



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

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Joana Alexandra Casimiro Brás
dezembro | 2012

Ficha de identificação

Nome: Joana Alexandra Casimiro Brás

Número: 5006846

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

Curso: Comunicação Multimédia

Docente Orientador: Carlos Francisco Lopes Canelas

Organização: O Interior

Morada:

Rua da Corredoura, 80 - R/C Direito C

6300 Guarda

Email: ointerior@ointerior.pt

Site: www.ointerior.pt

Tutor do Estágio na Organização: Luís Batista-Martins

Data de início do Estágio: 2 de julho de 2012

Duração: 3 meses

Data de fim do Estágio: 2 de outubro de 2012

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço a todos os docentes da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda que contribuíram para a minha formação académica.

Agradeço também ao diretor do jornal O Interior, Luís Baptista-Martins, por me ter aceitado na empresa, assim como a todos os que durante estes três meses foram meus colegas de trabalho e me ajudaram a ambientar na empresa e em tudo o que precisei.

Ao meu orientador de estágio, o docente Carlos Canelas, pelo apoio na elaboração do presente documento.

Aos meus pais, um agradecimento especial pelo apoio, pela educação e pelos valores que me inculcaram, pois sem eles nada disto seria possível.

Agradeço também à minha família, em especial aos meus irmãos, por todo o apoio que me deram.

Agradeço aos meus amigos que, com a amizade deles e todo o seu apoio, fizeram estes três anos parecerem três dias.

A todos os que me apoiaram, obrigado.

Resumo

O presente relatório foi elaborado no âmbito da unidade curricular Projeto/Estágio, incluída na licenciatura de Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda. O estágio decorreu na organização O Interior TV, localizada na cidade da Guarda, no período de 2 de julho a 2 de outubro de 2012.

O estágio consistiu na produção de reportagens. O desenvolvimento desta atividade implicou a concretização de várias tarefas, como sejam: a preparação, na qual se integra a definição das temáticas e a respetiva investigação; a recolha de informações no terreno, na qual se inclui a captação de material audiovisual em bruto; a seleção e a hierarquização das informações recolhidas e a edição de vídeo.

Outra atividade executada foi a difusão das reportagens produzidas, passando pelo *upload* dos ficheiros de vídeo.

Palavras-chave: O Interior TV; Estágio; Reportagens; comunicação; Multimédia.

Índice geral

Introdução.....	1
1. A Organização	3
1.1. Identificação da Organização	3
1.1.1. Jornal O Interior.....	3
1.1.2. O Interior TV	4
1.2. Breve Caracterização Histórica da Organização.....	4
1.3. Estrutura Organizacional.....	5
1.4. Identidade visual	6
1.4.1. Nome.....	6
1.4.2. Logótipo.....	7
1.5. Análise <i>Swot</i>	8
1.5.1. Forças.....	9
1.5.2. Fraquezas	9
1.5.3. Oportunidades	10
1.5.4. Ameaças.....	10
2. Estágio	12
2.1. Objetivos	12
2.2. Estratégias	12
2.3. Cronogramas	13
2.4. Descrição das Atividades Desenvolvidas.....	13
2.4.1. Produção de Reportagens.....	13
2.4.1.1. Preparação	14
2.4.1.2. Recolha de informação no terreno	14
2.4.1.3. Seleção e hierarquização da informação recolhida	17
2.4.1.4. Edição de vídeo	17

2.4.2. Difusão das reportagens produzidas	19
Reflexão crítica.....	20
Bibliografia.....	21
Webgrafia	22
Anexos.....	23

Índice de Figuras

Figura nº1 – Logótipo Jornal O Interior	7
Figura nº2 – Logótipo de O Interior TV	8

Índice de quadros

Quadro 1 - Análise SWOT	9
-------------------------------	---

Glossário de siglas e termos técnicos

Flv - é o formato de arquivo de vídeo originário do *Adobe Flash Player*, este formato tornou-se muito comum na Internet em *sites* como o *YouTube*.

MP3 - tipo de compressão de áudio com perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano.

Oráculos – informação escrita, colocada sobre a imagem.

Upload – envio de dados de um computador local para um computador remoto.

Vivo - declarações do entrevistado, onde este aparece na imagem e expressa a sua opinião, ou simplesmente responde a uma pergunta executada pelo entrevistador.

Voz-off – gravação da narração ou de texto falado feita separadamente das imagens.

YouTube - é um *site* que permite que seus utilizadores carreguem e compartilhem vídeos em formato digital.

Zoom – relação entre as distâncias mais curta e mais longa de uma objetiva zoom; pode incluir distância focal ótica e digital.

Introdução

Este relatório de estágio enquadra-se na unidade curricular de Estágio/Projeto, presente no último semestre do plano da Licenciatura de Comunicação Multimédia, ministrado na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

Ao finalizar a componente letiva do curso de Comunicação Multimédia, chega a oportunidade de colocar em prática alguns dos conhecimentos adquiridos ao longo de três anos. O presente relatório tem como objetivo apresentar as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular realizado no Jornal O Interior, entre os dias 2 de julho e 2 de outubro de 2012.

A oportunidade de poder realizar o estágio focado na componente do vídeo, motivou-me muito, pois é a área que eu queria e mais me motiva, e o facto de poder aplicar os meus conhecimentos, assim como adquirir novos conhecimentos, deixou-me muito animada. É sempre uma experiência motivadora poder interagir e conhecer o ambiente profissional.

Este documento encontra-se estruturado em dois capítulos, sendo que, no primeiro, é apresentado a organização na qual realizei o estágio curricular, bem como uma Análise *Swot*. No segundo capítulo, apresento as estratégias utilizadas durante o estágio e descrevo as atividades desenvolvidas durante o meu estágio.

A metodologia utilizada para a realização do presente relatório baseou-se na pesquisa diversificada de livros referentes à comunicação e também ao vídeo e ao cinema. Realizei também várias pesquisas na internet para consolidar conhecimentos que adquiri ao longo dos últimos três anos em que frequentei o curso de comunicação Multimédia.

Capítulo 1

Organização

1. A Organização

1.1. Identificação da Organização

1.1.1. Jornal O Interior¹

O Jornal O Interior é um jornal regional, propriedade de JORINTERIOR-Jornal • O Interior, Lda., que marca o espaço mediático pela sua vivacidade e contribui também para a construção da identidade da região, localizado atualmente na Rua da Corredora, 80 - R/C Dto - C • 6300-825 Guarda.

Nasceu pela necessidade de lançar um novo projeto editorial que pudesse contribuir para uma região mais e melhor informada, que fizesse a ponte entre a Guarda e a Covilhã, contribuindo assim para a divulgação de informação na região.

A sua missão é informar os leitores sobre o que se passa na região, sendo um elemento de democratização da informação, elo de ligação entre aqueles que estão fora e as suas terras de origem. Por outro lado, é também uma porta privilegiada para o desenvolvimento económico e trocas empresariais e turísticas.

O diretor do jornal é Luís Batista-Martins, e conta com uma equipa de redação constituída por três pessoas, Luís Martins (chefe de redação), Ricardo Cordeiro e Fábio Gomes.

Do concelho editorial deste jornal fazem parte: António Ferreira, Nuno Amaral Jerónimo, Cláudia Quelhas, João Canavilhas, José Carlos Alexandre, Diogo Cabrita e Maurício Vieira. Colunistas e Colaboradores: António Ferreira, António Costa, António Godinho, A.S. Bernardo, Bruno Reis, Cláudia Quelhas, Diogo Cabrita, Eduardo Lourenço, Hugo Sousa, J.A. Alves Ambrósio, J.L. Crespo de Carvalho, Joaquim Pina Moura, João de Almeida Santos, João Canavilhas, João Morgado, João Santiago Correia, Jorge Bacelar, José Carlos Alexandre, José Carlos Lopes, Luísa Queiroz de Campos, M. Castelo Branco, Miguel Sousa Tavares, Nuno Jerónimo, Paulo Sebastião, Pedro Dias de Almeida, Telma Madaleno e Vítor Afonso. Desporto: Arlindo Marques, Cristina Sofia, Fernando Araújo, Francisco Carvalho, João Ferreira, José Luís Costa e Rui Geraldês.

¹ Dados fornecidos pela organização.

O *cartoon* é elaborado por Luís Veloso e Maurício Vieira, a Paginação está a cargo de Jorge Coragem e o projeto gráfico é de Maurício Vieira. O jornal tem ainda um departamento comercial constituído por Joana Santos.

A impressão do jornal é elaborada pela empresa FIG- Industrias Gráficas, S.A. localizada na Rua Adriano Lucas – 3020-265 Coimbra. Sendo o número atual de tiragens de 8.960 exemplares.

Com o decorrer dos anos e o avanço das novas tecnologias, sentiu-se a necessidade de distribuir os seus conteúdos em várias plataformas como a rádio e a *web*, chegando também às redes sociais, facilitando assim o acesso àqueles que estão fora, assim como mostrar o que se passa na região a pessoas de outros países.

1.1.2. O Interior TV

O Interior TV é um projeto de *web TV* implementado em parceria pela Rádio Altitude e pelo Jornal O Interior em www.ointerior.tv. O Interior TV pretende fazer um novo tipo de jornalismo caracterizado pela ligação entre o audiovisual, a imprensa e a rádio. O portal, com a sua página de notícias e reportagens ou mesmo vídeos promocionais, assume o compromisso de criteriosamente eleger os assuntos de maior interesse público, social e cultural.

Assim, o Interior TV é um *site* que recorre ao suporte audiovisual para promover a divulgação de factos, opiniões e ideias num mundo cada vez mais globalizado, onde os modelos tradicionais de informação já não conseguem corresponder aos anseios do público.²

1.2. Breve Caracterização Histórica da Organização

O Jornal O Interior nasceu no ano 2000. No ano seguinte, foi-lhe atribuído o prémio Gazeta de Imprensa Regional entregue por Jorge Sampaio. Ainda no ano de 2001, o jornal O Interior organizou o grande debate das autárquicas.

Em 2002, o Jornal organizou a festa do livro na Rua do Comércio, no ano seguinte a festa do livro repetiu-se e contou com a presença de Ricardo Araújo Pereira.

Em 2004, a festa do livro realizou-se de novo, desta vez numa tenda gigante na Praça Velha.

² Adaptado de http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=3WcaVHyyLr8.

Em 2008, a festa do livro realizou-se novamente e conta com a presença de Fernando Alvim e Pedro Mexia.

Em 2009, nasceu o projeto O Interior TV e o jornal passa a ser distribuído com o Expresso na Beira Interior.

1.3. Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional de uma empresa é a forma pela qual as atividades desenvolvidas por uma organização são compartilhadas, organizadas e coordenadas.

Na opinião do autor João Simão (2007, p. 16), «a importância da sala de redacção não se fica pelo espaço fixo que é, vai muito além disso. Representa todo o corpo que cria o jornal com todas as suas regras e rotinas».

A estrutura organizacional do Jornal O Interior é constituída por:

- o diretor: é a pessoa que representa a publicação, sendo o responsável por orientar e determinar o conteúdo da organização. Para além disso, é também da competência do diretor elaborar o editorial do jornal;
- conselho editorial: é um órgão consultivo constituído por notáveis e colaboradores da publicação. As suas funções passam pela definição da linha editorial, aconselhar a direcção e analisar e refletir sobre a publicação e se esta está a cumprir a linha editorial traçada;
- chefe de redacção: é sua função coordenar e supervisionar todo o trabalho produzido na redacção, bem como a estrutura de cada número do jornal. O chefe de redacção é ainda a “ponte” entre o diretor e a redacção;
- redatores: são os jornalistas que elaboram as notícias que irão constituir o jornal. O Jornal O Interior dispõe de três redatores, contando também entre eles com o chefe de redacção;
- editores de secção: a sua função é coordenar os trabalhos realizados pelos redatores dentro da sua secção, definem as notícias a serem publicadas e a posição que estas vão ocupar nas páginas da secção. No caso do Jornal O Interior, que é um jornal de pequenas dimensões, tem apenas um editor que trata de todas as secções;

- colaboradores: são pessoas que colaboram com a publicação regularmente, estes não são funcionários da empresa pois não trabalham nesta a tempo inteiro e o seu trabalho pode ou não ser remunerado;
- colunistas: figuras de reconhecido mérito e valor intelectual, político e social entre outros que asseguram a rubrica de opinião na publicação. A opinião dos colunistas não tem de seguir a linha editorial e nem compromete o jornal. O Jornal O Interior conta com vinte e dois colaboradores e colunistas;
- departamento comercial: a sua função é gerir a publicidade que irá fazer parte da publicação. Neste jornal, o departamento comercial é constituído apenas por uma pessoa.

1.4. Identidade visual

A identidade visual de uma empresa é o conjunto gráfico que a denota visualmente, tendo o poder de refletir a personalidade da empresa. Deste modo, esta identidade é constituída pelo seu nome, logótipo e também *slogan*, sendo os elementos primários para a identificação e reconhecimento junto do público.

«A preocupação de projectar uma imagem prestigiada, quer da sua empresa quer de si mesmo, tornou-se uma constante no dia-a-dia dos gestores modernos» (Lampreia, 2003, p. 48).

1.4.1. Nome

Quando o nome de uma organização é criado, deve ser bem pensado, dado que o nome não pode ser alterado como um logótipo, mudar o nome de uma empresa implica custos muito elevados e não deve ser alterado para que o público tenha conhecimento dele e este não seja esquecido (J. Martins Lampreia, 2003).

Segundo o mesmo autor (2003, p. 49), existem sete categorias de nomes, sendo elas:

- nome individual, normalmente o nome refere-se ao fundador da empresa, podendo posteriormente ser acoplado por nomes de pessoas que sucedem o cargo;
- associação de nomes, em função das pessoas que integram inicialmente a sociedade;
- nome descritivo, onde a atividade da empresa é de imediato referida;

- nome abreviado, ex: Pan Am para Pan American;
- iniciais, ex: Cenjor para Centro Protocolar de Formação Profissional de Jornalistas;
- nome fabricado, ex: Kodak, Nestlé.
- nome por analogia, ex: Jaguar, Iglo.

O Interior é um nome por analogia, pois o seu nome corresponde ao local onde o Jornal está localizado, no interior do país.

1.4.2. Logótipo

Segundo Lampreia (2003), o logótipo é a representação gráfica de uma empresa ou produto, devendo tornar-se num sinal de reconhecimento imediato, sendo a finalidade do logótipo é comunicar o tipo de negócio e a sua personalidade.

Ainda segundo o mesmo autor (Lampreia, 2003), um bom logótipo deve ser:

- de fácil perceção, distinguindo-se das outras referências visuais e suscitando um reconhecimento imediato;
- de grande clareza, para a rápida compreensão do seu significado;
- de boa memorização, para que o público se lembre dele em qualquer situação;
- de fácil associação com a empresa em questão.

A identidade de uma empresa é constituída por um conjunto de sinais, sendo o logótipo considerado o elemento fundamental, em termos de comunicação, para a empresa. Caso este seja demasiado complexo pode ser facilmente esquecido (Lampreia, 2003).

O logotipo de Jornal O Interior (Imagem 1) é constituído pelo nome, o que facilita a sua memorização.

As cores utilizadas neste logotipo são o preto que, combinado com as cores certas, representa elegância, nobreza, distinção e rigor (Lindon *et al.*,2008). Por sua parte, o azul, a outra cor usada no logótipo, representa a racionalidade, a seriedade e tranquilidade (Lindon *et al.*,2008).



Figura nº1 – Logótipo Jornal O Interior

O logótipo do O InteriorTV (Figura nº 2) é formado por nome e símbolo, simples e de fácil memorização.

As cores utilizadas são o cinza que indica discrição, futurismo e elegância é também conhecida como a cor da tecnologia, o preto que representa elegância, nobreza, distinção e rigor. É ainda utilizado o vermelho que representa o dinamismo e o revolucionário, o verde representa a vida e esperança e também o azul que representa racionalidade, seriedade e tranquilidade (Lindon *et al*,2008).

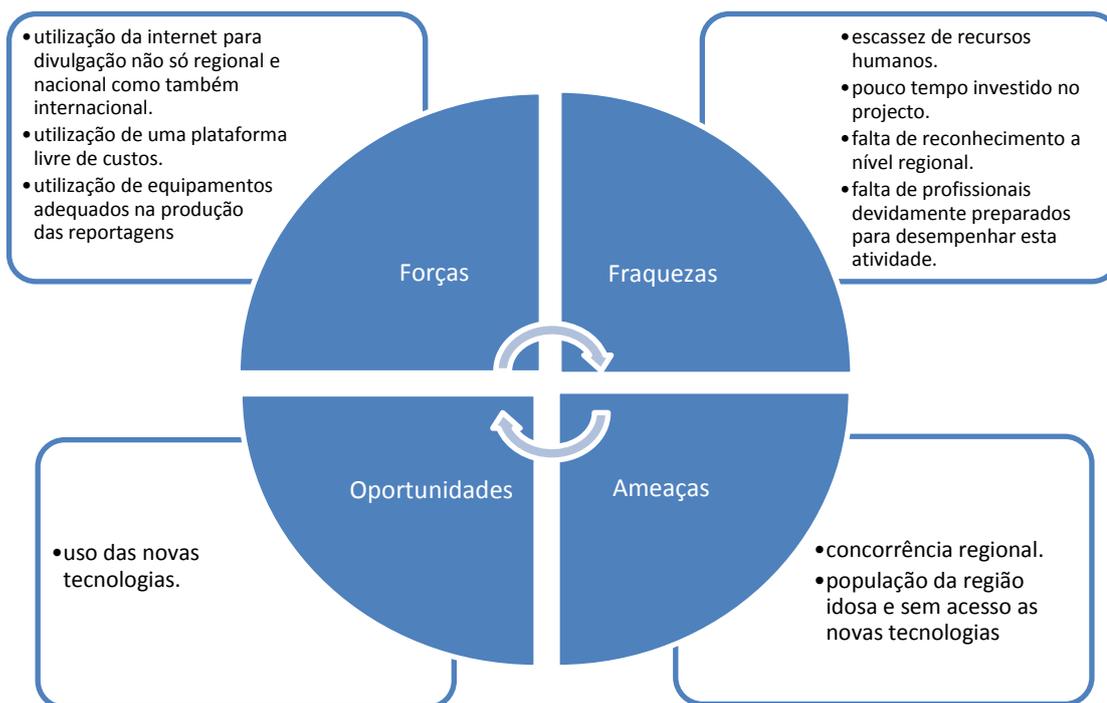


Figura nº2 – Logótipo de O Interior TV

1.5. Análise *Swot*

A **análise *Swot*** tem por objetivo analisar a viabilidade empresarial, a sua capacidade de sobrevivência no mercado e a competitividade face à concorrência. O termo *Swot* resulta das iniciais das palavras Anglo-saxónicas ***strengths*** (forças), ***weaknesses*** (fraquezas), ***opportunities*** (oportunidades) e ***threats*** (ameaças). Corresponde, assim, à identificação dos principais aspetos que caracterizam a posição estratégica de uma organização num determinado momento, tanto a nível interno como a nível externo. A análise *swot* avalia a posição da empresa através do recurso a uma matriz de dois eixos em que cada um é composto por duas variáveis: forças e fraquezas da análise interna; oportunidades e ameaças da análise externa.

No quadro seguinte, é apresentada a análise *swot* efetuada sobre O InteriorTV.



Quadro 1 - Análise Swot

1.5.1. Forças

A internet é um meio de comunicação que hoje em dia é utilizado pela grande maioria das pessoas por todo o mundo, sendo este um meio de comunicação que não se limita a uma região, mas pode também ser visualizado a nível mundial. Um dos pontos a favor de O Interior TV é o facto de chegar a um elevado número de pessoas, necessitando apenas ter acesso à internet o que cada vez é mais acessível. Também o facto de utilizar uma plataforma livre de custos facilita a sua manutenção. Sendo este um complemento de informação para o jornal impresso e uma forma de chegar a um público mais amplo. A utilização de equipamento adequado para a produção de reportagens é um ponto forte da organização.

1.5.2. Fraquezas

A escassez de recursos humanos da empresa faz com que esta não tenha um número de publicações regulares, pelo que pode levar a que perca de utilizadores.

Também o tempo investido no projeto é reduzido devido à escassez de recursos humanos na empresa.

A divulgação do O Interior TV é muito reduzida, o que leva a que muitas pessoas da região não conheçam a sua existência. Durante o estágio, deparei-me com muitas pessoas, entre eles habitantes da cidade da Guarda, que desconheciam a existência deste canal. O facto de esta atividade ser realizada por profissionais que não estão devidamente preparados para desempenhar esta atividade

1.5.3. Oportunidades

O uso das novas tecnologias facilita a divulgação do canal, assim cada vez mais este pode ser visto em qualquer momento e por qualquer pessoa.

1.5.4. Ameaças

A concorrência a nível regional, Localvisão, sendo que esta *webtv* tem uma maior dinâmica e uma atualização quase diária dos seus conteúdos.

Também o facto de a população da região ser, na grande maioria, população idosa leva a que estes não tenham acesso às novas tecnologias.

Capítulo 2
Estágio

2. Estágio

A realização do estágio para a conclusão do curso de Comunicação Multimédia, fez-me pensar o que realmente pretendia fazer no futuro, uma vez que o estágio me iria integrar numa equipa de trabalho onde eu poderia pôr em prática o que aprendi nas unidades curriculares ao longo do curso, assim como aprofundar os meus conhecimentos para a minha vida profissional. Sendo o vídeo o que mais me entusiasmou durante a frequência das unidades curriculares, optei por realizar o estágio curricular nesta área. O mundo da televisão sempre me fascinou e com o contacto que tive com o vídeo durante as unidades curriculares de Captação e Edição de Áudio e Vídeo I e II e Jornalismo Digital, percebi que era isto que eu queria fazer na minha carreira profissional.

2.1. Objetivos

Os objetivos para o estágio consistiam em conhecer o funcionamento da empresa, bem como integrar uma equipa de trabalho para assim complementar a formação académica através do exercício de funções e tarefas práticas no contexto real de trabalho, e também expandir os conhecimentos adquiridos e obter novos conhecimentos para uma melhor preparação para o mercado de trabalho.

2.2. Estratégias

Para conseguir alcançar os objetivos previamente definidos neste estágio curricular, participei nas atividades que me eram propostas e observando as atividades elaboradas anteriormente. Foi também importante a aplicação e adaptação de conhecimentos teóricos e práticos adquiridos nas unidades curriculares frequentadas ao longo do curso.

O bom relacionamento dentro da empresa e a disponibilidade por parte de todos os colegas contribuíram para o sucesso do trabalho realizado.

2.3. Cronogramas

O cronograma é a disposição gráfica do tempo gasto na realização de um determinado trabalho em função das atividades a serem cumpridas.

As seguintes tabelas mostram os cronogramas que representam as atividades e as tarefas desenvolvidas ao longo dos três meses de estágio, começando no dia 2 de junho de 2012 e terminando no dia 2 de outubro do mesmo ano.

Durante os três meses de estágio, o meu trabalho passou essencialmente pela produção e difusão de reportagens.

Realizei também trabalhos de edição de vídeo, utilizando um programa no qual já tinha conhecimentos e me foi relativamente fácil trabalhar o *Adobe Premiere CS4*³,

Tive também a oportunidade de realizar o trabalho de reportagem, que consistia na preparação antes de ir para o terreno e elaboração do texto que iria acompanhar as imagens recolhidas no terreno.

2.4. Descrição das Atividades Desenvolvidas

2.4.1. Produção de Reportagens

A produção de reportagens foi a atividade principal desenvolvida durante o estágio. Esta atividade engloba várias tarefas desde a preparação, passando pela recolha de informação no terreno, a seleção e hierarquização da informação e a edição de vídeo. As atividades desenvolvidas durante o estágio encontram-se em anexo (Anexo1).

A reportagem televisiva recorre essencialmente à imagem, o que leva a que muitas vezes esta possa sensibilizar o público com a finalidade de chamar a sua atenção para o assunto. O desafio da reportagem consiste em ultrapassar sentimentos e emoções e indicar a existência e as dimensões do problema. É também uma técnica de mediação das relações dos antecedentes e das consequências do acontecimento abordado (Jespers, 1998).

Segundo Jean-Jacques Jespers (1998), uma boa reportagem deve comportar duas dimensões:

- uma dimensão empática que visa a ligação entre o espetador e o assunto e/ou personagens em ação uma relação de conveniência afetiva.
- uma dimensão de revelação, esclarecimento, de contextualização do assunto.

³ Software de edição de vídeo utilizado a nível profissional.

2.4.1.1. Preparação

A preparação da reportagem passa inicialmente pela pesquisa, ou seja, a recolha de informação tendo em conta acontecimentos/eventos locais ou mesmo nacionais, estes são analisados e são tidos em conta pelo seu interesse e impacto diante do público. Acima de tudo são acontecimentos atuais no país e que poderiam ter interesse para a população local, nacional ou mesmo internacional que acedem ao canal do Interior TV com a finalidade de aceder a informação sobre a cidade da Guarda.

Após selecionar o tema, o jornalista deve recolher informação sobre este, lendo artigos publicados sobre a temática, consultando documentação ou mesmo recolhendo opiniões de pessoas relacionadas com o tema (Oliveira, 2007).

Quando necessário deve marcar-se antecipadamente a ida pelo terreno, como por exemplo para informação de *background* ou para entrevistas. Deve-se também definir a ideia que queremos passar, mesmo que esta sofra alterações no terreno ou mesmo na edição, isto poupa tempo durante a sua execução. Uma vez no terreno, o jornalista deve procurar fontes locais fiáveis e aperfeiçoar o seu conhecimento sobre o assunto tratado (Jespers, 1998).

2.4.1.2. Recolha de informação no terreno

«Antes de filmar, pense no que irá ser necessário. Isto inclui uma lista do que irá ser necessário filmar, e do equipamento (baterias suplentes, cassetes, um tripé)» (Ang, 2006, p. 54).

Esta tarefa consiste na recolha de material audiovisual no terreno, onde em primeiro lugar devemos considerar o que será posteriormente necessário na realização do processo de edição de vídeo.

Neste processo deve ter-se em conta alguns pontos como: o ponto de vista, o fundo e a personagem. Um dos pontos mais relevantes a ter em conta é o ponto de vista (ou ponto de colocação da câmara), também o ponto de vista subjetivo deve ser tido em conta, este é o ponto de vista da personagem. O normal é colocar os olhos do espectador à altura dos olhos da personagem, sendo que no plano picado valoriza-se o espectador e no contra picado a personagem, por vezes um ligeiro contrapicado é aceitável.

Durante a captação do material audiovisual, numa entrevista, era necessário ter em consideração a colocação da câmara, tal como refere Jorge Nuno Oliveira (2007), a colocação

da câmara deve ser sempre ao lado do jornalista, onde o entrevistado surge bem enquadrado e a olhar para os olhos do jornalista, e como sugerem Jorge Pedro Sousa e Inês Aroso (2003) deve ser sempre evitado o enquadramento central do entrevistado, pois é pouco dinâmico.

O plano refere-se a tempo e a espaço e cada plano tem a sua natureza específica quanto ao enquadramento dos materiais registados, quanto ao movimento que o caracteriza e quanto ao tempo de duração que o assemelha ou diferencia dos outros planos (Sousa, 1992). A duração de um plano é o tempo que decorre entre dois cortes, isto é, quando se muda de ponto de vista ou com o mesmo ponto de vista se muda de direção ou mantendo o ponto de vista e direção se muda de ângulo.

Em vídeo existem diferentes tipos de planos, o nome destes pode variar segundo o autor, de acordo com João Simão e Nuno Fernandes (2007, p.13) podemos considerar três grupos de planos: ambiente, ação e expressão. Os planos de ambiente podem ser:

- plano muito geral, plano que contém essencialmente o ambiente e onde o elemento humano quase não é visível na imagem;
- plano geral, plano que contém alguma ação onde o ambiente ainda predomina, contudo o elemento humano já faz parte da imagem.

Os planos de ação podem ser:

- plano geral médio, a figura humana é o ponto central da imagem, existindo equilíbrio entre a ação e o meio envolvente. Neste plano a figura surge dos pés à cabeça;
- plano americano, plano em que o conteúdo principal é a ação da personagem, o limite inferior da imagem corta a personagem pelo meio da coxa;
- plano médio, este plano caracteriza-se essencialmente pela ação da parte superior do corpo humano, é considerado um plano intermédio entre a ação e a expressão.

Os planos de expressão podem ser:

- plano próximo, este plano é cortado abaixo das axilas e privilegia o que é transmitido pela expressão facial;
- grande plano, plano cortado pela parte superior dos ombros, retira a ação e o ambiente da imagem e dá máxima importância à expressão;
- muito grande plano, plano cortado pelo queixo e pela testa, permite um aumento da carga emotiva da imagem;

- plano de detalhe, este plano foca apenas uma parte do corpo, por exemplo os olhos da personagem.

Na opinião de Rocha de Sousa (1992), os planos podem também ser caracterizados quanto à colocação da câmara ou ângulo de registo como:

- picado: o registo é feito com a câmara colocada acima do entrevistado ou motivo a captar;
- contrapicado: quando a câmara está colocada a um nível inferior do motivo;
- normal: a câmara situa-se à altura da cara do entrevistado ou do motivo a registar.

No que diz respeito aos movimentos utilizados em vídeo podem ser de dois tipos: movimentos internos (referentes à personagem, o movimento é realizado pela personagem) e movimentos externos (movimentos efetuados com a câmara). Entre os movimentos externos mais utilizados temos o *travelling* e a panorâmica.

O movimento *travelling* implica a deslocação da câmara e do seu suporte no espaço mantendo o ângulo e a trajetória de deslocação constantes, podendo este deslocar-se na direção do tema (*travelling* para a frente ou *travelling* para trás) ou para o lado (*travelling* lateral). Pode ser realizado de várias formas, desde o carro sobre carris até ao automóvel ou à câmara ao ombro (Martin, 2005; Petzold, 1974; Journot, 2005).

Quanto à panorâmica consiste no movimento de rotação da câmara sobre um eixo fixo, a câmara não abandona o local onde se encontra, seguindo o objeto em movimento e apreendendo pontos de interesse de uma cena ampla (Martin, 2005; Petzold, 1974; Journot, 2005). Na perspetiva de Marcel Martin (2005) existem ainda três tipos de panorâmica:

- panorâmica descritiva, tem como finalidade a exploração do espaço;
- panorâmica expressiva, destina-se a seguir uma ideia ou uma impressão, ou seja, acompanha um indivíduo numa determinada tarefa;
- panorâmica dramática, estabelece relações entre um indivíduo e o objeto que este observa.

Na captação de imagens em entrevistas teve-se sempre em atenção a iluminação do local, e tal como refere João Simão e Nuno Fernandes (2007), procurou-se sempre as melhores condições de trabalho possíveis, tendo o cuidado de iluminar a cara do entrevistado.

Durante o estágio curricular, o equipamento utilizado para a recolha de imagens e sons foi uma câmara de vídeo digital *Sony HDR – HD 1000E*, o formato de gravação foi avi (720-

576 px), formato usado na gravação em cassete MiniDV. Era ainda utilizado um microfone sem fios com sistema de transmissão *Sennheiser SKP 100 G3* para a realização dos vivos.

Como refere João Simão (2007), uma reportagem é um trabalho de equipa em que no terreno deve ser feita por pelo menos duas pessoas, o jornalista e o repórter de imagem, sendo fundamental que exista coordenação na equipa.

2.4.1.3. Seleção e hierarquização da informação recolhida

Nesta fase, durante o estágio eram definidos os passos a dar para construir a reportagem que se tinha em mente.

Após a recolha da informação, esta era selecionada, ou seja, era visualizado todo o material audiovisual em bruto e decidia-se o que era importante e o que não era tão importante. Eram identificados os planos considerados importantes, assim como os “vivos” que considerados mais relevantes.

No final, o jornalista tem de hierarquizar a informação, encadeando-a de acordo com critérios de importância jornalística (Oliveira, 2007).

Os vivos escolhidos pelo jornalista para integrarem a reportagem não deve ter mais de dez segundos, estes devem emitir opinião, emoção e testemunho (Simão e Fernandes, 2007).

2.4.1.4. Edição de vídeo

«Da mesma forma que os mesmos sentimentos expressos por um poeta, um romancista, ou um empresário geram textos muito diferentes, também os mesmos clips produzem resultados diferentes conforme o editor» (Ang, 2006, p.144).

Na conceção de Peter Ward (2000), a edição de vídeo é um processo que consiste em selecionar e coordenar um plano com o seguinte, com vista à construção de uma sequência de planos que formem, por sua vez, uma narrativa lógica e coerente.

A edição de vídeo poderá ser executada em dois sistemas de edição diferentes, ou melhor, quem edita terá de optar por um dos sistemas. Presentemente, os sistemas mais usados são os não lineares. Os sistemas de edição de vídeo lineares estão a desaparecer. Tal como refere Herbert Zetl (2006), todos os sistemas de edição que utilizam fita de vídeo são lineares, independentemente do material audiovisual em bruto esteja gravado em sinal analógico ou digital. Por sua vez, a edição não linear de vídeo está relacionada com os recursos disponibilizados pelos computadores. Esta nomeação, não linear, decorre da

possibilidade de que as imagens têm de serem processadas de modo aleatório, encontrando-se estas gravadas no disco duro do computador ou em discos óticos, ou seja, a edição não linear de vídeo permite a seleção de planos através de arquivos de imagens organizados por uma ordem específica. Por outro lado a edição linear exige uma maior planificação por parte do editor, na medida em que é mais difícil fazer modificações na versão editada. A edição linear significa seguir uma ordem, enquanto a edição não linear tenta quebrar a estrutura não seguindo uma ordem designada. No caso do estágio curricular a edição utilizada foi uma edição não linear, sendo o programa utilizado o *Adobe Premiere Pro*, um sistema digital.

O primeiro ponto a tratar na edição de vídeo são os vivos, estes devem ser visualizados e devemos selecionar os que vão fazer parte do projeto.

Na edição combinam-se as imagens e os sons captados, e introduzem-se imagens e sons produzidos para o efeito, como por exemplo a voz-off (Sousa e Aroso, 2003).

A gravação de voz-off consiste em registar o texto que vai acompanhar as imagens recolhidas, para assim se elaborar a reportagem.

Em televisão, o texto é para ser ouvido, pelo que este deve ser simples, coloquial, evitar a utilização de adjetivos, não exprimir opinião nem transmitir piadas. O texto deve corresponder com a imagem. Segundo Jorge Nuno Oliveira (2007), a escrita jornalística de televisão deve ser curta, clara, forte e sugestiva, sendo que as frases curtas são mais facilmente apreendidas.

Na gravação da voz-off, deve-se pronunciar todas as sílabas, assim deve-se usar pontuação e sinais que ajudem à leitura.

De acordo com João Simão (2007, p. 41), «um bom texto é aquele que é entendido pelo telespectador à primeira.»

A voz-off é dividida de forma a colocar os vivos nos respetivos lugares. No final só falta completar os espaços vazios com imagens relacionadas com o tema.

Também durante o processo de edição devemos colocar os oráculos para identificar os vivos, assim como o nome do jornalista e do repórter de imagem. Os oráculos devem ser curtos, cerca de seis segundos. O jornalista deve perguntar o nome e profissão do entrevistado antes da entrevista, o que permite ficar logo com os dados para utilizar posteriormente (Simão e Fernandes, 2007). Depois de terminada a edição da peça, esta deve ser exportada para um *clip* de vídeo.

No estágio curricular, a gravação da voz-off era executada com recurso a um gravador de voz digital *Sony Icd – px312F*, com o formato mp3, e posteriormente era transferida para o computador e adicionada ao projeto de vídeo. O formato de exportação utilizado foi o Flv

(1280-720 px) – Alta qualidade do *Youtube*. Este formato já era o utilizado anteriormente pela organização, sendo utilizado na exportação dos vídeos para posteriormente estes serem publicados no *Youtube*.

2.4.2. Difusão das reportagens produzidas

A difusão das reportagens consiste em fazer o *upload* do *clip* exportado para que este possa ser visualizado pelo público.

No estágio a difusão das reportagens era efetuada no canal de O Interior TV no *site* www.youtube.pt.

Após a exportação do projeto de vídeo para o formato compatível com o *Youtube* (Flv) era necessário realizar o *upload*.

No final do *upload* era necessário verificar se este foi bem conseguido e conferir se existia algum erro no seu nome.

Reflexão crítica

Ao longo destes três anos de formação, foram muitos os conhecimentos adquiridos, tendo sido três anos de esforço e dedicação em prol de um futuro promissor. Este esforço é finalizado com a realização do estágio curricular, um período de três meses, uma das etapas mais importantes na realização da licenciatura.

No decorrer destes três meses de estágio, pretendi pôr em prática alguns dos conteúdos que desenvolvi e aprendi ao longo dos anos de curso, o que fez com que eu atingisse os objetivos perante as atividades que desenvolvi. Durante estes meses de estágio, para além de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, também fui aprendendo com outras pessoas da organização e ao longo de todas as pesquisas que fui efetuando.

O estágio representa efetivamente a oportunidade de aplicarmos os ensinamentos adquiridos num ambiente de trabalho, assim como adquirir novos conhecimentos.

Depois de três meses inserida no ambiente de trabalho do Jornal O Interior, posso afirmar que aprendi e aprofundei os meus conhecimentos. O facto de a *webtv* ser apenas um suplemento e não ter receitas próprias, leva a uma menor aposta nesta, o que se reflete no trabalho desenvolvido e na falta de conhecimento que as pessoas têm da existência deste canal. No entanto, dei o meu melhor para desenvolver as minhas tarefas, usando as ferramentas e os meios que tinha ao meu alcance.

A falta de recursos humanos da organização, assim como o tempo que é dispensado para este projeto fazem com que o trabalho realizado seja reduzido. Ao longo do estágio, quando estava no terreno, as pessoas não tinham conhecimento da existência deste canal *online*. Assim, a falta de divulgação deste canal faz com que este perca visibilidade entre os moradores da cidade. Notei ainda que este canal é uma forma de levar informação sobre a cidade da Guarda a qualquer ponto do mundo, pois este canal é visualizado por uma grande variedade de pessoas.

Apesar de nem tudo correr de melhor forma, fui bem recebida pela organização e, acima de tudo, fiquei a conhecer o ambiente e trabalho de um jornal, um ambiente que ainda considero vir a ser um local de trabalho no futuro, pois além do vídeo também o jornalismo é uma área de meu agrado.

Assim, ao fim destes três meses de estágio, posso concluir que este é uma mais-valia para a introdução no mundo do trabalho, ajudando a estabelecer objetivos, para além de contribuir para a formação individual e no relacionamento interpessoal.

Bibliografia

- ANG, Tom (2006), *Introdução ao Vídeo Digital*, Porto, Civilização Editores.
- BEIRÃO, Inácio *et al.* (2008), *Manual de Comunicação Empresarial*, Porto, Plátano Editora.
- BRIGGS, Mark (2007), *Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar*, Texas: Knight Center for Journalism in the Americas, *download em:*
<http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf>.
- FIDALGO, António e GRADIM, Anabela (2004/2005), *Manual de Semiótica*, Covilhã: Universidade da Beira Interior, *download em:* < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-manual-semiotica-2005.pdf> >.
- JESPERS, Jean-Jacques (1998), *Jornalismo Televisivo*, Coimbra, Minerva Editora.
- JOURNOT, Marie-Thérèse (2005), *Vocabulário de Cinema*, Lisboa, Edições 70.
- LAMPREIA, J. Martins (2003), *Comunicação empresarial: as relações públicas na gestão*, Lisboa, Texto Editora, 2.^a edição.
- LINDON, Denis, LENDREVIE, Jacques, LÉVY, Julien, DIONÍSIO, Pedro, RODRIGES, Joaquim Vicente (2008), *Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 11^o Edição.
- MARTIN, Marcel (2005), *A Linguagem Cinematográfica*, Lisboa, DinaLivro.
- OLIVEIRA, Jorge Nuno (2007), *Manual de Jornalismo de Televisão*, Lisboa: CENJOR, *download em:*
<<http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.exe?key=&doc=73220&img=458>>.
- PETZLD, Paul (1974), *Como fazer Cinema*, Lisboa, Editorial Presença.
- SIMÃO, João (2007), *Manual de Jornalismo Impresso – O INFORMATIVO*, Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, disponível para *download em:*
<<http://comunicamos.files.wordpress.com/2007/09/press-manual.pdf>>.
- SIMÃO, João e FERNANDES, Nuno (2007), *Manual de Jornalismo Televisivo- UTAD TV*, Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, *download em:*
<<http://comunicamos.wordpress.com/2007/09/21/manual-de-jornalismo-televisivo-utad-tv/>>.
- SOUSA, Jorge Pedro e AROSO (2003), Inês, *Técnicas Jornalísticas nos Meios Electrónicos*, Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa.
- SOUSA, Rocha de (1992), *VER E TORNAR VISIVEL, Formulações Básicas em cinema e vídeo*, Lisboa, Universidade Aberta.

TORRES, Eduardo Cintra (2011), *A televisão e o serviço Público*, Lisboa, Relógios D'Água Editores, 1.^a Edição.

WARD, Peter (2000), *Digital Video Camerawork*, EUA: Focal Press.

ZETTL, Herbert (2006), *Television Production Handbook*, EUA: Thomson Wadsworth, 6.^a edição.

Webgrafia

- http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=3WcaVHyyLr8
(consultado a 22-10-2012)
- www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=upload
(consultado a 14-11-2012)

Anexos

Listagem de anexos

Anexo 1 – Cronogramas

Anexo 2 - Atividades desenvolvidas

Anexo 1

Cronogramas

Atividades/ tarefas desenvolvidas	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Pesquisa																															
Reportagem																															
Recolha de imagens																															
Edição de imagem																															
Elaboração de Voz-off																															
Publicação <i>online</i>																															

Tabela 1 - Cronograma mês de Julho

Atividades/ tarefas Desenvolvidas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Pesquisa																															
Reportagem																															
Recolha de imagens																															
Edição de imagem																															
Elaboração de Voz-off																															
Publicação <i>online</i>																															

Tabela 2 - Cronograma mês de Agosto

Atividades/ tarefas desenvolvidas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Pesquisa																														
Reportagem																														
Recolha de imagens																														
Edição de imagem																														
Elaboração de Voz-off																														
Publicação <i>online</i>																														

Tabela 3 - Cronograma mês de Setembro

Atividades/ tarefas desenvolvidas	1	2
Pesquisa		
Reportagem		
Recolha de imagens		
Edição de imagem		
Elaboração de Voz-off		
Publicação <i>online</i>		

Tabela 4 - Cronograma mês de Outubro

Anexo 2

Atividades desenvolvidas

