a dezembro de 2010 // quando a atriz italiana foi convidada pelo presidente russo // para um jantar de beneficência.

### **BILL COSBY FV PEÇA**

[[PIVOT]]

O ATOR BILL COSBY // DIVULGOU UM VÍDEO EM QUE SE DIRIGE AOS FÃS PLA PRIMEIRA VEZ // DESDE QUE FOI ALVO DE ACUSAÇÕES DE ABUSOS SEXUAIS. // NA MENSAGEM O ATOR NÃO FALA DO ESCÂNDALO QUE ENVOLVE MAIS DE 20 MULHERES // QUE DIZEM TER SIDO ALVO DE VIOLAÇÕES.

### **Kim Kardashian NUA PEÇA**

[[PIVOT]]

KIM KARDASHIAN VOLTOU A POSAR NUA PARA UMA NOVA PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA. // AS PRIMEIRAS IMAGENS FORAM DIVULGADAS NUM VÍDEO DE PROMOÇÃO // DA DÉCIMA TEMPORADA // DO REALITY SHOW DA SOCIALITE.

### **ANIVERSÁRIO BARBIE PEÇA**

[[PIVOT]]

A Barbie comemorou 56 anos // no início da semana// e já não é só para meninas. // O Flash!Vidas foi conhecer // dois homens portugueses // que fazem coleção // das famosas bonecas.

### **ESTREIAS DE CINEMA PEÇA**

[[PIVOT]]

A ATRIZ NICOLE KIDMAN // ESTÁ DE REGRESSO AO CINEMA EM DOSE DUPLA. // JÁ EM EXIBIÇÃO EM PORTUGAL // ESTÃO O THRILLER // 'ANTES DE ADORMECER' // E A COMÉDIA PARA TODA A FAMÍLIA // 'PeDDINTaN'. // DOIS REGISTOS MUITO DIFERENTES // PARA UMA ATRIZ QUE JÁ TEM 30 ANOS DE CARREIRA.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. VOLTAMOS JÁ A SEGUIR com A NOSSA TERTÚLIA

### **Evento continente PEÇA**

[[PIVOT]]

Várias figuras públicas estiveram presentes na INAUGURAÇÃO DE UMA NOVA SUPERFÍCIE COMERCIAL em Matosinhos. // Os NOSSOS famosos aproveitaram para

mostrar alguns dotes culinários.

### **EVENTO ZUMBA PEÇA**

[[PIVOT]]

A ZUMBA FITNESS PARTY // ESTÁ MARCADA PARA 18 DE ABRIL. // O FLASH!VIDAS ENTRO NO RITMO E NAO FALTOU À APRESENTAÇÃO DO EVENTO // QUE PROMETE MUITA ANIMAÇÃO.

### **Máxima iniciativa saltos altos PEÇA**

[[PIVOT]]

Hoje vamos continuar a revelar alguns dos rostos masculinos que aceitaram o desafio da revista Máxima // para posar de saltos altos // e assim despertar a atenção para a desigualdade entre géneros.

### **BEST OF MODA PARIS peça [SEM CORTINA]**

[[PIVOT]]

FOI UM FIM-DE-SEMANA EM CHEIO PARA O FLASH!VIDAS EM PARIS. // FOI A SEMANA DA MODA // NUMA DAS CAPITALS DO GLAMOUR A NÍVEL MUNDIAL // E PORTUGAL LEVOU UM BRILHO ESPECIAL À CIDADE.

### **FECHO MOMENTO ALTO MODA PARIS**

[[PIVOT]]

Hoje vamos fechar o nosso programa com um dos momentos altos da semana da Moda de Paris // que ainda continua a dar que falar. // A Maison Valentino // surpreendeu ao fazer desfilar Hansel E Derek Zoolander // as famosos personagens interpretadas por Owen Wilson E Ben Stiller// no "épico" filme Zoolander.

### **FLASH! VIDAS - 13-03-2015 18:25:00 - CMTV**

### **Anabela casamento sábado PEÇA**

[[PIVOT]]

A cantora Anabela casa amanhã // e falou ao Flash Vidas sobre a história de amor // que a fez dar um dos passos mais importantes da sua vida.

### **Tony Carreira e Fernanda Antunes capa FLASH!**

[[PIVOT]]

Depois dos rumores de uma possível reconciliação // entre Tony Carreira e Fernanda Antunes que terá acontecido em Cabo Verde // o cantor decidiu colocar os pontos nos is // em declarações exclusivas à revista FLASH! // garantiu que está separado da mãe dos filhos.

### **HOMENAGENS ANIVERSÁRIO PEÇA**

[[PIVOT]]

Na data em que celebraria 41 anos // Rodrigo Menezes foi recordado com saudade nas redes sociais. // Família e amigos // prestaram uma sentida homenagem ao ator.

### **JOANA DUARTE E HELENA COELHO BIQUINIS PEÇA**

[[PIVOT]]

A PRIMAVERA ESTÁ A CHEGAR // E HELENA COELHO E JOANA DUARTE PROMETEM FAZER SUBIR A TEMPERATURA. // A APRESENTADORA E A ATRIZ FORAM ESCOLHIDAS PARA PROTAGONIZAR CATÁLOGOS DE BIQUINIS.

### **TELEVOTO**

[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // **QUAL DESTAS FIGURAS PÚBLICAS CONSIDERA SER A GRÁVIDA MAIS SEXY?** // Se acha que é a relações públicas Bárbara Taborda ligue o 760 200 391. // Se gostar mais da atriz Fernanda Serrano então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre a apresentadora Tânia Ribas de Oliveira então terá de marcar o 760 200 393. // **JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME.**

### **MINISTRO GREGO SESSÃO FOTOGRÁFICA PEÇA**

[[PIVOT]]

O MINISTRO GREGO DAS FINANÇAS SURTIU COM A MULHER NUMA SESSÃO FOTOGRÁFICA // PARA UMA REVISTA FRANCESA QUE ESTÁ A CAUSAR POLÊMICA. // AS IMAGENS MOSTRAM O CASAL DESCONTRAÍDO // NUMA CASA QUE A PUBLICAÇÃO APELIDA DE // "NINHO DE AMOR AO PÉ DA ACRÓPOLE".

### **ISABEL DOS SANTOS DIAMANTES PEÇA**

[[PIVOT]]

A VENDA DE DIAMANTES ATRAVÉS DE UMA EMPRESA COM A MÃE NO ANO DE 2000 // ESTARÁ NA ORIGEM DA FORTUNA DA ANGOLANAm // ISABEL DOS SANTOS. // O RELATO QUE É NEGADO PLA EMPRESÁRIA // CONSTA NO LIVRO SEGREDOS E PODER // QUE FAZ UM RETRATO DA FILHA MAIS VELHA DO PRESIDENTE DE ANGOLA.

### **Ornela Mutti condenada 8 meses prisão PEÇA**

[[PIVOT]]

ORNELLA MUTI // foi condenada a oito meses de prisão // DEVIDO de um jantar com Vladimir Putin. // O caso remonta a dezembro de 2010 // quando a atriz italiana foi convidada plo presidente russo // para um jantar de beneficência.

### **MILEY CYRUS QUER CASAR PEÇA**

[[PIVOT]]

MILEY CYRUS E PATRICK SCHWARZENEGGER JÁ FALAM EM CASAMENTO. // A MÃE DO ATOR NÃO APROVA A RELAÇÃO ENTRE O FILHO E A CANTORA // E NÃO SE CONFORMA COM A IDEIA.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA NO NOSSO FLASH VIDAS. VOLTAMOS JÁ A SEGUIR com A NOSSA TERTÚLIA

### **Iniciativa homens saltos altos PEÇA**

[[PIVOT]]

Hoje mostramos mais alguns dos rostos masculinos // que aceitaram o desafio da revista Máxima // para posar de saltos altos //

### **LUIS BUCHINHO PARIS PEÇA**

[[PIVOT]]

LUIS BUCHINHO BRILHOU EM PARIS COM A COLEÇÃO COMICS. // O FLASH!VIDAS APROVEITOU A PRESENÇA DO CRIADOR NA CAPITAL DA MODA // PARA ABORDAR OS 25 ANOS DE CARREIRA.

### **REPORTER INDISCRETO PEÇA**

[[PIVOT]]

Curtos, compridos, rapados, loiros, ruivos.... As famosas mudam de imagem para gostarem de se ver ao espelho, por trabalho ou para agradecer às caras metade. Mas às vezes para fugirem a fãs e até aos paparazzi...

### **VIAGEM À NEVE FESTA PEÇA**

[[PIVOT]]

O FLASH VIDAS ACOMPANHOU ALGUNS FAMOSOS NUMA VIAGEM À SERRA NEVADA. // DEPOIS DAS BRINCADEIRAS NA NEVE... FICAM AS IMAGENS DE UMA NOITE DE DIVERSÃO.

### **FECHO VICTORIA'S SECRET**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM IMAGENS DA NOSSA CAMPANHA DE LINGERIE DA VICTORIA'S SECRET

### **Iron Man PEÇA**

[[PIVOT]]

O 'ATOR QUE VESTE A PELE DO HOMEM DE FERRO' PARTICIPOU NUM ENCONTRO SOLIDÁRIO NO QUAL UM MENINO DE SETE ANOS RECEBEU UM INOVADOR BRAÇO BIÓNICO. A CUMPLICIDADE DO MOMENTO ESTÁ A EMOCIONAR AS REDES SOCIAIS. . ==SEGUE PEÇA==

### **FLASH! VIDAS - 16-03-2015 18:15:00 - CMTV**

#### **CR7 BRUXEDO PEÇA**

[[PIVOT]]

CRISTIANO RONALDO É ALVO DE 'FEITIÇARIA DE DESTRUIÇÃO' GARANTE FERNANDO NOGUEIRA, MAIS CONHECIDO POR BRUXO DE FAFE. O BRUXO PREVÊ UM FIM TRÁGICO PARA O JOGADOR, CASO A MAGIA NEGRA NÃO FOR TRAVADA DE IMEDIATO.

#### **BIOGRAFIA RITA GUERRA PEÇA**

[[PIVOT]]

RITA GUERRA LANÇOU A SUA BIOGRAFIA, ONDE RELATA EPISÓDIOS DIFÍCEIS PELOS QUAIS PASSOU, ENTRE ELES A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA. LEONOR POEIRAS APRESENTOU A OBRA.

#### **CASAMENTO ANABELA PEÇA**

[[PIVOT]]

A cantora Anabela casou-se este sábado com o empresário Vítor Esteves. Depois da cerimónia o casal parte agora para uma lua-de-mel em Moçambique e África do Sul.

#### **ZÉ PERDOA CAMARINHA PEÇA**

[[PIVOT]]

ENTRETANTO, José Castelo Branco diz que já perdoou Zezé Camarinha PELA agressão no programa A Luta pelo Poder. AINDA ASSIM, assegura que vai avançar com um processo em tribunal

#### **FINAL Luta pelo Poder PEÇA**

[[PIVOT]]

A LUTA PELO PODER CHEGOU AO FIM. BRUNO FOI O GRANDE VENCEDOR DO PROGRAMA, QUE TEVE JOSÉ CASTELO BRANCO COMO UMA DAS FIGURAS CENTRAIS

#### **Homem de Ferro PEÇA**

[[PIVOT]]

O 'ATOR QUE VESTE A PELE DO HOMEM DE FERRO' // PARTICIPOU NUM

ENCONTRO SOLIDÁRIO NO QUAL UM MENINO DE SETE ANOS // RECEBEU UM INOVADOR BRAÇO BIÓNICO. //A CUMPLICIDADE DO MOMENTO // ESTÁ A causar emoção nAS REDES SOCIAIS

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTES ESTILISTAS MAIS SE DESTACOU NA MODA LISBOA // Se acha que foi DINO ALVES ligue o 760 200 391. // Se gostar mais FILIPE FAÍSCA então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre NUNO GAMA terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME

### **MODA LISBOA DIA 3 FV**

[[PIVOT]]

NO ÚLTIMO DIA DA MODA LISBOA, DESTAQUE PARA FILIPE FAÍSCA, NUNO GAMA E PEDRO PEDRO. OS CRIADORES NACIONAIS APRESENTARAM AS PROPOSTAS PARA O TEMPO FRIO.

### **Nuno Tiago Moda Lisboa PEÇA**

[[PIVOT]]

O nosso Polícia da Moda não faltou à última edição da Moda Lisboa e esteve muito atento ao look das famosas que passaram pelo Páteo da Galé

### **INAUGURAÇÃO LOJA LILIANA AGUIAR PEÇA**

[[PIVOT]]

LILIANA AGUIAR ABRIU UMA LOJA DE ROUPA EM LISBOA E GARANTE QUE ESTÁ A SER UM SUCESSO. AS PORTAS ESTÃO ABERTAS HÁ MAIS DE UM MÊS MAS A INAUGURAÇÃO SÓ FOI FEITA AGORA.

### **ANIVERSÁRIO FLÁVIA MOREIRA PEÇA**

[[PIVOT]]

O ANIVERSÁRIO DA RELAÇÕES PÚBLICAS FLÁVIA MOREIRA FOI PRETEXTO PARA JUNTAR INÚMERAS FIGURAS PÚBLICAS NUMA NOITE DIVERTIDA EM LISBOA. O FLASH!VIDAS TAMBÉM FOI À FESTA.

### **New Intervalo**

[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA, VOLTAMOS JÁ A SEGUIR COM A NOSSA TERTÚLIA

### **ENTREVISTA NICOLAU BREYNER**

[[PIVOT]]

Hoje no nosso Flash Vidas // voltamos a dar as boas vindas a um dos mais conceituados e acarinhados atores portugueses. // Habituaamo-nos desde sempre a aplaudir os diversos projectos televisivos e cinematográficos que participou e produziu. // A sua vasta carreira faz dele um homem realizado // seja como ator // produtor // encenador // realizador.. mais? Inventor? Será que inventou alguma coisa que desconhecemos? Muito boa tarde

### **FECHO MODA LISBOA**

[PIVOT]]

O desfile de Nuno Gama foi um dos mais marcantes no último dia da quadragésima quarta edição da Moda Lisboa. Hoje vamos fechar o nosso programa com algumas imagens desse momentos

**FLASH! VIDAS - 17-03-2015 18:15:00 - CMTV**  
**MOMENTO DO BOLO CMTV PEÇA**

[[PIVOT]]

A CMTV FAZ HOJE DOIS ANOS E HÁ POUCOS MINUTOS A REDAÇÃO UNIUSE PARA CANTAR OS PARABÉNS AO CANAL. VAMOS RECORDAR ESSE MOMENTO QUE FOI VIVIDO COM MUITA EMOÇÃO

**HINO CMTV PEÇA**

[[PIVOT]]

A cmtv assinalou ontem o 2º aniversário e o canal desafiou BOSS AC a compôr, produzir e cantar O HINO DA CMTV. // NELE ESTÃO INSCRITOS OS LEMAS E A MARCA DO CORREIO DA MANHÃ // com a premissa de que somos SEMPRE MELHOR PRIMEIRO. Vamos então ouvir o hino da nossa, da sua CMTV

**POLICIA MODA PARABENS VIVO**

[[PIVOT]]

**EQUIPA ENTRETENIMENTO CMTV PEÇA**

[[PIVOT]]

OS DOIS ANOS DA CMTV FAZEM-SE TAMBÉM DE MUITO ENTRETENIMENTO. // ALÉM DE PROGRAMAS COMO O MANHÃ CM E O FLASH!VIDAS QUE MARCAM O DIA-A-DIA DO CANAL / AS GALAS REPRESENTAM MOMENTOS ALTOS DA ESTAÇÃO

**SEPARADOR DUARTE SIOPA PARABENS**

[[PIVOT]]

**ANIVERSÁRIO FLÁVIA MOREIRA PEÇA**

[[PIVOT]]

O ANIVERSÁRIO DA RELAÇÕES PÚBLICAS FLÁVIA MOREIRA FOI PRETEXTO PARA JUNTAR INÚMERAS FIGURAS PÚBLICAS NUMA NOITE DIVERTIDA EM LISBOA. O FLASH!VIDAS TAMBÉM FOI À FESTA.

**TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTES ESTILISTAS MAIS SE DESTACOU NA MODA LISBOA // Se acha que foi DINO ALVES ligue o 760 200 391. // Se gostar mais FILIPE FAÍSCA então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre NUNO GAMA terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME

**ELMA AVEIRO FALA DE IRINA PEÇA**

[[PIVOT]]

Foi rodeada de amigos que Elma Aveiro comemorou o 41º aniversário. // Na festa // a irmã mais velha de CR7 // contou que o irmão a mima durante todo o ano com presentes // e até explicou que o melhor jogador do mundo // já superou o final da relação com Irina Shayk.

**APRES. DANÇA COM AS ESTRELAS PEÇA**

[[PIVOT]]

O 'DANÇA COM AS ESTRELAS', DA TVI // ESTREIA JÁ ESTE DOMINGO. // CRISTINA FERREIRA IRÁ CONDUZIR // MAIS UMA VEZ O PROGRAMA // MAS

DESTA VEZ TERÁ AO SEU LADO PEDRO TEIXEIRA. // NA APRESENTAÇÃO DO FORMATO QUE DECORREU ONTEM // A APRESENTADORA REVELOU O NOME DE TODOS OS PARTICIPANTES DESTA EDIÇÃO

### **GALA GAIENSE PEÇA FV**

[[PIVOT]]

Na Gala Gaiense dedicada ao futebol foram várias as figuras públicas que marcaram presença no evento, e falaram da sua ligação ao desporto

### **GISELE DEIXA PASSERELLES OFF**

[[PIVOT]]

Gisele bündchen prepara-se para abandonar as passerelles mundiais // e dedicar-se apenas a campanhas publicitárias e sessões fotográficas. // -- off -- A modelo brasileira de 34 anos // é das profissionais mais bem pagas do mundo da moda // num percurso que conta com 20 anos de trabalhos // para as maiores marcas mundiais. // A despedida será em casa // mais concretamente durante a semana da moda de são paulo // que acontece durante o mês de Abril. // Gisele vai deixar deixar as passerelles // mas vai continuar a brilhar em trabalhos de moda // e como embaixadora da boa-vontade das nações unidas. // bündchen é casada há seis anos // com o jogador de futebol norte-americano // tom breidi com quem tem dois filhos.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA, VOLTAMOS JÁ A SEGUIR COM A NOSSA TERTÚLIA

### **ENTREVISTA LUIS ESPARTEIRO E ELSA GALVÃO**

[[PIVOT]]

Boeing-Boeing vai regressar a Lisboa no Teatro Villaret.

A acompanhar-vos neste voo de longo curso (19 de Março a 12 de Abril) Luis Esparteiro junta-se a João Didelet, Elsa Galvão, Sofia Ribeiro, Melânia Gomes e a mais recente aquisição para a equipa de "hospedeiras" Bárbara Norton de Matos!

### **SELFIES CMTV PEÇA**

[[PIVOT]]

PARA ASSINALAR OS DOIS ANOS DE CMTV, TODA A EQUIPA DO CORREIO DA MANHÃ ACEITOU O DESAFIO DE CAPTAR O DIA A DIA ATRAVÉS DE SELFIES. VEJA AGORA O RESULTADO.

### **FLASH! VIDAS - 18-03-2015 18:25:00 - CMTV** **RITA PEREIRA RECORDA ANGÉLICO PEÇA**

[[PIVOT]]

RITA PEREIRA ABRIU O CORAÇÃO PARA FALAR DE ANGÉLICO. // A ATRIZ REVELA QUE SENTE SAUDADES DO EX-NAMORADO // E QUE MUDOU A SUA FORMA DE SER APÓS A MORTE DO CANTOR.

### **2 ANOS FLASH!VIDAS PEÇA**

[[PIVOT]]

A 18 DE MARÇO DE 2013 // A CMTV EMITIU PLA PRIMEIRA VEZ O FLASH VIDAS. // AO LONGO DE DOIS ANOS O PROGRAMA ASSUMIU-SE COMO UMA

REFERÊNCIA NO MUNDO DOS FAMOSOS. // A PROMESSA É CONTINUAR A MOSTRAR O LADO MAIS E MENOS COR-DE-ROSA DA VIDA.

### **Festa redação PECA**

[[PIVOT]]

A CMTV COMPLETOU DOIS ANOS DE VIDA E TEM UM OBJETIVO BEM CONCRETO: // CHEGAR AOS QUATRO CANAIS MAIS VISTOS EM PORTUGAL. // ontem o dia foi de festa // durante a tarde // A REDAÇÃO DO CORREIO DA MANHA PAROU UNS MINUTOS PARA CANTAR OS PARABENS.

### **Repórter Indiscreto Moda Lisboa PECA**

[[PIVOT]]

Entre os desfiles da Moda Lisboa o cantor David Carreira foi surpreendido pelo nosso repórter indiscreto enquanto era entrevistado pela Ana Lúcia Matos... O resultado foi hilariante

### **Festa Tony & Guy Main PECA**

[[PIVOT]]

A discoteca Main em Lisboa organizou uma festa de arromba para tornar ainda mais inesquecível a noite da Moda Lisboa. O espaço de diversão noturna encheu-se de gente apaixonada pelas novas tendências.

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTES ESTILISTAS MAIS SE DESTACOU NA MODA LISBOA // Se acha que foi DINO ALVES ligue o 760 200 391. // Se gostar mais FILIPE FAÍSCA então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre NUNO GAMA terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME

### **Associação Novamente famosos PECA**

[[PIVOT]]

A ASSOCIAÇÃO // NOVAMENTE // APRESENTOU HOJE O MOVIMENTO MUNDO AO CONTRARIO. // Este é um movimento de solidariedade // e angariação de fundos // PARA APOIAR doentes e respectivas e famílias. // FERNANDO SANTO // FILIPE GAIDÃO // E PEDRO COUCEIRO NÃO FALTARAM AO LANÇAMENTO.

### **New Intervalo**

[[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA, VOLTAMOS JÁ A SEGUIR COM A NOSSA TERTÚLIA

### **Michelle Obama dança PECA**

[[PIVOT]]

MICHELLE OBAMA VOLTOU A SURPREENDER TUDO E TODOS // COM A SUA ENERGIA E BOA DISPOSIÇÃO. // DESTA VEZ, A PRIMEIRA-DAMA DOS EUA // DANÇOU UMA COREOGRAFIA NO PROGRAMA DE // ELLEN DEGENERES.

### **Elton John boicota Dolce & Gabbana PECA**

[[PIVOT]]

Os estilistas italianos Dolce & Gabbana // estão a ser duramente criticados por Elton John // devido às polémicas declarações que fizeram numa entrevista // para a revista

‘Panorama’. // O ex-casal defende // que as crianças nascidas fruto de fertilização // ‘in vitro’ "são sintéticas" // e afirmam-se contra a adoção por casais gay.

### **HARRY DEIXA GUERRA OFF**

[[PIVOT]]

O príncipe Harry vai deixar as forças armadas britânicas em junho // depois de // 10 anos de serviço militar. // -- off -- Antes disso // o príncipe de 30 anos irá participar em exercícios militares na Austrália no próximo mês // e só em junho é que deverá abandonar em definitivo as forças armadas. // Nos últimos 10 anos Harry participou em duas missões no Afeganistão // apoiou veteranos da guerra de vários países // e o ano passado fez uma expedição de três semanas à Antártida. // O neto da rainha de Inglaterra // já disse que a decisão de abandonar o serviço militar // foi "muito dura".

### **GISELE DEIXA PASSERELLES OFF**

[[PIVOT]]

Gisele Bündchen prepara-se para abandonar as passerelles mundiais // e dedicar-se apenas a campanhas publicitárias e sessões fotográficas. // -- off -- A modelo brasileira de 34 anos // é das profissionais mais bem pagas do mundo da moda // num percurso que conta com 20 anos de trabalhos // para as maiores marcas mundiais. // A despedida será em casa // mais concretamente durante a semana da moda de São Paulo // que acontece durante o mês de Abril. // Gisele vai deixar de deixar as passerelles // mas vai continuar a brilhar em trabalhos de moda // e como embaixadora da boa-vontade das Nações Unidas. // Bündchen é casada há seis anos // com o jogador de futebol norte-americano // Tom Brady com quem tem dois filhos.

### **HINO CMTV PEÇA**

[[PIVOT]]

A CMTV assinalou ontem o 2º aniversário e o canal desafiou BOSS AC a compôr, produzir e cantar O HINO DA CMTV. // NELE ESTÃO INSCRITOS OS LEMAS E A MARCA DO CORREIO DA MANHÃ // com a premissa de que somos SEMPRE MELHOR PRIMEIRO. Vamos então ouvir o hino da nossa, da sua CMTV

### **FECHE GISELE BUNDCHEN**

[[PIVOT]]

TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM IMAGENS DA BELA GISELE BUNDCHEN. A MODELO ANUNCIOU QUE VAI DEIXAR AS PASSERELLES, MAS VAMOS CONTINUAR A VÊ-LA EM CAMPANHAS COMO ESTA

### **FLASH! VIDAS - 19-03-2015 18:25:00 - CMTV**

#### **Jéssica Athayde livro PEÇA**

[[PIVOT]]

O LIVRO DE JESSICA ATHAYDE INTITULADO "NÃO QUEIRAS SER PERFEITA, MAS FAZ O MELHOR POR TI" VAI SER LANÇADO hoje. A ATRIZ PROMETE PARTILHAR DICAS PARA UMA VIDA SAUDÁVEL E AJUDAR MUITAS MULHERES.

### **JULGAMENTO ROMANA PEÇA**

[[PIVOT]]

CERCA DE UM ANO DEPOIS DO ALEGADO ATROPELAMENTO DE ROMANA AO AGENTE DA PSP JORGE PEIXEIRO // COMEÇOU O JULGAMENTO NO TRIBUNAL DE OEIRAS. // NA PRIMEIRA SESSÃO A CANTORA ACUSOU O AGENTE DE TER SIMULADO A SITUAÇÃO.

### **Entrevista Florbela Queiroz PEÇA**

[[PIVOT]]

Chegou agora o momento de lhe mostrarmos a segunda parte da entrevista feita por Duarte Siopa // a Florbela Queiroz. // Nesta conversa com o jornalista da CMTV // a atriz confessa não ter qualquer fonte de rendimento.

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // **QUAL DESTES ESTILISTAS MAIS SE DESTACOU NA MODA LISBOA** // Se acha que foi DINO ALVES ligue o 760 200 391. // Se gostar mais FILIPE FAÍSCA então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre NUNO GAMA terá de marcar o 760 200 393. // **JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME**

### **ELMA AVEIRO FALA DE IRINA PEÇA**

[[PIVOT]]

Foi rodeada de amigos que Elma Aveiro comemorou o 41º aniversário. // Na festa // a irmã mais velha de CR7 // contou que o irmão a mima durante todo o ano com presentes // e até explicou que o melhor jogador do mundo // já superou o final da relação com Irina Shayk.

### **LUÍS FILIPE MENEZES CASOU PEÇA**

[[PIVOT]]

LUÍS FILIPE MENEZES CASOU COM ANA CAETANO. // O EX-AUTARCA DE VILA NOVA DE GAIA // E A ADVOGADA // JÁ TINHAM NAMORADO HÁ TREZE ANOS.

### **FV VESTIDO MADEIRA ISABEL FIGUEIRA PEÇA**

[[PIVOT]]

Um ateliê de Paços de Ferreira // criou um vestido totalmente produzido em madeira. // O coordenado vai ser mostrado ao público por Isabel Figueira // num desfile que irá decorrer no museu do móvel.

### **POLÍCIA DA MODA PEÇA**

[[PIVOT]]

Ainda na ModaLisboa // o nosso Polícia da Moda esteve atento a todos os looks. // Não poupou nos elogios // mas também houve críticas...

### **DIA DO PAI FAMOSOS PEÇA**

[[PIVOT]]

HOJE CELEBRA-SE O DIA DO PAI // E O FLASH! VIDAS DESAFIOU ALGUNS FAMOSOS A DEIXAR UMA MENSAGEM NESTE DIA ESPECIAL:

### **Parabéns Correio da Manhã PEÇA**

[[PIVOT]]

Parabéns a todos os pais e um beijinho muito especial ao meu querido pai. // Também de parabéns está o Correio da Manhã // que faz hoje 36 ano. // A CMTV mostra-lhe agora // como se constrói o jornal preferido dos portugueses.

### **RUI VILHENA PEÇA**

[[PIVOT]]

Rui Vilhena está de regresso a Portugal e os amigos mais próximos fizeram questão de o surpreender no Hotel Vila Galé Ópera. O sol ajudou e o dia serviu para matar saudades do argumentista brasileiro.

### **New Intervalo**

[INTERVALO]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA, VOLTAMOS JÁ A SEGUIR COM A NOSSA TERTÚLIA

### **Estreias cinema PEÇA**

[[PIVOT]]

A DISNEY PRODUZIU UMA NOVA VERSÃO DO CONTO INFANTIL CINDERELA // que chega hoje as salas de cinema nacionais. // AGORA // EM IMAGEM REAL // O FILME JÁ É UM ÊXITO DE BILHETEIRA la fora. // AOS CINEMAS JÁ CHEGARAM TAMBÉM O DRAMA // 'CAKE - UM SOPRO DE VIDA' E // 'AS ASAS DO VENTO' // OBRA QUE ESTEVE NOMEADA PARA O ÓSCAR DE MELHOR ANIMAÇÃO.

### **HARRY DEIXA GUERRA OFF**

[[PIVOT]]

O príncipe Harry vai deixar as forças armadas britânicas em junho // depois de // 10 anos de serviço militar. // -- off -- Antes disso // o príncipe de 30 anos irá participar em exercícios militares na austrália no próximo mês // e só em junho é que deverá abandonar em definitivo as forças armadas. // Nos últimos 10 anos Harry participou em duas missões no Afeganistão // apoiou veteranos da guerra de vários países // e o ano passado fez uma expedição de três semanas à Antártida. // O neto da rainha de Inglaterra // já disse que a decisão de abandonar o serviço militar // foi "muito dura".

### **GISELE DEIXA PASSERELLES OFF**

[[PIVOT]]

Gisele Bündchen prepara-se para abandonar as passerelles mundiais // e dedicar-se apenas a campanhas publicitárias e sessões fotográficas. // -- off -- A modelo brasileira de 34 anos // é das profissionais mais bem pagas do mundo da moda // num percurso que conta com 20 anos de trabalhos // para as maiores marcas mundiais. // A despedida será em casa // mais concretamente durante a semana da moda de São Paulo // que acontece durante o mês de Abril. // Gisele vai deixar de deixar as passerelles // mas vai continuar a brilhar em trabalhos de moda // e como embaixadora da boa-vontade das Nações Unidas. // Bündchen é casada há seis anos // com o jogador de futebol norte-americano // Tom Breidy com quem tem dois filhos.

### **FECHO KATIA AVEIRO**

[[PIVOT]]

KATIA AVEIRO LANÇOU ONTEM O SEU BLOGUE. // A IRMÃ DE CRISTIANO RONALDO PROMETE ASSIM FICAR MAIS PRÓXIMA DOS FÃS. // TERMINAMOS O NOSSO PROGRAMA COM IMAGENS DO ÚLTIMO VIDEOCLÍPE DA CANTORA, DELÍCIA.

### **FLASH! VIDAS - 20-03-2015 18:25:00 - CMTV**

### **CAPA FLASH PEÇA**

[[PIVOT]]

A relação de Cristina Ferreira com António Casinhas é de amizade // por causa do filho Tiago de seis anos. // O ex-casal foi fotografado junto // mas não reatou o namoro //

apurou a revista FLASH.

### **BLOGUE KATIA AVEIRO**

[[PIVOT]]

Katia Aveiro juntou a família e os amigos para apresentar o seu novo projeto. A irmã de Cristiano Ronaldo lançou um blogue e promete assim estar ainda mais perto dos fãs

### **CARLOS CRUZ INDEMNIZAÇÃO OFF**

[[PIVOT]]

O ex-apresentador de televisão Carlos Cruz pede uma indemnização ao Estado no valor de 20 mil euros por danos não patrimoniais. -- off -- Carlos Cruz avançou com uma acção administrativa contra o Estado por ter perdido a condecoração com o grau de Grande Oficial da Ordem do Infante D. Henrique. O ex-apresentador diz que se sentiu magoado e que considerou a retirada da condecoração como uma "ofesna gratuita" e insólita. A defesa de Cruz diz ainda que o Estado contribuiu para estigmatizar o ex-apresentador e fomentar comportamentos antisociais. No âmbito desta acção várias personalidades vão ser chamadas a testemunhar. Caso do actor Ruy de Carvalho ou do fadista Carlos do Carmo. Carlos Cruz está a cumprir 6 anos de prisão por abuso sexual de menores na prisão da Carregueira, em Sintra, no âmbito do Processo Casa Pia.

### **TELEVOTO**

[[PIVOT]]

Chegou o momento de convidá-lo a participar no nosso televoto e com isso habilitar-se a ganhar um voucher hotéis de charme. // Basta ligar e responder à seguinte pergunta // QUAL DESTES ESTILISTAS MAIS SE DESTACOU NA MODA LISBOA // Se acha que foi DINO ALVES ligue o 760 200 391. // Se gostar mais FILIPE FAÍSCA então terá de marcar o 760 200 392. // Por fim se a sua escolha recair sobre NUNO GAMA terá de marcar o 760 200 393. // JÁ SABE, LIGUE E HABILITE-SE A GANHAR UM VOUCHER HOTEIS DE CHARME

### **Luis Represas entrevista PECA**

[[PIVOT]]

Trazemos-lhe agora um cheirinho de Cabo Verde. // A representar Portugal nos Cabo Verde Music Awards // Luis Represas viajou com o Flash Vidas e falou da música que nos liga. // Aperte o cinto e deixe-se levar nesta viagem.

### **DIANA CHAVES CUBANAS PECA**

[[PIVOT]]

Diana Chaves criou uma linha de calçado. // O Flash Vidas foi conhecer os modelos assinados pela apresentadora.

### **REPORTER INDISCRETO PECA**

[[PIVOT]]

O NOSSO REPORTER INDISCRETO VOLTOU A ENTRAR EM ACÇÃO // DESTA VEZ // O ALVO FOI A ATRIZ SARA PRATA. // VAMOS ESPREITAR

### **POLICIA DA MODA PECA**

[[PIVOT]]

POR OUTRO LADO O NOSSO POLICIA DA MODA // ENCONTROU EXEMPLOS DE ELEGÂNCIA // MAS TAMBÉM LOOKS EXCÊNTRICOS // NA 44 EDIÇÃO DA MODA LISBOA.

### **FV VESTIDO MADEIRA ISABEL FIGUEIRA PECA**

[[PIVOT]]

Um ateliê de Paços de Ferreira // criou um vestido totalmente produzido em madeira. // O coordenado vai ser mostrado ao público por Isabel Figueira // num desfile que irá

decorrer no museu do móvel.

### **20 ANOS LIDL PECA**

[PIVOT]]

O LIDL ESTÁ A FESTEJAR 20 ANOS DE PRESENÇA EM PORTUGAL. // PARA ASSINALAR A DATA OS NOSSOS FAMOSOS // VIAJARAM DE ELÉTRICO // ATÉ ÀS PORTAS DO SOL // ONDE ASSISTIRAM A UM CONCERTO MUITO ESPECIAL...

### **New Intervalo**

[INTERVALO]]

FAZEMOS AGORA UMA CURTA PAUSA, VOLTAMOS JÁ A SEGUIR COM A NOSSA TERTÚLIA.

### **HARRY DEIXA GUERRA OFF**

[[PIVOT]]

O príncipe Harry vai deixar as forças armadas britânicas em junho // depois de // 10 anos de serviço militar. // -- off -- Antes disso // o príncipe de 30 anos irá participar em exercícios militares na Austrália no próximo mês // e só em junho é que deverá abandonar em definitivo as forças armadas. // Nos últimos 10 anos Harry participou em duas missões no Afeganistão // apoiou veteranos da guerra de vários países // e o ano passado fez uma expedição de três semanas à Antártida. // O neto da rainha de Inglaterra // já disse que a decisão de abandonar o serviço militar // foi "muito dura".

### **Liza Minelli reabilitação PECA**

[[PIVOT]]

LaIZA MINNELLI // FOI INTERNADA NUMA CLÍNICA DE REABILITAÇÃO. // A ATRIZ DE 69 ANOS PROCUROU AJUDA MÉDICA // PARA LUTAR CONTRA A DEPENDÊNCIA DO ALCÓOL E DROGAS. // LIZA ESTÁ A FAZER PROGRESSOS // E DEVERÁ TER ALTA EM BREVE.

### **FECHO PHARREL WILLIAMS**

[[PIVOT]]

Pharrell Williams foi eleito 'Ícone de Moda do Ano' // pela prestigiada Associação de Designers de Moda Americanos. // O cantor e produtor // irá receber o prémio em junho // numa cerimónia que terá lugar no Lincoln Center, em Nova Iorque. // Terminamos o nosso programa com uma música do cantor // fique bem.. fique 'Happy'

**Anexo G - Entrevista à Editora da revista *Vidas* do jornal *Correio da Manhã*: Rute Lourenço**

**Nome:** Rute Lourenço

**Idade:** 32 anos

**Habilitações:** Licenciatura em Jornalismo

**Experiência na área:** Trabalha há 11 anos em jornalismo

**Cargo:** Editora da revista *Vidas* e da secção *Vidas*, do jornal *Correio da Manhã*



**1. Como se caracteriza o público-alvo do jornalismo social?**

Pode dizer-se que o público-alvo é maioritariamente feminino, mas não só. Talvez sejam as mulheres que mais se assumem como consumidoras de programas e conteúdos de ‘social’, mas os homens também estão cada vez mais atentos ao que se passa no mundo dos famosos.

**2. O que merece ser noticiado no jornalismo cor-de-rosa?**

O mundo cor-de-rosa é, ao contrário do que se possa pensar, muito vasto. Desde casamentos, baptizados até aos divórcios tudo cabe no chamado jornalismo ‘social’. Enquanto seres humanos, nós não somos apenas aquilo que fazemos no trabalho e é por isso que é importante mostrar o outro lado das figuras públicas. O Cristiano Ronaldo é o Ronaldo atleta, mas também o Ronaldo pai, filho, amigo, namorado, o Ronaldo solidário, o Ronaldo que investe no mundo dos negócios. E só quando estamos por dentro de todas estas variantes podemos ter uma ideia concreta daquilo que o Ronaldo é.

**3. O *Flash!Vidas* é um programa de informação ou entretenimento?**

Pode ser chamado um programa de *infotainment*. Noticiamos e entretemos ao mesmo tempo.

**4. Considera que o cruzamento entre os dois géneros atropela o chamado verdadeiro jornalismo?**

Não considero que atropela. Uma notícia é uma notícia, independentemente da área em que se enquadra. Por isso é que num jornal e num noticiário, há secções

distintas. Há espaço para tudo e nada atropela o ‘verdadeiro jornalismo’... Só a falta de rigor.

**5. O *infotainment* é um género cada vez mais acentuado nos media atuais. Concorda? Como o caracteriza?**

O leitor e o telespectador pede cada vez mais este tipo de notícias. E acho que um bom produto é uma mescla de tudo o que se passa na nossa sociedade. Fecharmos os olhos a notícias sobre a vida das nossas figuras públicas apenas por puritanismo parece-me ridículo. Há espaço para tudo.

**6. O jornalismo cor-de-rosa obedece aos valores-notícia?**

Sim, como qualquer notícia, desde que seja feita com rigor, respeitando o código deontológico e os princípios básicos do jornalismo

**7. De que maneira a vida privada das figuras públicas interessa aos telespetadores? Cabe ao jornalista tornar o acontecimento relevante?**

A vida das figuras públicas interessa aos telespectadores no sentido que são figuras, de uma forma ou de outra, relevantes na nossa sociedade. Por exemplo, o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho, sentiu necessidade de falar sobre a doença oncológica da mulher, apesar de ser da esfera da sua vida privada. Mas a verdade é que o pessoal e profissional se cruzam, são indissociáveis. E para conhecer o homem é preciso saber quem ele é, o que está a passar na vida...

**8. Quem são as personalidades que mais vendem? E porquê?**

Assim por alto há dois nomes que me vêm à cabeça: Cristina Ferreira e Tony Carreira. São dois casos de sucesso em Portugal, pelo carinho que conquistaram do público.

**9. Qual é a política de alinhamento do programa?**

O critério é a relevância das notícias. A mais forte, relevante é a que abre o programa. Independentemente de ser nacional ou internacional. A notícia que abre é aquela que o telespectador espera ver. Depois, é uma cadência natural. As notícias vão se encadeando de forma lógica. Normalmente há sempre ligações entre as notícias.

**10. De que maneira o jornalismo social é importante para a sociedade moderna?**

O jornalismo é importante. Ponto. Social e não social, tudo faz falta, há lugar para todos.

## **Anexo H-** Entrevista ao Coordenador do programa *Flas!Vidas*: Sandro Bettencourt

**Nome:** Sandro Bettencourt

**Idade:** 40 anos

**Habilitações:** Licenciado em Comunicação Social

**Experiência na área:** 20 anos como jornalista profissional

**Cargo:** Coordenador do programa *Flash!Vidas* da CMTV



### **1. Como se escolhe e se caracteriza o público-alvo do jornalismo social? Que tipo de público o programa espera?**

Antes de mais, o *Flash!Vidas* é um programa de *infotainment*, um programa que tem o objetivo de informar e entreter o telespetador. Quando produzimos este programa não o estamos a dirigir a um público concreto, porque isso seria redutor. Estamos a dirigir o programa a todas as pessoas que gostam de ver televisão, porque é um programa que consegue cruzar aquilo que é considerado diversão com a informação/notícia. Não fazemos as coisas para um nicho reduzido de mercado. O nosso objetivo é chegar ao maior número de pessoas, que gostem, obviamente, de imprensa cor-de-rosa, que tem por norma conteúdos mais ‘light’. Mas obviamente que acabamos por chegar a um maior número de pessoas. Os estudos indicam que o público feminino de todas as faixas etárias é quem mais se interessa pela imprensa cor-de-rosa, mas hoje em dia, também já existe interesse por parte de homens e pessoas que consomem programas mais coloquiais.

### **2. O que merece ser noticiado no jornalismo cor-de-rosa?**

As nossas preocupações têm que ser as mesmas que se têm num conteúdo de desporto ou economia. As preocupações em termos jornalísticos têm de ser transversais. Aquilo que merece ser noticiado na nossa área de intervenção é tudo o que tem a ver com o mundo da vida dos famosos, a nível nacional e internacional e fazemos isso com o mesmo código deontológico e os mesmos objetivos dos jornalistas que se dedicam à economia ou ao desporto. O que interessa é a notícia.

O que é que é a notícia para nós? É aquilo que marca a atualidade, seja uma morte, uma festa, um acontecimento positivo ou negativo. O nosso ADN é ir em busca da atualidade. Como programa português a nossa prioridade são figuras nacionais, sem esquecer tudo o aquilo que se passa lá fora. Nós sabemos quais são as personagens internacionais que suscitam interesse nos portugueses: Kim Kardashian, Paris Hilton, Kate Middleton, por exemplo.

**3. O *Flash!Vidas* é um programa de informação ou entretenimento?**

É um programa de *infotainment*. É o único programa emitido em direto que tem características próprias: com duas emissões diárias, que ainda tem uma repetição na grelha da *CMTV*, e que tem um *best of* de 51 minutos, ao fim de semana. É um produto único, muito competitivo e que acaba por dificultar a vida dos *magazines* que se fazem ao fim-de-semana, casos como o *Famashow* (SIC), *Só Visto* (RTP1), que são produtos semanais que quando chegam à sua data de emissão, nós já acabámos por dar tudo aquilo que é notícia.

**4. Considera que o cruzamento entre os dois géneros atropela o chamado verdadeiro jornalismo?**

Acho que não. Acho que ainda existe um preconceito muito grande em relação ao jornalismo cor-de-rosa. Tanto podes ser bom jornalista na *Maria*, na *Nova Gente*, como no *Expresso*, no *DN*, ou no *CM*. O que é que é preciso? É respeitares o código deontológico e seguires um princípio básico do jornalismo que é saberes ouvir as duas partes. Ser imparcial, ser isento, ser rigoroso. E se isso for aplicado no jornalismo cor-de-rosa, não é menos profissional ser jornalista na imprensa cor-de-rosa do que na editoria de política do *Expresso*. É um preconceito que ao longo do tempo tem vindo a desaparecer, porque se nós trabalharmos com rigor, as coisas fazem-se como deve de ser.

**5. O *infotainment* é um género cada vez mais acentuado nos media atuais. Concorda? Como o caracteriza?**

Acho que não é um estilo cada vez mais em vigor. Acho que a *CMTV* é pioneira nesse aspeto, porque como já recebi o *Flash!Vidas* é o único programa diário, em direto, com duas emissões diárias. Isso não existia em Portugal, desde há três anos. Se olharmos para as *magazines* portuguesas, também não temos muitas: *Famashow* (SIC), *Só visto* (RTP1), *Câmara Exclusiva* (TVI Ficção), o que de facto, me causa

alguma estranheza por não existirem mais. Por exemplo a TVI, que tem nesta matéria de programas do social um histórico muito importante, deixou de investir nisso. Não nos podemos esquecer do programa Vip e Lux, foram programas que marcaram uma época e deixaram de existir. Pessoalmente acho que são programas que quando são bem feitos têm muito sucesso e podem informar as pessoas.

#### **6. O jornalismo cor-de-rosa obedece aos valores-notícia?**

O jornalismo cor-de-rosa tal como o considerado “jornalismo mais sério” deve respeitar o código deontológico e aquilo que são as bases do jornalismo. Se não for feito nem num nem noutro, estamos a falar de mau jornalismo. Está na forma como cada um encara a sua profissão, temos bons e maus médicos certo? Depende muito da forma como as pessoas se posicionam e seguem as suas carreiras.

#### **7. De que maneira a vida privada das figuras públicas interessa aos telespetadores? Cabe ao jornalista tornar o acontecimento relevante?**

Ouve-se muitas vezes “mas o que é que interessa estar a falar da vida das pessoas?”. Uma figura pública não é um cidadão comum, não é anónimo, é uma figura que por ter feito algo que seja mediático gera interesse no público. As figuras públicas são interesse público. Por si só, as pessoas acabam por ter interesse no que elas fazem. Figuras que acabam por ganhar uma legião de fãs, com o passar do tempo. Esta situação está prevista na nossa constituição: sempre que haja interesse público nós devemos dar notícias.

#### **8. Quem são as personalidades que mais vendem? E porquê?**

Existem sempre pessoas que interessam mais do que outras naturalmente. Não gosto da expressão “mais vendem” porque acaba por conferir ao jornalismo um valor de negócio, que não vou dizer que não existe porque uma televisão, um jornal ou uma revista, para sobreviver tem de vender, mas esse não deve ser o foco do jornalista. Mas existem personalidades que suscitam mais interesses do que outras: Rita Pereira, Cristiano Ronaldo, Luciana Abreu, Alexandra Lencastre, Daniela Ruah, Diogo Morgado, Cláudia Vieira. As pessoas interessam-se por novelas, o público português que em nada difere do público estrangeiro, - que assiste a programas como “Keeping Up with Kardashians”, autênticos *reality shows* que acompanham o dia-a-dia da família Kardashian -, também gostam de ver novelas. Em Portugal isso acontece. Os telespetadores tal como os leitores acabam por-se

interessar por uma narrativa novelesca e gosta de seguir essas novelas. O grau de importância de cada figura pública vai ter essa implicação. As figuras que “estão na berra” são aquelas que se falam ou porque tem um namorado novo, ou porque traíram o namorado, ou porque vão entrar num projeto novo. Para suscitar interesse, as figuras públicas tentam, através do seu profissionalismo, manterem-se sempre no ativo.

**9. Qual é a política de alinhamento do programa e porquê? Nacionais antes das internacionais?**

Nunca é uma tarefa fácil porque o programa vive da atualidade minuto após minuto. É um programa onde a atualidade se sobrepõe a tudo. Nós damos primazia aos acontecimentos em Portugal, o que vai ao encontro do ADN da *CMTV*, que tem como objetivo informar o que se passa no nosso país. Ainda assim, neste programa de *infotainment* não podemos esquecer o que se passa lá fora, é algo que está sempre presente em nós, a atualidade nacional e estrangeira.

**10. De que maneira o jornalismo social é importante para a sociedade moderna?**

Nós podemos informar e entreter ao mesmo tempo as pessoas e a imprensa cor-de-rosa acaba por aliviar as pessoas das desgraças, da crise, das notícias negativas, daquilo que acontece de mal. É uma forma das pessoas se sentirem bem, de sonharem, mas isto sem nunca descorar as regras básicas do jornalismo.

## Anexo I – Entrevista ao Jornalista do programa *Flash!Vidas: Guilherme Braz*

**Nome:** Guilherme Braz

**Idade:** 26 anos

**Habilitações:** Licenciatura em Ciências da Comunicação e Jornalismo

**Experiência na área:** Desde 2009 na TVI, empresa MediaPro, Porto Canal, RTP2, Curto Circuito (SIC RADICAL), Flash! e CMTV

**Cargo:** Jornalista do programa *Flash!Vidas* da CMTV



### **1. Porque escolheu ser jornalista do social? O que há de fascinante neste mundo?**

Não fui eu que escolhi, acho que o jornalismo social acabou porque me escolher a mim. Não ligava à área sequer, era mais interessado a desporto mas foi uma oportunidade que surgiu no programa Curto Circuito (SIC RADICAL). Conheci a diretora da Flash! e levou-me para a revista. Entretanto tive outras oportunidades para outras áreas e não quis. Gosto da área do social.

### **2. Em que género é que o programa se pode definir? Entretenimento ou informação?**

Acho que é uma mistura que se convencionou, que não sei se já está nos livros ou não, que é o *infotainment*. Para mim não é o jornalismo que se faz que não é sério e é entretenimento. Para mim o programa até nitidamente *infotainment* porque tem notícias e tem momentos de reportagens de entretenimento na mesma.

### **3. O infotainment pode ser visto como um género? Enquanto jornalista, qual a sua opinião sobre ele? Considera que está a pôr em causa o jornalismo?**

Penso que é um preconceito e por acho que na televisão nunca houve um programa como o Flash!Vidas e que por isso todos os agentes ainda estão a pensar o que isto afinal, o que é um programa como este, o que é fazer jornalismo do social em televisão, porque não havia. Existe naturalmente o Passadeira Vermelha (SIC CARAS), mas não tem comparação. Acho que o jornalismo social é uma editoria tal como qualquer outra. Falamos da vida das pessoas é certo, mas temos que nos

reger pelos mesmos critérios de ética e, se calhar, temos de aplicá-los a dobrar do que noutras editorias acontece.

**4. Quais os valores-notícia que estão na base das peças noticiosas do programa?**

A atualidade para nós é essencial. Trabalhamos em cima do acontecimento. Há figuras que têm um peso superior a outra como as pessoas com caráter cultural ou político, mas isso é como o SLB, FCP e o Sporting terem mais destaque sob outras equipas numa secção desportiva. Há pessoas que geram mais paixão e que têm mais gente à volta deles.

**5. O jornalismo cor-de-rosa é bastante criticado pelo uso de fontes não fidedignas. Enquanto jornalista da área, o que tem a dizer sobre este assunto?**

Acho que tal como em todas as áreas, há bons e maus jornalistas. Há jornalistas que dão voz a fontes que não são efetivamente fidedignas, mas existem jornalistas que têm boas fontes. Mas isso percebe-se no desenrolar da história... O maior erro é o facto de quem está por dentro achar que o leitor não vai perceber, que vai comer uma capa mal feita ou uma fonte não fidedigna. O leitor sabe perfeitamente diferenciar isso, quando é que uma história tem coerência. Mas sim, acho que nesta área existe um uso maior de fontes não fidedignas porque acabam por ser pessoas a falarem de pessoas, não são dados estatísticos. Se for uma notícia de economia recorre-se a relatórios e a informação documental, que nem sempre acontece no jornalismo social, mas que ainda assim é comum. Como por exemplo recorrer a processos do tribunal, do notário, do registo civil. Mas é como tudo, há bons e maus jornalistas e sim, os maus recorrem a fontes não fidedignas. Mas, às vezes, o facto de as fontes não serem identificadas, não significa que sejam depoimentos falsos.

**6. Enquanto profissional do meio, a televisão deve informar, entreter, separadamente, ou pode ter as duas funções juntas?**

Acho que deve informar. Mas, o nosso programa é feito para informar, dando notícias mais leves que se podem confundir com entretenimento ou entreter o público. Se, por exemplo, estiveres a noticiar o crescimento da carreira da Sara Sampaio, e a dizer que ela esteve em grande no desfile da *Victoria's Secret*, acredito que estamos a dar uma notícia, mas acredito que as imagens do desfile e do espetáculo musical está a ser entretido. Dou sempre o exemplo do futebol porque acho que tem mais parecenças do que se possa pensar...Se estás a mostrar os

melhores golos da época, podes estar a informar, a recordar momentos importantes de uma época, mas estás a entreter o público também. O que é válido para tantas outras áreas: estar a mostrar o momentos de um festival como o Rock In Rio, não dá como não entreter.

**7. Para quem é que o jornalista escreve? Para o público ou para a concorrência?**

Para o público, para quem está a escrever para a concorrência está a cometer um erro grave. Há concorrência é certo, estamos atentos àquilo que a concorrência faz, mas no nosso caso particular, que ainda não temos concorrência direta e feroz, temos o erro é olhar a concorrência como um critério. É algo natural que existe e nós temos obviamente que estar atentos se uma televisão está a dar notícias melhores que nós e a relatar temas que nos estão a escapar. No fundo temos de estar atentos a isso, mas não fazemos notícias para confrontar as revistas. Fazemos para informar e entreter os telespetadores.

**8. Acha que o jornalismo social é fiel à realidade dos factos?**

Acho que é fiel à realidade dos factos, mas sei que é uma imprensa que pode chamar à capa assuntos vagos, como a especulação de um namoro. É evidente que a qualidade das fontes te vai dar a credibilidade à história mas claro que a nossa imprensa se baseia muito mais em emoções. O jornalista do social é capaz de perceber que alguém não está bem porque vai a vários eventos públicos e vemos a mesma pessoa sempre em baixo, mesmo que não perceba os motivos, ou não vai acompanhada pelo namorado...O jornalista fala com a chefia e diz o que constatou e começa a investigar. É evidente que falar de um tema deste tipo é um tema que logo à partida não é tão factual, porque se estão a falar de sentimentos. É diferente se estivermos a escrever uma notícia com números estatísticos. Claro que vai estar mais perto da realidade dos factos, mas também há estatísticas que falham.

**9. A informação e o entretenimento podem cruzar-se sem que se perca a credibilidade?**

Podem. Tal como te falei do exemplo do futebol, da cultura, e na nossa área sim traz muito isso. Acho que se podem cruzar de maneira totalmente credível, em sintonia com aqueles que são os princípios de informação. Há notícias que são notícias pelo entretenimento que elas nos causam. Se de repente tivermos uma

estreia de um teatro com uma sala com 20 mil pessoas, é notícia porque hoje em dia quase ninguém vai ao teatro e, ao mesmo tempo, vais sempre entreter.

**10. De que maneira o jornalismo social é importante para a sociedade moderna?**

Acho que se não fosse importante não era um jornalismo tão consumido. Não sei se “moderna” é o melhor adjetivo para a sociedade dos dias de hoje, porque não a considero moderna em todos os aspetos, mas é uma sociedade muito egocêntrica, muito virada para as redes sociais e o jornalismo social acompanha-a e tem uma responsabilidade maior, porque de há 15 anos para cá, começou a cultivar-se um espaço televisivo diferente, o mundo do espetáculo. Hoje em dia há mais pessoas a quererem ser conhecidas e hoje em dia o jornalismo social deve ser pedagógico nesse sentido: ter a responsabilidade de dar a voz a quem realmente faz alguma coisa. Para mim essa é uma das críticas da área onde estou, e às vezes, não conseguimos evitar e damos muita voz a gente que não faz nada.