



Cátia Vanessa Gomes dos Santos

AS NOTÍCIAS DO SECTOR EMPRESARIAL NO *DIÁRIO DE COIMBRA*: UMA ANÁLISE DE 1992 A 2012

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientado pela Professora Doutora Isabel Nobre Vargues e coorientado pela jornalista do *Diário de Coimbra*, Rosette Marques, apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

AS NOTÍCIAS DO SECTOR EMPRESARIAL
NO *DIÁRIO DE COIMBRA*:
UMA ANÁLISE DE 1992 A 2012

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	As notícias do sector empresarial no <i>Diário de Coimbra</i> – Uma análise de 1992 a 2012
Autora	Cátia Vanessa Gomes dos Santos
Orientadora	Isabel Nobre Vargues
Coorientadora	Rosette Marques
Júri	Presidente: Doutora Ana Teresa Peixinho
	Vogais:
	1. Doutora Rita Basílio
	2. Doutora Isabel Nobre Vargues
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Jornalismo
Data da defesa	21-10-2013
Classificação	11 valores



Agradecimentos

Além de um considerável esforço próprio, por detrás das nossas realizações pessoais, esconde-se, normalmente, um número muito grande de contribuições, apoios, sugestões, comentários ou críticas vindas de muitas pessoas. A sua importância assume, agora, uma valia tão preciosa que, sem elas, com toda a certeza, teria sido muito difícil chegar a qualquer resultado. Por essa razão, expresso os mais sinceros agradecimentos:

- À Professora Doutora Isabel Nobre Vargues, minha orientadora, pelo acompanhamento, pela disponibilidade e generosidade revelados ao longo destes longos meses de trabalho, assim como pelas sugestões e críticas relevantes feitas durante a orientação;

- Ao Dr. João Luís Campos, meu supervisor, por me ter permitido realizar o estágio na instituição na qual é diretor-adjunto e pelo apoio que, mesmo não diretamente sei que prestou;

- Ao Professor Doutor Carlos Camponez, por ter conseguido adiantar o processo para o começo do estágio no *Diário de Coimbra* e por todo o apoio;

- À minha mãe que sempre me apoiou nos altos e baixos, com uma grande paciência e com um grande coração, não só durante o estágio, mas durante todo o meu percurso académico. Por me ter incentivado a frequentar o ensino superior e, sem o apoio incondicional dela, nunca seria nem metade do que sou hoje;

- Ao meu pai pela força, críticas construtivas, apoio e, principalmente, por me ter incentivado a nunca desistir dos meus objetivos e, por tal como a minha mãe, me ter incitado a tirar uma licenciatura e, de seguida, um mestrado;

- À minha irmã, restantes familiares e amigos, porque sei que se preocupam comigo e sempre me deram forças para continuar até ao fim;

- Aos meus avós maternos pela amizade, carinho, incentivo e por estarem sempre presentes;

- À minha tia pelas críticas construtivas, opiniões e sugestões e, também, por me incentivar a “ir à luta”, para concretizar todos os meus sonhos;

- Aos meus colegas do *Diário de Coimbra* que sempre me receberam com um sorriso e boa disposição, esclarecendo-me qualquer dúvida, desde os fotógrafos, aos jornalistas, não esquecendo os paginadores. Não posso deixar de destacar a jornalista Rosette Marques, que teve uma grande paciência, ao longo dos três meses de estágio, para me explicar tudo aquilo que sei hoje relativamente ao jornalismo escrito, daí a ter escolhido como coorientadora e, ainda, a jornalista Margarida Alvarinhas, minha colega da secção *Empresas & Negócios*.

Mais uma vez, um MUITO OBRIGADA a todos!

Índice

Resumo/Abstrat	6
Introdução	7
1. O <i>Diário de Coimbra</i>	9
1.1. Contexto Físico e Espacial	12
1.2. Objetivos	12
1.3. Estrutura Orgânico-Funcional	13
2. A minha experiência no “mundo” do jornalismo escrito	16
2.1. Impressão dos jornais e das revistas	23
2.2. Balanço do estágio	24
3. A importância que o <i>Diário de Coimbra</i> dá às notícias do sector empresarial	26
3.1. Análise de notícias de empresas de 1992 a 2012	26
3.2. Entrevista a Arménio Travassos, Diretor-Geral do <i>Diário de Coimbra</i>	35
3.3. Do <i>press release</i> ao jornal	37
Conclusão	45
Bibliografia e webgrafia	47
Anexos	49
Anexo 1 – 21 de Outubro de 2012, p. 3	50
Anexo 2 – 26 de Outubro de 2012, p. 30	50
Anexo 3 – 26 de Outubro de 2012, p. 31	51
Anexo 4 – 3 de Novembro de 2012, p. 23	52
Anexo 5 – 15 de Novembro de 2012, p. 24	53
Anexo 6 – 16 de Novembro de 2012, <i>DC Magazine</i> , p. 8	54
Anexo 7 – 23 de Novembro de 2012, <i>DC Magazine</i> , p. 8	55
Anexo 8 – 25 de Novembro de 2012, p. 23	56
Anexo 9 – 28 de Novembro de 2012, p. 22	56
Anexo 10 – 28 de Novembro de 2012, p. 23	57
Anexo 11 – 28 de Novembro de 2012, <i>Diário da Turma</i> , p. III	57
Anexo 12 – 29 de Novembro de 2012, p. 30	58
Anexo 13 – 1 de Dezembro de 2012, p. 28	59
Anexo 14 – 6 de Dezembro de 2012, p. 31	59
Anexo 15 – 6 de Dezembro de 2012, p. 9	60
Anexo 16 – 8 de Dezembro de 2012, p. 29	61

Anexo 17 – 8 de Dezembro de 2012, p. 6	62
Anexo 18 – 10 de Dezembro de 2012, p. 18	63
Anexo 19 – 11 de Dezembro de 2012, p. 28	64
Anexo 20 – 14 de Dezembro de 2012, p. 31	64
Anexo 21 – 20 de Dezembro de 2012, p. 14	65
Anexo 22 – 20 de Dezembro de 2012, <i>Diário de Leiria</i> , p. 9	66
Anexo 23 – 21 de Dezembro de 2012, p. 30	67
Anexo 24 – 22 de Dezembro de 2012, p. 23	68
Anexo 25 – 29 de Dezembro de 2012, p. 23	68
Anexo 26 – 9 de Janeiro de 2013, p. 27	69
Anexo 27 – 10 de Janeiro de 2013, p. 30	70
Anexo 28 – 11 de Janeiro de 2013, <i>Diário de Viseu</i> , p. 15	71
Anexo 29 – 13 de Janeiro de 2013, p. 23	72

Resumo

Para a informação se transformar em notícia é necessária uma ligação entre jornalista e assessor de imprensa sendo importante, para ambas as partes, manterem contacto. O jornalista precisa do assessor para estar a par do que se passa e o assessor do jornalista para promover a sua empresa, serviços ou eventos.

A evolução das notícias de empresas é o estudado neste relatório, para perceber as mudanças existentes entre 1992 e 2012 (de cinco em cinco anos). O grafismo, paginação, a utilização, ou não, de publicidade e fotografias, e o assunto das notícias de abertura são alguns dos aspetos em foco.

Com a crise económica atual, as empresas precisam de maior visibilidade, daí se apoiarem nos meios de comunicação para impulsionarem a sua imagem. Os eventos que dizem respeito à parte social são também importantes daí existirem suplementos próprios para o assunto.

Palavras-chave: Assessoria de imprensa, *press release*, empresas, notícias de abertura.

Abstrat

To convert information into news, is required an association between the journalist and the press officer, which makes vital, for both of them, to keep in touch with each other. In one hand, the journalist needs the press officer to be aware of what is going on, and in the other hand, the press officer needs the journalist to promote his business, services or events.

This report consists in the study of the business news evolution, with the intent of understanding the changes that occurred between the years of 1992 and 2012 (from five in five years). The graphics, pagination, the using, or not, of publicity and photos, and the subject of the news opening are some of the issues in focus.

Nowadays, as a consequence of the economic crisis, the companies developed a greater need for visibility, and therefore they see the media as a means to reach their aim of increasing their own image. The events related to the social factor are also relevant, that's why there are supplements meant to cover that kind of matters.

Keywords: Press office, *press release*, companies, news opening.

Introdução

O presente Relatório de Estágio serve para evidenciar o que aprendi durante os três meses de estágio no *Diário de Coimbra* em que, maioria do tempo foi passada a trabalhar para a secção *Empresas & Negócios* onde se promovem serviços, descontos em produtos de empresas ou lojas, se anunciam aniversários de estabelecimentos comerciais, realizando-se um balanço, onde se prenuncia a abertura de espaços de comércio e serviços que terão, não esquecendo empresas premiadas e outros assuntos diversos.

O relatório é estruturado em três partes, consistindo o seu início na apresentação da instituição que me acolheu de 15 de Outubro de 2012 a 15 de Janeiro de 2013, mencionando o contexto físico e espacial, os seus objetivos e estrutura orgânico-funcional.

Na segunda parte apresento as atividades do estágio, explicando onde fui e com quem falei para a realização das notícias elaboradas para a secção *Empresas & Negócios*, não esquecendo o *DC Magazine* e o *Suplemento de Domingo* e, ainda, uma revista intitulada por *Guia Gastronómico* e um suplemento sobre a Climatização. Destaco, também, uma visita extra-estágio à FIG – Fotocomposição e Indústrias Gráficas, nas instalações do jornal, com o objetivo de perceber o procedimento de impressão dos jornais e das revistas. Para concluir esta divisão do trabalho farei um balanço do estágio efetuado no *Diário de Coimbra*.

O tema *As Notícias do Sector Empresarial no Diário de Coimbra: Uma Análise de 1992 a 2012* é o escolhido para perceber do que trata esta parte dos jornais. Deste modo, decidi elaborar uma análise comparativa dos jornais dos meses de Novembro, tendo em consideração os anos de 1992 a 2012, sendo que a análise incide mais nos anos de 1992, 1997, 2002, 2007 e 2012, para abranger um espaço de cinco em cinco anos. A escolha do mês de Novembro deve-se ao facto de, durante o estágio, ter ocorrido, nesse mês, a publicação do suplemento *1000 Maiores Empresas do Distrito de Coimbra*, o que revela determinada importância deste sector.

Assim, na terceira parte apresento a análise comparativa supra referida, cujo objetivo é contabilizar o número de páginas dos jornais de cada mês, as páginas dedicadas a assuntos do sector empresarial, as que possuem cabeça (pequena nota na parte superior da página), número de notícias, de fotografias por página e se têm publicidade. Para além de todos estes fatores terei em consideração as notícias de abertura, isto é, as principais da página, mencionando o assunto, se têm ou não fotografia, e se destaques e caixas fazem parte destas.

Atualmente, todas as sextas-feiras é publicado o *DC Magazine*, um suplemento de oito páginas dedicado à sociedade, onde se mostram os eventos da semana sendo que, a última página é dedicada a um automóvel, a uma aldeia do xisto, casa de fado ou museu. Aos domingos é a vez do *Domingo*, um suplemento de quatro páginas alusivo, também, à sociedade. E nos anos supra mencionados? Haveria suplementos dedicados às empresas? Eram, diariamente, publicadas notícias alusivas a esta realidade? Como é que este jornal generalista diário apresentava a temática?

Para perceber melhor as diferenças entrevistei Arménio Travassos, Diretor-Geral do *Diário de Coimbra*, até para entender o motivo de um suplemento mensal intitulado por *Empresas & Negócios* ter voltado a ser impresso após a sua estagnação por cinco anos.

Por fim, abordo o processo de assessoria de imprensa no qual as empresas enviam *press releases* para serem publicados no jornal. Aqui explicarei a metodologia desde que recebemos um *e-mail* com informações até à sua publicação, numa lógica de comunicação organizacional e empresarial.

1. O *Diário de Coimbra*

No ano de 1930, mais propriamente a 24 de Maio, emergiu o *Diário de Coimbra* e, no seu editorial número zero, publicado a 24 de Abril desse mesmo ano, acentuava o seu carácter regional. Adriano Vegas da Cunha Lucas e António José de Almeida fundaram o jornal que ficou eternamente conhecido pelo primeiro diário da região do Mondego. Esta publicação efetiva do *Diário de Coimbra* iniciou a sua publicação no dia 24 de Maio, do mesmo ano, e teve como editor e redator principal José de Sousa Varela, sendo a sua sede nas Escadas de Quebra-Costas, n.º 27 a 33 (Nunes, 2000).

Em 1932 naufragou, na Figueira da Foz, a traineira *Augusto* vitimizando dez pescadores, o que causou dor e luto na cidade e no país. Nessa edição anunciou-se uma ação denominada de *bando precatório* e organizada pelo jornal, em que grupos de estudantes iriam, com as suas capas negras, percorrer a cidade a pedir ajuda para a gente do mar. A ação de solidariedade terminou já de noite tendo conseguido *oito contos* e o *Diário de Coimbra* foi congratulado e nomeado presidente da comissão de distribuição de donativos (Nunes, 2000).

O jornal passou para instalações na Rua da Sofia, n.º 179 em 1941 e a sua impressão era efetuada folha a folha, numa máquina plana sem corte de páginas. Cada folha era impressa e, depois, dobrada, correspondendo a oito páginas do jornal, que tinham de ser abertas pelo leitor, como se fazia com os livros em brochura (Nunes, 2000).

De 7 de Julho de 1945 a 4 de Julho de 1946, o *Diário de Coimbra* não foi para as bancas por decisão governamental, já que a 29 de Junho de 1945, o jornal, já com Adriano Lucas como seu editor, publicou um artigo com uma história que ridicularizava o reitor Maximino Correia e Salazar, utilizando nomes falsos para estes. O artigo foi visado pela censura e o Governo aplicou ao *Diário de Coimbra* uma pena de suspensão de publicação de 20 dias, exigindo também a substituição do diretor. Os diretores indicados foram recusados e, só após um ano de suspensão efetiva e por diligência pessoal de Bissaya Barreto, o Governo autorizou o reinício da publicação do jornal e terminou, desta forma, a mais grave penalidade aplicada a um diário português (Nunes, 2000).

No ano de 1948 adotaram por realizar a «composição por máquinas *Linotype* de fundição a chumbo e, da impressão folha a folha em máquina plana» (Nunes, 2000: 8). A 17 de Dezembro de 1950, faleceu Adriano Viegas da Cunha Lucas, fundador do *Diário de Coimbra*, ficando o seu filho, Adriano Lucas, na altura com 25 anos, na liderança do jornal. Nesse mesmo mês, convocou o Diretor do *Diário de Coimbra* e todos os colaboradores do

jornal para explicar que não dispunha das mesmas condições financeiras que o seu pai e, portanto, não poderia continuar a pagar o papel. O jornal teria de se pagar a si próprio e, ainda hoje, só assim se garante a total independência do jornal (Nunes, 2000).

A 1966, o *Diário de Coimbra* comprou a primeira máquina rotativa *Koenig & Bauer* aos frades alemães instalados em Gouveia. Para instalar a máquina, foi necessário construir um anexo no jardim do prédio da Rua da Sofia. A 1 de Janeiro de 1967, o jornal passou a ser impresso nessa nova máquina rotativa cilíndrica, mantendo o formato mas com novo cabeçalho (Nunes, 2000).

O *Diário de Coimbra* foi, em Maio de 1970, vítima de uma autêntica armadilha pelo Regime. Na sequência de confrontos entre estudantes e polícia, junto ao Teatro Académico de Gil Vicente, resultou um ferido grave baleado pela polícia, Fernando Seiça. Porém, o presidente da Comissão de Censura de Coimbra, Afonso de Jesus Caveiro, telefonou para o jornal e informou o então chefe de redação, Amâncio Frias, de que o estudante tinha falecido. A informação era falsa e logo que o *Diário de Coimbra* se apercebeu da mentira, numa altura em que o jornal já tinha sido distribuído, afixou diversos *placards* pela cidade a dar conta da verdade. Alegando que o jornal estava a agir, propositadamente, para perturbar a ordem pública, a polícia apreendeu todos os exemplares das bancas (Nunes, 2000).

Em editorial, no dia seguinte, Adriano Lucas explicou, aos leitores, em primeira página, que a informação tinha chegado de Afonso de Jesus Caveiro e seguiu-se um inquérito que podia trazer sérias consequências ao jornal. Quando a Polícia Judiciária procurou averiguar a origem da notícia falsa do falecimento do estudante deparou-se com testemunhos corretos e o caso ficou encerrado. Por consequente, o presidente da Comissão de Censura não foi demitido, mas transferido (Nunes, 2000).

Terminava, entretanto, a era da tipografia. O *Diário de Coimbra* não conseguia sobreviver se não passasse a utilizar a nova tecnologia. Adriano Lucas conseguiu comprar a máquina rotativa “Linotype Pacer 36”, em Inglaterra, em 1982. Após a compra, arrendou-se um dos armazéns onde se instalou a *FIG* – Fotocomposição e Indústrias Gráficas, central gráfica criada por Adriano Lucas para permitir a impressão do *Diário de Coimbra* bem como de outros jornais da região.

«Em meados da década de 80, a Redacção aboliu as máquinas de escrever, que foram substituídas por pequenos computadores móveis que permitiam, além de escrever textos,

enviá-los por telefone para a Redacção quando eram redigidos fora» (Lucas *apud* Nunes, 2000: 9).

Adriano Lucas decidiu fundar o *Diário de Aveiro* (18 de Junho de 1985), o *Diário de Leiria* (17 de Março de 1987), o *Diário de Viseu* (2 de Junho de 1997) e, ainda, a *Rádio Regional de Aveiro* (23 de Outubro de 1989) (Nunes, 2000).

Porém, em 1988, o *Diário de Coimbra* iniciou a publicação, aos sábados, de um suplemento denominado *Comércio e Anúncios* e, atualmente, essa publicação é elaborada diariamente mas denominada por *Os Classificados*. Por conseguinte o jornal mudou as suas instalações principais para a Rua Adriano Lucas, sendo que na Rua da Sofia mantém um serviço de atendimento para publicidade e assinaturas (Nunes, 2000).

A 8 de Janeiro de 1990 foi lançado *O Desportivo das Beiras*, o semanário que, às segundas-feiras, noticiava os principais acontecimentos desportivos da região centro. No dia 1 de Outubro de 1993 o *Diário de Coimbra* deu início à impressão a cores, com uma fotografia das obras do Pólo II da Universidade de Coimbra. Já a 19 de Janeiro de 1994 começaram a ser publicados os suplementos *Centro Portugal Política*, *Centro Portugal Desporto*, *Centro Portugal Jovem*, *Centro Portugal Saúde*, *Centro Portugal Motores* e *Centro Portugal Turismo*. A 8 de Fevereiro iniciou-se a publicação do *Centro Portugal Economia* e a 25 de Abril começou a publicação periódica de *Centro Portugal Desporto* (Nunes, 2000).

Em 1997, em homenagem a Adriano Viegas da Cunha Lucas, fundador do jornal, a Câmara Municipal de Coimbra deliberou atribuir o seu nome à rua onde está instalada atualmente a sede do *Diário de Coimbra*, que passou a denominar-se Rua Adriano Lucas (Nunes, 2000).

No ano de 2011 faleceu o Diretor Adriano Lucas e ficou à frente do jornal o seu filho, Adriano Callé Lucas, que comunica todas as informações através do telefone, uma vez que é arquiteto em Lisboa.

Na atual direção, como parte integrante da equipa de chefia encontram-se também o Diretor-Geral Arménio Travassos, os Diretores-Adjuntos Miguel Callé Lucas, J. C. Galiano Pinheiro e o Diretor-Adjunto Executivo João Luís Campos, assim como a Editora Executiva Manuela Ventura e o Chefe de Redacção Manuel de Sousa.

Para além de ter um portal *online* em www.diariocoimbra.pt, o jornal conta ainda com uma página no *Facebook* e, diariamente, é publicada a primeira página dos quatro jornais do grupo no *site* www.neuseum.org, juntamente com o *Público* e o *Jornal de Notícias*. Assim, se

vê a dimensão e importância do jornal no qual estagiei, já que está presente num espaço da *internet* onde estão colocadas as primeiras páginas a nível mundial.

1.1. Contexto Físico e Espacial

A sede do jornal já se estendeu por grande parte de Coimbra, tendo conhecido as Escadas do Quebra-Costas, a Avenida Sá da Bandeira, a Avenida Emídio Navarro, a Rua Ferreira Borges, o Pátio dos Castilhos e a Rua da Sofia (Nunes, 2000).

Desde 1989 até aos dias de hoje, as instalações do jornal situam-se na Rua Adriano Lucas, na Freguesia de Eiras. Das instalações faz, ainda, parte a *FIG* – Fotocomposição e Indústrias Gráficas, SA que pertence ao Grupo Diário de Coimbra (Nunes, 2000).

1.2. Objetivos

O *Diário de Coimbra* «é um jornal diário generalista que tem como missão principal levar ao leitor a informação do que de mais relevante se passa em Coimbra, na Região das Beiras, em Portugal, na Europa e no Mundo, com verdade, seriedade e rigor (...) Desde a sua fundação é um “Jornal Republicano” e “Órgão Regionalista das Beiras”, como ostenta na primeira página» (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*). Assim sendo, defende a criação da Região das Beiras e a regionalização do país, enquanto processo de efetiva descentralização e transferência de poderes e competências para as diversas regiões, para que cada comunidade local possa decidir sobre o que mais diretamente lhe diz respeito (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*).

O *Diário de Coimbra* é um jornal «independente, de orientação liberal, que defende a democracia pluralista, a Liberdade de Imprensa, da total independência da imprensa e dos órgãos de comunicação social face aos poderes políticos e aos poderes económicos monopolistas» (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*). Defende, também a liberdade individual, fraternidade e solidariedade, opondo-se às ideologias coletivistas, totalitárias, fascistas e comunistas, bem como ao centralismo do Estado, práticas monopolistas e a todos os abusos do poder (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*).

«A Liberdade de Imprensa é indispensável à Democracia Pluralista. Por vezes os poderes públicos parecem esquecer este princípio fundamental. Esquecem-se também que sob o ponto de vista cultural e da preservação das comunidades regionais a Imprensa Diária Regional é indispensável. Como indispensável é que essas mesmas comunidades desenvolvam a sua própria cultura, permitindo a troca de experiências entre os cidadãos e tomando conhecimento do que se passa à sua volta» (Lucas *apud* Nunes, 2000: 9).

Portanto, é um jornal que visa a defesa do cidadão e das minorias, valorizando a cidade de Coimbra, a Região das Beiras e dos seus cidadãos, da livre iniciativa privada, da economia de mercado e da sã concorrência, bem como da plena integração europeia (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*).

De acordo com o Estatuto Editorial do Diário de Coimbra, trata-se de um jornal que «respeita os princípios deontológicos da imprensa e do jornalismo, a ética profissional dos jornalistas, assim como a boa-fé dos leitores, a quem o diário se destina e que são a sua razão de ser» (Estatuto Editorial do *Diário de Coimbra*).

1.3. Estrutura Orgânico-Funcional

O *Diário de Coimbra* tem cinco departamentos principais: Assinaturas, Contabilidade, Informática, Publicidade e Redação. Cada departamento desempenha funções específicas, no entanto, a Redação é o espaço que contabiliza maior número de trabalhadores.

Neste último departamento há subdivisões em secções, sendo elas Arquivo, Coimbra, Cultura, Desporto, Empresas & Negócios/Edições Especiais, Fotografia, Nacional/Internacional, Paginação e Região. De referir que à exceção da Paginação, os trabalhadores são jornalistas. No entanto, os mais novos são licenciados em Jornalismo ou Comunicação Social e os mais velhos não, uma vez que entraram no jornal numa altura em que ainda não era necessária uma licenciatura.

A Tabela 1 mostra como é feita a distribuição de pessoas nos vários departamentos do jornal, evidenciando que na redação, para além de jornalistas há, como supra referido, paginadores e, obviamente, estagiários.

Departamentos	Elementos
Redação	20 Jornalistas, 4 Paginadores e 3 Estagiários (1 de Ciências da Educação, da FPCEUC e 2 de Jornalismo, da FLUC)
Contabilidade	7
Assinaturas	6
Publicidade	10
Informática	2

Tabela 1 - Elementos dos cinco departamentos do *Diário de Coimbra*.

O Departamento de Contabilidade (que integra os Recursos Humanos) inclui pessoas que trabalham para todo o Grupo Editorial do *Diário de Coimbra*, ou seja, *Diário de Aveiro*, *Diário de Coimbra*, *Diário de Leiria* e *Diário de Viseu*. Das páginas do jornal fazem parte, ainda, as delegações: Figueira da Foz, representada por Bela Coutinho, Cantanhede com José Carlos Silva e Lousã com o jornalista José Carlos Salgueiro.

Secções da redação	Elementos
Coimbra	6
Paginação	4
Nacional/ Internacional	1
Arquivo	1
Região	2
Cultura	1
Fotografia	3
Desporto	4 (+2 colaboradores ao Domingo)
Empresas & Negócios / Edições Especiais	2

Tabela 2 – Distribuição dos elementos da redação.

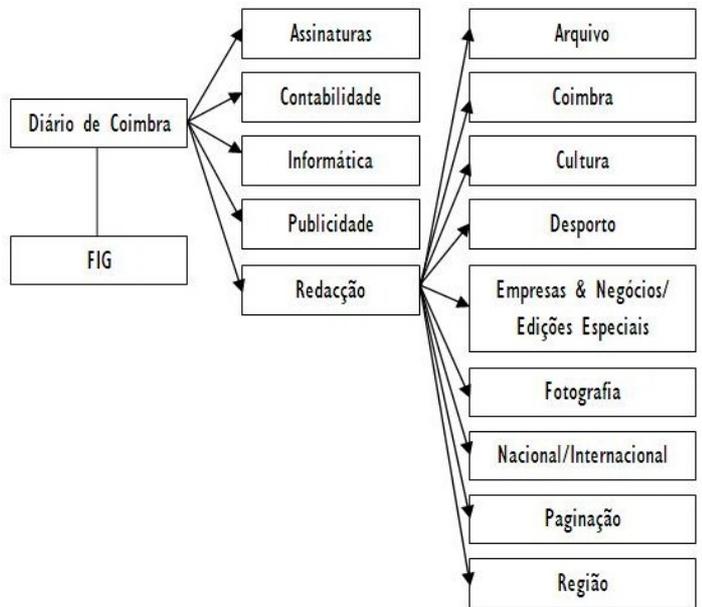


Figura 1 – Organograma da Instituição.

2. A minha experiência no “mundo” do jornalismo escrito

Uma surpresa para mim! Em que tive a oportunidade de colocar em prática o que aprendi ao longo de três anos de Licenciatura e de um ano de Mestrado. Apesar de ter tido algumas aulas exclusivamente práticas, a realidade do mundo do trabalho é bem diferente. Foram três meses de aprendizagem e trabalho, num total de 370 horas, em conferências, entrevistas, na redação a ler *press releases*, fazer telefonemas, escrever, colocar em página.

Quando cheguei às instalações do jornal na rua Adriano Lucas estava nervosa e, assim, que subi as escadas para a redação os nervos aumentaram. Por volta das 16h00 de 15 de Outubro de 2012, segunda-feira, o chefe de redação, Manuel de Sousa, informou-me de que haveria o lançamento de um livro da autoria de Jorge de Alarcão na Ordem dos Engenheiros, desafiando-me a realizar a cobertura da notícia. Apesar de ter um certo receio que algo não corresse bem, que não conseguisse superar o pedido, aceitei! Pedi-lhe, então, para sair e fui a casa buscar o meu gravador e, depois, dirigi-me para a Ordem dos Engenheiros.

Assisti, das 18h00 às 20h00, ao lançamento da obra *As pontes de Coimbra que se afogaram no rio* e falei um pouco com o respetivo autor para que me pudesse explicar o porquê do título, da obra e do que tratava. Apesar de ter tirado notas, em casa, ouvi a gravação e anotei os aspetos que faltavam. No dia seguinte, na redação escrevi a notícia (Anexo 1), que foi corrigida e publicada no domingo, dia 21 de Outubro de 2012.

Durante os primeiros dias de estágio escrevi breves e, depois, o chefe de redação Manuel de Sousa, indicou-me a secção *Empresas & Negócios*. Assim sendo, passei a trabalhar diretamente com as jornalistas Rosette Marques e a Margarida Alvarinhas, mas mais com a primeira, que me dava trabalhos para realizar. Portanto, comecei por fazer telefonemas para lojas que tinham aberto recentemente, a fim de saber os serviços, expectativas e promoções e, na sexta-feira, 19 de Outubro de 2012 desloquei-me à Centrotorneiras, mesmo ao lado do jornal, para falar com Vítor Ribeiro acerca da *1ª Feira do Aquecimento*.

Os meus dias foram, inicialmente, com atividades deste género até que, na quarta-feira, 24 de Outubro de 2012, fui informada pela Rosette Marques, minha coorientadora, de que no dia seguinte seria o lançamento da empresa Verticalla, na Critical Software. Logo, pelas 10h00 desloquei-me para Taveiro com o fotógrafo Carlos Araújo. Chegando à redação, escrevi a notícia que, após algumas correções feitas pela Rosette Marques, foi colocada em página, sendo a minha primeira notícia (Anexo 2) assinada, publicada a 26 de Outubro de 2012, sexta-feira.

A 31 de Outubro comemora-se o Dia Mundial da Poupança e, o *Diário de Coimbra* assinalou a data com uma página (Anexo 3). Em 2012 foi a minha vez de a escrever e optei por redigir duas notícias gerais e três breves sobre como poupar e ganhar dinheiro extra. Foi com este assunto que aprendi a paginar no programa *QuarkCopyDesk*, após as noções básicas da minha coorientadora. De mencionar que a pesquisa e escrita dos textos foi realizada durante os dois dias anteriores, não esquecendo que fui escrevendo breves e algumas notícias, baseando-me nos *press releases* que as empresas enviam para o jornal.

Nesse mesmo dia fez parte integrante da edição do *Diário de Coimbra* uma revista intitulada por *Guia Gastronómico & Vinhos 2012|2013*, para a qual contribuí com alguns textos, cujos títulos são *Vinhos* (página 39), *Fruta e sumos para uma vida saudável* (página 54), *Benefícios dos grelhados* (página 60) e *Ervas aromáticas boas para a saúde* (página 62).

A Ideal Canalizador assinalou um ano de atividade e, assim, telefonei para José Boiça, o responsável pela loja de Coimbra, a fim de saber o balanço do primeiro ano e os serviços prestados pela empresa que trabalha em sistema de *franchising*. De seguida escrevi a notícia (Anexo 4) em página e, como não havia fotografia para ilustrar fui, com a ajuda da Rosette Marques, ao arquivo das fotografias e decidimos publicar a fotografia que saiu aquando a abertura da loja em Coimbra, tendo sido a notícia publicada a 3 de Novembro de 2012.

No *Diário de Coimbra*, todas as quintas-feiras têm reservadas uma página para o *Cinema*, já que é neste dia da semana que sucedem as estreias de vários filmes. Assim, o secretário de redação, Valdemar Jorge, propôs-me a escrever a página do *Cinema* do dia de 15 de Novembro (Anexo 5). *Saga Twilight: Amanhecer Parte 2* e *O Substituto* seriam os filmes a tratar. Assim, foram-me entregues duas páginas de *Cinema*, publicadas anteriormente, para ver o que se pretendia e aceitei o desafio. Comecei a pesquisa, para saber a sinopse dos filmes, realizador, elenco e, nessa mesma terça-feira, 13 de Novembro comecei a escrever os textos que teriam de estar concluídos no dia seguinte.

Para além de escrever notícias para o jornal, comecei a escrever para o *DC Magazine*, o suplemento que é publicado todas as sextas-feiras e para o suplemento denominado por *Domingo*, sendo que ambos tratam de aspetos culturais/sociais. De referir que o primeiro tem de fechar à quarta-feira e o segundo à sexta-feira, ou seja, ficar pronto em página, para ser impresso antes da respetiva edição do jornal.

Neste âmbito, a Rosette Marques pediu-me para escolher um museu para a última página do *DC Magazine*, de 16 de Novembro de 2012. Após pesquisar na internet os vários

museus da região a minha escolha incidiu no Museu da Pedra, localizado em Cantanhede. Redigi um texto geral e um mais pequeno sobre o facto do museu ter sido premiado e, para colocar em caixa, recolhi dados como a morada, o telefone, a página, o *e-mail* e o horário. Antes de pedir aos paginadores para colocarem o texto em página (Anexo 6), pois no caso dos suplementos a paginação é realizada por eles, telefonei para o museu para me indicarem as atividades que decorriam no espaço naquele momento e a solicitar o envio de fotografias. Após ter as fotografias, escolhi três e elaborei as respetivas legendas.

Na semana seguinte, 23 de Novembro de 2012, foi a vez de uma aldeia de xisto e, após a pesquisa das atividades, tive conhecimento de que o Fado ao Centro iria atuar na Aldeia do Candal. Para além do fado, desenvolver-se-iam atividades como caminhadas e optei por colocar informações sobre as inscrições na caixa informativa. Após ter escolhido as fotografias e as legendas pedi para a página (Anexo 7) ser fechada, ou seja, para colocarem as informações na maquete de forma a que ficasse pronta para ir para a impressão.

A lavandaria Belcor comemorou 20 anos de atividade e, assim, escrevi uma notícia relativa ao assunto, destacando os preços, os variados serviços e o horário do espaço. Para tal baseei-me no *press release* que enviaram e na página *Facebook*, originando-se uma notícia de abertura (Anexo 8), da edição de 25 de Novembro de 2012, com uma fotografia cedida pelo espaço.

O dia 27 de Novembro de 2012 foi uma terça-feira atribulada pois, para além de ter escrito e paginado as duas páginas de *Empresas & Negócios* (Anexo 9 e Anexo 10) redigi uma notícia para o *Diário da Turma*, um suplemento quinzenal de quartas-feiras dedicado à educação (Anexo 11). Em relação à edição, as notícias assinadas eram sobre a Idealmed ter levado crianças e jovens de instituições de cariz social ao jogo Académica vs Gil Vicente e a única notícia da página 23 tratava das comemorações das Caves de São João que assinalava o seu centenário.

”*Escolíadas Glicínias Plaza*” em Coimbra data, como as anteriores, de 28 de Novembro de 2012 e foi solicitada pela Rosette Marques, com base num *e-mail* que enviaram para o jornal e, para complementar, pesquisei do que tratava o projeto, de uma forma mais aprofundada.

Quarta-feira os Talhos Boavista inauguraram uma nova loja na Avenida Fernão Magalhães, no entanto, o proprietário enviou-me um *e-mail* com várias informações da empresa e escrevi uma notícia de abertura (Anexo 12) que foi publicada a 29 de Novembro de

2012. Refira-se que, previamente, lhe tinha telefonado, para o informar que havia enviado um *e-mail* com umas questões acerca do assunto, para responder assim que tivesse oportunidade.

A vida de um jornalista não é apenas estar na redação a fazer pesquisas e telefonemas, porque sucedem acontecimentos não programados, neste caso um acidente. O Diretor-Adjunto João Luís Campos chamou-me ao gabinete dele, cerca das 16h00 de 30 de Novembro de 2012 a informar-me de um acidente no IP3. Cheguei ao local com o fotógrafo Figueiredo e conversei com elementos da GNR (Guarda Nacional Republicana) que me disseram que a ambulância tinha ido para o hospital há algum tempo e que estavam a tratar de limpar a estrada, pois a ambulância que virou estava a ocupar a via.

Na redação telefonei para o comandante dos bombeiros de Penacova, António Simões, que me explicou que uma ambulância dos Bombeiros Voluntários do Sabugal, com três ocupantes se despistou, por volta das 15h30, ao quilómetro 55 do IP3, próximo da localidade de Espinheira. Após o ocorrido, o bombeiro que conduzia a viatura entrou em paragem cardiorrespiratória e foi transportado para os HUC (Hospitais da Universidade de Coimbra). Os outros dois ocupantes, uma senhora que regressava ao Sabugal, após uma consulta, acompanhada pelo seu marido, não sofreram quaisquer ferimentos. Entreguei a notícia (Anexo 13) ao Diretor-Adjunto, João Luís Campos, que a colocou na última página da edição de 1 de Dezembro de 2012.

Sábado, feriado de 1 de Dezembro fui à Figueira da Foz e aproveitei para passar na Padaria Pastelaria Rainha e na Cristais do Sal, uma vez que tinha de fazer notícias sobre a abertura destes dois espaços comerciais. A notícia (Anexo 14) sobre a Cristais do Sal e Brasileirinha Bijutaria, uma loja que tem serviços de tratamento de corpo, foi publicada a 6 de Dezembro de 2012. Para a realização da notícia bastou uma conversa com Delma Silva, a proprietária do espaço, que me explicou o conceito da loja, produtos, serviços disponibilizados e objetivos.

Nesse mesmo dia foi publicada, na secção *Coimbra*, uma notícia (Anexo 15) sobre o Dia do Voluntariado, mais concretamente uma ação de homenagem que decorreu na Praça 8 de Maio, a 5 de Dezembro de 2012, em que foram levantados malmequeres como forma de homenagem a todos aqueles que fazem voluntariado. Para a execução da notícia conversei com Armando Silva, coordenador do voluntariado no Instituto de Oncologia, Sónia Silva, responsável pela Unidade de Voluntariado e, ainda, com dois estudantes da Escola Secundária de Jaime Cortesão, a escola que estava diretamente envolvida à iniciativa para as *Vozes*.

Nunca tinha realizado uma questão para esta pequena coluna com a respetiva fotografia e dados das pessoas e, assim sendo, a pergunta teria de ser bem escolhida e resumível, então, *Que importância tem o voluntariado?* foi a questão que coloquei a dois estudantes de sexos opostos. Agora acerca da Rainha (Anexo 16), a padaria pastelaria da Figueira da Foz que confeciona produtos com base em receitas tradicionais, a notícia foi publicada a 8 de Dezembro de 2012, consultando o *e-mail* que me enviaram, não esquecendo as anotações tiradas, por mim, no estabelecimento comercial.

No entanto, também a 8 de Dezembro de 2012, saiu na parte de *Coimbra* uma notícia (Anexo 17) sobre a comemoração dos nove anos de carreira do mágico Telmo Melo em que para comemorar decorreu, no Auditório do Instituto Português da Juventude, uma noite com magia, animação musical e muitas surpresas. Desta vez, a notícia não foi solicitada por membros do jornal, mas pelo próprio mágico que me contactou via *Facebook*, perguntando se estaria interessada numa entrevista.

Após comunicar ao chefe de redação Manuel de Sousa, e este ter concordado, marquei a entrevista com o Telmo Melo e informei o secretário de redação, Valdemar Jorge, para colocar na agenda. Assim, segunda-feira, 3 de Dezembro de 2012, estive à conversa com Telmo Melo no Café Santa Cruz durante parte da tarde, sendo que o fotógrafo Figueiredo esteve presente para tirar umas fotografias ao mágico com as suas cartas. Para além de falarmos da sua vida desde que descobriu a magia, do espetáculo comemorativo de nove anos de carreira, conversámos de futuros projetos como *Sorrisos Mágicos* que seria no mês seguinte.

A 10 de Dezembro, segunda-feira, foi a vez de destacar a Bluepharma (Anexo 18) por ter sido premiada como uma PME (Pequena Média Empresa) que investe mais na investigação e desenvolvimento. Refira-se que eu estive encarregue de elaborar todas as notícias da página incluindo a da cabeça que, visto estarmos com poucas hipóteses, fui ao *Facebook* e encontrei na página do The Rock Planet uma informação sobre a realização de jantares de Natal.

No dia seguinte, 11 de Dezembro, foi publicada uma notícia sobre a Dermofashion (Anexo 19), uma empresa de beleza que tem duas lojas em Coimbra. O objetivo foi demonstrar os vários tipos de serviços disponibilizados, como tratamentos de rosto e corpo, terapias orientais, fotodepilação, spa manicure e pédicure, promoções e formações. Para a realização da notícia telefonei para a empresa e, para além de me dizerem as informações que

disponibilizam no seu *site*, informaram-me que as promoções mensais podem ser consultadas na página do *Facebook*.

Uma mercearia com um conceito diferente abriu no rés-do-chão do centro comercial GiraSolum. Para informar os leitores do acontecimento (Anexo 20), telefonei ao responsável de loja de conveniência, Eduardo Morgado, que me explicou o conceito da Mercearia 3x3. O espaço tem um anexo de fruta, um de café e outro de pão comercializando, ainda, produtos biológicos. De seguida conversámos de expectativas para o negócio, promoções e horário de funcionamento do espaço e a notícia foi publicada a 14 de Dezembro.

No entanto, no dia 13 de Dezembro, quinta-feira, fui para Alvaiázere a fim de entrevistar o presidente da Câmara Municipal, Paulo Tito Morgado acerca da primeira Feira de Produtos da Terra. Preparei um guião de perguntas que, obviamente foi alterando com o decorrer da conversa e gravei a entrevista com o gravador da Rosette Marques. Conversámos sobre a importância da feira para potenciar o desenvolvimento do concelho, as tradições gastronómicas natalícias na região, a adesão dos produtores, o tipo de produtos expostos e à venda a preços baixos. Para finalizar a entrevista, questionei Tito Morgado acerca da adesão do público, da próxima edição da feira e respetivo tema.

Após chegar à redação, estive a transcrever a entrevista para o computador, cortando repetições e pedi à minha coorientadora para a corrigir. Dias depois enviei-a para Leiria, pois a jornalista do *Diário de Leiria*, Bárbara Vieira, falou com produtores que iriam expor na feira e, enviando-lhe a entrevista, ela enviou-me os textos dos mesmos. A entrevista foi publicada exatamente uma semana depois de a realizar, a 20 de Dezembro, no *Diário de Coimbra* (Anexo 21) e no *Diário de Leiria* (Anexo 22) sendo que, neste último, realizaram um *Especial* sobre o assunto.

No dia que foi publicada a entrevista em ambos os jornais tive dois trabalhos, um da parte da manhã e outro à tarde. Pelas 10h30 estive na Ordem dos Advogados para assistir à assinatura de um protocolo entre a Casa de Saúde Santa Filomena (Sanfil) e a Ordem dos Advogados. Trata-se de uma parceria que traz vantagens aos membros da Ordem nas instalações da Sanfil de Coimbra, Alcobaça, Figueira da Foz, Guarda e Leiria. No entanto, neste trabalho tive um percalço, pois o fotógrafo Carlos Araújo não apareceu, uma vez que se atrasou num trabalho. Porém, como vi a agenda e já estava a prever que isso acontecesse, levei a minha máquina fotográfica compacta e fotografei a assinatura do protocolo.

À tarde fui para a Praxis conhecer uns Reis Magos diferentes, ou seja, a cervejaria apresentou bolos com características alusivas aos reis que visitaram o menino Jesus. Arnaldo Baptista, administrador da Praxis explicou-me o conceito diferente que visa o consumismo. As notícias foram publicadas, então, a 21 de Dezembro na mesma página (Anexo 23).

No dia seguinte foi publicada uma notícia, por minha iniciativa, sobre a Personalia Cabeleireiros (Anexo 24), um espaço que alberga serviços de cabeleireiros, estética e, também, serviços de costura e restauro de peles e que comercializa artigos de vestuário, acessórios e artesanato. No estabelecimento da rua Padre Estevão Cabral desenvolvem-se, ainda, *workshops* de artesanato e costura a preços variados. De mencionar que a conversa que tive com Ana Amaral, responsável da Personalia, decorreu a 5 de Dezembro após o trabalho do voluntariado na Praça 8 de Maio.

Sábado, 29 de Maio, mais uma notícia sugerida e uma fotografia tirada por mim. Desta vez foi sobre um snack-bar em Vila Verde, Figueira da Foz que decorou a fachada com um presépio (Anexo 25). António Esteves, o proprietário, revelou que a ideia decorre há seis anos, desde que tem o estabelecimento e que a decoração é feita por ele e pelos amigos que frequentam o estabelecimento comercial.

Parte da tarde de 8 de Janeiro de 2013 foi passada no Instituto Superior de Contabilidade e Gestão de Coimbra (ISCAC) a assistir a uma sessão de esclarecimento sobre o novo código do trabalho e nova faturação. Depois, na redação, escrevi a notícia de abertura (Anexo 26) que foi publicada no dia seguinte. Dia esse bastante cansativo dado que, fui para Braga assistir à distinção das PME's Excelência, sendo meia centena no distrito de Coimbra.

Assim, assisti ao encontro moderado e apresentado por Júlio Magalhães que contou com a presença de Carlos Nuno Oliveira, secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação e de Luís Filipe Costa, diretor do IAPMEI. Decorreram, ainda, dois debates, um sobre *Crescimento e Competitividade: Consolidar Estratégias Empresariais de Sucesso* e outro de *Soluções de Financiamento para PME*. Depois falei com Luís Roque, presidente da Associação Empresarial de Cantanhede (AEC) sobre a importância do galardão. Chegando ao jornal, já às 21h30, estive a redigir, em página, a notícia de abertura e uma mais pequena acerca da AEC (Anexo 27), escolhendo as respetivas fotografias. Dia 11 de Janeiro a notícia foi publicada no *Diário de Viseu*, tendo sido adaptada para o distrito (Anexo 28).

A minha última notícia de estágio assinada foi publicada num domingo, 13 de Janeiro (Anexo 29), sendo que no sábado estive, de manhã, na ERA Imobiliária a falar com Jorge

Cardoso acerca da iniciativa solidária que apoiou a Casa dos Pobres e a Comunidade Juvenil de São Francisco de Assis. Os bens foram entregues em Dezembro a ambas as instituições mas, desta vez, tudo se destinou à Comunidade São Francisco de Assis. Chegando ao jornal telefonei para a Comunidade a fim de conversar um pouco com Marília Barata, a diretora técnica mas, como ela não se encontrava deram-me o contacto pessoal e esta disse-me que fazia um “balanço muito positivo”, tendo sido uma iniciativa que “representa amor, simpatia e uma onda de solidariedade”.

Contudo, tive um Suplemento sobre Climatização totalmente feito por mim, publicado com a edição de 6 de Dezembro de 2012, que envolveu muitas horas de pesquisa e de trabalho, em que tive de dividir o conteúdo por quatro páginas com textos distintos mas que se interligam.

2.1. Impressão dos jornais e das revistas

A madrugada de 7 de Novembro de 2012 foi passada na FIG – Fotocomposição e Indústrias Gráficas, por minha vontade, já que não fazia parte do estágio, para assistir ao processo de impressão dos jornais. Assim sendo, vi o *Diário de Viseu*, *Diário de Leiria*, *Diário de Aveiro* e, por fim, o *Diário de Coimbra* serem impressos.

De forma sucinta explico todo o processo pelo qual o jornal é submetido desde que é escrito e paginado na redação até ser impresso, que tive a oportunidade de visualizar e aprender. Terminada elaboração das notícias e a respetiva paginação (na qual os paginadores editam todas as fotografias e ajustam os textos) é iniciado o processo de pré-impressão, que consiste na colocação das páginas em planos de quatro páginas para, posteriormente, a paginação do jornal estar correta. Concluído o processo, os planos são enviados para uma máquina (CTP), que efetua a gravação e revelação de umas chapas de alumínio que são, depois, utilizadas na máquina de impressão (rotativa).

Depois do processo de gravação e revelação das chapas, cabe aos impressores prepararem as mesmas (furar e dobrar) para serem colocadas na máquina. Estas chapas são colocadas em cilindros metálicos que, em contacto com diversos rolos de transferência de tinta e água, vão colocar numa “almofada” própria, as quantidades de tinta e de água necessárias para a impressão. É entre estas “almofadas” que vai passar o papel para se efetuar a impressão. A máquina é preparada consoante o número de páginas e faz as respetivas

dobras, podendo os jornais saírem abertos ou fechados (nas bancas estão abertos e para os assinantes fechados).

Iniciado o processo de impressão, os impressores procedem à afinação das cores e demais ajustes e, quando estiver tudo pronto, o jornal está pronto a ser levado para ser expedido, ou seja, levado pelos distribuidores para as bancas, assinantes e correios.

2.2. Balanço do estágio

Após os três meses que estive no *Diário de Coimbra* posso afirmar que este jornal generalista é uma empresa única, como todas as outras mas, para mim é a mais especial. Nunca tinha estado em contacto direto com o jornalismo, apesar das aulas práticas que tive na Licenciatura e no Mestrado. As aulas serviram para tomar conhecimento e as simulações que realizámos ajudaram-me a perceber melhor como funcionam os vários meios de comunicação, mas não há nada como estar “introduzida” num *medium* real.

Ler o jornal todos os dias é completamente diferente de estar a trabalhar, ainda que temporariamente, na redação e ver/saber todo o procedimento desde a escrita das notícias, da paginação, à impressão e distribuição. Os *e-mails* que chegam, constantemente, assim como os telefonemas, ajudam-nos a saber o que há de novo e pode ser notícia.

Desconhecia que, diariamente há uma agenda com os acontecimentos existentes e respetiva seleção. Por exemplo, de uma lista com vários eventos, durante todo o dia, são definidos jornalistas e fotógrafos. Após irmos com o fotógrafo a determinado sítio, assistir a uma conferência, inauguração ou evento, fazer uma entrevista, vamos para a redação, escrever e paginar tudo o que assistimos, acrescentando os testemunhos recolhidos, que valorizam a notícia, porque lhe atribuem determinada veracidade. Depois, escolhemos a fotografia que melhor ilustra o acontecimento e escrevemos uma legenda apelativa. No entanto, isto apenas acontece nos acontecimentos programados, pois os acidentes não são premeditados e, uma vez, aconteceu-me ter de ir para um e, apesar de estar receosa, aceitei o desafio.

O *Diário de Coimbra* foi a primeira instituição a olhar por mim e para mim, aquela que me viu enquanto profissional. Até hoje foi a primeira e única que me recebeu e depositou confiança em mim e no meu trabalho.

Aconselho os estudantes de Jornalismo, Comunicação Social, Ciências da Comunicação e de outras áreas que tenham curiosidade em trabalhar para a imprensa, a passarem por este

jornal. Não se irão arrepender, certamente, porque para além de se aprender, os profissionais são bastante simpáticos e estão sempre dispostos a ajudar e a esclarecer dúvidas.

Nunca esquecerei os três meses passados nesta empresa e as amizades que fiz e espero, no futuro, ser tão bem tratada e recebida como fui neste jornal. A adaptação foi um pouco complicada mas rápida visto que, todas as empresas, neste caso jornais têm uma forma de escrever e regras de titular, com palavras-chave. Após saber escrever razoavelmente tudo se tornou mais simples e posso confidenciar que, todos os dias, me senti bem no meu local de trabalho ainda que soubesse que seria temporário. Os dias passavam e, cada vez mais, me sentia melhor naquela redação, embora soubesse o dia da despedida, que temia diariamente.

Três meses é muito pouco tempo para aprender a ser um bom profissional, mas os conhecimentos que os meus colegas de redação me patentearam foram suficientes para ter uma noção da realidade do jornalismo escrito. Gostava de ter feito mais entrevistas mas apenas me foi concedida a oportunidade de elaborar uma, se bem que na realização de qualquer reportagem é necessário efetuar perguntas para fundamentar as informações. Quando entrevistei o presidente da Câmara de Alvaiázere, Tito Morgado, tinha alguns tópicos definidos mas, as respostas fizeram-me acrescentar ou alterar questões, consoante o desenrolar da nossa conversa.

3. A importância que o *Diário de Coimbra* dá às notícias do sector empresarial

Para percebermos melhor a evolução e transformações das notícias de empresas no jornal decidi elaborar uma análise das notícias dos meses de Novembro de 1992 a 2012 com intervalos de cinco anos, ou seja, incidindo-me em 1992, 1997, 2002, 2007 e 2012. No entanto, são revelados os suplementos existentes relacionados com a área em estudo e o número de páginas dos mesmos.

3.1. Análise das notícias de empresas e suplementos de 1992 a 2012

Em Novembro de 1992 o *Diário de Coimbra* publicava, nas edições de terça-feira, uma página dedicada aos assuntos empresariais intitulada por *Página do Empresário*. Coincidência ou não era a página seis do jornal, sendo que dos quatro jornais analisados 50% contabilizam um total de 24 páginas e os restantes contam com 20 páginas. No que concerne ao número de notícias na página supra mencionada todas contaram com três notícias.

Novembro de 1992						
	Dia	Páginas	Notícias	Fotos	Publicidade	Abertura
3	Terça	6	3	0	Sim	Eleições no Clube de Empresários
10	Terça	6	3	0	Não	Nova legislação da indústria
17	Terça	6	3	0	Não	Congresso dos Empresários do Centro
20	Sexta	7		Não		Congresso dos Empresários do Centro
24	Terça	6	3	1	Não	Congresso dos Empresários do Centro
25	Quarta	7		Sim		Congresso dos Empresários do Centro
27	Sexta	1 e 7 à 14	Especial			Congresso dos Empresários do Centro
30	Segunda	1, 4 e 5	3	2	Sim	Congresso dos Empresários do Centro

Tabela 3 – *Página do Empresário* e Congresso dos Empresários do Centro em Novembro de 1992.

Em relação às fotografias em página, somente o jornal de dia 24, como se pode observar na Tabela 3, incluía uma fotografia, utilizada para ilustrar a notícia de abertura. Já sobre a publicidade, a maioria não possuía anúncios, sendo apenas a primeira *Página do Empresário*

do mês de Novembro a ter quatro anúncios publicitários que ocupavam rodapé e quase uma coluna lateral.

Quanto às notícias de abertura, apenas uma dizia respeito à nova legislação da indústria e o Clube de Empresários do Centro foi assunto de três. Uma concernia às eleições no mesmo e as restantes ao congresso que, como foi uma temática importante até teve direito a uma *Edição Especial* de oito páginas. A primeira vez que o congresso foi abordado data de 17 de Novembro, em que na notícia surgiu uma caixa negra com letras brancas com a informação do jantar-debate (a decorrer dia 20). No dia do jantar foi publicada uma notícia com essa informação e com uma caixa a informar que Rui Cruz seria convidado das *Questões em Aberto*, na Rádio Regional do Centro, a fim de evidenciar o que os empresários pretendiam com o congresso. A 24 na *Página do Empresário* voltou a fazer referência ao jantar-debate, já ocorrido, tendo uma fotografia a ilustrar e, no dia seguinte, foi publicada mais uma notícia com fotografia relativa ao assunto.

O congresso decorreu a 28 de Novembro, Sábado, então um dia antes foi publicada uma *Edição Especial* de oito páginas, que foi também assunto de primeira página. *A união faz a força* era a frase da imagem da manchete e, ao longo das páginas do especial, liam-se depoimentos de presidentes de Associações Industriais e Comerciais de vários distritos, revelando o que esperavam do Congresso dos Empresários do Centro. Rui Cruz, membro da comissão executiva do Congresso, deu uma entrevista que ocupou quatro páginas e, na última página, estava o programa do congresso que seria no Casino da Figueira da Foz. De mencionar que as páginas estavam “cobertas” de publicidade sendo, a maioria, das empresas dos entrevistados e inquiridos.

No dia 30 o congresso voltou a ser tema do jornal, fazendo parte da primeira página com uma fotografia do evento, onde se referia a presença de 1200 empresários de seis distritos. No entanto, o *Diário de Coimbra* não ficou por aqui, pois duas páginas inteiras foram dedicadas ao tema para mostrar as conclusões e o que disseram os intervenientes, havendo até uma fotografia da mesa e, claro, publicidade.

Em 1993 continuava a existir a *Página do Empresário* às terças-feiras porém, na primeira terça-feira do mês (dia 2) não foi publicado o jornal tendo feito, a respetiva página, parte integrante da edição do dia seguinte. Refira-se que todas essas páginas continham a nota “Com a colaboração da ACIC”. Também às sextas-feiras era a vez do *Domingo Magazine*

Fim-de-Semana, um suplemento dedicado a novidades, noite, televisão, livros e eventos. A 4 de Novembro foi publicado um Caderno Especial intitulado por *As 100 Maiores Empresas*.

No ano seguinte tudo se mantinha, desde a *Página do Empresário*, em colaboração com a ACIC, todas as terças-feiras, ao *Domingo Magazine Fim-de-Semana*, não esquecendo *As 100 Maiores*, um caderno publicado na rubrica *Centro Portugal Economia*, que saiu a 8 de Novembro de 1994.

Em 1995 houve uma alteração na paginação e a página semanal dedicada às empresas deixou de existir. Com a mudança da paginação é perceptível, também, uma mudança no grafismo, o que é perceptível ao longo destes vinte anos. Porém, *As Maiores Empresas da Região Centro 1994* foi Edição Especial do *Centro Portugal Economia* de 7 de Novembro de 1995. Um ano depois, a 12 de Novembro de 1996 foi a vez d' *As Maiores Empresas de Castelo Branco e Leiria* e a 27 de Novembro *As 100 Maiores Empresas Coimbra*.

No ano de 1997 foi publicado a 4 de Novembro o suplemento *Centro Portugal Economia* que continha *As 100 Maiores Empresas – Guarda e Viseu*. Refira-se que a primeira página d' *Os Classificados* trazia sempre uma notícia, na maioria dos casos sobre economia. Na quarta-feira, dia 12, foi publicado o *Centro Portugal Economia*, devido a um problema de electricidade (anunciado na edição de terça-feira), o qual contou com *As 100 Maiores Empresas de Aveiro*, com 12 páginas. Terça-feira, dia 18, saiu mais um *Centro Portugal Economia* com *As 100 Maiores – Coimbra*, desta vez com 16 páginas.

Aos Domingos era a vez de sair o *Suplemento Domingo* e, às quintas-feiras era publicada uma página dedicada a automóveis, intitulada por *Motores*.

Novembro de 1997						
	Dia	Páginas	Notícias	Fotos	Publicidade	Abertura
10	Segunda	27	2	0	Sim	Faturação de empresa
13	Quinta	30	5	1	Não	Aniversário de hotel
		31	5	0	Sim	Recusa de redução de horário
19	Quarta	31	4	0	Sim	Mudança de imagem
22	Sábado	28	4	1	Sim	Mostra internacional
26	Quarta	26	2	0	Sim	Contestação da Metropor
27	Quinta	31	5	1	Sim	Histórias de Portugal em vídeo
29	Sábado	32	5	2	Não	Abertura de loja

Tabela 4 – *Informação Empresarial* em Novembro de 1997.

Uma grande diferença verificada foi a introdução da página *Informação Empresarial*, embora sem dia e página definida, como se verifica na Tabela 4. Das oito páginas de Informação Empresarial, três ocuparam a 31 do jornal e as restantes estavam em páginas completamente diferentes, sendo 26 o número mais pequeno.

Na segunda-feira de 10 de Novembro foi a primeira vez que surgiu esta página e, depois, tanto foi publicada quarta-feira, como quinta-feira e sábado. Quanto ao número de notícias, 50% das páginas contabilizou cinco, depois, 25% para páginas com duas notícias e 25% para páginas com quatro.

No que concerne a fotografias metade dos jornais não contou com qualquer ilustração, sendo o mais observado uma fotografia, com 37,5% e, com duas imagens, uma página apenas, o que corresponde a 12,5%. Todas as notícias de abertura tinham fotografia à exceção das páginas de dia 10 e 19. Relativamente à publicidade, 87,5% das páginas tinha anúncios publicitários, em contrapartida apenas 12,5% não tinha qualquer tipo de publicidade. Os assuntos de abertura são completamente distintos e nenhuma das oito diz respeito à mesma empresa.

Agora relativamente ao grafismo, comparando 1992 a 1997, a *Página do Empresário*, tinha antetítulo e título, o *lead* estava a negrito e a uma linha do texto e as legendas poderiam ocupar três linhas. No ano de 1997 o *lead* não se diferenciava graficamente do texto, só algumas notícias tinham antetítulo e as legendas tinham uma ou duas linhas. As notícias maiores eram divididas com subtítulos, para a leitura se tornar mais simples e não tão “pesada”, pois se o texto for longo, o leitor “perde-se” e pode nem ler por achar desinteressante.

Em 1998 já não era publicada *Informação Empresarial*, mas o *Suplemento Domingo* mantinha-se e sempre com 16 páginas com novidades de inaugurações e eventos, receitas culinárias e passatempos. O *Centro Portugal Economia* continuava a sair às terças-feiras e, todas as quintas-feiras os automóveis não passavam despercebidos.

Uma novidade ocorreu em 1999 com o aparecimento do *Roteiro Turístico*, sendo quarta-feira o dia escolhido. A página relativa a *Motores* continuou a ser quinta-feira e o *Suplemento Domingo* continuou, também, sem quaisquer alterações. Em Novembro de 2000 o roteiro não foi publicado e tudo se manteve igual ao ano anterior, porém no ano de 2001 o *Suplemento Domingo* deixou de ser publicado. A situação manteve-se em 2002 e 2003 até que, no ano de 2004 surgiu *Empresas & Negócios*, com uma página sem local definido, tanto

antes de *Desporto* ou de *Agenda Cultural*. Refira-se que aos domingos não era publicado nada neste contexto dando lugar aos *Temas de Domingo*. *Fim-de-Semana* começou a ser publicado à sexta-feira, com oito páginas.

No ano de 2005 era publicada, na maioria das vezes, uma página de *Empresas & Negócios* à exceção de 4 e 25 de Novembro com duas páginas. *Domingo* reapareceu sendo mais semelhante aos atuais. Em 2006 o suplemento *Fim-de-Semana* passou a ser publicado aos sábados.

Em 2007, *Empresas & Negócios* começou a ser publicado, apesar de se manter *Temas de Domingo*. Quanto ao suplemento de fim-de-semana, era dividido em várias partes incluindo inaugurações, social, solidariedade, empresas e, sempre em última página, motores.

Apesar dos suplementos não serem parecidos aos mais recentes, neste ano, *Empresas & Negócios* começou a parecer-se às páginas de hoje, à exceção de não saírem notícias de cabeça, isto é, pequenas notas na parte superior das páginas.

No que concerne a páginas, em Novembro de 2007, contabilizam-se 33, uma vez que em três dias, o sector empresarial ocupou duas páginas. Por outro lado, dez anos antes, houve apenas um dia (13 de Novembro) em que o jornal dedicou duas páginas a este assunto.

Como observámos, ao longo dos anos, a temática empresarial adquiriu uma maior dimensão. De um dia e páginas fixos (terças-feiras, página 6, em 1992) passou, após cinco anos, a sair sem dia e páginas definidos. Porém, dez anos depois, em Novembro de 2007, todos os dias eram dedicados a assuntos do género, havendo três dias com página dupla.

De seguida, na tabela, evidenciam-se o número de notícias e fotografias por página, mencionando se têm ou não publicidade e, ainda, o assunto da notícia de abertura. Para tornar a leitura mais simples optei pela utilização de cores.

Novembro de 2007						
	Dia	Jornal	Notícias	Fotos	Publicidade	Abertura
1	Quinta	28	5	3	Não	Apresentação de portal online
2	Sexta	28	2	1	Sim	Desenvolvimento de tecnologia
3	Sábado	24	5	2	Sim	Aniversário Fabricela
4	Domingo	24	7	2	Não	Praxis aposta na cerveja tradicional
5	Segunda	32	6	2	Não	Apresentação de residência geriátrica
			2	3	Não	Aniversário Fabricela
6	Terça	28	6	2	Não	Abertura de loja
7	Quarta	28	4	2	Não	Apresentação de residência Montepio
8	Quinta	32	5	2	Não	Festa do livro
9	Sexta	32	6	4	Não	Apresentação de automóvel
10	Sábado	28	9	2	Não	Aniversário de ABC Cabeleireiro
11	Domingo	28	6	4	Não	Fim-de-semana para clientes
12	Segunda	32	8	3	Não	Mudança de espaço de loja
13	Terça	28	5	2	Não	Desenvolvimento de empresa
14	Quarta	28	5	3	Não	Expansão de empresa
15	Quinta	32	7	1	Não	Inauguração de empresa
16	Sexta	32	6	1	Sim	Maquiagem ao vivo
			2	2	Não	Apresentação de método de negociação
17	Sábado	28	4	3	Não	Empresa premiada
18	Domingo	24	5	3	Sim	Expansão de empresa
19	Segunda	32	5	2	Sim	Concurso melhores espumantes
20	Terça	32	5	3	Não	Expansão de empresa
21	Quarta	32	4	3	Sim	Abertura de loja
22	Quinta	32	5	3	Sim	Abertura de supermercado
23	Sexta	32	7	2	Não	Certificação de escola
24	Sábado	32	5	1	Sim	Vantagens para sócios da Briosa
25	Domingo	32	6	1	Não	8º Autodesk em Taveiro
26	Segunda	36	5	1	Sim	Parceria entre empresas
27	Terça	32	5	3	Sim	Liquidação em ourivesaria
28	Quarta	32	6	3	Sim	Abertura de loja
29	Quinta	36	4	1	Sim	Aniversário de empresa Re/Max
30	Sexta	36	6	2	Sim	Liberalização das farmácias
			1	2	Sim	Intermarché procurado pela população

Tabela 5 – Empresas & Negócios em Novembro de 2007.

Como se pode verificar na Tabela 5, ao contrário do que ocorria nos anos de 1992 e 1997, todas as páginas tinham fotografias, no entanto, duas fotografias por página foi o mais visível, porque 13 das 33 páginas de empresas optaram por duas fotografias, seguindo-se 11 páginas com três, com uma fotografia apenas sete páginas e, por último, duas páginas com quatro fotografias. No ano de 1997, como vimos, apenas uma página de empresas não continha publicidade mas, dez anos depois, verifica-se que o mais comum é encontrar páginas sem publicidade porque, das 33 páginas, apenas 14 (42,4%) optaram pela utilização de publicidade, contra 19 (57,6%) que não tinham qualquer anúncio.

O assunto mais abordado nas notícias de abertura é a abertura de espaços comerciais e aniversários dos mesmos, não esquecendo a apresentação de espaços ou produtos e a expansão de empresas. Refira-se que o aniversário da Fabricela foi noticiado duas vezes mas, na segunda vez, foi uma página inteira com quatro fotografias e texto. Todos os outros assuntos eram distintos, mas ligados à educação, tecnologia e cultura. Importante mencionar que 81,8%, ou seja, 27 páginas tinham fotografia na notícia de abertura e as restantes seis não tinham ilustração na notícia principal de página (18,2%).

Em 2008 *Empresas & Negócios* e *Fim-de-Semana* continuaram a ser publicados e surgiu o suplemento *Empresas & Negócios*, tendo periodicidade quinzenal e saindo, portanto, a 6 e 20 de Novembro. Em 2009 *Empresas & Negócios* manteve-se mas o suplemento de fim-de-semana passou a chamar-se de *DC Magazine* (saindo às sextas-feiras) e *DC Social* era publicado ao domingo No ano de 2010 a situação mantinha-se e o suplemento dedicado a empresas continuou a ser publicado. Porém, em 2011, a secção *Empresas & Negócios* surgia nas últimas páginas dos jornais, como já acontece atualmente.

Novembro de 2012							
	Dia	Jornal	Cabeça	Notícias	Fotos	Publicidade	Abertura
1	Quinta	28	Sim	2	2	Sim	Empresa premiada
2	Sexta	28	Sim	5	3	Não	Aniversário de <i>shopping</i>
				3	2	Sim	Apoio escolar
3	Sábado	24	Sim	3	2	Sim	Aniversário de empresa
4	Domingo	24	Sim	6	3	Não	Início de curso
5	Segunda	32	Não	2	2	Sim	Aniversário de restaurante
6	Terça	28	Sim	3	3	Sim	Expansão de empresa
				6	3	Sim	Abertura de loja
7	Quarta	28	Sim	3	1	Sim	Visita às Caves Messias
				4	2	Sim	Balanço de feira
8	Quinta	32	Sim	5	3	Não	Aniversário de garrafeira

9	Sexta	32	Sim	3	2	Sim	Novo modelo de automóvel
10	Sábado	28	Sim	7	3	Não	Nova aplicação para telemóveis
11	Domingo	24	Sim	6	2	Não	Aniversário de ourivesaria
12	Segunda	20	Sim	6	3	Não	Novos pratos em restaurante
				3	1	Sim	Aniversário de shopping
13	Terça	28	Sim	4	3	Sim	Abertura de clínica
				4	1	Sim	Novo menu de restauração
14	Quarta	28	Sim foto	5	2	Não	Visita a empresa
				1	1	Sim	Empresa premiada
15	Quinta	28	Não	3	1	Sim	Campanha de automóveis
				2	2	Sim	Campanha de mobiliário
16	Sexta	28	Sim	4	2	Sim	Novo modelo de automóvel
				2	1	Sim	Campanha de automóveis
17	Sábado	28	Sim	5	1	Sim	Nova aplicação energética
18	Domingo	24	Sim	5	2	Sim	Campanha de alimentos
19	Segunda	28	Não	2	2	Sim	Nova publicação
20	Terça	32	Sim	4	2	Não	Campanha publicitária
				2	2	Sim	Pai Natal no Forum
21	Quarta	28	Sim	5	3	Não	Projeto "Encontro em Coimbra"
				4	1	Sim	Apresentação de livro
22	Quinta	24	Sim	2	2	Sim	Campanha de óculos
23	Sexta	28	Sim foto	5	2	Sim	Entrega de refeições ao domicílio
				4	1	Sim	Prémio de ideias empreendedoras
24	Sábado	24	Sim	5	2	Sim	Aniversário de centro de reabilitação
25	Domingo	24	Sim	5	3	Não	Aniversário de lavandaria
26	Segunda	20	Sim	6	3	Não	Atividades natalícias no Freixial
				1	1	Sim	Abertura de restaurante
27	Terça	28	Sim	5	2	Não	Abertura de restaurante
				3	3	Sim	Semana da Caça no Hotel Tryp
28	Quarta	24	Sim	3	2	Sim	Idealmed levou crianças a jogo
				1	1	Sim	Aniversário das Caves de S. João
29	Quinta	32	Não	3	1	Sim	Abertura de talho
30	Sexta	32	Sim	4	1	Sim	Campanha solidária
				2	2	Sim	Aniversário de restaurante

Tabela 6 – Empresas & Negócios em Novembro de 2012.

Nos 30 jornais de Novembro de 2012, 50% contabilizam duas páginas de *Empresas & Negócios* e a outra metade só tem uma página dedicada a esta secção. 14 jornais têm 28 páginas, sendo que oito contaram com 24 páginas, seis com 32 e apenas dois com 20 páginas.

A percentagem das páginas de *Empresas & Negócios* com cabeça é de 86,7% e sem cabeça 13,3%. Refira-se que das 26 cabeças duas delas possuem fotografia. Falando, agora, das notícias as trinta primeiras páginas contabilizam 126 e as quinze segundas páginas apenas 42, o que totaliza 168 notícias, desde breves a notícias de abertura.

O número de notícias varia de uma a sete, sendo que apenas uma vez, no dia 10 de Novembro, foi publicada uma página com este total de informações. Três e quatro notícias correspondem a dez páginas, depois há duas páginas com duas e oito notícias, seguindo-se cinco com seis notícias e apenas três páginas com uma notícia.

Em relação a fotografias não existe uma única página sem algum tipo de imagem ilustrativa, sendo que podem ter até três fotografias. Em evidência estão os 44,5% de páginas com duas fotografias, seguindo-se de 28,9% com somente uma fotografia. Em minoria estão as páginas com três fotografias, o máximo de imagens visualizadas, com 26,7%. As notícias de abertura de página possuem, maioritariamente, fotografia, no entanto, oito delas, o que corresponde a 17,8%, não têm qualquer ilustração para “chamar” ao assunto.

Relativamente ao assunto das notícias de abertura, os aniversários de empresas lideram a tabela (com dez notícias), seguindo-se campanhas diversificadas (sete notícias), a abertura de espaços comerciais (cinco notícias). Surge, pela primeira vez, o tema de empresas premiadas (por duas vezes), assim como o lançamento de novos modelos de automóveis. Restauração e ensino são outras das temáticas noticiadas e, como o Natal se aproximava, nos dias 20 e 26 de Novembro, a presença do Pai Natal no Forum e atividades natalícias no Freixial *Shopping* foram os assuntos escolhidos para as notícias de abertura.

Em 2007 as notícias de abertura tinham um *lead* em destaque no início, não esquecendo o antetítulo e título porém, em 2012, apareceram caixas e destaques nas notícias. Destaque, como o nome indica, é uma parte da notícia mais importante, daí sobressair e as caixas são pequenos textos dentro das notícias (como foi publicado a 8 de Novembro, por exemplo) ou números e horários, uma vez que dia 20 de Novembro na segunda página de *Empresas & Negócios* foi utilizada uma caixa com horários de visita ao trono do Pai Natal no Forum Coimbra. Uma outra diferença, pequena, mas não irrelevante, é que em 2007 as letras da secção *Empresas & Negócios* eram a maiúsculas e, atualmente surgem a minúsculas e mais “carregadas”.

Como observámos, a importância atribuída às empresas, por parte do *Diário de Coimbra*, aumentou com a passagem dos anos. Em 1992 a *Página do Empresário* fazia parte das edições de terça-feira e foi sempre a página seis dos jornais, já em Novembro de 1997 a *Informação Empresarial* saiu dez vezes sem dia definido, havendo um dia que decidiram publicar duas páginas. Dez anos depois, em 2007, havia já a página *Empresas & Negócios* embora com um grafismo diferente de hoje e, na maioria das vezes, havia apenas uma página, só três dias é que publicaram duas. Em 2012 esta secção do jornal era sempre as últimas páginas do jornal, sendo a penúltima cores, havia notícias de cabeça e optavam mais pelo uso de fotografias. De referir que quando surgiu a secção, em 2005, não era publicado nada neste contexto ao domingo.

No *Centro Portugal Economia*, às terças-feiras saíram, por vezes, temáticas como *As 100 Maiores Empresas* e, atualmente, há revistas anuais com *As 1000 Maiores Empresas*. Os suplementos foram-se alterando e, hoje, há dois dedicados à sociedade, o *DC Magazine* e o *Domingo*.

Para percebermos melhor todas as mudanças nas notícias sobre empresas e, ainda, nos vários suplementos entrevistei o Diretor-Geral do *Diário de Coimbra*, Arménio Travassos.

3.2. Entrevista a Arménio Travassos, Diretor-Geral do *Diário de Coimbra*

Cátia Santos (CS) - No ano de 1992 era publicada, às terças-feiras, a *Página do Empresário*. Em 1997 saía *Informação Empresarial* e, depois, começou a ser publicado *Empresas & Negócios* que ainda hoje existe. Qual a razão para com o decorrer dos anos se atribuir, agora, mais importância a esta temática?

Arménio Travassos (AT) - Antigamente não fazia muito sentido que o *Diário de Coimbra* metesse uma rubrica da vida comercial de Coimbra, da Figueira, de Cantanhede e da Região. As notícias surgiam sem lugar fixo e isso não tinha qualquer lógica. Então, em vez de se misturar esta rubrica com outras informações foi criada uma secção própria. Nada melhor que criar hábitos aos leitores, para ganhar proximidade com eles e, particularmente, anunciantes.

CS - O *Suplemento de Domingo* surgiu em 1997 e após dez anos apareceu, às sextas-feiras, o *Suplemento Fim-de-Semana*. Em 2009 havia o *DC Social* e o *DC Magazine*. Por que motivo hoje publicam o *DC Magazine* e o *Suplemento de Domingo*?

AT- O *Suplemento de Domingo* que sai agora não tem nada a ver com o de domingo que já saiu, porque esse era publicado numa altura de convulsão em que não havia jornais ao

domingo. Acontece que nos apercebemos que há uma necessidade e procura, das pessoas, de reportagens fotográficas de vários eventos, nomeadamente, inaugurações, noite e eventos das Câmaras Municipais. No *DC Magazine* há sempre uma entrevista a um artista que venha cá atuar ou então à região e o facto de serem a cores é uma vantagem adicional.

CS – Sim, na segunda página. Mas o *DC Magazine* aborda em última página Motores, Casas de Fado, Aldeias do Xisto e Museus...

AT – É verdade mas, agora, no Verão sai a reportagem de uma praia com bandeira azul. Falámos e decidimos assim! O objetivo é percorrer todas as praias com bandeira azul e, no domingo, praias-mar com bandeira azul, para promover a divulgação e a visita das pessoas a esses locais para aumentar os fluxos turísticos e proteger a economia local da zona e território,

CS - A secção *Empresas & Negócios* proporciona o aumento de assinaturas e de publicidade por parte de quem solicita a publicação das informações?

AT - O importante é aumentar o nível de satisfação dos leitores que são os interessados, proprietários dos estabelecimentos e empresas que solicitam a informação, e os outros leitores para conhecerem novas marcas para o mercado, empresas e produtos e, claro, saberem de aberturas de lojas e aniversários de empresas.

CS - *Centro Portugal Economia*, era um suplemento de terças-feiras que contava, por vezes, com a publicação *As 100 Maiores Empresas*. No ano passado, a 29 de Novembro, foi publicado *As 1000 Maiores Empresas*. Qual a razão deste aumento considerável?

AT - Todos os anos há um *ranking* das 1000 maiores empresas do distrito de Coimbra, porque há uma necessidade de lhes dar visibilidade. Assim fazemos produtos editoriais dedicados às mesmas, mas só relativamente a Coimbra, definidos do ponto de vista gráfico e seu posicionamento. O *Diário de Aveiro*, *Diário de Leiria* e *Diário de Viseu* fazem, também, este suplemento mas sobre empresas da região em que eles se localizam.

CS - Em 2013 voltou a ser publicado, mensalmente, o suplemento *Empresas & Negócios*. Quais os motivos desta aposta?

AT – Trata-se de um suplemento que sai uma vez por mês, para descobrir as zonas industriais dos concelhos, e para mostrar que na economia e nas empresas não acontecem só coisas más

como falências e insolvências. Também acontecem coisas boas, há empresas boas da região que exportam produtos e colocam bons serviços e produtos em mercado nacional.

CS - O *Roteiro Turístico* fez parte integrante do jornal em 1999. Para quando novos roteiros?

AT – O roteiro dedicava-se, sobretudo, a hotelaria e restauração. Então, devido a crise económica neste sector, decidimos adiar este projeto.

3.3. Do *press release* ao jornal

Antes de serem publicadas, as notícias passam pelos assessores de imprensa, que informam os jornalistas do que vai acontecer. Porém, não é um processo recente uma vez que, a assessoria de imprensa surgiu no século XX, mais concretamente no ano de 1906, sendo o jornalista Ivy Lee quem iniciou a actividade (Mauad, 2009), no entanto, também «o desenvolvimento industrial propiciou a formação das massas de trabalhadores e, com elas, das primeiras associações e sindicatos com ideias socialistas, comunistas ou anarquistas» (Mafei, 2004: 18). De mencionar que assessoria de imprensa ou de comunicação é «o setor de uma companhia que trabalha com a comunicação empresarial, ou comunicação corporativa, ou ainda comunicação organizacional» (Chinem, 2003: 7). O seu objectivo é «controlar, incrementar ou restringir o fluxo de informação que é veiculado nos meios de comunicação social sobre o assessorado, quer se trate de uma empresa, entidade oficial ou personalidade» (Beirão *et al.*, 2010: 13).

Há uma ligação entre os jornalistas e os assessores de imprensa pois, sem eles contactarem os meios de comunicação social não temos, enquanto jornalistas, acesso a grande parte das informações. Como afirma Vítor Gonçalves «uma das principais tarefas dos assessores: o contacto permanente com os jornalistas» (Gonçalves, 2005: 146). «A assessoria de imprensa, para além de ser uma fonte de informação, tem que ter a capacidade de proporcionar situações que facilitem a cobertura jornalística das atividades importantes» (Beirão *et al.*, 2000: 16).

«Os assessores de imprensa e as agências de comunicação falam para os jornais, estabelecem contactos privilegiados com jornalistas para passarem informação que interessa às pessoas ou instituições para as quais trabalham – mas que (...) interessa aos jornais» (Saraiva, 2007: 194), no entanto, devem ser criativos, eficazes e claros, pois a forma dos assessores transmitirem os assuntos vai influenciar o comportamento das pessoas (Beirão *et al.*, 2000).

«Entre assessores e jornalistas deve existir uma complementaridade do trabalho. Ao assessor cabe disponibilizar a informação, fornecendo-a ao jornalista e este, tem que avaliar o material recebido e procurar informações adicionais, fundamentando o seu trabalho na credibilidade que a informação tem, o que depende em muito da credibilidade da assessoria» (Beirão *et al.*, 2000: 19).

De facto, «o assessor de imprensa é um profissional que mantém contato regular com as redações, conhecendo os jornalistas (repórteres, pauteiros, chefes de reportagem e editores), seus interesses e a rotina de seus trabalhos» (Chinem, 2003: 12-13) e, assim sendo, verifica-se que «essa relação não funciona só num sentido, dos assessores para os jornalistas, mas também em sentido inverso» (Gonçalves, 2005: 147). Portanto, a assessoria de imprensa «tem um papel primordial junto dos meios de comunicação social e permite estabelecer fortes relações de cooperação com os jornalistas» (Beirão *et al.*, 2000: 15).

Tanto jornais, como rádios ou canais televisivos são empresas e, portanto, organizações, sendo que «uma organização humana é simplesmente uma rede comunicacional. Se a comunicação falha, uma parte da estrutura organizacional também falha» (Rego, 2013: 32-33). É fundamental a comunicação entre os membros de determinada organização entre si, assim como com outras entidades favoráveis ao seu desenvolvimento, neste caso, a relação jornalista-assessor de imprensa e vice-versa é favorável a ambas as partes. De mencionar que «a comunicação é um processo dinâmico, muito complexo e multidimensional» (Rego, 2013: 138) e, apesar destas características, o assessor divulga eventos ou acontecimentos e o *media*, ao fazer dessa informação notícia está a informar o público, sendo que certos assuntos podem levar até ao aumento de vendas e de audiências.

«O conhecimento tornou-se o principal fator competitivo das empresas. A informação – instrumento de trabalho por excelência do jornalista – transformou-se no elemento crítico das novas relações em todas as áreas; tornou-se o coração das empresas. Com isso, a área de comunicação subiu do *status* tático da “assessoria de imprensa” – responsável apenas pela transmissão à *mídia* de decisões empresariais das quais não participava – a um papel estratégico, em que sua

expertise será cada vez mais demandada e influente. Esta situação pode não estar se verificando já em todas as organizações, mas é uma nítida tendência geral.» (Castro, 2012: 22).

Os assessores enviam o *press release* [«texto jornalístico produzido pela área especializada com o objetivo de informar as redações sobre assuntos de interesse da organização» (Chinem, 2003: 67)] visando, desta forma, «transformar uma informação, com potencial para virar notícia, em um texto (...) e é encaminhado para os vários profissionais da imprensa» (Carvalho e Reis, 2009: 1). Os *press releases* devem «informar, anunciar, defender ou esclarecer determinadas matérias ou assuntos que a entidade assessorada entenda convenientes» (Beirão *et al.*, 200: 48-49).

No entanto, «depois de anunciado o tema principal, o *press release* deve trazer informações sobre a organização, entidade ou empresa que está por trás daquela veiculação específica, de modo a dar credibilidade e sustentação à divulgação» (Mafei, 2004: 45). Refira-se que o *press release* pode ser enviado em exclusividade para apenas um órgão de comunicação, a fim de se ter uma relação mais próxima com esse determinado *media* (Beirão *et al.*, 2000).

«A assessoria de imprensa permite o fluxo de informação da empresa para os *media* e deve servir de fonte credível e disponível» (Beirão *et al.*, 2010: 11) o que «promove a mensagem da empresa» (Beirão *et al.*, 2010: 14).

Mesmo que o *media* opte por não fazer cobertura ao acontecimento, pode noticiá-lo para, no caso de um jornal, os leitores estarem informados. Se bem que «o papel dos jornalistas é testemunhar a realidade – não é influenciar a realidade» (Saraiva, 2007: 192), até porque «um meio de comunicação só se torna influente se for credível. E só é credível se não tentar distorcer a verdade, se procurar ser rigoroso» (Saraiva, 2007: 193). Assim sendo, o assessor é «o intermediário entre o jornalista e a fonte, conhecer bem a sua função e saber como se posicionar a partir de aí» (Chinem, 2003: 28) e «os assessores não só informam os jornalistas sobre os acontecimentos como procuram persuadi-los a cobrirem os eventos» (Gonçalves, 2005: 146).

«O assessor de imprensa tem que entender que seu trabalho é crucial não apenas para a melhoria da imagem da organização, mas ele é quem pauta, muitas das vezes, os jornais de circulação. Por isso, as

atividades exercidas dentro de uma empresa são extremamente relevantes. Um simples *release* designado ao veículo certo e bem redigido garante boas matérias e bons espaços editoriais» (Mauad, 2009: 11).

De facto, «o processo de valorização da informação tem forte impacto na maneira da sociedade se organizar e produzir» (Pereira e Herchmann, 2002: 4), não esquecendo que na sociedade em que estamos inseridos «o conhecimento e a informação desempenham um papel estratégico, sendo chave para a produção constante de inovação, condição básica para o sucesso das organizações» (Pereira e Herchmann, 2002: 4). Assim sendo, «os assessores e as agências fazem o seu trabalho, que é legítimo, competindo aos jornalistas resistir às pressões e às manobras de sedução» (Saraiva, 2007: 194-195).

A assessoria de imprensa visa «conseguir com que a imprensa se manifeste de maneira espontânea, no espaço destinado ao conteúdo editorial (e não à publicidade), sobre assuntos de interesse público relacionados aos assessorados» (Mafei, 2004: 28).

O objetivo fundamental do assessor de imprensa é «cultivar e difundir a boa imagem de quem o contrata; para além de ser um especialista nesta área, é um gestor de informação e de relações» (Beirão *et al.*, 2010: 20). Os assessores têm regras de redação dos documentos que enviam para os órgãos de comunicação social, daí o *press release* precisar de «ser exato e rico de informações» (Mauad, 2009: 5). Para Rivaldo Chinem são inadmissíveis erros no que concerne ao horário de um evento e informações precipitadas não têm qualquer valor, porque só mostra má qualidade de informação (Chinem, 2003). Se situações deste género acontecerem muitas vezes, o mais comum é os leitores deixarem de comprar o jornal que costumam adquirir e, no caso da televisão, mudarem de canal.

O documento deve estar claro, correto e conciso para que o jornalista consiga basear-se a fim de elaborar uma notícia cujo «*lead* deve chamar a atenção e trazer informações relevantes» (Mauad, 2009: 5). Um texto com um título chamativo e um *lead* apelativo e explicativo, com quatro ou cinco linhas “prendem” o jornalista, para continuar a leitura. Se o documento tiver números que acrescentem informação e credibilidade é uma razão para que o *press release* se “transforme” em notícia e o anexo de imagens e vídeos ajuda na oportunidade da divulgação da notícia (Carvalho e Reis, 2009).

O trabalho do assessor de imprensa desenvolve-se «com o espaço editorial e não com o publicitário, e que as ferramentas principais são a notícia de qualidade e a argumentação»

(Mafei, 2004: 11), no entanto, o *press release* deve estar bem escrito, de acordo com as regras, para facilitar o processo.

«O assessor de imprensa não pode nem deve alimentar expectativas de que a sua informação vá ser aproveitada em todo ou em parte pelo jornalista na sua peça. Mas pode ter fundadas esperanças de que quanto mais correcta, factual e organizada estiver a informação que fornece ao jornalista, maiores serão naturalmente as possibilidades dessa mesma informação ser difundida pelo jornalista» (Lampreia, 1999: 67).

De acordo com José António Saraiva, o jornalismo é comparável a uma árvore pela coragem, rigor e independência. A independência é a terra onde o jornalismo tem as raízes; o rigor concerne ao tronco da árvore, o que suporta ramos e folhas, daí o jornalismo dever ser claro, simples e escorreito, como a estrutura do tronco; e, por fim, a coragem são as folhas porque, é através delas que a árvore se projeta e o jornalismo não deve ter medo de reportar a verdade (Saraiva, 2007).

Aquando a elaboração do *press release*, o passo seguinte é a sua divulgação através do envio da informação para os *media*. Atualmente, o *fax* já não é utilizado tendo a informação que ser enviada aos meios de comunicação social através de *e-mail* ou até *sms* (Diogo e Viana, (s.d.)).

O processo de envio de informação através do correio eletrónico é conhecido por *mailing list* ou apenas por *mailing*, isto é, «um banco de dados no qual estão armazenadas informações de um grupo de destinatários e que permite o envio de material para clientes, fornecedores e, no nosso caso, profissionais da imprensa» (Carvalho e Reis, 2009: 15). De acordo com Sêmia Mauad, «o bom *mailing* deve ser atualizado diariamente. Deve conter o nome e os contactos dos jornalistas de redação, ficando mais fácil a identificação e o envio do material» (Mauad, 2009: 7).

Com esta lista de endereços, «o assessor de imprensa envia os seus comunicados, notas, credenciais, ou convites com o objectivo de incentivar a publicação de determinada informação» (Beirão *et al.*, 2000: 73). Nesta relação profissional, «os jornalistas desenvolvem a sua rede de contactos com a sociedade esperando obter a melhor informação no menor tempo» (Diogo e Viana, (s.d.)). Até porque os assessores não enviam a informação apenas

uma vez, «algumas agências de comunicação optam por encaminhar relatórios diários ou semanais de atividades» (Mafei, 2004: 52) e, depois, o jornalista decide publicar, ou não, a informação contida no *press release*, de acordo com a sua relevância.

Os assessores de imprensa devem ter um conjunto de contactos que possibilite flexibilidade no desenvolvimento das suas ações, no entanto, os contactos não servem apenas para divulgar *press releases* mas, conhecer pessoalmente, ter uma relação informal de parceria profissional (Beirão *et al.*, 2010).

«Um bom relacionamento com o jornalista abre a oportunidade para que o assessorado tenha mais confiança no trabalho deste e que, no futuro, forneça a ele informações exclusivas. O jornalista, por sua vez, poderá recorrer a essa fonte, com muito mais facilidade, para pedir opiniões sobre assuntos em pauta na ocasião. A transparência entre as duas partes permitirá melhor fluxo de informações no futuro» (Mafei, 2004: 68).

No caso da realização de um evento, o assessor deve contactar vários órgãos da comunicação social e enviar um comunicado, para que não apareçam somente um ou dois repórteres e, obviamente devem disponibilizar-se ao esclarecimento de dúvidas e, se necessário, enviar posteriormente informações complementares para as redações. No entanto, após o término do evento é fulcral consultar os *sites* para verificar se a mensagem foi entendida e, se existir incorreções, o assessor deve corrigir para que se evitem erros nos jornais do dia seguinte (Mafei, 2004). Isto porque o leitor não deve ser enganado pois, se perceber que o jornal que compra costuma ter vários lapsos simplesmente deixa de o comprar, o que leva à diminuição das vendas e ainda à descredibilidade do *media*.

O jornalista assessor de comunicação empresarial tem de desenvolver capacidades administrativas e de direcção estratégica, precisa de ter capacidade para trabalhar em equipas multidisciplinares em projectos variados e, acima de tudo, ter espírito de liderança, não esquecendo as suas responsabilidades sociais e a ética (Castro, 2012). Há uma relação profissional entre o assessor de imprensa e o jornalista, uma vez que «têm o objetivo em comum de divulgar informações corretas. É essa a confluência que pode e deve contribuir para a boa qualidade do jornalismo» (Mafei, 2004: 11).

Vítor Gonçalves aborda a importância dos assessores na política, concluindo que «os assessores desempenham o seu papel crucial de elo de ligação entre o responsável político a que prestam assessoria e os jornalistas» (Gonçalves, 2005: 146).

«Quando se trata de assessoria para órgãos de governo, por exemplo, busca-se a aprovação pública para ações implantadas ou para a criação de um ambiente político propício para a implantação de leis e programas. Se levarmos em conta um trabalho para organizações não-governamentais, ainda, a assessoria de imprensa deve atuar para disseminar informações de utilidade pública, para ajudar a empresa a receber recursos financeiros destinados a projetos, entre outros objetivos» (Mafei, 2004: 26).

No livro *Assessoria de Imprensa Como se Relacionar com a Mídia*, Maristela Mafei refere os objetivos comuns entre jornalistas e assessores, já que os assessores intensificam o fluxo de informações entre os meios de comunicação e a sociedade. Esta tarefa facilita o acesso dos jornalistas às fontes e, conseqüentemente, o auxílio aos assessorados, que têm um canal de comunicação aberto com a imprensa (Mafei, 2004) uma vez que, «o assessor de imprensa pode e deve assumir-se como um informador privilegiado dos jornalistas» (Lampreia, 1999: 66).

«Sob responsabilidade do assessor de imprensa indicam-se: elaboração de *press releases*, sugestões de pauta e *press kits* relacionamento formal e informal com pauteiros, repórteres e editores da *mídia*; acompanhamento de entrevistas de suas fontes; organização de coletivas; edição de jornais, revistas, *sites* de notícias e material jornalístico para vídeos; preparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos; organização do *mailing* de jornalistas; *clipping* de notícias (impressos, internet e eletrônicos); arquivo do material jornalístico; participação na definição de estratégias de comunicação».
(Fenaj *apud* Castro, 2012: 20).

Portanto, «a Assessoria de Imprensa trabalha com material redaccional, que não é pago; ele é enviado para a *mídia*, que aproveita dependendo do seu valor, o qual, por sua vez, leva em conta unicamente o interesse do leitor (...) O importante é a notícia» (Chinem, 2003: 18). Porém, o *press release* pode tornar-se «matéria jornalista se tratar algo novo, inédito, um assunto que consiga se destacar no conteúdo da *mídia* que diariamente é apresentado aos leitores, telespectadores, ouvintes e usuários da Internet» (Carvalho e Reis, 2009: 1).

Assessoria de imprensa nada tem a ver com publicidade, porque a publicidade promove produtos ou empresas e é paga, já a assessoria trabalha com material redatorial que é enviado para os *media* e aproveitado consoante o seu valor informativo e, porque é totalmente gratuito, para o jornalista o importante é a notícia e não a venda (Beirão *et al*, 2000). Portanto, a assessoria é uma forma de divulgar e dar a conhecer eventos, empresas, lojas, produtos, marcas, para que os leitores fiquem informados e possam frequentar os espaços o que, obviamente é bastante positivo para o anunciante que solicita a notícia pois, para além de promover o que é seu, pode tirar benefícios disso com possíveis clientes.

No *Diário de Coimbra* chegavam, diariamente, vários *press releases* sendo que algumas empresas escolhiam o dia para a notícia ser publicada e outras pediam que o texto saísse tal e qual como nos enviavam. Logicamente, tudo depende do espaço editorial e da pertinência da informação mas tentávamos de tudo para que as notícias fossem publicadas no dia pretendido, embora as tivéssemos de adaptar, até por questões de espaço na maquete, isto é, o modelo de página escolhido.

A tomada de decisão em apostar na assessoria de imprensa deve-se a vários motivos, nomeadamente, fortalecer a imagem das empresas; reposicionar a marca da organização ou a imagem da personalidade junto à opinião pública; promover ações de apoio a divulgações específicas, caso de lançamento de produtos, campanhas publicitárias, manifestações, eventos e inaugurações (Mafei, 2004).

Em suma, a assessoria visa «preparar todos os instrumentos que poderão servir de veículo à divulgação de temas relevantes, transformando-os em temas interessantes para o público» (Beirão *et al*, 2010: 13), com o objetivo fulcral de expor uma empresa e os seus serviços, a fim de ganhar clientes e, no caso da política, serve para promover a imagem de um candidato a eleições.

Conclusão

Após a análise das notícias do sector empresarial no *Diário de Coimbra*, entre 1992 e 2012, posso afirmar que, ao longo dos anos, as diferenças da secção na qual estagiei são notáveis. Em 1992 saía, todas as terças-feiras, a *Página do Empresário* e, cinco anos depois, a *Informação Empresarial* sem dia concreto. Porém, há uma diferença notável pois, como o aparecimento de cor no *Diário de Coimbra* data de 1993, de 1993 para 1997 verifica-se uma diferença nas páginas de empresas dos dias 22 e 29 de Novembro.

No ano de 2002 não foi publicada nenhuma página relativa a este assunto e, em 2007, havia já *Empresas & Negócios*, se bem que aos domingos não era publicada. No ano de 2012 surgiram algumas alterações, tais como o aparecimento de cabeça na primeira página de *Empresas & Negócios* e que, como eram as últimas páginas, na maioria das vezes, tinham cor.

Assim sendo, em relação ao grafismo verifica-se uma diferença considerável até porque as páginas não eram a cores e era raro serem publicadas fotografias. Também é visível o aparecimento de cabeças, ou seja, pequenas notícias no cabeçalho das primeiras páginas de *Empresas & Negócios*. Porém, algumas das primeiras páginas, por questões editoriais ligadas à publicidade, não tiveram cabeça e outras para além desse breve texto, contaram com uma pequena imagem.

Para além das mudanças no grafismo e paginação pode afirmar-se que, atualmente, as empresas têm mais importância no *Diário de Coimbra* porque, todos os dias, é publicada uma ou duas páginas com esta realidade. Os assuntos são quase sempre os mesmos, assim como as áreas que abrange a secção (restauração, ensino, aniversários, premiações) mas, o principal objetivo é mostrar aos leitores que nem todas as notícias são más. Há negócios que correm bem, empresas que expandem e evoluem, novas lojas que, apesar da crise económica em que estamos, não desistem e apostam na diferença.

De mencionar que em 1992, o primeiro ano sujeito a análise, as notícias foram quase todas sobre o Clube dos Empresários do Centro (eleições e congresso), embora uma trata-se dos novos incentivos à indústria. Assim, verifica-se que os assuntos em nada correspondiam aos atuais porém, em 1997, já se aproximavam mais da realidade porque, por exemplo, dia 13 de Novembro, o assunto da notícia de abertura foi o aniversário do Hotel D. Inês e, 29 de Novembro, a abertura de uma loja de velharias.

Existem cada vez mais empresas e, apesar da crise económica, há quem aposte em expandir produtos, proporcionar descontos em objetos ou serviços, abrir empresas ou lojas.

Isto verifica-se na quantidade de *press releases* que recebi no *Diário de Coimbra*, onde solicitavam a publicação de informação das empresas, a promoção de serviços e atividades. Se bem que, muitas vezes, o pedido era a informação do aniversário e balanço das mesmas, não esquecendo o facto de algumas terem serem premiadas ou distinguidas.

Os assessores de imprensa optam pelo envio de informações aos jornais e outros meios de comunicação para darem a conhecer a empresa e serviços e, com o aparecimento no jornal, vão tendo mais clientes pois, os leitores ficam a saber e querem conhecer os espaços comerciais. No entanto, podem não ser apenas espaços comerciais, mas também educativos pois, muitas vezes, recebíamos informações sobre a abertura de cursos e inscrições nos mesmos, havendo mesmo descontos. Enfim, *Empresas & Negócios* é uma secção que ajuda as empresas no seu lançamento para o mercado, comunica aniversários, expansões e faz balanços da atividade, desde Coimbra, a Cantanhede, Figueira da Foz, um pouco por toda a região.

Os três meses de estágio foram bastante positivos e posso dizer que serão inesquecíveis, porque apesar de ter sido pouco tempo aprendi o que é trabalhar numa redação, escrever para um jornal, consoante as regras adotadas. É impossível explicar o que senti ao ver a minha primeira notícia assinada (Anexo 2), mas foi uma sensação ótima observar o trabalho de uma manhã e parte da tarde transformado em notícia de abertura de página. Quando vi notícias elaboradas por mim publicadas no *Diário de Leiria* (Anexo 22) e no *Diário de Viseu* (Anexo 28) fiquei muito feliz por considerar que estavam a gostar do meu trabalho. Relativamente ao Guia Gastronómico, para o qual contribuí com alguns textos, e ao suplemento da Climatização, inteiramente da minha autoria, apesar da constante pesquisa foram trabalhos que gostei bastante de elaborar. Foi bastante enriquecedor e gostei imenso de estagiar no *Diário de Coimbra*, o que é visível até no facto de ter sugerido e, após aprovação dos meus superiores, ter elaborado três notícias por minha iniciativa, sendo elas os Anexos 17, 24 e 25.

Pensava, inicialmente, que a área para a qual me “mandaram” trabalhar era relativa a publicidade mas, com o passar do tempo percebi que não. Trata-se de assessoria e há uma relação profissional entre jornalistas e assessores, porque eles precisam de jornalistas para divulgar e os jornalistas precisam dos assessores para terem informações, para saberem das inaugurações e dos eventos.

Bibliografia e webgrafia

- BEIRÃO, Inácio, CAETANO, Joaquim, CAETANO, Paulo, VASCONCELOS, Maria, VASCONCELOS, Paulo. 2000. *O Essencial Sobre Assessoria de Imprensa*. Coimbra: Angelus Novus.
- CARVALHO, Cláudia e REIS, Léa Maria Aarão. 2009. *Manual Prático de Assessoria de Imprensa*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: http://books.google.pt/books?id=TaXO9O77dMQC&printsec=frontcover&dq=assessoria&hl=pt-PT&sa=X&ei=r6u_Ua2tJIK07QadjYGYBA&ved=0CDAQ6AEwAA
- CASTRO, Alexandre. 2012. *O Jornalista Assessor de Comunicação Empresarial na Sociedade da Informação e do Conhecimento*. BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-jornalista-assessor-comunicacao.pdf>
- CHINEM, Rivaldo. 2003. *Assessoria de Imprensa: Como Fazer*. São Paulo: Summus Editorial. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: http://books.google.pt/books?id=wu1Tp8yem3gC&printsec=frontcover&dq=assessoria&hl=ptPT&sa=X&ei=r6u_Ua2tJIK07QadjYGYBA&ved=0CDcQ6AEwAQ#v=onepage&q=assessoria&f=false
- DIÁRIO DE COIMBRA. *Estatuto Editorial do Diário de Coimbra*. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: <http://www.diariocoimbra.pt/estatuto-editorial>
- DIOGO, José-Manuel e VIANA, Luís Miguel. (s.d.). *Assessoria de Imprensa*. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: <http://www.agendasetting.pt/empresas-relacoes-publicas-portugal/assessoria-de-imprensa/>
- GONÇALVES, Vítor Manuel. 2005. *Nos Bastidores do Jogo Político: O Poder dos Assessores: O Papel dos Assessores de Imprensa no Processo de Construção da Imagem do Governo: O Caso do Partido Socialista 1995-2002*. Coimbra: Minerva.
- LAMPREIA, J. Martins. 1999. *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa-América.
- MAFEI, Maristela. 2004. *Assessoria de Imprensa Como se Relacionar com a Mídia*. São Paulo: Editora Contexto.

- MAUAD, Sêmia. 2009. *Os Segredos de um Bom Assessor de Imprensa*. BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-muad-os-segredos.pdf>
- NUNES, Mário. 2000. *1930 2000 Diário de Coimbra 70 Anos de História*. Coimbra: Diário de Coimbra.
- PEREIRA, Carlos Alberto Messeder e HERSCHMANN. 2002. *Comunicação e Novas Estratégias Organizacionais na Era da Informação e do Conhecimento*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador/BA. [Acedido em 12/06/13]. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/13380369663672840882236511766803624916.pdf>
- REGO, Arménio. 2013. *Comunicação Pessoal e Organizacional: Teoria e Prática*. Lisboa: Edições Sílabo.
- SARAIVA, José António. 2007. *Política à Portuguesa. Ideias, Pessoas e Factos. As Minhas Aulas na Universidade Católica Seguidas de Cronologia Política: 1817-2004. Dos Alvares do Liberalismo às Primeiras Três Décadas da Democracia*. Cruz Quebrada: Oficina do Livro.

ANEXOS

Livro analisa evolução das pontes de Coimbra

JORGE ALARCÃO "As Pontes de Coimbra que se Afogaram no Rio" é o sugestivo e explicativo título do novo livro do historiador e arqueólogo Jorge de Alarcão.

Na obra, o professor jubilado da Universidade de Coimbra, analisa a história da construção e reconstrução das pontes coimbricenses.

O livro foi lançado esta semana, na sede da Região Cen-



Obra foi lançada na Ordem dos Engenheiros

tro da Ordem dos Engenheiros, na Rua Antero de Quental, com apresentação do antigo reitor da Universidade de Coimbra Fernando Seabra Santos.

O autor considerou oportuno o lançamento da obra porque em 2013 serão comemorados os 500 anos da ponte Manuelina. Uma ponte que, segundo Seabra Santos, terá inspirado a construção da actual travessia pedonal Pedro e Inês. A primeira, explicou, «tinha um "O" [do lado de Santa Clara] onde os estudantes e as tricanas namoravam». A «Pedro e Inês não tem o "O", a rotunda, mas tem praceta», concluiu. «

Verticala aposta na eficiência energética

Tecnologia Coimbra vai receber o centro de investigação e desenvolvimento da Verticala, projecto que resulta da parceria entre a Critical Software e a Sauter

Cátia Santos

A empresa Verticala, que resulta de uma parceria da Critical Software e da Sauter, foi apresentada ontem no edifício da Critical Software, em Taveiro. A aposta é «diferente e inovadora», de acordo com Rui Avelãs, managing director da Verticala. A nova empresa «desenvolve soluções inovadoras para edifícios inteligentes, focados na eficiência energética». Segundo Gonçalo Quadros, chairman da Critical Software, «deve apostar-se em empresas baseadas no conhecimento, só assim podemos construir uma economia vibrante e forte».

Esta empresa pretende liderar o mercado de soluções inovadoras de monitorização e controlo de edifícios, garantindo consumos de energia mais racionais e ambientes sustentáveis. A Critical Software é uma empresa que desenvolve tec-



Representantes das empresas na sessão de apresentação do novo projecto

nologia na área de sistemas críticos, investindo em investigação e desenvolvimento e trabalha com energia em três vertentes: energias renováveis, eficiência energética e mobilidade sustentável. Por outro lado, a Sauter é uma empresa suíça, li-

der em soluções tecnológicas de automatização para 'edifícios verdes'. Estas empresas, aliam-se num projecto com dois anos de desenvolvimento, onde investiram dois milhões de euros. A nova empresa, que vai sediar

o seu centro de investigação e desenvolvimento em Coimbra, prevê criar mais de vinte postos de trabalho nos próximos seis meses e investir 6 milhões de euros até 2017. A empresa prevê uma facturação de 10 milhões em seis anos. «

Reaprender a fazer um pé de meia

Dia Mundial É preciso revalorizar o conceito de poupança, uma boa estratégia para enfrentar dias difíceis



Os conceitos de poupança devem começar a ser reforçados desde a infância

Cláudia Santos
O Dia Mundial da Poupança, criado com o objetivo de alertar os consumidores para a necessidade de distinguir gastos conscientes, surgiu no dia 1 de outubro, coincidindo com o aniversário de 100 anos da instituição que se dedica a promover a cultura de poupança e a sua importância para garantir o futuro de cada um de nós e o mundo que nos rodeia.

Criado em outubro de 1912, durante o primeiro Congresso Internacional de Economia, que decorreu em Milão, é um dia para refletir sobre a importância de distinguir em qualquer situação os gastos necessários e a importância de poupança para promover o desenvolvimento pessoal e social.

de consumo, aprendendo a resistir à tentação de gastar e a evitar o desperdício. É essencial estabelecer prioridades, para avaliar os gastos e evitar a tentação de gastar mais do que se pode pagar. Para isso, convém estabelecer uma base sólida de hábitos, para garantir a sustentabilidade da poupança, devendo fazer-se os melhores possíveis investimentos em educação e formação pessoal e profissional.

A DCCJ tem como missão promover a cultura de poupança e a sua importância para garantir o futuro de cada um de nós e o mundo que nos rodeia. Para isso, convém estabelecer uma base sólida de hábitos, para garantir a sustentabilidade da poupança, devendo fazer-se os melhores possíveis investimentos em educação e formação pessoal e profissional.

Jovens, nas comemorações do Dia Mundial da Poupança, devem procurar estabelecer prioridades, para avaliar os gastos e evitar a tentação de gastar mais do que se pode pagar. Para isso, convém estabelecer uma base sólida de hábitos, para garantir a sustentabilidade da poupança, devendo fazer-se os melhores possíveis investimentos em educação e formação pessoal e profissional.

A poupança é um dos pilares da prosperidade, base da riqueza e alavanca para a sustentabilidade. Investir para ganhar, também se reserva para o futuro, criando-se as melhores condições para garantir o futuro de cada um de nós e o mundo que nos rodeia.

Descontos com o Cartão Jovem

Das 17 aos 29 anos, pode-se usufruir de descontos, mediante a apresentação do Cartão Jovem, que tem um custo de 10 euros. Anula o período de validade em termos de validade de validade. Vigente, podendo ser utilizado em estabelecimentos comerciais em Coimbra, desde que possua no Instituto da Juventude, na Praça de Juventude, edifício de comércio e gestão de Vagos Aires.

Aprender a poupar no dia-a-dia

Lutar o Dia da Poupança não é apenas um dia, significa também começar a poupar todos os dias e com responsabilidade. Por exemplo, quando se vai ao supermercado deve fazer uma lista e comprar apenas aquilo que precisa. Em casa, os aparelhos elétricos devem ser desligados quando não estão a utilizar e evitar a água quente quando não é necessária.

Como ganhar algum dinheiro extra

Uma forma de conseguir algum dinheiro extra é através do trabalho de meio período. Outra forma é através da venda de produtos que não se usam mais. Também se pode ganhar dinheiro através da prestação de serviços, como a limpeza ou a manutenção de jardins.

Webinar sensibiliza alunos para educação financeira



A Direção Geral da Educação organizou, recentemente, no Colégio de Vagos, um webinar sobre educação financeira. O webinar foi realizado em 17 de outubro, com o objetivo de sensibilizar os alunos para a importância da educação financeira.

Os participantes foram sensibilizados para a importância de fazer um orçamento pessoal e de evitar o consumo excessivo. Também se falou sobre a importância de poupar e de investir para o futuro.

O webinar foi muito bem recebido pelos alunos, que ficaram interessados em aprender mais sobre educação financeira. A Direção Geral da Educação agradece a participação de todos os alunos.

o webinar foi fundamental para sensibilizar os estudantes em instrumentos financeiros e orientá-los para a adoção de hábitos de consumo responsáveis.

A iniciativa foi liderada pelo professor de Matemática do Colégio de Vagos, João Lopes, e contou com a participação de alunos do curso de Matemática do 12.º ano.

O webinar foi muito bem recebido pelos alunos, que ficaram interessados em aprender mais sobre educação financeira. A Direção Geral da Educação agradece a participação de todos os alunos.

O webinar foi muito bem recebido pelos alunos, que ficaram interessados em aprender mais sobre educação financeira. A Direção Geral da Educação agradece a participação de todos os alunos.

CAIXA DE CRÉDITO AGRÍCOLA MÚTUO DO BAIXO MONDEGO, C.R.L.

- Venha conhecer as soluções de Poupança da sua Caixa Agrícola
- Caixa Agrícola do Baixo Mondego um parceiro para a vida

www.creditagricola.pt SEDE: ABRUNHEIRA AGÊNCIAS: CARAPINHELA, ARAÚJO, PEREIRA, MONTENHA, O-VELHO, RIO, RIA, NA FVZ, PALM, MOURA, FERREIRA, A. SILVA

Ideal Canalizador assinala um ano de actividade

Balanço Empresa de reparações rápidas na área das canalizações regista com sucesso o primeiro ano de actividade

> Cátia Santos

A empresa Ideal Canalizador, que presta serviços de manutenção, reparação e instalação de canalizações, sistemas de rega e de aquecimento, resguardos e casa de banho, conta com 43 lojas distribuídas por vários pontos do país. É um sistema de franchising onde cada director tem uma ou mais lojas. «Os serviços são procurados sobretudo pela internet e contacto telefónico», conta o director da loja de Coimbra, José Boiça.

A loja de Coimbra, que está a assinalar um ano, tem registado forte adesão do público que procura, sobretudo, a substituição de canalizações antigas, arranjos de avarias de misturadoras de cozinhas e solução para os entupimentos. A Ideal Canalizador surgiu há um ano em Coimbra, como uma forma de complementar o serviço prestado pela Ideal Electricista, uma vez que assenta nos mesmos princípios de profissionalismo e competência. José Boiça realça que uma das



Em Coimbra, José Boiça é o responsável pela loja da Ideal Canalizador

principais vantagens prende-se com o serviço 24 horas, sendo que o piquete de urgência permite ao cliente recorrer aos serviços da empresa todos os dias, a qualquer hora.

Os clientes acabam por fidelizar-se, sobretudo devido à satisfação pelos serviços prestados, passando a palavra. Os serviços variam consoante o «grau de urgência e da disponibilidade dos clientes», afirma

A Ideal Canalizador dispõe de serviço 24 horas para solucionar problemas de canalização. Informações pelos números 239 107 822 e 808 210 408 (call center)

José Boiça. Normalmente, a resposta aos pedidos é dada no próprio dia, mas se o cliente não tiver disponibilidade, faz-se um agendamento de acordo com as necessidades do cliente. Mais informações através do n.º 239 107 822 e em idealcanalizador.pt.

A marca aposta numa estratégia de proximidade, procurando descentralizar as suas unidades. ◀



Exterior do Museu da Pedra, em Coimbra, com a escadaria de acesso ao edifício.



Exposição de peças em pedra e ferramentas no Museu da Pedra.

Espólio de peças em pedra e ferramentas no Museu da Pedra

Arqueologia, paleontologia, geologia, ferramentas tradicionais e peças artísticas são as áreas em exposição. O museu organiza visitas guiadas e ateliês de artes plásticas

Cátia Santos

O Museu da Pedra, em Coimbra, reúne em espólio constituído por peças em pedra, instrumentos de trabalho da região e também, instrumentos utilizados na sua elaboração. No espaço é possível observar a caracterização geológica do concelho, os materiais utilizados na construção da pedra e um conjunto de achados paleontológicos obtidos das pedras locais. É neste que o acervo do Museu da Pedra se encontra para os trabalhos científicos de geologia, cerâmica e geologia da região e a nível nacional. No entanto, estão expostas diversas coleções de arqueologia, com artefactos arqueológicos pré-históricos e romanos, de paleontologia, com vestígulos em calcário de Ançã, de geologia, composta por uma grande parte de

pedras que aliteram na região e de instrumentos tradicionais, com um acervo de colecção variada. A instituição possui visitas guiadas, destacando-se o desdobramento do Museu da Pedra, em português, inglês, francês e espanhol. Também se destinam ao público, a sala "Túnel Pedagógico", equipada com muitos instrumentos, materiais e audiovisuais, a sala "Museu Vivo", onde se desenvolvem actividades, como ateliês de

artes plásticas e em pedras, onde se realizam exposições e eventos, incluindo o dia da pedra. O Museu organiza visitas guiadas a grupos escolares e outros interessados, sendo desenvolvidos trabalhos interactivos ao longo "A Pedra". As actividades proporcionam o contacto com a produção científica contemporânea e um conhecimento aprofundado e actual dos múltiplos aspectos que o trabalho da pedra envolve.

Paralelamente, o museu tem vindo a desenvolver actividades pedagógicas que consistem em elaborar, através de exposições, painéis informativos, as imagens de arte para entender as visitas ligadas e apoiar de conselho de Coimbra.

Projeto em andamento

O Museu da Pedra foi inaugurado em Outubro de 2001 num edifício do século XVIII, que foi reconstruído, projectado e executado, com vista na utilização museológica. Ainda no ano da sua inauguração foi garantido pela Associação Portuguesa de Museologia, com a maioria dos membros do Museu Museu Português de Trabalho (MPT), em 2006, foi designado como o Primeiro Nacional de Geomuseologia, atribuído pela Associação Europeia para a Preservação

do Património Geológico. O mesmo estabelecimento pretende a cooperação com o Museu Nacional de História Natural e Museu Nacional do Sistema Natural, entre outros museus.

Museu da Pedra

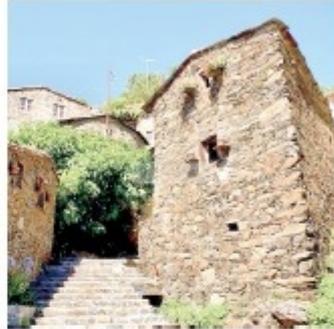
Localização: Largo Cardeal da Silva, nº 4 - Coimbra
Telefone: 239 499 344
Página: www.museudapedra.com
Site: www.museudapedra.com
Horário: Das 10h às 18h00 (18h00 e 18h00-18h30). Sábado de manhã (10h00 às 18h00) (pro Verão)
Encerra às segundas-feiras e feriados



nuance in car center	Janets Pneus Revisões Lavagens Manuais	Resturo de Ópticas Correcção de Pintura Tratamento de Interiores Acessórios	Tel. 239 911 000 - 911 718 130 www.nuance-incarcenter.pt geral@nuance-incarcenter.pt
--------------------------------	---	--	--



Casario da Aldeia do Candal na colina sul da Serra da Louzã



Rua característica da aldeia

“Fado ao Centro” abre época festiva na **Aldeia do Candal**

Natal vive-se com um espírito romântico na Aldeia do Candal. Revivem-se tradições e terminam-se os serões no aconchego das lareiras e ao som do fado

Cátia Santos

A Aldeia do Candal vai ganhar nova vida no fim-de-semana de 1 e 2 de Dezembro. Um programa que dá início à quadra festiva, já que o Natal, na Aldeia do Xisto da Candal é muito tradicional, já que pode ser passado a crescer e a tomar um carácter, a provar os sabores regionais ou a fazer compras num ambiente único.

Ainda, o primeiro fim-de-semana de Dezembro “abre as portas” do Candal para uma quadra vivida de forma diferente, num ambiente rural e muito acolhedor. Além da feira de produtos regionais e da Tazupênia do TTMário, na loja Aldeias do Xisto do Candal, os visitantes têm ainda a oportunidade de assistir ao evento cénico “O Povo”, realizado por José Sêdo Nêgo, na aldeia histórica do Póvão. As tradições regionais também estão em destaque com a confeção de brioche de Natal em forno a lenha, so-

gundo-se a actuação de “Fado ao Centro”, pela IRRD. Porcos apreciadores da natureza, o programa do fim-de-semana contempla, para o dia de sábado, a realização de duas caminhadas, uma organização de “Trilhos de Xisto”.

No dia seguinte, a animação está a cargo do Grupo Etnográfico da Região da Louzã, que apresenta ceticos de Natal. Paralelamente, de 1 de Dezembro a 6 de Janeiro, a exposição de aguardar da autoria de Ana Paula Clemente Gonçalves na salinha de chá da Loja Aldeias do Xisto. Esta é uma oportunidade para conhecer a Aldeia do Candal, que se situa na Serra da Louzã, numa colina voltada a Sul, junto à Estrada Nacional, que liga Louzã a Castanheira da Fera, pelo que beneficia de boas acessibilidades. A Aldeia do Candal é considerada a mais desconhecida das aldeias serranas e uma das mais visitadas, onde é possível encontrar produtos regionais de artesanato, cachaça, vestuário, gastro-



Ribeirão do Candal dá vivacidade ao espaço e refresca o ambiente

nomia e cozinha diversa, num espaço acolhedor, com um atendimento especializado e familiar.

Além dos seus poucos habitantes, a aldeia é muito procurada para passar férias ou fim-de-semana. Para quem pretende “regalar” no mundo região da Serra da Louzã, observar uma vegetação luxuriante por onde espantam veados, corças, javali e muitas outras espécies, a Aldeia do Candal é o local perfeito para viver com a

ou contemporâneo e apertar, ao vivo, o trabalho dos artesãos locais. A Loja do Candal tem preparado um programa de actividades para serem desenvolvidas pelos grupos de visitantes, destacando-se os passeios entre histórias, workshops de construção de marionetas de casa de xisto e os contos da aldeia. Porém, ainda é possível aprender a confeccionar pão, queijo e doces à moda antiga, bem como a cultura em madeira.

Aldeia do Candal

coordenadas GPS
40° 4'51.37" N 10° 10'54.7" W

Loja do Candal
Tel: 239 991 323

inscrição gratuita para caminhadas
Tlm: 900 600 310
E-mail:
trilhosxisto@gmail.com

Naturaleza, até porque é um sítio onde há inúmeras possibilidades de lazer e de desportos.

Loja do Candal

A aldeia possui uma loja, gerida por um grupo de artesãos locais, onde são comercializados deliciosos licões, vinhos, enchidos, mel e outros produtos que caracterizam a gastronomia desta região do país. Também é possível descobrir pequenas iniciativas de artesanato tradicional

nuance
in car center

Jantes
Pneus
Revisões
Lavagens Manuais

Resturo de Ópticas
Correcção de Pintura
Tratamento de Interiores
Acessórios

Tel.: 239 981 806 - 961 716 130
www.nuance-incarcenter.pt
geral@nuance-incarcenter.pt

Lavandaria Belcor comemorou 20 anos

Diversidade Lavagem, secagem, tinturaria, tratamento de peles e aluguer de máquinas para limpeza de tapetes e estofos são os serviços do espaço

Cátia Santos

A Lavandaria Belcor, situada na Rua Rancho das Cantarinhas, em frente ao Pingo Doce de Buarcos, comemorou vinte anos a apostar na qualidade e inovação dos serviços prestados. O espaço, que funciona todos os dias das 8h30 às 21h00, disponibiliza serviço de lavagem, com um custo a partir de 3,50 euros, e a secagem a 0,90 euros, sendo possível usufruir, apenas do serviço de secagem.

A proprietária, Rosa Fernandes, tem vindo a diversificar a sua área de actuação, comercializando fardas e calçado para todo o tipo de actividades. Assim, é possível o cliente escolher, no catálogo, o artigo pretendido, tendo a possibilidade de personalizar o vestuário. Além de tudo isto, a Belcor proporciona aos clientes a possibilidade de adquirir toalhas e guardanapos em variados tecidos, fêtos à medida, para dias festivos. Também são disponibilizados «detergentes ecológicos ultra-concentrados e



Lavandaria possui variadas máquinas para satisfazer a procura dos clientes

económicos com qualidade profissional para utilização em máquinas domésticas», afirma a proprietária.

O espaço dispõe, ainda, do serviço de lavandaria industrial, direccionada para hotelaria, restauração, indústria alimentar, estando equipada com as mais recentes máquinas de barreira sanitária e espaços separados de forma a garantir uma higiene total.

Lavagem a partir de 3,50 euros e secagem a 0,90 euros, sendo possível optar apenas pelo serviço de secagem, todos os dias da semana.

Associado a estes serviços, a Belcor disponibiliza, também, tinturaria, tratamento de peles, limpeza de tapetes e aluguer de máquinas para limpeza de alcatifas, tapetes e estofos.

O horário destes serviços é de segunda-feira a sábado das 08h30 às 19h30. A adesão ao Cartão de Cliente Belcor permite a acumulação de pontos, para descontar na limpeza de peças gratuitamente. ◀

Empresas & Negócios

Inauguração do segundo Talho Boavista

O Talho Boavista inaugura hoje um novo espaço comercial em Coimbra, no número 10 da Av. Fernão de Magalhães, em frente ao Hotel Oslo. O conceito baseia-se na qualidade, variedade e preços baixos.

Idealmed alegrou crianças

Alegria Crianças e adolescentes assistiram ao Académica-Gil Vicente

Cátia Santos

A Idealmed - Unidade Hospitalar de Coimbra convidou crianças e adolescentes a apoiar a Académica no jogo contra o Gil Vicente, realizado no passado domingo no Estádio Cidade de Coimbra. A instituição Padre Serra, em São Martinho do Bispo, que acolhe adolescentes dos 14 aos 21 anos, foi uma das associações convidadas. Crianças da Comunidade São Francisco de Assis e jovens do Lar Girassol também fizeram parte do restante grupo que assistiu ao jogo nas bancadas do Estádio Cidade de Coimbra.



Os mais novos assistiram com entusiasmo ao jogo

A iniciativa proporcionou uma tarde única para cerca de meia centena de crianças de instituições de solidariedade

de Coimbra que, durante cerca de duas horas, vibraram com a emoção de estar, pela primeira vez, num estádio de fu-

tebol e ver de perto os seus jogadores de futebol preferidos, o que originou muitos sorrisos e alegria.

As instituições envolvidas na acção dedicam-se à problemática social de menores em risco disponibilizando, às crianças, todas as facilidades que lhes permitam frequentar a escolaridade dos vários níveis de ensino. Além disso, são apoiadas em permanência por assistente social, psicóloga, monitores, professoras e funcionárias que contribuem para uma formação e educação das crianças, garantindo uma vida saudável e um crescimento sustentado. ◀

Caçarola Dois com ementas para grupos



Restaurante marisqueira está situado em frente ao Casino

SABORES O Restaurante Marisqueira Caçarola Dois, situado na Rua Bernardo Lopes, na Figueira da Foz, disponibiliza ementas para grupos, a partir de 13,50 euros por pessoa. O espaço, em frente à porta principal do Casino, possui peixes frescos, mariscos vivos e carnes das melhores origens e dispõe,

diariamente, de uma ementa com um prato de carne e outro de peixe, sendo que ao domingo estão no menu cinco especialidades. O restaurante está aberto, todos os dias, das 12h00 às 16h00 e das 18h00 às 24h00. Informações através do número 233 426 930 e no site www.cacaroladois.com. ◀

Comemorações do centenário das Caves de S. João

Néctares Para celebrar os 100 anos das Caves S. João estão a ser lançados, desde 2010, novos e únicos vinhos

Cátia Santos

As Caves de São João, situadas em Sangalhos, Anadia, iniciaram no ano de 2010 as comemorações do centenário, que terão o apogeu em 2020. Para além das actividades desenvolvidas ao nível comunicacional, social e artístico, todos os anos será lançado um vinho de excepcional qualidade, com imagens diferenciadas em cada edição, sendo seleccionados temas culturais marcantes para a história da Humanidade, ocorridos em cada uma das 10

décadas que medeiam a fundação das Caves S. João.

No presente mês foi lançado o vinho "92 Anos de História", da colheita 2009, onde foram utilizadas as melhores uvas, colocadas num lagar com pisador pneumático, durante duas semanas. O vinho, após a fermentação, estagiou 15 meses em pipas novas de carvalho francês, sendo engarrafado em Junho de 2011.

O néctar, de cor retinta violácea, tem um aroma muito intenso, fresco e bastante complexo a frutos ácidos (mirtilos

e groselhas), barrica, tostados, café e especiarias, com sabor extremamente volumoso, fresco e viscoso.

O "92 Anos de História", com 14,3 por cento de álcool, deve ser consumido a 17 ou 18 graus e pode acompanhar refeições de carnes assadas ou grelhadas, queijos curados e caça e muitas outras iguarias de sabores e texturas intensas que, associados têm um aroma delicioso. Esta garrafa, com um potencial de envelhecimento de no mínimo 15 anos, retrata a década de 40-50, que reflecte

e relembra a carta das Nações Unidas subscrita em 1945.

No ano de 2010 foi conhecida a primeira garrafa da colecção, o vinho tinto "90 Anos de História", versando o tema "The Jazz Singer", o primeiro filme sonoro em 1927. No ano seguinte foi a vez do "Espumante 91 Anos de História", baseado na emissão radiofónica de Orson Wells sobre uma fictícia invasão marciana (1938).

Refira-se que a empresa familiar e independente concilia vanguardismo e tradição, tendo começado a comercializar vinhos espumantes em 1930 e, em 1959, a comercialização, à escala nacional e internacional de vinhos engarrafados de qualidade. As Caves São João são a empresa mais antiga em actividade no sector vitivinícola bairradino e têm efectuado avultados investimentos, que possibilitaram a aquisição de modernas tecnologias de vinificação que, na adega e nas suas vinhas da Quinta do Poço do Lobo, permitiram atingir um patamar de qualidade mais elevado. ◀



92 Anos de História é o mais recente vinho produzido nas Caves



Fernando Alvim numa sessão de apresentação do projecto que engloba diversas escolas

"Escolíadas Glicínias Plaza 2013" em Coimbra

Cátia Santos

O projecto Escolíadas juntou, no passado sábado, cerca de duas dezenas de escolas secundárias e profissionais na Quinta dos Três Pinheiros, na Mealhada. A concentração de alunos e professores na primeira reunião de preparação das "Escolíadas Glicínias Plaza 2013" foi tema antevisão do que será o evento.

O projecto envolve escolas dos distritos de Aveiro, Coimbra e Viseu, juntando nove mil pessoas, incluindo participantes, público e "staff". A iniciativa conta com 21 escolas, três salas que recebem 11 espectáculos e 2.000 participantes. A novi-

dade é que as actuações, que costumam decorrer na Quinta dos Três Pinheiros, vão ter lugar no Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV).

O teatro comimbricense recebe em Abril o Pólo I, composto neste momento pela Bernardino Machado da Figueira da Foz, Avelar Brotero de Coimbra, Dr.ª Maria Cândida de Mira e escolas secundárias de Cantanhede, Arganil e Carregal do Sal, existindo ainda três vagas. O Pólo II decorre, no mês seguinte, no Centro Cultural de Ilhavo sendo que, até agora, estão inscritas as escolas Dr. Mário Sacramento, Homem Cristo, Profissional de Aveiro, Jaime Maga-

lhães Lima de Esgueira, Dr. João Carlos Celestino Gomes (Ilhavo), Profissional de Viticultura e Enologia da Bairrada (Anadia) e, ainda, as escolas secundárias da Mealhada e de Oliveira do Bairro, disponibilizando quatro vagas.

A finalíssima será, novamente, no Centro de Artes e Espectáculos da Figueira da Foz e a entrega de prémios no Centro Cultural de Ilhavo.

As inscrições para 2013 estão a decorrer até 19 de Janeiro, sendo necessário preencher os cupões de inscrição enviados a todas as escolas. No mesmo dia decorre, também, a segunda reunião de preparação das Escolíadas. ◀



A equipa é composta por profissionais dedicados e qualificados

Talho Boavista abre nova loja em Coimbra

Comércio O novo espaço comercial na Avenida Fernão de Magalhães aposta em produtos de qualidade a baixo preço

Cátia Santos

A empresa "Talhos Boavista" inaugurou, ontem, um estabelecimento comercial em Coimbra, no n.º 10 da Avenida Fernão de Magalhães, em frente ao Hotel Ode, sendo a segunda loja da empresa nesta cidade, porque já possui uma na Rua da Sofia. O objectivo é poder satisfazer as necessidades do cliente, mantendo a melhor relação qualidade-preço, além de

proporcionar um ambiente de compra agradável com garantia de segurança alimentar e de um serviço de excelência ao cliente, de modo a preservar uma relação de confiança educativa com os clientes.

O lema "o negócio só é bom se ambas as partes ficam a ganhar" é o eslogan da empresa e o novo talho, tal como todos os outros estabelecimentos distribuídos pela cidade do Porto, Matosinhos, Gondomar

Grande variedade de carnes frescas e bem-aperadas, produtos de charcutaria, enchidos e refeições prontas a cozinhar podem ser adquiridas

Avire e Coimbra assenta no mesmo conceito de qualidade, variedade e preços dos produtos. O talho prima pela qualidade porque, diariamente, as lojas são fornecidas de maneira a garantir a máxima frescura dos produtos comercializados, havendo uma escolha rigorosa dos fornecedores que são, preferencialmente, mais próximos, nacionais. A empresa oferece, aos clientes, uma grande variedade de produtos, como charcutaria, enchidos, refeições prontas a cozinhar, diversos tipos de carnes já temperadas e carnes frescas de toda a variedade. Os preços adaptados são baixos, já que aliam a melhor qualidade ao preço mais reduzido.

Não se devia a este sentido no país, é promovida uma campanha de abertura que oferece uma ampla variedade de carnes de melhor qualidade a preços imbatíveis. A anterior campanha prolonga-se até final do ano, sendo que, ao longo de 2013, haverá sempre outras promoções. Assim, a abertura deste espaço comercial pretende oferecer aos coimbraneses a melhor carne, com todo o sabor genuíno e tradicional, saudável, muito mais comum uma vez, que mantenha a diferença.

A abertura deste novo espaço permitiu a criação de 12 postos de trabalho, assumidos por profissionais qualificados. Esta aposta alimentar, aliada, a excelência comercial no mercado das carnes, já que os clientes da cidade dos estudantes estavam acostumados às promoções que o Talho Boavista disponibiliza nas instalações na Rua da Sofia e, agora, podem passar pela loja da Avenida de Magalhães para comprar os produtos.

Cerveja Sagres oferece 180 mil prémios

BRINDES A Cerveja Sagres está a oferecer 180 mil prémios aos consumidores em 2.000 estabelecimentos de restauração e bebidas, distribuídos pelo país, no âmbito da promoção "Somos Pátrio". Com esta iniciativa, a Sagres, marca líder do mercado nacional, pretende reforçar o seu apelo ao público nacional, que se traduz na ligação à Seleção Nacional, desde 1993, à Liga Zon Sagres e a clubes de referência como o Benfica, o Braga, a Académica e o Oitavense. Para ganhar um dos prémios, disponíveis nos bares e snacks seleccionados e identificá-los com esta promoção, é apenas necessário consumir, de forma moderada e responsável, Cerveja Sagres que dá acesso imediato a uma "turadinha" na caixa da sorte.

Os brindes são vários e, como não podia deixar de ser, relacionados com o desporto, tal como bolas de futebol, balas, palmis, apitos e porta-chaves.

Staples lança 4.ª edição da "Revista Professor +"

PUBLICAÇÃO A Staples, empresa líder na venda de artigos de papeleria e material de escritório, lançou a 4.ª edição da "Revista Staples Professor +". O objectivo é reforçar o papel dos professores e dar a conhecer as suas ideias, opiniões e sugestões, bem como experiências de grandes projectos escolares e, já que é Natal, o segundo período lectivo está a chegar a revista tem, nos seus conteúdos, descontos até 100 euros. A revista lançou o desafio, às

escolas, para que dessem a conhecer iniciativas solidárias, sustentáveis e agregadoras de valor social de país, para inspirar e demonstrar o trabalho sério que estas profissionais exercem diariamente. Os professores com "Cartão Staples Professor +", foram convidados a serem a capa da revista e, os melhores docentes que aceitaram o desafio, vão receber a 4.ª edição da "Revista Professor +" com a sua fotografia personalizada na capa.

Um ferido em acidente com ambulância no IP3



FIGUEIREDO

Condutor sentiu-se mal e não evitou o capotamento

ACIDENTE Uma ambulância dos Bombeiros Voluntários do Sabugal, com três ocupantes despiu-se, ontem, por volta das 15h30, ao quilómetro 55 do IP3, próximo da localidade de Espinheta.

Tudo indica que o bombeiro que conduzia a viatura se sentiu mal e depois terá mesmo entrado em paragem cardio-respiratória, sendo transportado para os Hospitais da Universidade de Coimbra, em estado considerado grave.

Os outros dois ocupantes, uma senhora que regressava ao Sabugal, após uma consulta, acompanhada pelo seu marido, não sofreram quaisquer ferimentos. O acidente ocorreu no sentido Coimbra-Viseu e a ambulância ficou tombada junto ao separador central.

Os bombeiros de Penacova e de Brasfemes tomaram conta da ocorrência enquanto a GNR tentou regular o trânsito, tendo em conta as longas filas que se formaram. ◀

“Brasileirinha” com tratamentos de beleza

Aposta O espaço que comercializa artigos de bijuteria alargou o conceito, preocupando-se com a higiene, beleza e cuidado diário

Cátia Santos

A loja “Brasileirinha Bijuteria”, que se situava na Rua da República, na Figueira da Foz, passou a ocupar a esquina da Rua Afonso de Albuquerque, mesmo em frente às bombas de gasolina da BP. O espaço que comercializa artigos de bijuteria, nomeadamente, pulseiras, anéis e colares acolhe, agora, a loja oficial da Green Cosmetics, com o nome “Cristais do Sal”. Assim, é possível efectuar tratamentos de beleza no rosto, mãos, corpo, pés e, ainda, no couro cabeludo.

Os produtos incentivam as técnicas de produção artesanais, sendo compostos de sal extraído das salinas da Figueira da Foz, juntamente com azeite biológico do Rabaça e ervas naturais de Penacova. A gama de produtos inova na combinação de aromas, sendo uma solução eficaz de higiene, beleza e cuidado diário. É possível



A loja vende produtos de beleza e dispõe de tratamentos

adquirir boões específicos para cada parte do corpo, que se adaptam perfeitamente às características da pele em cada zona. A haloterapia é uma massagem relaxante com sal, para hidratar e esfoliar a pele e está disponibilizada no local.

A opção de comprar um voucher pode ser utilizada como um presente diferente e inovador, sendo o valor mínimo de

quatro euros. A proprietária, Delma da Silva, mencionou ao Diário de Coimbra as várias promoções que decorrem na loja, «todo o cliente que compra qualquer produto ganha uma massagem facial gratuita» e contou que «todos os clientes que compram na loja, escrevem o nome num papel, que depois é colocado numa caixa para ser sorteado, todas as se-

manas» e ganha um brinde que pode ser «uma mala, colar, pulseira, anel, tratamento».

Para além de todos estes serviços, há ainda um curso de bijuteria, com inscrições abertas, no qual «as primeiras dez pessoas usufruem, gratuitamente, do curso, porque só precisam de pagar o material», frisa a proprietária.

O lema da “Cristais do Sal” é «não queremos fazer apenas vendas, mas clientes», pois Delma da Silva acha relevante a relação de amizade que pode ser feita com quem compra na loja pois, deste modo, o cliente volta e indica a loja a amigos.

O horário de funcionamento do espaço, que tem um compromisso com as pessoas e com o meio ambiente é, todos os dias, das 10h00 às 13h00 e das 14h00 às 19h00, encerrando ao domingo. Para mais informações contactar 915 968 418 e 963 734 879 ou www.facebook.com/cristaisdosal. ◀

Voluntários homenageados na Baixa de Coimbra

Iniciativa Erguidos malmequeres para simbolizar o agradecimento da Liga Contra o Cancro a todos os que dedicam parte do seu tempo a ajudar os outros



Alunos da Escola Secundária Jaime Cortesão participaram na Homenagem, na Praça 8 de Maio

Cátia Santos

O Núcleo Regional do Centro da Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC/NRC), em parceria com a Câmara Municipal de Coimbra e a Escola Secundária de Jaime Cortesão, prestou ontem uma homenagem àqueles que dedicam parte do seu tempo a ajudar os outros. A iniciativa, que se realizou ontem de manhã como forma de assinalar o Dia Internacional do Voluntariado, começou com um discurso de Armando Silva, coordenador do voluntariado no Instituto de Oncologia, evidenciando a importância de auxiliar os que mais precisam.

Os voluntários «acompanham os doentes e conversam com eles» e «todos podem ser voluntários», afirmou.

Depois, os envolvidos e transeuntes curiosos, que passa-

vam na Praça 8 de Maio, tiveram a oportunidade de erguer um malmequer, oferecido pela LPCC/NRC, como forma de agradecimento aos muitos voluntários.

Armando Silva explicou ao Diário de Coimbra o necessário para ser voluntário. «Na Liga (Portuguesa Contra o Cancro) a psicóloga ou a assistente social fazem uma triagem e, depois há uma formação durante duas semanas» e o doente fica habituado à presença do voluntário, que «tem um compromisso para consigo».

A LPCC é o rosto da humanização e apoio social ao doente oncológico e familiares e, segundo Sónia Silva, responsável pela Unidade de Voluntariado «há cada vez mais pessoas dispostas a dar um pouco do seu tempo para ajudar quem precisa. O importante é que partilhem o espírito de ini-

ciativa, solidariedade e dedicação».

A homenagem prestada foi «uma forma de sensibilizarmos a população para o voluntariado», concluiu.

Na comunidade, o papel do voluntário é orientado, principalmente, para a sensibilização e educação da população e para a angariação de fundos.

Em todos os concelhos da região Centro, há grupos de voluntariado comunitário que desenvolvem diversas actividades, como angariação de fundos e sessões educativas. Assim, Armando Silva explicou as três vertentes em que se baseia a LPCC: serviço comunitário no qual os voluntários fazem a referenciação de casos sociais, com necessidades de apoio financeiro, material ou psicológico; o contexto hospitalar em que é feito o acolhimento e acompanhamento de doentes;

Vozes

Que importância tem o voluntariado?



Diogo Neto
17 anos / Pampilhosa
Estudante

«Ajudar as pessoas. Eu sou escuteiro e aí há o espírito de ajuda».



Patricia Nunes
17 anos / Coimbra
Estudante

«Ajudar as pessoas que mais necessitam, incentivando e alertando para a prática do voluntariado. Costumo contribuir fazendo a recolha que há por vezes».

e o «Movimento Vencer e Viver», com pessoas que já sofreram de uma doença oncológica a darem o seu testemunho e que, infelizmente, estão a passar pela mesma situação.»

Rainha tem receitas próprias que fazem produtos saborosos

Padaria Pastelaria confecciona produtos baseando-se em receitas tradicionais deliciosos e saudáveis



A Rainha tem fabrico próprio e aposta em produtos diferenciados de qualidade superior

Cátia Santos

A Padaria-Pastelaria Rainha abriu, recentemente, na Rua da República, fazendo esquina com a Rua 10 de Agosto, na cidade da Figueira da Foz. Armis-silo é a satisfação do cliente, pela qualidade do serviço prestado e dos produtos confeccionados. A Rainha tem fabrico próprio e preocupa-se em apresentar produtos diferenciados e de qualidade superior.

Na parafinação, comercializa boas receitas tradicionais e uma receita antiga de pão, apelidado de "Pão da Casa" ou "Pão da Rainha". Na pastelaria, utilizam matérias-primas selecionadas. Para além destes serviços, o espaço possui, ainda, o de cafetaria em que, após pon-

derada prova, escolheram um café que imprime distinto estímulo aos sentidos e causa conforto após o consumo.

Apesar de reconhecerem alguma mais-valia nas novas tecnologias e produtos foi, por opção, que implementaram uma forma de fabrico mais tradicional, pois é fundamental que os clientes tenham absoluta confiança nos produtos, por serem deliciosos e saudáveis.

O cliente pode encomendar qualquer produto que pretenda, como bolos de aniversário, baptizado, casamento e, como estamos na quadra natalícia, o espaço comercial fabrica bolo-rei.

Quanto ao atendimento, foi após exaustiva selecção que se escolheu e preparou uma

equipa de profissionais altamente competentes e motivados para prestar um serviço de excelência, em que cada dia é um dia de formação ao serviço de cada cliente. O objectivo é que a Rainha seja uma extensão do lar de cada cliente, para que as pessoas se sintam confortáveis, acarinhadas pelo cuidado e simpatia das colaboradoras, saciadas e bastante satisfeitas pela qualidade dos produtos que o espaço comercializa. O lema de "fazer a diferença apostando na qualidade" é o adoptado pela equipa profissional, dedicada e empenhada do espaço. A padaria-pastelaria está aberta, de segunda-feira a sábado das 7h00 às 20h00 e, ao domingo, das 8h00 às 14h00. ◀

Telmo Melo comemora nove anos de carreira e festeja hoje em Coimbra

Festa Auditório do Instituto Português da Juventude é o palco de uma noite recheada de alegria, magia e muitas surpresas

Cátia Santos

Magia, humor e dança, é assim que será o espectáculo comemorativo, com entrada gratuita, dos nove anos de carreira que se realiza hoje, pelas 21h00, no Instituto Português da Juventude, em Coimbra. Telmo Melo, jovem mágico coimbricense, celebra a «realização de um sonho, vitórias, lágrimas, sorrisos» e está bastante entusiasmado por haver pessoas «que dão valor» ao seu trabalho.

O auditório do IPJ recebe o espectáculo por ele apresentado, em que fará alguns truques mágicos e partilhará o palco com a Associação Recreativa de Coimbra e seis grupos de dança, prometendo uma «noite que vai ficar para a história».

O «discipulo de Luís de Matos», como já o apelidou o ex-presidente da Câmara de Coimbra Carlos Encarnação, disse ao Diário de Coimbra que «a cidade não abre portas à magia», no entanto, não pretende deixar a

cidade que o viu nascer e dar os primeiros passos no mundo da magia. Recorda, com saudade, o seu primeiro momento em palco, em que estava «bastante nervoso» porque, numa actuação, o apresentador informou que haveria uma «revelação» e, enquanto «uns tocavam viola, um [ele] fazia magia». Pegou numas cartas e realizou alguns tru-

“Um Sorriso Mágico” decorre no dia 27 de Janeiro mas, até lá, Telmo tem uma agenda recheada de espectáculos

ques, mencionando que o melhor foi «o aplauso de uma sala cheia».

O mágico revelou que é o anfitrião de uma iniciativa – “Um Sorriso Mágico” – que consiste em oferecer a 12 instituições de solidariedade um espectáculo de magia. No próximo mês há terceira edição, pois dia 31 de Janeiro é o Dia Mundial do Mâ-

gico. No entanto, a actuação está marcada para dia 27 de Janeiro e é aberta ao público, porque Telmo pretende que «as pessoas não sejam solidárias apenas no Natal, mas todo o ano». Neste evento, o mágico, de 23 anos, proporciona uma tarde diferente a quem mais merece.

O jovem, que nunca desiste dos seus objectivos, confessou ao Diário de Coimbra um sonho por realizar: quer ser apresentador de televisão e ter, se possível, o seu próprio programa. O persistente e lutador Telmo, com um brilho no olhar, menciona que tem «um orgulho enorme» por as pessoas gostarem do seu trabalho, pois nunca pensou que pudesse chegar onde chegou, e garante: «faço o que gosto».

Após o espectáculo no IPJ, Telmo actua, no dia 15 de Dezembro, às 15h00, em Tábua e, pelas 17h00, o IPJ é o palco de um outro espectáculo. No dia seguinte, às 15h00 estará na cidade de Viseu.



Mágico celebra 9.º aniversário de carreira num espectáculo gratuito, hoje no Instituto da Juventude

Empresas & Negócios



Exposição de fotografia no Hotel D. Luis
No Best Western Hotel D. Luis, em Coimbra, está patente a exposição de fotografia "Find a Special Light... on Land at the Sea", de João Almeida. Até 6 de Janeiro estarão em exibição os últimos trabalhos do fotógrafo.

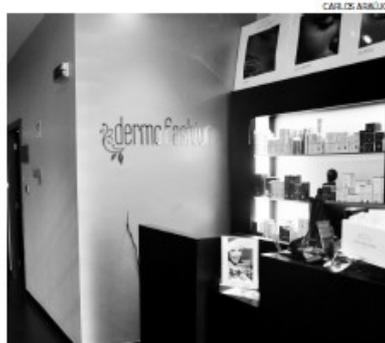
Dermofashion com promoções aliciantes

Beleza Tratamentos de rosto e de corpo, terapias orientais, fotodepilação, spa manicure e pédicure são alguns dos serviços proporcionados no espaço

Cátia Santos

A Dermofashion Clínica de Estética & Spa está a promover, durante o presente mês, serviços a preços aliciantes, oferecendo descontos em tratamentos de rosto, corpo e fotodepilação que podem chegar até aos 35 por cento. Este mês as unhas de gel têm o custo de 20 euros, a aplicação de verniz de gel é de 13 euros, massagem de relaxamento com aromaterapia a 28 euros e, ainda, spa a dots com o custo de 60 euros.

A empresa, que visa a melhor sensação de bem-estar, possui serviços de fotodepilação, spa para manicure e pédicure, massagens, consultas de nutrição, osteopatia e acupuntura. No entanto, é também possível aceder a terapias orientais, como reflexologia podal, chitessa, shiatsu e reiki. A clínica de estética possui os "gift-vouchers" que são che-



Clínica de Estética & Spa tem duas lojas em Coimbra

ques-prenda com sets meses de validade e podem ser oferecidos, por exemplo, como prendas de Natal. Em termos de pagamento, é possível aderir ao "Cartão de Cliente Prestige" que oferece 15 por cento de desconto em todos os serviços

(excluindo os produtos e a depilação) e a oferta de uma massagem mensal durante um ano. O cartão "Dermofashion Estudante" custa nove euros e proporciona diversas vantagens. A empresa disponibiliza, ainda, a opção "Special Cas-

hier" que consiste num pagamento suave e faseado sem encargos adicionais e burocracias. Nas instalações da empresa estão disponíveis diversas revistas e jornais, para consulta, relativos aos mais variados interesses femininos e masculinos.

A Dermofashion está, também, a desenvolver formações em áreas como auriculoterapia, shantala, threading (depilação com linha), acupuntura estética e, ainda, workshops de auto-massagem e shiatsu.

As seis funcionárias são devidamente qualificadas e atendem o público na loja 206B, na Rua Paulo Quintela e no número 61, da Av. Calouste Gulbenkian, em Celas, que abriu este ano. Os espaços funcionam de segunda-feira a sábado, das 10h00 às 20h00. Para mais informações ou marcações aceder à página www.dermofashion.pt

Cecoa com curso EFA de técnico administrativo

FORMAÇÃO A Cecoa - Formação para o Sucesso desenvolve um curso EFA de técnico administrativo, com início na próxima segunda-feira e termo a 31 de Abril de 2014, em regime laboral, das 9h00 às 17h00. A formação de 1970 horas destina-se a maiores de 23 anos e com o 9.º ano. A empresa, situada na Avenida Fernão de Magalhães (n.º 676, 4.º andar), oferece bolsa de formação, subsídios de transporte, alimentação e acolhimento e,

ainda, equivalência profissional ao 12.º ano ou certificação profissional de nível 4.

Retira-se que o Centro de Formação Profissional para o Comércio e Artes disponibiliza formações para empresas, profissionais e jovens, centro de novas oportunidades e projectos inovadores.

As inscrições estão abertas e podem ser feitas na página www.cecoa.pt. Para mais informações contactar 239 851 360 ou em coimbra@cecoa.pt.

Quiaios terá convívio de passagem de ano solidário

JANTAR A noite de fim-de-ano, no ComVida Quiaios, terá início com um jantar intimista de partilha de emoções, desejos e expectativas para o ano de 2013, com animação à mistura. O espaço, na Prata de Quiaios, oferece serviços de alojamento e refeições, dispondo de salas de estar e convívio, sendo uma das suas características diferenciadoras o vasto manto de pinhal, onde a natureza se encontra em perfeita sintonia na relação entre a serra e o mar.

À meia-noite, é tempo de dar as boas-vindas ao novo ano renovando os desejos para 2013 e, depois, há a oportunidade de saborear um cacau quente e um caldo verde. O convívio é organizado pela Cáritas Diocesana de Coimbra e 1 por cento do valor angariado, com esta acção, revertirá a favor do Centro de Apoio Social (CAS) das Cáritas. Após o jantar está, ainda, disponível o serviço de alojamento, pequeno-almoço e almoço do dia de Ano Novo.

Mercearia 3x3 com grande diversidade

Aposta A loja, que comercializa produtos biológicos, entre outros, vai desenvolver uma promoção

Cátia Santos

O Gira.Solum foi o local escolhido para a abertura da Mercearia 3x3, que se situa na loja 15 do rés-do-chão do centro comercial. O espaço, que tem um conceito muito específico, já que se trata de uma loja de conveniência, comercializa artigos de mercearia e uma vasta gama de outro género de produtos. Eduardo Morgado, responsável da loja, disse ao Diário de Coimbra que a área comercial tem, também, «um anexo de fruta, um de café e outro de pão». No entanto, para além desta diversidade de produtos, o espaço possui, ainda,



O espaço situa-se no centro comercial Gira.Solum, em Coimbra

«uma secção de nutrição e outra de produtos biológicos».

A Mercearia 3x3 tem uma pequena esplanada e, a partir de amanhã, começa uma pro-

moção, sendo possível comprar «laranjas de sumo e maçãs a um preço especial». A loja funciona, todos os dias, das 9h00 às 20h00.

Alvaiázere

Região

Feira “Consoada de Natal” valoriza produtos gastronómicos

Alvaiázere vai realizar a primeira Feira de Produtos da Terra que tem por mote a Consoada de Natal. Paulo Tito Morgado, presidente da Câmara Municipal de Alvaiázere, fala da necessidade de valorizar os produtos endógenos e dinamizar a economia local

“
Com menos os produtores e, entre outros, quem não o visita porque sabe que é um comprar produtos não locais.”



Tito Morgado na 2.ª Feira de Produtos da Terra de Alvaiázere

Câmara

O município de Alvaiázere está a apostar no marketing de uma feira de produtos da terra. Inaugura-se este fim de semana o conceito de feira de produtos da terra.

Tito Morgado, presidente da Câmara Municipal de Alvaiázere, afirma que esta iniciativa é uma oportunidade para valorizar os produtos locais e, entre outros, quem não o visita porque sabe que é um comprar produtos não locais.

Paulo Morgado afirma que a feira de produtos da terra é uma oportunidade para valorizar os produtos locais e, entre outros, quem não o visita porque sabe que é um comprar produtos não locais.

valorizar os produtos locais e, entre outros, quem não o visita porque sabe que é um comprar produtos não locais.

Qual é o objetivo desta feira gastronómica de Natal nesta região?

Esta é uma oportunidade para valorizar os produtos locais e, entre outros, quem não o visita porque sabe que é um comprar produtos não locais.

Como será organizado este evento?

Este evento será organizado no âmbito da feira gastronómica de Natal nesta região.

30 produtores e a maioria, oriundos do nosso concelho e do resto do município de Alvaiázere, serão os protagonistas desta feira.

Que tipo de artesanato vai estar presente?

Este evento será organizado no âmbito da feira gastronómica de Natal nesta região.

Como será organizado este evento?

Este evento será organizado no âmbito da feira gastronómica de Natal nesta região.

Azeite Virgem
Azeite obtido diretamente de azeitonas, unicamente por processos mecânicos.

Feira de Produtos da Terra no Mercado Municipal

Esta iniciativa, que conta com produtores e artesãos da região e dos concelhos próximos, tem o objetivo de fazer a divulgação de produtos endógenos de qualidade a preços acessíveis. A iniciativa é uma oportunidade para quem produz produtos e quer valorizar o seu trabalho e a qualidade dos produtos.

Praxis apresentou Reis Magos diferentes

Novidade A Praxis fez uma exibição de bolos que representam os Três Reis Magos. A iniciativa resultou de uma parceria com a Vasco da Gama

Cátia Santos

As pastelarias Vasco da Gama, em parceria com a Praxis, lançaram produtos inovadores alinhados ao Natal. A fábrica de confeitaria artesanal de Coimbra foi o local escolhido para mostrar diferentes Reis Magos. Trata-se de três bolos com características comuns aos reis que chegaram, de manhã, para visitar o menino Jesus. No entanto, a mesa estava decorada com uma vasta diversidade de doces deliciosos que fazem parte de qualquer mesa na época natalícia. Arnaldo Raposo, administrador da Praxis, disse ao Diário de Coimbra que

apreciamos de tudo um pouco e que a qualidade também está ligada. Para além de todo este conjunto de doces e salgados costais, na mesa, o pão de cerviça.

A ideia inovadora surgiu de ideias. Não se trata apenas de pão, bolos, especiarias e do que tem de mais tradicional, como pensamos sempre nos clientes, decidimos oferecer estes três bolos natalícios e outros



Os bolos representam os Reis Magos Balthazar, Melchior e Gaspar

magos, mencionou. O Balthazar representa o ouro e como assim está salda massas do ouro do nosso país, confeccionamos um bolo recheado de frutas. Em relação a Balthazar, o rei de ouro, Arnaldo Raposo contou que pensaram em saldar bolos com azeite de uma receita à base de chocolate. Por fim, o Gaspar que, nota representativa, entrega presentes em vez de incenso sim-

A ideia surgiu devido ao Natal ser uma quadra festiva de união da família e uma época de maior consumo

bolos sa imortalidade e embelezam entre dois corpos, assim, cada um dos reis que veio para julgar que é importante que os reis tenham, em sua "missão", mas também nos de sempre embelezados.

A confeitaria Praxis fica na Rua Quintal da Vitoriosa (n.º 20), em Santa Clara e, no entanto, terá uma festa com música ao vivo, informações e reservas através do 229 440 207.

Sanfil celebrou acordo com Ordem dos Advogados

PARCERIA A Casa de Saúde Santa Filomena (Sanfil) e a Ordem dos Advogados celebraram, ontem, um protocolo que visa proporcionar vantagens exclusivas a todos os membros da Ordem nos diferentes espaços do Grupo Sanfil.

A parceria pretende beneficiar os membros da Ordem nas várias instalações da Sanfil de Coimbra, mas também em Lisboa, Alameda, Póvoa do Varzim e Fátima. Arnaldo Dias, diretor-geral da Sanfil,



Protocolo foi assinado entre membros das duas entidades

O presidente do Conselho Distrital de Coimbra da Ordem dos Advogados, Mito Diniz, reforça a importância de este acordo para ambas as partes, não sendo apenas um gesto

encerrado no papel. Ana Mira, administradora da unidade de saúde, partilha a mesma opinião que Mito Diniz, já que mencionou ser uma honra, evidenciando

que o protocolo é importante para formalizar um protocolo ativo e cooperativo para assegurar interesses.

Hierónimo Amândio Dias agradece a oportunidade de estabelecer esta parceria, assim, as pessoas ficam satisfeitas com a Sanfil. Refere-se que a Sanfil tem protocolos estabelecidos com diversas entidades, nomeadamente a Carisiva, LASER, Liberty Seguros, Zurich.

A unidade de saúde de Coimbra situa-se no número 41, da Avenida Emílio Navarro, e tem como missão prestar cuidados médicos de excelência com um serviço clínico reconhecido em todas as especialidades. O espaço dispõe dos melhores equipamentos para a realização de cirurgias e os seus profissionais prezam a segurança e a seriedade em todos os atos médicos exercidos. CS.

Personalia Cabeleireiros aposta em serviços variados

DIVERSIDADE A Personalia situa-se no n.º 12 da Rua Padre Estevão Cabral, em Coimbra, ao lado da Telepizza. A loja tem parceria com a Diva Elegante – Consultoria de Imagem e, para além do serviço de cabeleireiro, onde se destacam o alisamento definitivo e temporário, aplicação de extensões e tratamento de creatina, dispõe de serviços de estética com tratamentos de rosto e corpo, micropigmentação, permanente de pestanas, reiki, manicure e pedicure, entre outros.

No entanto, não é um mero salão de beleza, porque tem serviços de costura e restauro de peles, e também comercializa artigos de vestuário, acessórios e artesanato. Ana Amaral, a responsável da Personalia disse ao Diário de Coimbra que apostam num «serviço personalizado, num local agradável».



A equipa de funcionárias dedicadas e simpáticas

O espaço dispõe de vouchers de oferta sendo, portanto, uma prenda original já que «o cliente escolhe o serviço que pretende oferecer», afirmou.

Também é disponibilizado o Cartão Cliente no qual, após nove marcações, há 15 por cento de desconto, bastando, para tal, entregar o cartão devidamente preenchido.

A Personalia Cabeleireiros or-

ganiza, ainda, workshops de artesanato e costura, tendo inscrições abertas, com preços variados. Ana Amaral mencionou que, para além desta diversidade de serviços, a partir de Janeiro há novidades na estética, como osteopatia, mesoterapia, hidro-linfo e drenagem linfática. Para inscrições ou marcações contactar 239 098 022 ou 910 256 695. CS.

Presépio decora “O Gamela”

NATAL O snack-bar “O Gamela”, situado na rua Comendador Mário Barraca, em Vila Verde, Figueira da Foz tem, na sua fachada, um presépio. Do lado esquerdo da porta está a representação do estábulo, com a Sagrada Família, Reis Magos e anjos. O musgo, fresco e verde, está presente em toda a dimensão do presépio que possui, no cimo da porta, uma estrela e, no lado direito, várias figuras alusivas e até pequenas fontes.

O proprietário, António Esteves, disse ao Diário de Coimbra que toma esta iniciativa desde que tem o estabelecimento, há



A fachada tem um presépio que ocupa a entrada do café

seis anos. «Em todas as épocas festivas enfeitamos “O Gamela”, mais no Natal, porque é uma quadra de maior relevância e que diz respeito à família». O

proprietário destacou a ajuda dos amigos que contribuíram na decoração do presépio que pode ser visitado até Dia de Reis, portanto, 6 de Janeiro. CS.



No auditório estiveram presentes técnicos oficiais de contas, empresários e estudantes

Nova facturação e Código de Trabalho em esclarecimento

Legislação Com o novo ano, entraram em vigor novas leis que foram explicadas na sessão de esclarecimento no ISCAC

Cátia Santos

A Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), a Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas (OTOC) e a Autoridade para as Condições do Trabalho (ACT) juntaram-se numa iniciativa para divulgar as novas regras de facturação e alterações do Código do Trabalho. O seminário decorreu ontem à tarde, no auditório do Instituto Su-

perior de Contabilidade de Coimbra (ISCAC), na Quinta Agrícola da Bencanta.

Mário Pereira Gonçalves, director-geral da AHRESP, revelou que «a crise nacional e internacional diminuiu o poder de compra, considerando este ano ainda pior que 2012, pois «vai haver menos 28.000 empresas e menos 62.000 postos de trabalho». Para terminar, «se não mudarmos o percurso, vamos cair no abismo», afirmou.

O “desaparecimento” de quatro feriados e a passagem de 20 para 12 dias de pagamento, em caso de cessação de contrato, são algumas das modificações

O presidente da Câmara Municipal de Coimbra, Barbosa de Melo, também esteve presente, considerando que «vamos ter de mudar de vida nos próximos anos», assim «as pessoas têm de se juntar, porque só os fortes são ouvidos». «O ritmo de mudança tem de ser adequado à capacidade de resistência da nossa economia», concluiu.

Em relação à mudança da facturação, devido à obrigação da introdução de novas máquinas de facturação, para a «transmissão de bens e prestações de serviços» foi revelada a simplificação dos requisitos da facturação electrónica, a uniformização, a nível da União Europeia, das menções a constar nas facturas referentes aos regimes de tributação, entre outros.

As principais alterações do Código de Trabalho foram apresentadas por Luís Castro, da ACT, que referiu o “desaparecimento” de quatro feriados (Corpo de Deus, 5 de Outubro, 1 de Novembro e 1 de Dezembro) e, por exemplo, que em caso de cessação de contrato, o empregador tem de pagar 20 dias por cada ano completo de antiguidade. No entanto, os 20 dias reduzirão para apenas 12 e, o valor global da compensação não pode ser superior à retribuição mensal.

Para finalizar, os técnicos oficiais de contas, empresários e estudantes colocaram as suas dúvidas sobre as temáticas abordadas, dando lugar a um debate muito participado.

O seminário prossegue hoje, a partir das 15h00, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (excluindo o segundo tema) e, amanhã, na Guarda. ◀

Empresas de excelência distinguidas em Braga

Mérito Desempenho económico-financeiro e de gestão levou ao reconhecimento de 1.239 PME nacionais. Meia centena localiza-se no distrito de Coimbra

Cátia Santos

O Estatuto PME Excelência 2012 foi criado pelo IAPMEI (Agência para a Competitividade e Inovação) com o objectivo de demonstrar o mérito de Pequenas e Médias Empresas (PME) com perfis de desempenho superiores. Neste âmbito, ontem, o Parque de Exposições de Braga foi o local escolhido para a distinção de 1.239 PME de todo o país.

A iniciativa envolveu uma parceria entre o Turismo de Portugal, o IP, e os principais bancos, nomeadamente o Banco Espírito Santo, o BES dos Açores, o BPI, Barclays, Caixa Geral de Depósitos, Crédito Agrícola, Millennium BCP, Montepio e Santander Totta.

Num encontro que teve Júlio Magalhães como apresentador e moderador, o ministro da Economia e do Emprego, Álvaro Santos Pereira, considerou que «Portugal precisa de empresas com perfis fortes, que visem crescimento e sustentabilidade financeira, criando emprego e fazendo exportações».

Carlos Nuno Oliveira, secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação referiu a importância de fortalecer a capacidade de inovação das empresas no marketing, internacionalização e comercialização. «É necessário apoiar a concentração das

empresas, ganhar escala e complementaridades», frisou.

De seguida, procedeu-se a um debate intitulado «Crescimento e Competitividade: Consolidar Estratégias Empresariais de Sucesso», onde os representantes da Garantia Mútua, IAPMEI, Programa «Empreendedorismo - Inovação e do Turismo de Portugal, que representaram o sector público, deram a sua opinião. Para evidenciar o sector privado estiveram presentes representantes dos bancos, que abordaram «Soluções de Financiamento para PME».

Luís Filipe Costa, presidente do IAPMEI, revelou a exis-



Ministro da Economia e do Emprego esteve presente

tência de 350 mil PME a nível nacional, das quais oito mil são PME Líder e 1.239 de Excelência. «Sem empresas não há crescimento, emprego e exportações. Espero que 2013 seja o ano das empresas e da capitalização», revelou, acrescentando que «é necessária exigência e auto-confiança, nas capacidades e recursos, para atingir sucesso».

Para terminar, foram distinguidas empresas dos sectores da indústria, comércio, serviços, turismo, construção e transportes. No distrito de Coimbra foram galardoadas 50 empresas com o estatuto Excelência. ◀

Associação Empresarial de Cantanhede reuniu empresas de sucesso no Parque de Exposições

De acordo com Luis Roque, presidente da Associação Empresarial de Cantanhede (AEC), o evento é uma «forma de reconhecer a excelência dos nossos associados». «Motivar e divulgar este tipo de iniciativas é importante para as empresas, já que cativam, impulsionam e dão visibilidade sendo, claramente, uma forma de promover o desenvolvimento do concelho e dos associados», afirmou o responsável. ◀



Representantes das empresas galardoadas

Empresas de excelência distinguidas em Braga

Desempenho económico-financeiro e de gestão levou ao reconhecimento de 1.239 PME nacionais. Mais de meia centena localiza-se no distrito de Viseu

Cátia Santos

■ O Estatuto PME Excelência 2012 foi criado pelo IAPMEI (Agência para a Competitividade e Inovação) com o objectivo de demonstrar o mérito de Pequenas e Médias Empresas (PME) com perfis de desempenho superiores. Neste âmbito, anteontem, o Parque de Exposições de Braga foi o local escolhido para a distinção de 1.239 PME de todo o país.

A iniciativa envolveu uma parceria entre o Turismo de Portugal, o I.P. e os principais bancos, nomeadamente o Banco Espírito Santo, o BES dos Açores, o BPI, Barclays, Caixa Geral de Depósitos, Crédito Agrícola, Millenium BCP, Montepio e Santander Totta.

Num encontro que teve Júlio Magalhães como apresentador e moderador, o ministro da Economia e do Emprego, Álvaro Santos Pereira, considerou que



MINISTRO da Economia e do Emprego esteve presente

“Portugal precisa de empresas competitivas, fortes, que visem crescimento e sustentabilidade financeira, criando emprego e fazendo exportações”.

Carlos Nuno Oliveira, secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação referiu a importância de fortalecer a capacidade de inovação das empresas no marketing, internacionalização e co-

mercialização. “É necessário apoiar a concentração das empresas, ganhar escala e complementaridade”, frisou.

De seguida, procedeu-se a um debate intitulado ‘Crescimento e Competitividade: Consolidar Estratégias Empresariais de Sucesso’, onde os representantes da Garantia Mútua, IAPMEI, Programa +Empreendedorismo +Inovação e do Turismo de Portugal,

que representaram o sector público, deram a sua opinião. Para evidenciar o sector privado estiveram presentes representantes dos bancos, que abordaram ‘Soluções de Financiamento para PME’.

Luís Filipe Costa, presidente do IAPMEI, revelou a existência de 350 mil PME a nível nacional, das quais oito mil são PME Líder e 1.239 de Excelência. “Sem empresas não há crescimento, emprego e exportações. Espero que 2013 seja o ano das empresas e da capitalização”, revelou acrescentando que “é necessária exigência e auto-confiança, nas capacidades e recursos, para atingir sucesso”.

Para terminar, foram distinguidas empresas dos sectores da indústria, comércio, serviços, turismo, construção e transportes.

No distrito de Viseu foram galardoadas 56 empresas com o estatuto Excelência. I

ERA Imobiliária ajudou instituições de Coimbra

Solidariedade Casa dos Pobres e Comunidade Juvenil de São Francisco de Assis foram as instituições apoiadas pela campanha da ERA

Cátia Santos

A ERA Imobiliária realizou, de 30 de Novembro a 6 de Janeiro, uma campanha de solidariedade, que visava ajudar a Casa dos Pobres e a Comunidade Juvenil São Francisco de Assis. A iniciativa contou com a parceria do Diário de Coimbra já que, para além de ser possível entregar brinquedos, roupa, calçado e artigos de puericultura, ou outros, em bom estado de conservação, nas lojas da Era (Vale das Flores, Almedina e Lousã), os interessados podiam solidarizar-se com a campanha deixando os produtos no Diário de Coimbra, na Rua da Sofia ou na Rua Adriano Lucas. Para além dos artigos mencionados, houve quem entregasse livros e bens alimentares como leite, cereais, massa e arroz.

Jorge Cardoso, da ERA, sublinhou ao nosso jornal o facto de ser «a primeira vez que fizemos uma campanha assim e temos um balanço muito positivo», adiantando que, no próximo Natal, a imobiliária reali-



O resultado da primeira recolha que angariou bens para ambas as instituições

zará uma campanha do género.

Os bens foram entregues, em Dezembro, a ambas as instituições, e a mais recente recolha, que concerne aos produtos angariados depois do Natal, como explicou Jorge Cardoso, foram oferecidos, ontem, à Comunidade São Francisco de Assis.

Marília Barata, directora técnica da Comunidade, está unânime com Jorge Cardoso, uma

vez que faz um «balanço muito positivo» porque, «num ano de crise é incrível como estas ideias surgem e as instituições são apoiadas». As crianças deliraram, eles [ERA] tiveram o cuidado de embrulhar os presentes e foi fantástico ver os meninos abrirem as prendas». A directora técnica considerou que «a iniciativa representa amor, simpatia e uma onda de solidariedade». «

A campanha decorreu pela primeira vez e tem balanço positivo. No próximo Natal, a iniciativa volta a repetir-se para ajudar quem mais precisa