



IPG **Politécnico**
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Júlio José Conde Ferreira

Dezembro | 2013



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

JÚLIO JOSÉ CONDE FERREIRA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro/2013

Ficha de identificação

Discente

Júlio José Conde Ferreira

5006907

Comunicação Multimédia

O Orientador

Jorge Manuel Braz Gonçalves

O Supervisor

António Pereira Andrade Pissarra

Entidade

GUARDA UNIDA DESPORTIVA

Largo Monsenhor Joaquim Alves Brás, 1ªCave Dtº Fracção B, Bloco 2

6300-703 Guarda

Contribuinte nº 508575931

Telefone: 271 311 108

Telemóvel: 962 894 600

E-mail: guarda.unida@gmail.com

Site: www.guardaunida.pt

Facebook: www.facebook.com/GuardaUnidaDesportiva

YouTube: www.youtube.com/guscguarda

Twitter: twitter.com/guardaunida

Duração do Estágio

11 de Setembro a 11 de Dezembro de 2013

(3 meses)

Agradecimentos

Ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto um obrigado por toda a hospitalidade e pela enorme qualidade de serviços que tem ao seu dispor.

Queria agradecer individualmente a cada docente do curso de Comunicação Multimédia, pois sem a contribuição, sabedoria e empenho destes, não conseguiria adquirir todos os vastos conhecimentos com que me deparo após a conclusão da minha licenciatura. Sendo assim, queria agradecer: ao professor Celestino Gonçalves por ensinar que uma linha de código programa a “vida”; à professora Fátima Gonçalves que provou que o Design pode tornar um produto mais desejado, com o professor Jorge Gonçalves percebi que trabalhar metodologicamente existe um produto mais eficaz; ao professor Fernando Carmino por expor que devemos implementar todas as técnicas orais e escritas a cada situação em concreto, “*To Professor Rosa Figueiredo for the development of the English language*”, à professora e diretora Regina Gouveia por todo o empenho e dedicação ao curso de Comunicação Multimédia e por todas as técnicas de comunicação, ao professor Nelson Oliveira que metodologicamente haverá mais sucesso quer a nível profissional quer a nível como pessoal, ao professor Carlos Canelas por todos os planos, recortes e colagens, ao professor Carlos Fonseca pelo facto de uma base de dados ser um ensinamento para a vida, pois se a construímos corretamente, nunca se será traído, ao professor Guilherme Monteiro pelo seu companheirismo e sabedoria, ao professor Carlos Brigas pelas inúmeras *frames* que constituem as nossas *motion tween 's*, ao professor Joaquim Brigas por comprovar que o texto e a imagem completam-se, à professora Isabel Morais pois comprovou que o E, revolucionou o Marketing, à professora Isabel Portugal por fazer entender que as atitudes presentes provêm do nosso passado, à professora Ana Costa por mostrar que o nosso mundo se está a tornar uma aldeia global, *Florabela Rodrigues la profesora que enseñó un nuevo idioma*, ao professor José Miranda que mostrou um novo mundo a 3 dimensões, ao professor Vítor Amaral que justificou que não começámos pela internet, mas sim pela prensa de Gutenberg, ao professor Sérgio Duarte que provou que os negócios on-line cada vez são mais utilizados, e por fim ao professor António Pissarra, que para além de professor foi o supervisor do meu estágio, e com ele aprendi, desenvolvi conhecimentos e cresci, tanto a nível pessoal, como a nível profissional.

Ao Guarda Unida Desportiva, instituição que me acolheu no meu estágio curricular, um muito obrigado por ter sido muito bem recebido e por me proporcionarem bons momentos tanto de



trabalho como lazer, com um especial obrigado ao Presidente António Pereira de Andrade Pissarra bem como ao diretor/treinador/jogador Hugo Neves, sem esquecer o senhor Lopes e o senhor José Alberto, ambos Vice-Presidentes.

Aos meus pais de seus nomes José Alberto Vilarinho Ferreira e Dulce Maria Conde Ribau que sempre me apoiaram e acreditaram em mim, à minha irmã e seu marido um especial obrigado por todas as palavras motivadoras.

À minha namorada, amiga, colega de curso, colega de trabalhos de grupo, companheira de alegrias e companheira de tristezas Ana Filipa Barroca Peres, por toda a amizade, compreensão, empenho e paciência ao longo destes anos, pois sem ti, não teria chegado tão longe como cheguei.

A todas as pessoas referidas, um enorme obrigado.

Resumo

O presente relatório representa o culminar do curso de comunicação multimédia e paralelamente do estágio curricular na instituição do Guarda Unida Desportiva, que decorreu ao longo de três meses, entre 11 de setembro e 11 de dezembro de 2013.

O conteúdo do estágio teve várias vertentes, desde a comunicação publicitária à correção e complementação da base de dados, da criação de um blogue à conceção de um logotipo até às tarefas diárias que uma instituição deverá realizar.

A estrutura do relatório é dividida em dois capítulos, onde no primeiro é feita uma descrição do Clube Guarda Unida Desportiva, e o segundo capítulo apresenta de uma forma pormenorizada as tarefas realizadas durante os três meses de estágio, onde é feito um enquadramento teórico para cada tópico das várias áreas apresentadas.

PALAVRAS-CHAVE: Metodologia; *Design*; Logotipo; Publicidade; Internet;

Índice geral

Ficha de identificação	I
Agradecimentos	II
Resumo.....	IV
Introdução	1
Capítulo I - Enquadramento	
1.1. GUARDA UNIDA DESPORTIVA	3
1.1.1. Localização e instalações	4
1.1.2. Imagem Corporativa	4
1.1.3. Missão enquanto Clube Desportivo	6
1.1.4. Órgãos sociais da instituição.....	7
1.1.5. Departamento médico	8
1.1.6. Departamentos e secções	8
1.1.7. Análise <i>Swot</i>	8
Capítulo II - Estágio	
2.1. Objetivos do trabalho.....	12
2.2. Metodologia do projeto	13
2.2.1. Função dos meios.....	13
2.3. Logotipo Guerreiros Da Guarda.....	14
2.3.1. Claque Guerreiros da Guarda.....	14
2.4. Publicidades – Flyer.....	16
2.4.1. Treinos de captação de Futsal Guarda Unida Desportiva.....	16
2.4.2. Treinos de captação de Voleibol Guarda Unida Desportiva	17
2.4.3. Flyer jogo de pré-época futsal 19-10-2013.....	18
2.4.4. Flyer jogo de pré-época Seniores 20-10-2013.....	18
2.4.5. Flyer jogos do campeonato Guarda Unida Desportiva	19
2.4.6. Flyer almoço da equipa de infantis	19
2.4.7. Flyer passeio de natal.....	20
2.4.8. Flyer Jantar de natal	20
2.5. Blogue	21
2.5.1. Desenvolvimento de um <i>Website</i>	22
2.5.2. Fases de Atuação	23
2.5.2.1. Planeamento.....	24
2.5.3. Análise.....	25
2.5.4. Desenho.....	26
2.5.5. Implementação	26
2.5.6. Manutenção	29
2.6. Base de dados	30
2.6.1. Importância dos sócios numa instituição sem fins lucrativos.....	30

2.6.2. <i>Software</i> utilizado	31
2.6.3. Linhas Gerais da Aplicação	31
2.6.4. Atualização da Base de dados.....	31
2.6.5. Inscrição de sócios	33
2.6.6.1. Preenchimento de fichas:.....	33
2.6.6.2. Informar o valor das cotas e da joia de inscrição.....	34
2.6.6.3. Introduzir os dados no programa.....	34
2.6. Vídeo.....	35
2.6.1. Pré-Produção	36
2.6.2. Produção.....	36
2.6.3. Pós-Produção.....	38
Os jogos captados:.....	40
2.7. Outros projetos	41
2.7.1. Tratamento de correspondência (cartas e email):.....	42
2.7.2. Arquivo	42
2.7.3. Atendimento ao público.....	43
2.7.4. Realização de <i>dossiers</i> para o responsável das camadas jovens.....	43
2.7.5. Rifas de entrada para os jogos.....	45
2.7.6. Mapas	45
2.7.6. Etiquetas para as taças do torneio internacional de Juniores.....	47
2.7.7. Transporte	47
2.7.8. Panfletos informativos para encontros das camadas jovens	47
2.7.9. Tratamento de imagem de outras identidades	49
2.7.10. Caderneta de cromos.....	50
Reflexão final.....	51
Bibliografia.....	52

Índice de figuras

Figura 1: Logótipo Guarda Unida Desportiva.....	5
Figura 2: D. Sancho do logótipo.....	5
Figura 3: Surgimento do brasão do clube.....	6
Figura 4: Logótipo Guarda Unida Desportiva.....	6
Figura 5: Logótipo Guerreiros da Guarda.....	15
Figura 6: Fases e tarefas da construção de um site	23
Figura 7: Árvore de navegabilidade (mapa do site).....	26
Figura 8: Banner estático.....	27
Figura 9: Implementação da página de atleta.....	27
Figura 10: Implementação da página de conteúdo	28
Figura 11: Implementação página submenu.....	28
Figura 12: Implementação página para <i>link</i> externo	29
Figura 13: Atualização de dados programa Gestware	32
Figura 14: Atualização de dados nos contactos do <i>Gmail</i>	32
Figura 15: Exemplo de relatório do programa Gestware.....	33
Figura 17: Recibo de Pagamento	35
Figura 18: Escala de planos.....	37
Figura 19: Equipas que disputam o jogo	38
Figura 20: Descrição das equipas.....	39
Figura 21: Marcador de resultado	39
Figura 22: Exemplo de quatro das lombadas.....	43
Figura 23: Exemplo de uma capa de <i>dossier</i>	44
Figura 24: Exemplo de uma folha de jogador.....	44
Figura 25: Rifa para o dia 20 de outubro	45
Figura 26: Rifa para o dia 10 de novembro.....	45
Figura 27: Rifa para o dia 1 de dezembro.....	45
Figura 28: Mapa de materiais	46
Figura 29: Mapa local de treinos	46
Figura 30: Etiquetas para as taças de vencedor	47
Figura 31: Panfleto informativo da equipa Traquinas A.....	48
Figura 32: Panfleto informativo da equipa Traquinas B	48
Figura 33: Panfleto informativo da equipa Benjamins A.....	49
Figura 34: Panfleto informativo da equipa Benjamins B	49
Figura 35: Logótipos de equipas adversárias.....	50

Índice de tabelas

Tabela 1 – Análise <i>Spot</i>	10
--------------------------------------	----

Tabela 2: Prós e contras da utilização de outdoors na publicidade.....	21
Tabela 3: Prós e contras da utilização da Internet na publicidade.....	30
Tabela 4: Valor de Cotas de sócio.....	34
Tabela 5: Prós e contras da utilização da televisão por cabo na publicidade.....	41
Tabela 6: Prós e contras da utilização da televisão na publicidade.....	41

Introdução

No âmbito do curso de Comunicação Multimédia do Instituto Politécnico da Guarda, é proposto a realização de um estágio curricular ou de um projeto de final de curso. A minha opção foi a realização de um estágio curricular para aplicar os conhecimentos adquiridos no curso da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, como também adquirir novos conhecimentos tanto a nível profissional como a nível pessoal.

O meu estágio curricular foi realizado na instituição Guarda Unida Desportiva. Sendo um clube relativamente recente, e para isso toda a imagem e a comunicação criaram grande impacto em toda a cidade, e foi neste ponto em que todo o meu estágio curricular se debruçou.

Em termos de estrutura de trabalho, o relatório está dividido em dois capítulos, sendo o primeiro de enquadramento da cidade da Guarda como do clube Guarda Unida Desportiva, e esta disposição de enquadramento, como referi anteriormente, deve-se ao facto do Guarda Unida Desportiva trabalhar na formação do desporto e na divulgação da cidade da Guarda.

No segundo capítulo é apresentado todo o trabalho realizado durante todo o estágio. Este capítulo está dividido pelas atividades que foram propostas pela instituição e realizadas por mim com o intuito de reforçar a parte comunicacional do clube. Todas as tarefas realizadas são explicadas de forma sucinta e objetiva, desde o logótipo, flyers, organização da base de dados, captação de jogos de futebol como também explicar descritivamente tarefas que eram realizadas diariamente e semanalmente com o fim de assegurar que todas atividades do clube corriam na perfeição.

Para a complementação e demonstração dos requisitos para a elaboração metodológica de todos os trabalhos, foi sempre feita uma investigação das diversas áreas para complementar todos os trabalhos realizados no estágio.

Capítulo I - Enquadramento

Neste capítulo é feita uma apresentação do Guarda Unida Desportiva para um reconhecimento da atividade da instituição, apresentando também que é um clube que trabalha em prol da cidade da Guarda.

1.1. GUARDA UNIDA DESPORTIVA

Para melhor compreender a instituição, desde a sua existência até aos dias de hoje, foi-me dada a autorização para realizar uma consulta a documentos oficiais, tais como as atas do clube bem como todos os planos de atividades e relatórios do clube. Mas para melhor compreender uma instituição, nada melhor que citar a mensagem do presidente do clube a todos os adeptos “Num tempo em que se observa que o associativismo está em crise e as dificuldades são cada vez maiores, há na Guarda uma coletividade que insiste em traçar um caminho que dê à Cidade e ao Concelho uma organização eclética das crianças e jovens, através do Desporto.

O Guarda Unida surgiu no dia 5 de Maio de 2008 e desde a primeira hora mostrou que é um clube diferente daqueles que já existiam. Nos poucos mais de cinco anos de existência o Guarda Unida desenvolveu um número significativo de atividades em modalidades tão diversas como o ténis de campo, o futebol e o futsal, os desportos motorizados, o Airsoft, passando pelo ciclismo e o voleibol. Participou em diversas competições, individuais e coletivas, envolvendo campeonatos distritais, regionais e nacionais, tendo obtido, até ao momento, o título de campeão regional absoluto de ténis masculino, o título de campeão distrital de seniores femininos de futsal por duas vezes, e o título de campeão distrital de infantis.

Com um número crescente de atletas, nas diversas modalidades e cada vez mais equipas a disputar competições oficiais, o Guarda Unida é bem o exemplo de como a dedicação e o voluntariado podem fazer crescer uma ideia. Uma ideia que tem recebido a aceitação de cada vez mais guardenses bem patente no número de sócios que não para de aumentar.

Numa demonstração de espírito de união e de serviço à Guarda e ao seu concelho Guarda Unida Sport Clube e Guarda Desportiva Sport Clube acordaram fundir-se, processo que surgiu os seus trâmites, esquecendo possíveis diferenças, em torno do objetivo de fazer tudo pela Guarda. Este processo deu origem a uma coletividade mais forte: com mais atletas, mais

sócios, mais voluntários para trabalhar... e com um forte sinal para a comunidade de que é possível dar à Guarda um clube com dimensão e que promove a região através do desporto.

Apesar da perspectiva da importância do desporto como parte da imagem de uma localidade (O Guarda Unida trouxe à Guarda clubes como: Benfica, Porto, Sporting, Real Madrid, Atlético de Madrid, para citar só alguns) ou região considera-se, ainda assim, que o mais importante é a formação das crianças e jovens, de acordo com o princípio «mente sã em corpo sã». Nesse sentido, o Guarda Unida Desportiva vem implementando diversas escolas de formação, como o futebol, o ciclismo, o ténis... prevendo-se o surgimento de atividades formativas de outras modalidades.”

1.1.1. Localização e instalações

As instalações do Guarda Unida Desportiva têm sede na cidade da Guarda, mais propriamente junto ao mercado Municipal. É uma zona com fáceis acessos, porque para um clube desportivo com a dimensão do Guarda Unida isso é muito importante.

O Guarda Unida Desportiva, sendo uma instituição sem fins lucrativos, ainda não conseguiu adquirir estádios nem pavilhões próprios, limitando-se aos espaços da autarquia (Estádio Municipal da Guarda e o Pavilhão do S. Miguel) e do Instituto Politécnico da Guarda (Estádio do Zambito e o Pavilhão das residências).

1.1.2. Imagem Corporativa

Apresentar uma imagem de confiança ao seu público é hoje um desafio que se impõe não só a pessoas e profissionais, como também a produtos, empresas e instituições. Como é referido por (Caldeirinha, 2007: 43) “A imagem corporativa de uma empresa nada tem a ver com as corporações ou associações, mas com a imagem institucional empresarial, é a imagem percebida pelo público e pelos clientes que escolhem o produto ou pelos clientes potenciais”. Sendo assim, para melhor conhecer a imagem corporativa da instituição consultei o manual de normas do logotipo do clube (figura 1) realizado pela empresa Puro Design, e apercebi-me que, a conceção da imagem corporativa do Guarda Unida Desportiva, teve em conta que, é uma instituição relativamente recente e para ser representada deveria ter uma imagem corporativa moderna, sem nunca esquecer que um dos grandes valores deste clube é a projeção do desporto e da cidade da Guarda. Para demonstrar todos os valores que iriam representar toda a imagem foram definidos três conceitos fundamentais para a imagem da instituição:

- historicidade – Relação com a cidade da Guarda;
- dinâmica – Instituição inserida no ramo do desporto;
- sobriedade – Simples e moderado;



Figura 1: Logótipo Guarda Unida Desportiva
Fonte: Manual de normas gráficas do Logótipo do clube

No contexto de historicidade foi utilizado a forma do Rei D. Sancho I, que deu foral à cidade em 1199, de uma forma que não se torna óbvia, mas sim abstrata.

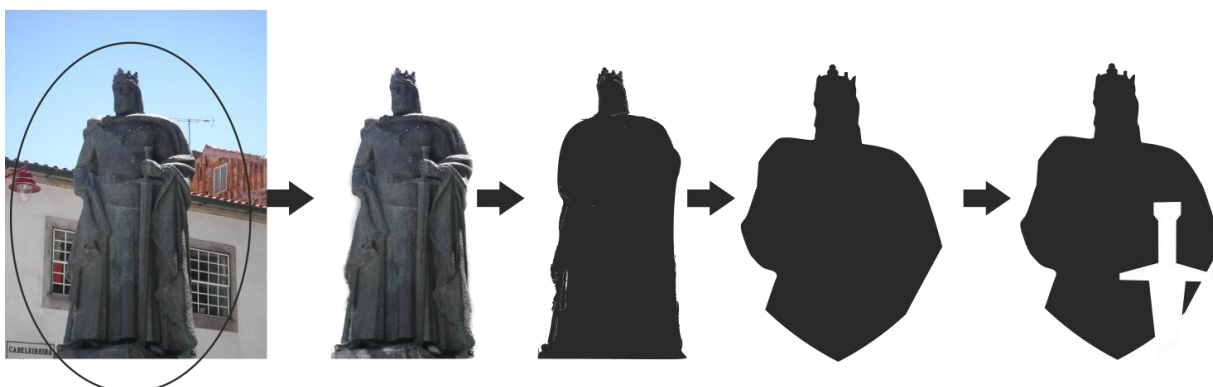


Figura 2: D. Sancho do logótipo
Fonte: Manual de normas gráficas do Logótipo do clube

Para complementar o grafismo criado anteriormente, e seguindo o conceito de historicidade previamente estabelecido no manual de normas gráficas do logótipo do Guarda Unida, há ainda outro elemento gráfico alusivo à cidade da Guarda, que é o Braço da Cidade. (Figura 3).

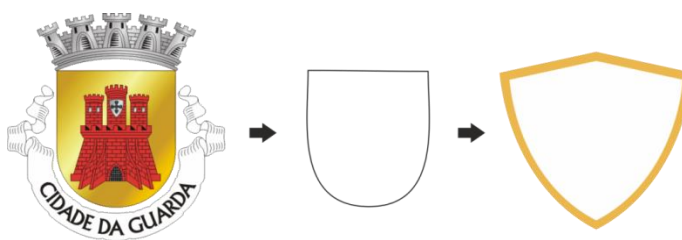


Figura 3: Surgimento do brasão do clube

Fonte: Manual de normas gráficas do Logótipo do clube

A escolha das cores para a imagem corporativa da instituição Guarda Unida Desportiva mais uma vez teve influência na cidade da Guarda, mais propriamente no seu Brasão.

Para finalizar a imagem corporativa, juntou-se o elemento final, a tipografia, que de uma forma muito simples e direta permite ao público-alvo uma leitura rápida e eficaz.



Figura 4: Logótipo Guarda Unida Desportiva

Fonte: Manual de normas gráficas do Logotipo do clube

1.1.3. Missão enquanto Clube Desportivo

Enquanto clube desportivo, segundo uma entrevista realizada ao diretor do departamento de futebol, Carlos Lopes, percebi que cada equipa tem missões diferentes a encarar como uma instituição desportiva. Nos pontos seguintes são referidos, após conclusão retirada pela entrevista feita ao senhor Carlos Lopes, todas as missões que cada equipa tem são:

Seniores masculinos Futebol de 11

Relativamente ao futebol de onze masculino, os objetivos passam por atingir a melhor posição possível na Serie A do Campeonato Distrital de Futebol da Segunda Divisão, posição essa que poderá ser a primeira, desde que a equipa responda positivamente a esse desafio.

Seniores femininos Futebol de 11

No futebol de onze feminino, os objetivos passam por atingir a melhor posição possível na Serie C do Campeonato Nacional de promoção. Numa nova realidade para esta equipa, pois é o primeiro ano (época 2013/2014) a praticar a modalidade de futebol de onze, pois até à época passada, esta equipa praticava futsal.

Seniores futsal

Em relação à equipa sénior de futsal os objetivos passam por atingir a melhor posição no Campeonato Distrital, permitindo que atletas que teriam que abandonar a competição não

sejam obrigados a fazê-lo, uma vez que o clube lhes proporciona uma alternativa à prática do futebol de onze.

Juniores

A equipa de Juniores disputa o respetivo campeonato distrital de futebol. Os objetivos desta equipa passam por fazer um campeonato tranquilo, permitindo preparar o futuro relativamente à equipa de seniores.

Juvenis

A equipa de Juvenis disputa o respetivo campeonato distrital de futebol. Os objetivos desta equipa passam por realizar todos os jogos em que estão envolvidos.

Iniciados

A equipa de Iniciados, devido ao número elevado de atletas, conseguiu fazer duas equipas, disputando o campeonato de iniciados, mas de séries diferentes. A equipa principal, tem como objetivo garantir a primeira posição do campeonato que disputa, enquanto a segunda equipa tem como objetivo preparar os atletas para o ano seguinte entrarem na equipa principal.

Infantis

O escalão de infantis do Guarda Unida Desportiva tem três equipas. Neste escalão pretende-se preparar os jovens atletas para futuramente ingressarem o próximo escalão. As equipas de infantis disputam o campeonato distrital de infantis, cada uma numa série diferente.

Escolinhas

O escalão de escolinhas é a base de formação do Clube. As escolinhas são constituídas por duas equipas de benjamins, duas equipas de Traquinas e uma de Petizes. Estas equipas não disputam campeonatos, mas sim encontros com outras equipas do mesmo escalão, e de outras instituições.

1.1.4. Órgãos sociais da instituição

A estrutura dos órgãos sociais da instituição Guarda Unida Desportiva é composta por três órgãos, a de direção, a do Conselho Fiscal e a da Assembleia Geral conforme está detalhadamente apresentada no Anexo I. Todas as secções trabalham juntamente em prol do bom funcionamento para dar continuidade a todo o trabalho desenvolvido ao longo dos cinco anos de existência do clube.

1.1.5. Departamento médico

Um clube desportivo como o Guarda Unida Desportiva tem de ter obrigatoriamente um departamento médico para ter a certeza que todos os atletas têm a devida assistência, dentro e fora de campo. Segundo o diretor deste departamento, o médico Luís Costa, que afirma numa mensagem deixada para todos os adeptos do clube no site da instituição que “Para um clube neófito como o nosso não haverá melhor forma de começar, se não começar bem, de uma forma sustentada. Por isso, foi criado e materializado este departamento médico que, com abnegação e profissionalismo, se dedicará a todos os atletas das secções desportivas que forem nascendo, acompanhando-os nas suas necessidades de saúde e bem-estar, sempre que as rotinas médicas preceituadas para os desportistas o exijam e, ainda, sempre que alguma eventualidade patológica o imponha”. No Anexo I é apresentado todo o departamento médico do clube bem como as áreas em que atuam todos os profissionais.

1.1.6. Departamentos e secções

O Guarda Unida Desportiva é um clube que, orgulhosamente não se restringe apenas ao futebol, dando a possibilidade aos habitantes da Guarda de praticarem desporto em quatro departamentos distintos, o de desportos motorizados, o de futebol, o de desportos de lazer e aventura e por fim um departamento com várias modalidades coletivas. No Anexo II, demonstro pormenorizadamente todos os departamentos e as áreas em que o clube trabalha diariamente.

1.1.7. Análise Swot

Como é referido por Merhi Daychouw (2007) a análise *swot* já eram utilizada há mais de três mil anos é enunciado: “Concentre-se nos seus pontos fortes, reconheça as suas fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se das ameaças” (Merhi Daychouw 2007:8). Sendo assim, pode-se concluir que uma análise *swot*, no mundo das organizações serve como ferramenta para fazer análises, para uma melhor gestão do planeamento estratégico de uma organização em comparação aos seus concorrentes.

Ainda, seguindo o mesmo autor Merchi Daychouw (2007), o termo *swot* é um anagrama oriundo da Inglaterra que significa:

- *Strenghts* – pontos fortes: Os pontos fortes de uma análise *swot* são as vantagens que uma organização tem em relação aos seus concorrentes;

- *Weaknesses* – pontos fracos – Contrariamente aos pontos fortes, os pontos fracos são as desvantagens relativamente à concorrência;
- *Opportunities* – oportunidades – São os aspetos positivos que têm o potencial de fazer crescer a vantagem competitiva da organização;
- *Threats* – ameaças – São os aspetos negativos que pode comprometer a vantagem competitiva da organização.

Por entrevista aos órgãos sociais da instituição e alguns atletas do clube, consegui recolher informações para realizar a análise *swot* do clube desportivo Guarda Unida Desportiva. Neste ponto, ajudaram todas as entrevistas que fiz, porque todos os membros pertencentes a este clube, já estiveram envolvidos nos clubes desportivos concorrentes.

Dos pontos fortes da instituição Guarda Unida Desportiva, salientam-se a forte presença comunicacional que o clube tem, pois está presente em todas as redes sociais, como divulga o seu trabalho com cartazes espalhados pela cidade. Outro grande ponto forte é pelo facto do clube ter várias modalidades diferentes, aos quais, praticamente nenhum clube no distrito se orgulha de ter uma grande dinâmica, onde também faz uma grande aposta nas camadas jovens do clube, proporcionando-lhes um bom método de trabalho, para crescerem pessoalmente e desportivamente.

Relativamente aos pontos fracos do clube, destacam-se pelo facto de não terem um único funcionário no clube, o que muitas das vezes prejudica, e muito, todo o funcionamento do clube.

As oportunidades são um dos pontos que o Guarda Unida Desportiva procura todos os dias com o seu trabalho, pois elas não surgem, fazem-se surgir. E as grandes oportunidades são a grande dinamização relativamente à cidade da Guarda e a sua vasta lista de sócios, que são dois grandes motivos para o clube criar oportunidades enquanto instituição e enquanto clube desportivo.

Já as ameaças de um clube desportivo, sem exceção do Guarda Unida, são a falta de dinheiro, e um clube regional é a prova viva dessa situação. O Guarda Unida é uma instituição sem fins lucrativos, e para combater muitas das vezes os adversários são necessários grandes esforços, mas a principal ameaça deste clube é não ter instalações nem viaturas próprias, o que gera uma grande despesa semanalmente, e comparando a outras instituições, o Guarda Unida, com as várias equipas e em várias modalidades, esta despesa torna-se muito elevada.

Na tabela 1, mostro a análise *swot* detalhadamente com todos os pontos por mim realizados:

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Forte presença comunicacional; - Várias modalidades; - Clube relativamente novo; - Estrutura flexível; - Grande aposta nas camadas jovens do clube - Equipas em todos os campeonatos de futebol; - Grande quantidade de sócios; - Bom prestígio na região e até mesmo internacional; 	<ul style="list-style-type: none"> - Não tem um único funcionário; - Poucas verbas - Falta de comunicação interna; - Falhas na organização do clube; - Não tem fins lucrativos;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Criação de vários eventos desportivos e não só; - Dinamizador da cidade, elevando assim o próprio nome da instituição; - Elaboração de uma caderneta de cromos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Região com fraca atividade de muitas modalidades; - Crise económica; - Forte concorrência de vários clubes da cidade; - Não tem instalações próprias nem viaturas próprias;

Tabela 1 – Análise *Swot*
Fonte: Elaboração própria

Capítulo II - Estágio

O presente capítulo representa, não só todo o trabalho efetuado no estágio curricular, mas o culminar de todo o trabalho realizado no curso de Comunicação Multimédia, expondo conhecimentos adquiridos para complementar o trabalho efetuado, onde foi muito importante para conceber e, face aos objetivos de estágios propostos, criou-se uma metodologia de trabalho.

2.1. Objetivos do trabalho

A escolha do clube Guarda Unida Desportiva, como sendo o local onde realizei o estágio curricular, teve em conta dois fatores muito importantes, em primeiro lugar por ser uma instituição que tem, orgulhosamente, como grande objetivo a dinamização da cidade da Guarda, como também se prioriza por ser um clube que tem forte presença nas novas tecnologias de informação.

Todos os trabalhos realizados durante este estágio curricular, tal como todos os trabalhos multimédia, foram desenvolvidos através de uma metodologia de projeto adequado as necessidades de cada projeto.

Como plano de estágio (Anexo III), destacam-se os seguintes objetivos:

- conhecer a instituição Guarda Unida Desportiva, a sua missão e os seus valores para realizar todas as tarefas segundo todos os seus valores;
- tratar da logística do clube (visto não ter um trabalhador efetivo);
- dar continuidade à imagem visual da instituição;
- corrigir e atualizar a base de dados dos sócios do clube.

Na concretização dos objetivos propostos no início do estágio, tive sempre em conta desenvolvê-los da melhor forma, e concebê-los para uma melhor utilização, criando metodologias que futuramente poderão ser utilizadas. As atividades desenvolvidas foram as seguintes:

- criação de um logótipo para a claque do clube;
- realização de *flyers* informativos;
- construção de um blogue para a secção de Airsoft;
- correção e atualização da base de dados dos sócios do clube;
- captação e edição de vídeo;

- realização de entrevistas;
- tarefas diárias realizadas no dia-a-dia de uma instituição.

2.2. Metodologia do projeto

Antes de começar a desenvolver cada trabalho é sempre necessário criar uma metodologia de projeto. Em seguimento dos conhecimentos adquiridos em unidades curriculares como por exemplo, Multimédia e Sistemas de Autor, aprende-se que para chegar a um produto final coeso é necessário passar por várias fases. “...o método científico é um traço característico da ciência, constituindo-se em instrumento básico que ordena, inicialmente, o pensamento em sistemas e traça os procedimentos do cientista ao longo do caminho até atingir o objetivo científico preestabelecido” (Prodanov, Cleber e Freitas, Ernani, 2013:28). Para se conceber um produto ou serviço há a necessidade de um planeamento de forma eficaz se resolver problemas face às questões pertinentes.

Durante todo o processo de estágio tive de utilizar metodologias de trabalho, tendo em conta todas as características apresentadas até obter um produto final. Todas as metodologias utilizadas serão apresentadas na descrição das atividades.

2.2.1. Função dos meios

Todos os conteúdos publicitários produzidos têm como finalidade apresentá-los ao público-alvo, que no caso do Guarda Unida e, em grande parte os seus adeptos e sócios. Todas as mensagens que se pretendem transmitir a estes adeptos têm de ser por meios em que o clube se assegure que recebem a informação simples e clarificada. Sendo assim, considera-se que a comunicação “pode não ter frequentemente êxito em dizer às pessoas o que têm de pensar, mas surpreendentemente tem êxito ao dizer às pessoas sobre o que devem pensar.” (Sousa, 2002:120). Para resolver estas as estratégias de comunicação do clube, há que compreender e saber todos os prós e contras de cada meio existente para saber como e o que dizer as pessoas sobre o que devem pensar, como Cohen refere.

Como se irá comprovar nas tabelas 2, 3, 4 e 5 as escolhas dos meios têm prós e contras. A escolha de cada meio deverá ser ponderada e de acordo com as necessidades do anunciante. “Uma mídia, no entanto, nunca substitui as demais. Elas se acomodam e expandem o mix de comunicação. Com alguma interação, podem até se complementar” (Terra, 2006:22).

). Como o autor Radfaher referiu, conclui-se que por vezes com a utilização de vários meios, se bem coordenada e mantendo a mesma identidade gráfica poderá obter-se um maior sucesso na transmissão da mensagem.

No clube Guarda Unida há apenas três meios, por motivos financeiros, utilizados. A publicidade impressa, a publicidade pela internet e a utilização de um canal temático da Tv por cabo. Por consequência da escolha destes três meios utilizados, consegue-se segmentar perfeitamente o público-alvo que se deseja alcançar, o que torna a importância dos meios uma escolha acertada.

2.3. Logótipo Guerreiros Da Guarda

A Identidade visual é o conjunto de elementos que representa visualmente um nome, uma ideia, um produto, uma empresa, uma instituição ou um serviço. O Manual de Normas Gráficas estabelece os princípios e normas básicas para a utilização da marca Guerreiros da Guarda, pertencente ao clube Guarda Unida Desportiva, nas suas aplicações mais comuns, para isso deverá ser conciso e preciso para que facilmente seja reconhecido e aplicado.

Este manual define e abrilhanta algumas aplicações da marca, representando o conjunto dos seus elementos de modo a garantir a sua correta aplicabilidade. Como se pode verificar no anexo IV, definiram-se nove pontos para garantir uma correta aplicabilidade, sendo elas a ideia, o símbolo, a tipografia, a marca, as cores, os tamanhos mínimos, as margens de segurança, a proteção da marca e o comportamento sobre fundos.

Todos os princípios estipulados neste manual de normas gráficas têm de ser respeitados por quem utiliza este logótipo, e se assim for, é um ponto de partida para a construção de uma imagem forte, completa e unificada da instituição.

2.3.1. Claque Guerreiros da Guarda

Numa demonstração de espírito de união e de serviço à Guarda e ao seu concelho o clube Guarda Unida Desportiva zela-se por promover o desporto distrital e nacional quer no escalão sénior quer nas camadas jovens.

Sendo um clube que se preocupa em promover a região através do desporto, que hoje em dia, tem muitos seguidores externos, isto é, fãs que acompanham ativamente o seu clube ou o seu atleta favorito, o Guarda Unida Desportiva decidiu criar uma claque para apoiar as suas equipas.

Nesse âmbito, foi criada a Claque do Guarda Unida, com o nome de «Guerreiros da Guarda» que tem como finalidade acompanhar as equipas deste clube quer joguem em casa, quer joguem fora, e para isso foi necessário criar uma imagem que se adapte a esta nova iniciativa, para facilmente ser reconhecido perante a população.

O símbolo, segundo o autor Fidalgo (1999) é um elemento essencial no processo de comunicação, e tem como principal objetivo fazer com que se consiga interpretar o seu significado implícito e atribuir-lhe uma determinada conotação.

Na conotação deste símbolo, acordou-se que deveria ter elementos do símbolo do Clube à qual a claque iria pertencer, e para isso, a base de todo este símbolo seria o mesmo escudo, uma vez mais para elevar o nome da cidade da Guarda, representando assim a sua defesa tanto da cidade como do Clube.



Figura 5: Logótipo Guerreiros da Guarda
Fonte: Elaboração própria

A ideia criativa deste logótipo surgiu através do logo do Clube Guarda Unida Desportiva, pois foi previamente estipulado que deveria seguir-se uma identidade gráfica com conformidade.

A base desta construção foi utilizar o escudo (que é derivado do brasão da Cidade da Guarda, Figura 3) para representar uma vez mais a cidade da Guarda e paralelamente, como o escudo representa defesa, pretende-se com este elemento defender o Clube à qual a claque pertence.

Simbolicamente, a utilização de um Guerreiro representa a forma como os associados da claque irão “lutar”/apoiar a sua equipa e a sua cidade.

Todas as normas em relação à aplicação do logótipo estão descritas no Manual de Normas Gráficas no anexo VI.

Após o enquadramento e o trabalho descrito em todo o plano do ponto 2.2. concluí que ter uma identidade visual construída e descrita corretamente contribui em grande parte para uma instituição. O contributo de um manual de normas gráficas tem grande utilidade na utilização de um logótipo, pois refere como se deve ou não atuar na utilização de um logo da instituição.

2.4. Publicidades – Flyer

Nos seus primórdios, a palavra publicidade designava o ato de divulgar e de tornar público, tendo origem no latim publicus (que significava público), e posteriormente deu origem ao termo publicit , em língua francesa.

Segundo os autores (Rabaça e Barbosa (1987: 16) identificaram o uso da palavra publicidade pela primeira vez na língua moderna, no dicionário da Academia Francesa, com um sentido jurídico, onde posteriormente, o termo publicidade perdeu o seu sentido ligado a assuntos jurídicos e adquiriu, no século XIX, o significado comercial:

“Qualquer forma de divulga o de produtos ou serviços, através de anúncios geralmente pagos e veiculados sob a responsabilidade de um anunciante identificado, com objetivos de interesse comercial”.

Conforme referido anteriormente segundo Rabaça e Barbosa (1987), o objetivo da cria o das seguintes publicidades era captar a aten o e o interesse dos simpatizantes e sócios bem como da popula o em geral da cidade da Guarda para que estejam mais envolvidos nos projetos do clube e da cidade.

Pensando na necessidade do clube ao realizar estes *flyers*, e sem saber em que formato iriam ser impressos, optei por realiza-los num programa vetorial, o *CorelDraw*. Ao trabalhar neste programa vetorial asseguraria que, seja o tamanho da impressão que fosse, o *flyer* nunca iria perder qualidade na impressão. Relativamente   conce o de todos os *flyers*, primeiramente realizava um esboço com toda a informa o e depois elaborava-os no programa *Corel*. Se houvesse necessidade de realizar tratamento de algumas fotografias, tratava-as no programa *Adobe Photoshop*, pois   o programa indicado para esse efeito.

Todos os seguintes *flyers* estão no Anexo V.

2.4.1. Treinos de capta o de Futsal Guarda Unida Desportiva

Com o início da época da equipa de futsal do Guarda Unida Desportiva, e sendo uma modalidade alternativa   prática do futebol de onze,   necessário criar campanhas para a

angariação de novos atletas para a prática da modalidade de futsal. Tendo em conta o objetivo desta campanha, definiu-se como público-alvo jovens que tenham o gosto pela modalidade e que tenham espírito competitivo para ingressar no campeonato distrital de futsal.

A componente linguística deste Flyer está dividida em quatro partes, sendo elas: o objetivo da campanha (Treino de captação sénior futsal masculino), a hora e data do treino, o local, e o *slogan* criado.

A bola de futsal junto à rede da baliza foi utilizada como componente icónica, de modo a reforçar a ideia da modalidade em questão. A utilização apenas de um elemento icónico deveu-se ao facto de a bola de futsal ser diferente da bola de futebol de 11, e por consequência o público-alvo saberia, sem confusão, a mensagem a transmitir de uma forma clara. (Anexo V)

2.4.2. Treinos de captação de Voleibol Guarda Unida Desportiva

O voleibol é uma das modalidades do Guarda Unida Desportiva, não tão implementada como o futebol, ou o futsal, mas com uma forte presença tanto no distrito da Guarda como a nível nacional. Para dar continuidade a todo o trabalho da equipa de voleibol é necessário a angariação de novos atletas para a prática da modalidade no clube, e para isso foi desenvolvido um cartaz (anexo V) para futura distribuição em locais estratégicos tendo em conta o público-alvo a que se dirige. O público-alvo são jovens atletas dos 8 aos 18 anos que tenham o gosto e o prazer de aprender e desenvolver competências nesta modalidade e que se queiram vincular ao clube para defender a sua camisola nos vários encontros e campeonatos que futuramente existirão.

Dividida em três partes, está a componente linguística, que em primeiro lugar tem o título da campanha, depois o tipo de público-alvo, e para finalizar os dias, locais e horas dos treinos. Para complementar esta componente, foram utilizadas imagens do clube (antiga equipa de seniores do clube) em primeiro plano, como também a Sé da Guarda, onde uma vez mais se faz evidência ao promover o desporto da cidade da Guarda. Por fim, é utilizada sobre uma barra branca, empresas e instituições que apoiam o clube, e se fez o devido destaque para as publicitar.

2.4.3. Flyer jogo de pré-época futsal 19-10-2013

Posteriormente à campanha de angariação de novos atletas para a equipa de futsal, o clube começa a realizar os primeiros jogos da época, são jogos amigáveis com o intuito de interiorizar todos os jogadores, antigos e os recém-chegados, e as táticas contra equipas do mesmo escalão, para se prepararem para o campeonato distrital de futsal da Guarda.

Este cartaz (Anexo V) teve como grande evidencia a equipa em questão, e os jogos que irão realizar na pré-época. A componente linguística e a componente icónica estiveram interligadas para uma fácil compreensão da mensagem como também por se tornar mais apelativo.

Tendo em conta que todos os conteúdos produzidos irão ter um seguimento de identidade, a escolha das cores, uma vez mais, são as cores do clube, sendo elas o vermelho, o preto, o branco e o dourado.

2.4.4. Flyer jogo de pré-época Seniores 20-10-2013

A equipa de seniores masculinos do Guarda Unida Desportiva é o escalão máximo do clube e a equipa em que todos os jogadores das camadas jovens pretendem ingressar. Sendo a equipa principal do clube, os adeptos estão mais interessados em apoiar a equipa em cada jogo. Iniciando a época com um jogo amigável contra a equipa de A.D. Manteigas, foi necessário criar um *Flyer* para informar os sócios e os simpatizantes do clube do jogo em questão.

A disposição do *flyer* foi dividida em quatro partes, o título, as equipas que se vão defrontar, data, hora e local e o *slogan*; estes quatro elementos representaram a componente linguística. Enquanto à componente icónica, foram utilizados os logótipos das equipas do Guarda Unida e do A.D. Manteigas (para uma maior interação com os clubes adversários), e foi utilizado também um jogador do clube como componente icónica e tendo como significado a preocupação e o orgulho que a equipa tem nos seus jogadores. (Anexo V)

2.4.5. Flyer jogos do campeonato Guarda Unida Desportiva

Para a realização do *flyer* com a informação relativamente aos jogos do campeonato em que as equipas estavam inscritas foi necessário criar um modelo em que fosse possível, num só produto apresentar toda a informação relativamente a todos os jogos.

De forma a criar um *flyer* apelativo com toda a informação para cada fim de semana, foi criado um modelo para ser utilizado ao longo da época desportiva do clube. Todos os flyers foram divididos em três partes, onde a componente icónica complementou sempre de forma apelativa a componente linguística. Na primeira parte, anuncia-se com o título a equipa e o fim de semana a que correspondem os jogos. Na segunda parte, tem toda a informação sobre o escalão, as equipas que se defrontam, a hora, a data e o local. A terceira parte contém o slogan “Todos pela Guarda Unida” bem como as equipas que contribuem diretamente e indiretamente para toda a realização destes jogos. (Anexo V)

2.4.6. Flyer almoço da equipa de infantis

O Guarda Unida Desportiva é um clube que dá grande importância às camadas jovens que integram esta instituição. Sendo a base do clube, estes jovens atletas treinam, jogam, crescem e divertem-se num espírito de companheirismo. Por consequência dos seus objetivos enquanto instituição, o Guarda Unida decidiu fazer um almoço para os escalões de infantis, conseguindo reunir as três equipas que ingressam neste escalão.

O escalão de infantis, designados pelos jovens adultos do clube, provém do escalão das escolinhas, e com a subida a este novo escalão encaram já os desafios de outra forma, com mais rigor e mais aptidões. Toda a informação foi exposta de forma simplificada de modo aos atletas e acompanhantes destes entenderem de forma eficaz o conteúdo da mensagem. Icónicamente utilizei a imagem de um jogador infantil para realçar o escalão organizador do evento.

Este *flyer* após concluído e aprovado foi divulgado através das redes sociais, bem como imprimido e distribuído com um destacável a todos os atletas infantis, para que preenchessem tanto estes, como os seus acompanhantes, denominadamente os seus encarregados de educação. (Anexo V)

2.4.7. Flyer passeio de natal

Sendo uma instituição com carácter dinamizador da cidade e do desporto, o Clube decidiu mais uma vez criar um passeio em bicicleta alusivo ao natal, pelo segundo ano consecutivo. O objetivo deste passeio é a concentração do maior número de pessoas para pedalarem com vestimentas alusivas à época natalícia. Para tentar angariar o maior número de pessoas, não só pertencentes ao clube, mas toda a cidade, foi necessário criar um flyer informativo, contendo toda a informação necessária para a participação no evento, traduzindo-se neste *flyer* a componente linguística. A componente icónica foi a utilização da figura de um pai natal, não no tradicional trenó, mas numa bicicleta iconicamente alusivo ao evento em questão. Utilizou-se um barrete de natal por cima do logótipo do clube para mostrar que o clube Guarda Unida Desportiva realiza uma vez mais um evento em prol da cidade da Guarda, neste caso em concreto, o natal. (Anexo V)

2.4.8. Flyer Jantar de natal

O Guarda Unida Desportiva é um clube que se prioriza por ser uma instituição que dinamiza tanto o desporto, como a cidade da Guarda. Como em todas as épocas especiais, o natal não foi exceção à regra, o Guarda Unida Desportiva organizou um jantar de natal para a convivência entre os amantes do desporto nesta época natalícia.

O público-alvo deste produto incluía todos os atletas, dirigentes, sócios e população em geral da Guarda.

A componente linguística deste *flyer* (Anexo V) está dividida em três partes, sendo elas: o nome do clube e o logótipo; a especificação do *flyer* (Jantar de natal, data e local), Slogan para esta atividade, utilizando uma vertente de humor com as iniciais do Clube (GUD).

A imagem de um Pai Natal foi utilizada como ícone, de forma a complementar a componente linguística remetendo para o jantar da época natalícia em questão. As cores utilizadas foram o vermelho, que está associado ao natal, e à figura do natal (Pai Natal), as restantes cores utilizadas são as cores do clube, para que haja uma coerência com toda a imagem do clube. (Anexo V).

Após qualquer idealização, construção e divulgação de cada *flyer* constatei que se consegue abranger um maior número de pessoas para o efeito em questão, onde criando uma metodologia de trabalho, conciliando a componente linguística e a componente icónica corretamente consegue-se captar com maior atenção e interesse ao público-alvo, neste caso em concreto, os adeptos do clube bem como a população em geral da cidade da Guarda.

Para a sua distribuição foi utilizado o meio *outdoor* (tabela 2), servindo para a divulgação de todas as atividades realizadas pelo clube, principalmente para a divulgação dos jogos realizados. Como é em pequena escala, os custos de produção são menores, e colocando estrategicamente estes *outdoors* permite-se uma grande regionalização e uma grande eficácia no reconhecimento da instituição.

Meio Outdoor	
Prós	Contras
Permite elevados índices de repetição	As mensagens não podem ser sofisticadas
Permite uma eficaz identificação da marca	Existem condicionantes técnicas e de produção
É flexível	Implica elevados custos de produção
Permite a regionalização	Cada vez existem mais restrições legais à instalação de estruturas
É um reminder da campanha veiculada por outros meios, relembrando ao target a mensagem	

Tabela 2: Prós e contras da utilização de outdoors na publicidade

Fonte: RASQUILHA, Luís (2009). Publicidade. Gestão plus Edições. Lisboa. (ParteIV)

2.5. Blogue

Neste capítulo pretende-se dar continuidade e aplicar conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares de *Atlier de Internet I e II* com a demonstração do papel do *Web Designer* no contexto da *Web*. A função de um *Web Designer*, segundo Santos (2009) pode-se dividir em três partes, a de criador (conceção e desenvolvimento de páginas *Web*), auditor (colabora no levantamento de requisitos no desenvolvimento do software *Web*) e de consultor (participa na avaliação e fiscalização da qualidade do sítio web).

O mundo *Web* está cada vez mais presente na vida das pessoas, sendo paralelamente a rampa de lançamento para a “Aldeia Global” que vivemos. O processo de globalização é a forma como os mercados de diferentes países interagem e aproximam tanto pessoas como

mercadorias, pois com o grande contributo da internet houve uma quebra de fronteiras gerando uma expansão capitalista a nível económico, social, cultural e política.

Sendo assim, o mundo *Web* torna-se um poderoso veículo de informação/comunicação que permite alcançar objetivos que sem a *Web* não seria possível.

Como foi referido anteriormente, o papel de um *Web Designer* na conceção de um espaço na *web* tem uma grande importância, pois foca-se na forma de atuação como na importância do *Web Designer*, e tem como objetivo principal construir algo sólido de forma a atingir os objetivos para um determinado público-alvo.

Na construção de páginas *Web* tem e se ter em conta que o *Web Design* para Zeldman (2007) “*é a criação de ambientes digitais que facilitam e incentivam a actividade humanam reflecte ou adapta-se a vontades individuais e conteúdos; e muda graciosamente ao longo do tempo enquanto mantém a sua identidade*”. Assim sendo, a produção de páginas *Web* é a combinação de competências técnicas e artísticas com o objetivo de proporcionar as principais exigências de um público-alvo, sendo elas:

- usabilidade – Facilidade na utilização/movimentação nas páginas *web*;
- aparência – Aspeto de todo o *site*;
- visibilidade – Forma como os utilizadores encontram e interpretam toda a informação.

2.5.1. Desenvolvimento de um *Website*

Quando a navegação de um *Website* é fácil de usar (Powazek, 2006) o utilizador consegue num ápice responder às seguintes perguntas:

- Onde estou? (presente)
- Onde posso ir? (Futuro)
- Onde eu estive? (Passado)

Para conseguir responder a estas perguntas é necessário considerar uma sucessão de atividades que são efetuadas de uma forma uniformizada e sistemática (Figura 6).

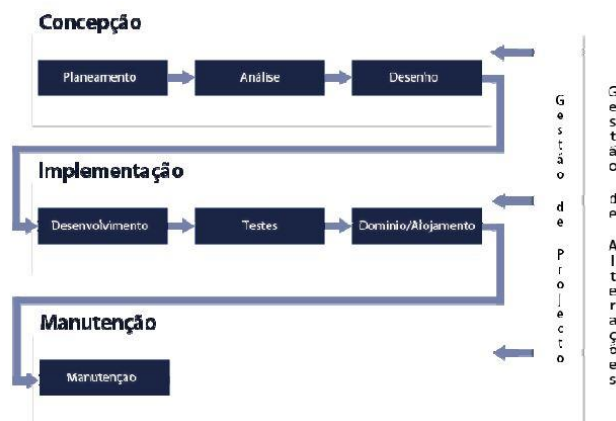


Figura 6: Fases e tarefas da construção de um site

Fonte: Revista de Ciências da Computação

Tal com na Figura 6, as três grandes fases dividem-se em tarefas:

Conceção

- Planeamento – Identificação e definição do plano de trabalho tendo em conta o seu público-alvo;
- Análise – Identificação das funcionalidades com o objetivo de assinalar todo o conteúdo e onde será colocado;
- Desenho – Desenho das interfaces;

Implementação

- Desenvolvimento – Implementação das três tarefas da conceção;
- Teste – Verificação do *site* para obter a aceitação do público-alvo;
- Domínio/Alojamento – Fornecimento do endereço *Web* aos utilizadores;

Manutenção

- Manutenção – A manutenção do *site* são as modificações posteriores ao lançamento do mesmo;

2.5.2. Fases de Atuação

Numa demonstração de espírito de união e de serviço à Guarda e ao seu concelho, o Clube Guarda Unida Desportiva rege-se por promover o desporto Distrital e Nacional quer no escalão Sénior quer nas camadas jovens.

Sendo um clube que se preocupa em promover a região através do desporto, o Guarda Unida Desportiva é um clube com várias modalidades, desde o futebol ao futsal, do ténis ao voleibol e do ciclismo aos desportos motorizados. Sendo um clube que tem um grande dinamismo, o

Guarda Unida Desportiva resolveu alargar o leque de desportos praticados neste clube, criando assim uma nova secção, a secção de Airsoft.

Nesse âmbito, foi criada a secção de Airsoft do Guarda Unida. É uma modalidade recente que consiste em recorrendo ao uso de réplicas de armas de fogo militares, que disparam projeteis plásticos de 6 ou 8 mm, e táticas militares de combate, e para isso é necessário criar uma imagem que se adapte a esta nova secção. A criação de um blogue para esta nova secção foi o ponto crucial para a divulgação desta nova modalidade, pois tinha-se que esclarecer o que era o Airsoft, bem como promover esta nova modalidade.

2.5.2.1. Planeamento

Para chegar ao produto final foi necessário passar pelas três fases de planeamento de um Website/Blogue. Antes mesmo de se ter uma ideia sobre como será o aspeto do *site*, é necessário fazer todo o planeamento adequado (Santos, 2009), onde é necessário conhecer as respostas a seis perguntas que, com o meu conhecimento encaminhei-as ao responsável a secção, para melhor entender os objetivos do blogue. As perguntas são:

Qual o propósito da Instituição/Instituição?

O Guarda Unida Desportiva é uma coletividade sem fins lucrativos, sediada na Guarda. O Clube tem em funcionamento diversas atividades, nomeadamente através da participação em todos os escalões dos campeonatos da Associação de Futebol da Guarda através das modalidades de futebol, ciclismo, ténis, voleibol, desportos motorizados e Airsoft. O principal foco de atividade do Guarda Unida reside na formação de jovens atletas, com o lema “mente sã em corpo sã”.

Qual a intenção com existência do blogue?

A existência do blogue é conseguir dar a conhecer de uma forma mais ampliada uma nova modalidade que é o Airsoft, bem como o que é necessário para a prática desta, pois é uma modalidade relativamente recente, e que muitos ainda não estão familiarizados com ela. Outro grande motivo da criação deste blogue é tentar captar a atenção de possíveis membros que queiram praticar esta nova modalidade, o *Airsoft*.

Quais os objetivos principais?

Os objetivos do blogue são:

- Apresentar a secção de Airsoft do clube Guarda Unida Desportiva.
- Mostrar o que é o Airsoft, bem como as legislações, equipamentos, armas e qualquer definição relativamente à modalidade de Airsoft.
- Recrutar e apresentar os membros que pertencem a esta secção.
- Divulgar notícias quer do clube, quer notícias que saiam na imprensa sobre a modalidade.
- Ter um espaço para os praticantes da modalidade trocarem ou venderem equipamentos entre si.

Qual é o público-alvo?

O público-alvo para quem este blogue se direciona são os praticantes da modalidade de Airsoft que pertencem ao Guarda Unida Desportiva, bem como a todos os praticantes desta modalidade no geral, como para quem queira aprender melhor sobre a modalidade.

Quais as principais características do público-alvo?

As principais características o público-alvo passam por saber utilizar devidamente o computador e a internet na ótica do utilizador e, paralelamente são públicos que tenham necessidades específicas sobre a modalidade de Airsoft, ao qual tem de se corresponder com um blogue sucinto e eficaz.

Que informação disponibilizar?

A informação a disponibilizar relativamente ao novo blogue pode ser consultada na figura 7, mostrando os nove menus e os 14 submenus.

2.5.3. Análise

Na análise, o grande objetivo é recolher todas as ideias para o conteúdo do blogue, onde é fundamentalmente construir todo o conteúdo do sítio Web após haver um plano claro para o objeto em estudo. Uma das frases que anda à volta do mundo Web é que o conteúdo é o rei (Santos, 2009). Sendo assim, terá que se saber qual será o conteúdo a mostrar e em que lugar vai ser colocado em função das necessidades do público-alvo.

Após ter todo o conteúdo organizado, a função do Web Designer será construir um mapa de navegabilidade para começar a saber a sua estruturação, como demonstra a figura 7.

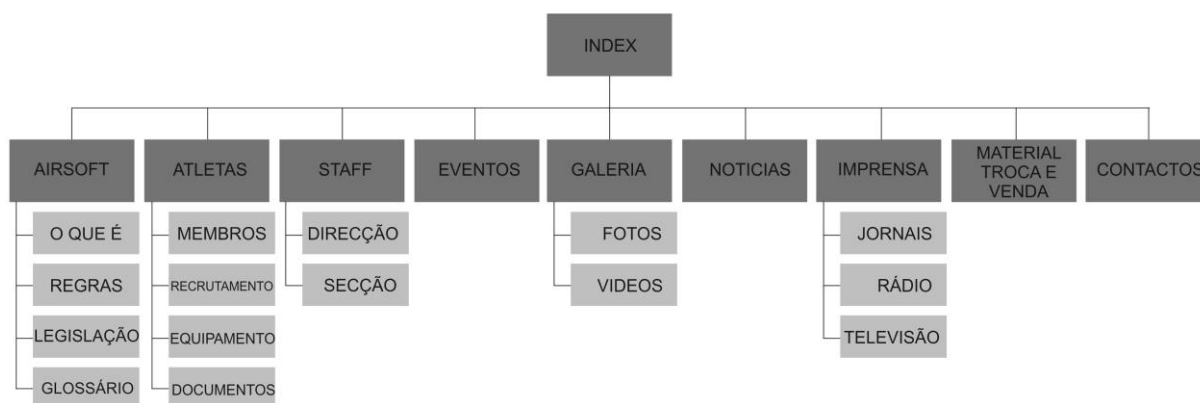


Figura 7: Árvore de navegabilidade (mapa do site)

Fonte: Elaboração própria

Conforme a figura 7, o esquema do blogue terá nove menus principais que são o menu Airsoft, Atletas, Staff, Eventos, Galeria, Notícias, Imprensa, Material troca/venda e um menu de Contactos. Cinco destes menus principais têm submenus.

Na elaboração do mapa do Blogue teve-se em conta a regra dos 3-cliques (Santos, 2009), pois um utilizador não tem que clicar mais que três vezes para aceder a um conteúdo.

2.5.4. Desenho

A fase do desenho é a última até chegar a implementação. Nesta fase, se as anteriores estiverem concluídas será muito mais fácil chegar a um *layout* final, pois com todo o processo o *Web Designer* foi elaborando mentalmente um esquema. Neste caso em particular, sendo ele um blogue, foi utilizado um *template*, mas, mesmo assim, foi necessário delinear o seu esquema na apresentação das páginas, não esquecendo outros blogues do clube pois terá que haver uma base de apresentação para haver uma boa identidade gráfica. Nas seguintes figuras estão vários desenhos de como irá surgir o blogue.

2.5.5. Implementação

A fase da implementação é a fase mais desejada, pois aqui começa-se a obter resultados de todo o trabalho anteriormente realizado, e com a elaboração dos desenhos anteriores a implementação será mais fácil e mais organizada de elaborar. Como foi referido anteriormente, sendo uma plataforma de *bloguing*, foi utilizado um *template* ao qual sofre algumas alterações. Em primeiro lugar realizou-se o *banner* estático para um fácil

reconhecimento perante o público-alvo do *blogue* a que estão a visitar (Figura 8). E desde a figura 9 à 12, apresento umas imagens da implementação do blogue.



Figura 8: Banner estático
Fonte: Elaboração própria

Implementação de página de atleta



Figura 9: Implementação da página de atleta
Fonte: Elaboração própria

Implementação de página de conteúdo



Figura 10: Implementação da página de conteúdo
Fonte: Elaboração própria

Implementação de página submenu



Figura 11: Implementação página submenu
Fonte: Elaboração própria

Implementação de página para *link* externo



Figura 12: Implementação página para *link* externo
Fonte: Elaboração própria

2.5.6. Manutenção

Após finalizado e publicado, é necessário fazer a sua manutenção, pois é sempre necessário acrescentar elementos, ou simplesmente atualizar dados. O aparecimento de alguns erros que não foram devidamente identificados também serão da responsabilidade do *Web Designer*, onde deverá verifica-los e corrigi-los.

Após o enquadramento e o trabalho na construção de um blogue concluí que a produção de conteúdos para a web não passam só por produzir o conteúdo em si, é necessário passar por um conjunto de fases (Planeamento, análise, desenho, implementação e manutenção) que permite ao *Web designer* construir todo o conteúdo face às necessidades do público-alvo a quem o site/blogue é dirigido. A importância da construção deste novo blogue teve como grande fator a internet ter todas as características face as necessidades que o clube tem, pois tem um custo de acesso e contato baixo, tem um elevado nível de atenção do público-alvo, há uma flexibilidade nas respostas e principalmente dá para, como meio, transmitir, som, imagem e texto, tornando este meio como grande potencialidade (Tabela 3).

Internet	
Prós	Contras
Elevado nível de atenção por parte do consumidor	Dificuldade de cobertura elevada

Flexibilidade nas respostas	Dificuldade de medição (máquina e não pessoa)
Possibilidade de resposta	Dificuldade de controlo da publicidade emitida
Custo de acesso e contacto baixo	Baixo nível de posse de computador
Som, imagem, e ... cheiro	

Tabela 3: Prós e contras da utilização da Internet na publicidade

Fonte: RASQUILHA, Luís (2009). Publicidade. Gestão plus Edições. Lisboa. (ParteIV)

2.6. Base de dados

Hoje em dia, um sistema de base de dados numa empresa, associação ou instituição diferencia bastante a sua produtividade seja na área que for. Por entrevista ao presidente do Clube, António Pissarra, tirei a conclusão que nos tempos que correm, onde a interação entre cliente e instituição tem uma grande importância, pode-se concluir que ter uma boa base de dados, permite ter um conjunto de informações sobre os seus clientes ou sócios ao qual permite aceder a dados e entrar em contacto de uma forma simples e concreta, e principalmente de uma forma segmentada.

O ponto crucial de construir e ter uma base de dados, segundo os autores (Ramakrishnan Raghu e Gehrke Johannes, 2008), centra-se na relação que irá existir entre a identidade e o cliente, para a isso é necessário ter a informação sempre atualizada e corretamente construída para que cada cliente seja único, e no caso do Guarda Unida, a importância que esta tem é conseguir armazenar toda a informação relativamente aos sócios para futuramente ser consultado corretamente e principalmente, de uma forma simplificada.

2.6.1. Importância dos sócios numa instituição sem fins lucrativos.

O Guarda Unida Desportiva é uma associação sem fins lucrativos, o que por vezes é complicado obter verbas para todas as despesas que um clube pode ter, principalmente num clube como o Guarda Unida, que tanto se orgulha das várias equipas em várias modalidades. Para conseguir obter verbas para dar continuidade a todo o trabalho executado nesta associação, o clube depende principalmente do dinheiro proveniente das quotas de sócios, sendo esta, uma grande parcela de fundos monetários do clube.

Percebendo a grande importância dos sócios, foi pedido como grande objetivo de estágio a atualização e correção de toda a base de dados dos sócios do clube, tendo como base de

partida atualizar e corrigir toda a informação pessoal de cada sócio, como o estado de pagamentos de cada um destes.

2.6.2. Software utilizado

GESTWARE

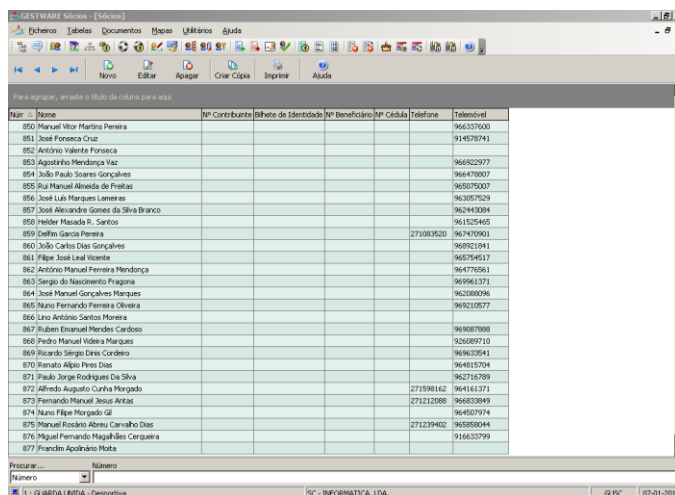
O Software que o clube tem é um programa com grandes potencialidades, e que não estavam a ser devidamente utilizadas, segundo os fabricantes do programa considera-se que “a Gestware é uma empresa nacional exclusivamente dedicada à Produção e Distribuição de Software de Gestão, com um vasto *know-how* nos domínios do desenvolvimento de software multiutilizador, da assistência técnica e da comercialização, tendo sempre em vista as necessidades e as exigências do mercado em termos de novas tecnologias e inovações.” (Informação retirada do site Gestware)

2.6.3. Linhas Gerais da Aplicação

Quando foi proposta a atualização e correção da base de dados de sócios do clube Guarda Unida Desportiva foi pedido o estudo do programa e as suas linhas gerais de aplicação, com o intuito de saber trabalhar com ele, com a finalidade de criar relatórios específicos neste programa. (Anexo VIII).

2.6.4. Atualização da Base de dados

Após estar familiarizado com o novo programa Gestware Sócios foram apresentadas as dificuldades, as faltas e todos os erros que havia na Base de dados dos sócios do Clube. Juntamente com a minha colega de estágio, introduzimos novos sócios que estavam pendentes, verificamos, um a um, cerca de 850 sócios com a finalidade de atualizar e corrigir toda a sua informação. Esta atualização de dados foi realizada tanto no programa Gestware (Figura 13) como nos contactos do *Email* do Guarda Unida (Figura 14), pois seria importante manter também toda a informação atualizada com o intuito de contactar os sócios de uma forma mais rápida e simplificada.



N.º	Nome	N.º Contribuinte	Estado de Identidade	N.º Beneficiário	N.º Cédula	Telefone	Telemóvel
850	Manuel Vitor Martins Pereira						966337600
851	Jose Fonseca Cruz						914578741
852	Antonio Valente Fonseca						
853	Agostinho Mendonça Vaz						966622977
854	Júlio Paulo Soares Gonçalves						966478807
855	Rui Manuel Almeida de Freitas						965875037
856	Jose Luis Marques Lemos						963887929
857	Jose Alexandre Gomes da Silva Branco						962443094
858	Helder Masada R. Santos						961525465
859	Jeffrey Garcia Pereira				271082620		964709601
860	Dulce Carlos Dias Gonçalves						967820941
861	Filipe Jose Leal Vicente						965784517
862	Antonio Manuel Ferreira Mendonça						964778561
863	Sergio do Nascimento Fragata						969861371
864	Jose Manuel Gonçalves Marques						962888096
865	Nuno Fernando Ferreira Oliveira						969210577
866	Lino António Santos Moreira						
867	Ruben Emanuel Mendes Cardoso						969887888
868	Pedro Manuel Vilela Marques						926899710
869	Ricardo Sérgio Dias Cordeiro						969633541
870	Ranato Alípio Pires Dias						964813704
871	Paulo Jorge Rodrigues Da Silva						962716789
872	Alfredo Augusto Cunha Morgado				271598162		964161371
873	Fernando Manuel Jesus Antas				271212088		966833949
874	Nuno Filipe Morgado Gil						964607974
875	Manuel Ricardo Abreu Carneiro Dias				271229402		965820944
876	Miguel Fernando Magalhães Cerqueira						916833799
877	Françes Apolinário Mota						

Figura 13: Atualização de dados programa Gestware
 Fonte: Print do programa Gestware

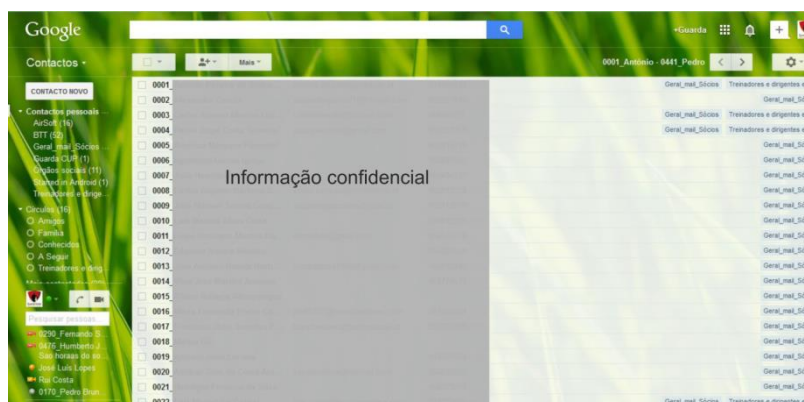


Figura 14: Atualização de dados nos contactos do Gmail
 Fonte: Print do programa Gestware

Após a conclusão do primeiro trabalho, atualização e correção da informação dos sócios na Base de dados, o próximo passo seria criar folhas de estilo com os dados que os órgãos da direção e contabilidade queriam verificar tanto mensalmente, como anualmente. A Figuras 15 representa um exemplo de um relatório criado através do programa, e com este relatório, como se comprova na figura 15, pode-se consultar o valor da dívida no ano consultado, como também, se tem dívidas antes ou depois do ano em que a pesquisa foi elaborada. Este tipo de relatório pode contribuir em grande parte para a direção obter um maior controle na gestão dos sócios, bem como o pagamento das suas cotas.

GUARDA UNIDA - Desportiva

Listagem de Quotas em Atraso

Ano 2014																C. S.	
Sócio	Valor Dívida Anterior	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total do Ano	Valor Dívida Posterior	Foto	Entre
1	Antonio Pereira de Andrade	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
2	Alexandre Marques Garcia	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
3	Carlos Alberto Martins Lopes	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
4	Paulo Jorge Costa Teixeira	24,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
5	Americo Marques Pimentel	24,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
6	Agostinho Cidrino Igreja	60,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
7	João Henrique Ribeiro	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
8	Emílio Augusto Bárbara	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
9	José Manuel Santos	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
10	Luis Manuel Alves Costa	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
11	Filipe Henrique Martins	24,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
12	Eduardo Nabais Nicolau	36,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
13	Jose Antonio Batista Barbosa	60,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
14	Vitor José Martins Antunes	24,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
15	Abino Rabaga Albuquerque	48,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
16	Maria Fernanda Freire	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		
17	Francisco João Sanches Pires	24,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	0,00		

GUARDA UNIDA DESPORTIVA - Lista de quotas em dívida

Página 1

Figura 15: Exemplo de relatório do programa Gestware

Fonte: Print do programa Gestware

2.6.5. Inscrição de sócios

Como foi referido anteriormente, os sócios têm um papel fundamental para o desenvolvimento do clube. No início do estágio, foi dada uma pequena formação para estar apto a inscrever e efetuar os pagamentos de um novo sócio completando todos os passos, sendo eles:

2.6.6.1. Preenchimento de fichas:

O preenchimento da ficha de sócio (Figura 16) em suporte de papel tem como objetivo a recolha de dados do novo sócio bem como a categoria em que se irá inserir, podendo ser sócio fundador, sócio geral ou atleta, sendo neste caso isento de pagamentos.

Após a recolha de todos os dados deste novo sócio, passa-se ao próximo passo que será a informação do valor das quotas bem como o valor da jóia de inscrição.



Figura 16: Ficha de proposta de sócio

Fonte: Ficheiros do clube

2.6.6.2. Informar o valor das cotas e da jóia de inscrição

Para o futuro sócio estar informado do valor de pagamento das cotas bem como da jóia de inscrição, tivemos de mais uma vez pedir informações a um dos responsáveis da direção para nos informar dos valores dos pagamentos (Tabela 4).

Categoria	Nº de Cotas Anuais	Valor Mensal	Total anual	Inscrição
Sócio Fundador	12	1€	12€	Jóia de 50€
Sócio Geral	12	1€	12€	Jóia de 5 €
Atleta	Isento do pagamento de quotas			

Tabela 4: Valor de Cotas de sócio

Fonte: Ficheiros do clube


2.6.6.3. Introduzir os dados no programa

Após a recolha dos dados do novo sócio, basta introduzir os dados no programa de base de dados do clube, bem como na lista de contatos da conta do *Gmail*, isto para um possível contacto futuro com o sócio em questão.

Pagamento

O último passo na inscrição do sócio é o pagamento da jóia e das quotas. Como foi referido anteriormente na tabela 13, há vários tipos de modalidade de pagamento das quotas, onde o sócio pode optar por pagar mensalmente 1€ ou simplesmente paga a anuidade de 12€ juntamente com a jóia de inscrição.

Finalizando o pagamento, emite-se um recibo de pagamento (Figura 17), devidamente carimbado, e congratula-se a inscrição de um novo sócio mostrando-lhe o grande contributo que este irá ter para o desenvolvimento do clube.



GUARDA UNIDA - Desportiva
L.G. MONSIEUR ALVES BRAS 1º CV
6300-703 GUARDA
Telefone : 271311108
Nºº Contribuinte: 50075931

Original

Recibo Nº	Data
520	01-11-2013

Exmo(s). Senhor(es):

Nº de Sócio	Categoria	Contribuinte
488	SOCIO GERAL	

Recebemos de V. Ex.a(s) a quantia de 12,00 EUR referente aos seguintes pagamentos:

T. Descrição	Mês/Ano	Actividade	Valor
1 Pagamento de Quotas	Janeiro/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Fevereiro/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Março/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Abril/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Maió/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Junho/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Julho/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Agosto/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Setembro/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Outubro/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Novembro/2014		1,00
1 Pagamento de Quotas	Dezembro/2014		1,00
Total			12,00

DE V. EXA(S) ATENTAMENTE

Figura 17: Recibo de Pagamento
 Fonte: Programa Gestware

Finalizando todas as tarefas relativamente à correção e introdução de dados na base de dados do clube e a importância dos sócios para este clube, concluí que numa instituição, por sinal, sem fins lucrativos não significa que não precisa de dinheiro para se sustentar, sendo necessário criar modos de obter verbas para dar continuidade a todo o trabalho realizado, e no clube Guarda Unida, uma das formas é a contribuição dos sócios com as quotas pagas mensalmente e/ou anualmente. Face a este novo paradigma concluí que a base de dados dos sócios do clube tinha de estar bem organizada e atualizada para conseguir alcançar todos os sócios, podendo assim, obter um maior lucro das suas contribuições.

2.6. Vídeo

Tal como todos os trabalhos multimédia, é necessário haver uma metodologia de trabalho, e a representação audiovisual não é exceção. Para se chegar ao produto final é necessário passar por três fases, a pré-produção, a produção e a pós-produção.

2.6.1. Pré-Produção

A primeira das fases é a de pré-produção, e conforme todos os conhecimentos adquiridos nas Unidades Curriculares de Captação e Edição de Áudio e Vídeo I e II, é nesta fase que é proposto um tema para o desenvolver esperando a sua aceitação.

A equipa de reportagem, antes de partir para as filmagens em si, nesta fase deve-se reunir para realizar contactos para aceitação da peça. Após os contactos estabelecidos começa-se a recolher informação bem como discutir o local e o material que irá ser utilizado. Após a fase da pré-produção estar concluída, passa-se a pôr em pratica toda a produção realizada anteriormente.

Em todos os jogos captados definiu-se o local mais estratégico para a captura dos jogos. Tradicionalmente as transmissões televisivas de jogos, são captados com inúmeras câmaras, mas neste caso, sendo um clube desportivo sem fins lucrativos, não é possível adquirir tais equipamentos, por isso a captura de cada jogo foi realizada apenas com uma camara, o que dificulta em certa parte a captação de planos de ação.

2.6.2. Produção

No plano, segundo Jorge Nuno Oliveira, (2007: 33), é necessário relacionar o elemento personagem, o fundo e ponto de vista que é onde se coloca a câmara, sendo que este refere-se a tempo e ao espaço. Com tudo, as imagens não têm a mesma dimensão e/ou importância, pois não significam todas o mesmo, por isso é fundamental conhecer as diferenças de valor entre cada imagem através do seu plano partindo do princípio que cada plano tem o seu significado. Segundo os autores Simão e Fernandes (2007), a escala de planos pode-se dividir em três grandes áreas demonstrativas, sendo elas:

Os planos de ambiente:

- PMG – Plano Muito Geral
- PG – Plano Geral

Os planos de ação:

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

Os planos de expressão:

- PP – Plano Próximo

- GP – Grande Plano
- MGP – Muito Grande Plano
- PD – Plano de Detalhe

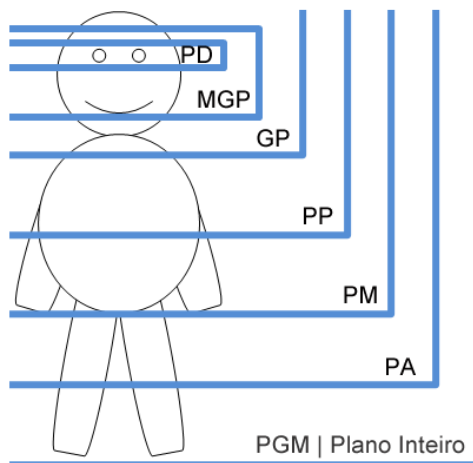


Figura 18: Escala de planos
Fonte: UTAD – Manual de jornalismo televisivo

Movimentos de câmara

Para melhor compreender os movimentos de câmara, e segundo Oliveira (2007: 15), quando o operador de câmara tem o seu plano escolhido, pode introduzir-lhe movimento ao plano, isto é, o movimento que a câmara fará é o comportamento do espectador em relação à cena, ou seja, a câmara é o ponto de vista do espectador, que parece estar no lugar em que está a ser gravada a cena. Os dois principais movimentos de camara são:

- **Panorâmica**

A panorâmica é um tipo de movimento, que pode ser horizontal, vertical e oblíqua, em que se move em torno dos seus eixos, isto é, a câmara não se move, mantendo-se assim o ponto de vista.

- **Travelling**

O *travelling* é o deslocamento da câmara paralelamente à trajetória do deslocamento. Existem três tipos *de travelling*, o travelling à frente, o travelling atrás e o travelling à direita ou à esquerda.

Nesta segunda fase, e após o local de captação escolhido, começa-se a filmar o jogo com apenas uma câmara, e pelo facto de haver uma única câmara todo o jogo tem de ser filmado

num plano geral, para mostrar o ambiente como a ação, fazendo sempre uma panorâmica descritiva, isto para em percorrer com a câmara descritivamente um lugar para o espectador se aperceber da sua dimensão.

Após a captação de todo o jogo e de alguns planos de ação (não tantos como se desejaria), passa-se para a pós-produção para chegar a um produto final.

2.6.3. Pós-Produção

A pós-produção é a última das três fases de uma reprodução audiovisual, e como o próprio nome indica, é a tarefa proveniente a produção. Nesta fase, é o momento para a edição de cada jogo, sendo fase é mais trabalhosa de toda a peça, pois inicialmente foi necessário construir toda uma imagem para complementar o resumo de cada jogo. As figuras 19, 20 e 21 são três exemplos de elementos que cada jogo deveria ter, para o telespectador saber que equipas se defrontam, os jogadores e os resultados. Esta fase tornou-se ainda mais complicada porque, praticamente todos os clubes adversários não têm uma presença comunicacional tão forte como o Guarda Unida Desportiva, onde era muito complicado arranjar o logotipo de cada equipa em questão, tendo de tratar cada imagem individualmente para não destoar da equipa onde realizei o estágio curricular.



Figura 19: Equipas que disputam o jogo

Fonte: Elaboração própria

1 Luís Tiago	1 Bruno Esteves
2 André	2 Pedro Abreu
3 Ricardo	3 António Nave
6 Francisco	4 Vasco Almeida
7 Tiago	5 Francisco Paínço
8 Digo	6 Bernardo Job
9 Kevin	7 Diogo Cornélio
10 Cristiano	9 Martim Silva
11 Gonçalo	10 Rodrigo Saraiva
12 Cruz	13 Miguel Gomes
13 Vitor	15 Jeferson Araújo
1 Pedro	

Guarda Unida vs S. C. da Covilhã

Guarda Unida TV

Figura 20: Descrição das equipas

Fonte: Elaboração própria

1	GUARDA UNIDA D.	VS	S. C. DA COVILHÃ	1
	Cristiano 4'			

Figura 21: Marcador de resultado

Fonte: Elaboração própria

Após todos os elementos realizados, começava-se a editar no programa *Adobe Premiere*, e nesta fase tinha de me deslocar à Escola Superior de Tecnologias e Gestão da Guarda para realizar a edição do jogo tendo em conta regras mencionadas no enquadramento teórico apresentado. Tendo em conta as plataformas onde iriam ser divulgados os jogos, tinha-se de fazer apenas um resumo de cada jogo, onde na edição era para ter em conta as transições do áudio e do vídeo, para haver uma coerência nas passagens dos planos.

Na captação dos planos, como só havia uma camara, era necessário fazer um Zoom In e um Zoom out, e uma vez mais, na edição, esses momentos teriam de ser cortados, e apenas ficar a passagem de um plano para o outro.

Quando os jogos estavam concluídos, havia duas finalidades com a captação e divulgação destes. A primeira era para os treinadores analisarem pormenorizadamente os jogos para verificarem como a equipa jogou e corrigir táticas que possam ter falhado, a segunda finalidade era para a divulgação do clube e da sua atividade, perante todos seus simpatizantes, como a equipa adversária, mostrando-lhes que o Guarda Unida Desportiva trabalha dentro e fora de campo.

Durante os três meses de estágio foi apenas possível a edição e divulgação de dois jogos, sendo eles o dos Infantis Guarda Unida Desportiva vs. S.C. Covilhã no dia 28-09-2013

(Anexo VII) e do jogo dos seniores futsal Guarda Unida Desportiva vs. Casal de Cinza no dia 09-11-2013. O motivo de apenas ter editado dois jogos, foi que havia outras atividades que anteriormente demonstradas neste relatório teriam de ser desenvolvidas, mas não foi por isso que todo o trabalho por mim captado deixou de ser finalizado, pois tinha entrado um novo estagiário que ficou encarregue da edição de todos os jogos que eu captava, começando assim a entender e a dar valor ao espírito de trabalho em equipa.

Os jogos captados:

Todo o trabalho de comunicação desenvolvido e apresentado até ao ponto 2.6. teve como objetivo a divulgação do clube Guarda Unida Desportiva através das campanhas publicitárias, dos blogues entre outros meios. Neste ponto, foi solicitada a apresentação de todo o trabalho desenvolvido semanalmente pelos atletas do clube, e para isso era necessário fazer a captação dos jogos que o clube disputava. Gostaria de ter tido a possibilidade de fazer um trabalho mais extenso, mas pelo facto de os jogos serem ao fim de semana, e a Guarda não ser a minha terra natal, houve apenas a possibilidade de captar os seguintes jogos:

- IX Torneio internacional de Juniores 15-09-2013
- Infantis GUD vs S.C. Covilhã 28-09-2013
- Iniciados B GUD vs Benfica de Castelo Branco 28-09-2013
- Iniciados A GUD vs Benfica de Castelo Branco 28-09-2013
- Seniores Masculinos GUD vs Cidade Rodrigo 28-09-2013
- Seniores Feminino GUD vs F.C. os Belenenses 04-10-2013
- Iniciados GUD vs Foz Coa 02-11-2013
- Iniciados A GUD vs NDS 09-11-2013
- Seniores futsal GUD vs Casal de Cinza 09-11-2013
- Seniores Feminino GUD vs Seia 10-11-2013
- Seniores Masculinos GUD vs Vila Franca 10-11-2013
- Seniores Masculinos GUD vs Trancoso 01-12-2013

Na divulgação dos conteúdos podia-se utilizar vários meios (tabela 3, 5 e 6) a internet, a televisão por cabo e a televisão, mas por razões descritas nas tabelas apenas é possível divulgar todos os conteúdos em meios que não tenham custos. Sendo assim, com o avanço da tecnologia a televisão por cabo tem tido uma grande influência a nível mundial, onde certas operadoras oferecem aos seus clientes meios para transmitirem informação de forma gratuita.

O Guarda Unida Desportiva, aproveitando esta oferta criou um canal na televisão por cabo, onde consegue ter a possibilidade de segmentar a cem por cento, visto ser um canal temático, e apenas os interessados acedem a ele. Na internet, todos os conteúdos são divulgados na página de *youtube* do clube, não tendo assim custos de adesão. Em relação à televisão, de momento será impensável ser utilizada como meio de transmissão de informação para o Guarda Unida Desportiva, devido aos grandes custos de utilização.

Televisão por Cabo	
Prós	Contras
Possibilidade de segmentação elevada	Coberturas reduzidas
Flexibilidade nas mensagens	Dificuldade de controlo
Baixa saturação publicitária	
Diversidade de canais – diferentes perfis de audiência	

Tabela 5: Prós e contras da utilização da televisão por cabo na publicidade

Fonte: RASQUILHA

Televisão	
Prós	Contras
Tem grande impacto	Exige orçamentos elevados
Tem cobertura de âmbito nacional	É difícil fazer uma segmentação fina
É flexível	Tem custos de produção elevados
Possui grande variedade de suportes (tanto de programas como de horários)	Existe elevada saturação
Possibilidade de patrocínios	
Permite obter resultados rápidos	
Tem um baixo custo por contacto	

Tabela 6: Prós e contras da utilização da televisão na publicidade

Fonte: RASQUILHA

Após o enquadramento e o trabalho realizado relativamente à captura e edição de vídeo, concluí que a divulgação do trabalho realizado por uma instituição é fundamental, pois cativa não só os pertencentes à instituição, como também pessoas que não estão diretamente ligadas ao clube.

2.7. Outros projetos

Estagiar numa empresa sem fins lucrativos, e sem conter um único trabalhador foi uma experiência que não contava ter, nem que proporcionasse tanto trabalho a desenvolver nas

diversas áreas. No ponto 2.7. mostrarei atividades que foram realizadas diariamente, como semanalmente, ao longo dos três meses de estágio.

2.7.1. Tratamento de correspondência (cartas e email):

Uma das tarefas realizadas diariamente era a verificação de correspondência, quer a nível de cartas, quer a nível de *emails*.

Correspondência recebida

Relativamente à correspondência recebida, todos os dias se fazia um levantamento de todas as correspondências recebidas para o clube, encaminhando-as diretamente para os responsáveis de cada secção. No caso de ser correspondência em que eu pudesse verificar todo o seu conteúdo e executar as suas tarefas que se apuravam, assim o fazia com a máxima eficiência, onde posteriormente informava os meus superiores da atividade que tinha realizado.

Correspondência enviada

A correspondência enviada é um dos pontos cruciais de uma instituição de futebol. Semanalmente foi necessário entrar em contacto com a Associação de Futebol da Guarda e com a Camara Municipal da Guarda para que se tratasse de toda a logística para a realização de todos os jogos. Outra tarefa realizada foi a de entrega de cartas nos correios da Guarda.

2.7.2. Arquivo

Uma das primeiras tarefas realizadas no estágio curricular, dando continuidade durante os três meses de estágio foi a organização dos arquivos de todos os departamentos, como também a criação de novos *dossiers* para uma melhor organização de todos os documentos. Depois de todo o arquivo organizado, por iniciativa própria decidi criar lombadas para serem coladas em cada *dossier*, para ter uma melhor visibilidade e uma melhor organização (Figura 22).



Figura 22: Exemplo de quatro das lombadas

Fonte: Elaboração própria

2.7.3. Atendimento ao público

O atendimento ao público foi outra das tarefas que se realizou constantemente durante todo o percurso no Guarda Unida Desportiva.

Havia duas formas de atendimento ao público, uma delas era pessoalmente e a outra telefonicamente. Quando o atendimento ao público se verificava através do telefone, era necessário iniciar a conversa identificando o clube” Guarda Unida Desportiva Bom dia/Boa tarde, em que posso ser útil?”, e após o primeiro contacto esclareciam-se todas as dúvidas à pessoa em questão. O atendimento ao público quando era realizado pessoalmente, tinha de ser ordenado e educadamente esclarecer todas as dúvidas às pessoas.

Todo o atendimento só obteve um grande sucesso porque rapidamente consegui estar por dentro de todos os assuntos relativamente à instituição, conseguindo explica-los de forma esclarecedora em qualquer situação.

2.7.4. Realização de *dossiers* para o responsável das camadas jovens

Como já foi referido anteriormente, o Guarda Unida Desportiva tanto se orgulha de todo o investimento feito no futebol das camadas jovens. Este investimento quer a nível monetário quer a nível publicitário traduziu-se nas várias equipas de camadas jovens que o clube tem. Para isso, para um maior controlo de todos os jogadores relativamente as suas presenças, mensalidades e inclusive notas da escola foi pedido a realização de uns *dossiers* para cada

equipa (Figura 23), com uma folha personalizada para cada jogador, com o tratamento da fotografia de cada um (Figura 24).

Todas as folhas de jogadores foram preenchidas e atualizadas por mim relativamente aos dados de cada jogador.



Figura 23: Exemplo de uma capa de *dossier*

Fonte: Elaboração própria



Dados Atleta
 Nome Atleta: Mirjo José Bala de Freitas
 Telefone: 271215185 Telemóvel: 965275007 Email:
 Data de Nascimento: 12/07/2001
 Morada: Rua N.ª Senhora dos Remédios - Lote C7 - 2.ª Dc

Dados Pais
 Nome do pai: Rui Manuel Freitas Contacto: 965275007
 Nome da mãe: Luísa Bala de Freitas Contacto: 963222727
 Morada: Rua N.ª Senhora dos Remédios - Lote C7 - 2.ª Dc

Mensalidades

	Data Pagamento	Quem Pagou	Quem Recebeu	Data Pagamento	Quem Pagou	Quem Recebeu
Setembro				Março		
Outubro				Abril		
Novembro				Maió		
Dezembro				Junho		
Janeiro				Julho		
Fevereiro						

Notas

1.º Período				
2.º Período				
3.º Período				

Figura 24: Exemplo de uma folha de jogador

Fonte: Elaboração própria

Neste sentido foram realizadas as seguintes tarefas:

- nove capas de *dossiers* (Seguimento da figura 23);
- treze folhas da equipa de Benjamins A;
- quinze folhas da equipa de Benjamins B;
- dezassete folhas da equipa de Infantis A;
- quinze folhas da equipa de Infantis B;

- treze folhas da equipa de Infantis C;
- treze folhas da equipa de Iniciados A;
- dezassete folhas da equipa de Iniciados B;
- vinte e sete folhas da equipa de Traquinas.

2.7.5. Rifas de entrada para os jogos

Outra maneira de o clube obter fundos para dar continuidade a todo o trabalho desenvolvido é na elaboração de rifas ou bilhetes para os jogos dos seniores. Assim, foi-me pedido a elaboração de 100 rifas para cada jogo, onde tinha de as planear, executar, imprimir, cortar e agrafar em blocos de 10 rifas cada (Figuras 25, 26 e 27).



Figura 25: Rifa para o dia 20 de outubro

Fonte: Elaboração própria



Figura 26: Rifa para o dia 10 de novembro

Fonte: Elaboração própria



Figura 27: Rifa para o dia 1 de dezembro

Fonte: Elaboração própria

2.7.6. Mapas

Para um maior controle dos materiais utilizados em cada treino e jogo (Figura 28) foi elaborado um mapa para que cada responsável de cada equipa assinasse e ficasse responsável pelo material. Outro dos mapas realizados foi o de utilização diária de cada pavilhão ou

estádio para cada equipa. A utilidade do mapa da figura 29 é haver um maior controle na gestão do plano de treinos de cada equipa.

 GUARDA UNIDA DESPORTIVA MATERIAIS - ÉPOCA 2013/2014 								
EQUIPAS	RESPONSÁVEL	MARCOS	BOLAS	CONES	COLETES	OUTROS MATERIAIS	ASSINATURA	
BENJAMINS - A 2004	HUGO NEVES	material pavilhão S. Miguel						
BENJAMINS - B 2005	HUGO NEVES	22 Azuis	8 n°4	4 Pequenos 8 Grandes		4 Bastões azuis 4 Bastões amarelos		
TRAQUINAS 2006/2007	HUGO NEVES	material pavilhão S. Miguel						
INFANTIS - A 2001	RUI RIBEIRO	20 Amarelos	10 n°4					
INFANTIS - B 2002	TIAGO REIS	10 Amarelos 10 azul	10 n°4					
INFANTIS - C 2003 (BENJAMINS)	NUNO PROENÇA	20 vermelho	10 n°4					
INICIADOS - A e B	HUGO NEVES	30 Fluorescente	20 n°5					
JUVENIS	LAGES	10 brancos 10 laranja	10 n°5					
JUNIORES	JOÃO MÁRIO							
SENIORES MASCULINOS	MARCO FERREIRA	20 Fluorescente	10 n°5					
SENIORES FEMININOS	GUERRA	7 brancos 7 amarelos	6 7 n°5 futsal	12 pequeno	12 amarelos 18 vermelhos			
FUTSAL	LUÍS PIRES		12 futsal					
ESCOLA DE TÊNIS	RUBEN							
VOLEIBOL	JORGE FLORENCIO							
PAV. S.MIGUEL	CLUBE	25 brancos	21 n°4	8 grandes	5 azuis 5 verdes 5 laranjas	5 arcos 10 Bastões amarelos 2 cantis; 1 pousa cantil 1 bomba de ar		
PAV. ESTÁDIO	CLUBE							
ESTÁDIO MUNICIPAL	CLUBE		10 n°5			17 Bastões azuis; 12 Bastões de ponta; 20 marcos delimitador		
ZAMBITO	CLUBE			8+8 pequeno		19 marcos delimitador 8 bastões azuis		

Figura 28: Mapa de materiais

Fonte: Elaboração própria

 GUARDA UNIDA SPORT CLUB MAPA DE UTILIZAÇÃO DIÁRIA - ÉPOCA 2013/2014 						
EQUIPAS	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO
BENJAMINS - A 2004	PAV. S.MIGUEL 19:30 - 20:30				PAV. ESTÁDIO 18:00 - 19:30	
BENJAMINS - B 2005		PAV. ESTÁDIO 18:00 - 19:30				PAV. ESTÁDIO 18:00 - 19:30
TRAQUINAS 2006/2007			PAV. S.MIGUEL 19:30			PAV. S.MIGUEL 19:30
INFANTIS - A 2001						
INFANTIS - B 2002			ZAMBITO 18:00 - 19:30			ZAMBITO 18:00 - 19:30
INFANTIS - C 2003 (BENJAMINS)						
INICIADOS - A e B		ZAMBITO 18:00			ZAMBITO 20:00	
JUVENIS	ZAMBITO 18:00 - 19:30		ZAMBITO 19:30			
JUNIORES	ZAMBITO 19:30 - 21:00				ZAMBITO 19:30 - 21:00	
SENIORES MASCULINOS			ESTÁDIO MUNI. 19:30 - 21:00			ZAMBITO 19:30 - 21:00
SENIORES FEMININOS	PAV. SÃO MIGUEL 19:30 - 21:00		ESTÁDIO MUNI. 19:30 - 21:00			PAV. ESTÁDIO 19:30 - 21:00
FUTSAL		PAV. SÃO MIGUEL 20:00 - 21:30			PAV. ESTÁDIO 20:30	
ESCOLA DE TÊNIS	Após as: 16 horas		Após as: 16 horas			Após as: 10 horas
VOLEIBOL			E.B. Santa Clara 17:30 - 19:00		Rese IPG 17:30 - 19:00	

Figura 29: Mapa local de treinos

Fonte: Elaboração própria

2.7.6. Etiquetas para as taças do torneio internacional de juniores

No dia 15 de setembro, pela 9ª vez o Guarda Unida Desportiva organizou o torneio internacional de Juniores, onde em outras edições já trouxe clubes como o Real Madrid, Atlético de Madrid entre outras equipas de grande nome internacional. No ano de 2013, as equipas convidadas foram as equipas da Covilhã, de Cidade Rodrigo (Espanha) e de Sátão, com o Guarda Unida como anfitrião.

A minha participação enquanto estagiário do curso de comunicação Multimédia foi idealizar e concretizar as etiquetas para colar nas taças para entregar no final do torneio. Foram realizadas sete etiquetas, cinco coletivas (correspondendo à posição em que cada equipa ficou no torneio e uma de prémio *fair play*) e duas individuais (para o melhor jogador e para o melhor guarda-redes).



Figura 30: Etiquetas para as taças de vencedor

Fonte: Elaboração própria

2.7.7. Transporte

Outra responsabilidade que me deram foi a de ir a Celorico da Beira, com uma das carrinhas do clube, para ir buscar 5 jovens atletas pertencentes à equipa de juvenis para terem treino na Guarda. Esta tarefa teria de ser encarada de uma forma responsável, pois tinha sobre a minha responsabilidade os atletas.

2.7.8. Panfletos informativos para encontros das camadas jovens

As camadas mais jovens do clube (traquinas e benjamins) não disputam campeonatos por falta de equipas relativamente aos outros clubes, e para que as equipas o Guarda Unida Desportiva tenham o espírito de competição são organizados encontros com clubes que tenham equipas do mesmo escalão. Como os encontros têm locais diferentes, o coordenador da secção das camadas jovens solicitou a elaboração de quatro panfletos (Figura 31, 32, 33 e 34) para entregar aos respetivos encarregados de educação dos atletas para estarem informados dos jogos, horas e locais de cada jogo que iria ser disputado.

 ENCONTROS DE TRAQUINAS A 1ª FASE (Fut. 5) 2013-14				
Serie A	Organização Local	Data	Hora	Jogos 2x12 c/5' intervalo
1-Casal Cinza 2-GUD A 3-Guarda 2000 4-NDS A	1 Casal Cinza	30 Nov.	09:30	1 x 3
			10:05	3 x 4
			10:40	1 x 2
			11:15	4 x 2
			11:50	1 x 4
			12:25	3 x 2
	2 GUD A	21 Dez.	09:30	2 x 4
			10:05	1 x 3
			10:40	2 x 3
			11:15	1 x 2
			11:50	3 x 4
			12:25	1 x 4
	3 Guarda 2000	11 Jan.	09:30	3 x 4
			10:05	1 x 2
			10:40	3 x 1
			11:15	4 x 2
11:50			3 x 2	
12:25			1 x 4	
4 NDS A	1 Fev.	09:30	4 x 3	
		10:05	1 x 2	
		10:40	3 x 1	
		11:15	4 x 2	
		11:50	4 x 1	
		12:25	3 x 2	

Figura 31: Panfleto informativo da equipa Traquinas A

Fonte: Elaboração própria

 ENCONTROS DE TRAQUINAS B 1ª FASE (Fut. 5) 2013-14				
Serie A	Organização Local	Data	Hora	Jogos 2x12 c/5' intervalo
1-GUD B 2-Manteigas 3-NDS B 4-Soito	1 GUD B	30 Nov.	09:30	1 x 3
			10:05	3 x 4
			10:40	1 x 2
			11:15	4 x 2
			11:50	1 x 4
			12:25	3 x 2
	2 Manteigas	21 Dez.	09:30	2 x 4
			10:05	1 x 3
			10:40	2 x 3
			11:15	1 x 2
			11:50	3 x 4
			12:25	1 x 4
	3 NDS B	11 Jan.	09:30	3 x 4
			10:05	1 x 2
			10:40	3 x 1
			11:15	4 x 2
11:50			3 x 2	
12:25			1 x 4	
4 Soito	1 Fev.	09:30	4 x 3	
		10:05	1 x 2	
		10:40	3 x 1	
		11:15	4 x 2	
		11:50	4 x 1	
		12:25	3 x 2	

Figura 32: Panfleto informativo da equipa Traquinas B

Fonte: Elaboração própria

 ENCONTROS DE BENJAMINS A 1ª FASE (Fut. 5) 2013-14				
Serie A	Organização Local	Data	Hora	Jogos 2x12 c/5' intervalo
1-Guarda 2000 2-GUD A 3-Lameirinhas 4-NDS A	1 Guarda 2000	23 Nov.	09:30	1 x 3
			10:05	3 x 4
			10:40	1 x 2
			11:15	4 x 2
			11:50	1 x 4
			12:25	3 x 2
	2 GUD A	14 Dez.	09:30	2 x 4
			10:05	1 x 3
			10:40	2 x 3
			11:15	1 x 2
			11:50	3 x 4
			12:25	1 x 4
	3 Lameirinhas	04 Jan.	09:30	3 x 4
			10:05	1 x 2
			10:40	3 x 1
			11:15	4 x 2
11:50			3 x 2	
12:25			1 x 4	
4 NDS A	25 Jan.	09:30	4 x 3	
		10:05	1 x 2	
		10:40	3 x 1	
		11:15	4 x 2	
		11:50	4 x 1	
		12:25	3 x 2	

Figura 33: Panfleto informativo da equipa Benjamins A

Fonte: Elaboração própria


 ENCONTROS DE BENJAMINS B 1ª FASE (Fut. 5) 2013-14				
Serie A	Organização Local	Data	Hora	Jogos 2x12 c/5' intervalo
1-GUD B 2-Manteigas 3-Sabugal	2 Manteigas	14 Dez.	10:30	1 x 2
			11:05	3 x 2
			11:40	1 x 3
	1 GUD B	04 Jan.	10:30	2 x 1
			11:05	1 x 3
			11:40	2 x 3
	3 Sabugal	25 Jan.	10:30	3 x 2
			11:05	1 x 2
			11:40	3 x 1

Figura 34: Panfleto informativo da equipa Benjamins B

Fonte: Elaboração própria

2.7.9. Tratamento de imagem de outras identidades

Para a realização de várias atividades desenvolvidas ao longo do estágio no Guarda Unida Desportiva foi necessário realizar inúmeras pesquisas sobre as equipas adversárias. Esta tarefa poderia ser relativamente fácil, mas o fraco poder de comunicação e de identidade de outras instituições dificultou a realização de inúmeras tarefas semanais, como por exemplo a elaboração dos flyers para os jogos e também para os resumos dos jogos transmitidos pelo Guarda Unida. Perante esta dificuldade, por iniciativa própria, desenvolvi num arquivo digital

do clube, uma pasta contendo os logotipos das várias equipas com que o Guarda Unida se defronta, onde pesquisei e tratei de cada imagem individualmente (Figura 35).



Figura 35: Logótipos de equipas adversárias

Fonte: Elaboração própria

2.7.10. Caderneta de cromos

A caderneta de cromos é um dos projetos mais importantes no Guarda Unida Desportiva. Como foi referido na análise *swot*, a caderneta é um dos aspetos positivos com grande potencial para fazer com que o clube tenha uma maior vantagem competitiva como organização, principalmente por mais nenhum clube na cidade desenvolver uma caderneta de cromos.

Infelizmente, este projeto ainda não está concluído, mas sabendo a sua importância para o clube, ainda continuo a trabalhar nele. O motivo de ainda não estar concluído é pelo fato de ainda não haver todas as fotografias de todos os jogadores e órgãos sociais, pois por razões climáticas nem sempre é possível fotografar os atletas. Outro motivo é por ainda não haver todos os patrocínios e as suas publicidades ainda não terem sido facultadas para incutir ao longo da caderneta. No anexo IX é apresentado todo o trabalho já realizado para este produto, onde tem a capa, apesar de ser provisória só falta mesmo as fotografias para completá-la (usei uma repetição de jogadores para os superiores do clube terem uma ideia das linhas gerais da capa, porque posteriormente, irá ter o capitão de cada equipa na capa), tem a aplicação dos cromos na caderneta, a mensagem do presidente e um exemplo da aplicação de um cromo.

Reflexão final

A conclusão do estágio curricular no clube Guarda Unida Desportiva estabeleceu a ligação da conclusão do curso de Comunicação Multimédia com o primeiro contacto com o mundo de trabalho e, estagiar nesta instituição trouxe inúmeras vantagens, tanto para mim no papel de estagiário como para o clube. Durante todo o estágio consegui aplicar todos os conhecimentos adquiridos durante o meu percurso académico, o que se tornou uma mais valia no desenvolver de cada projeto.

No início do estágio, como não era uma instituição na área da multimédia, estava com um bocado de receio de não conseguir realizar um único trabalho na área, mas logo este receio desapareceu, pois no primeiro dia foi solicitado um trabalho de captação de um jogo em Cidade Rodrigo, Espanha. Com este trabalho percebi que estava com uma ideia completamente errada, e que conseguiria trabalhar, e muito na minha área, deixando-me completamente entusiasmado para dar continuidade ao restante estágio.

Durante o estágio, inúmeras propostas de trabalho surgiam, cada uma com a sua urgência, obrigando a um planeamento de trabalho e de tempo para conseguir desenvolver cada projeto da melhor maneira, onde muitas das vezes, era mesmo necessário interromper certos projetos para dar início a outros, pois tinham mais urgência. O empenho foi muito durante estes três meses que, trazia muito trabalho para fazer em casa, para que no dia seguinte conseguisse dar continuidade a outros trabalhos.

Na conclusão de todo o trabalho efetuado desde o primeiro dia de aulas até ao último dia de estágio, sinto-me realizado tanto a nível profissional como a nível pessoal, pois fez-me crescer como pessoa e como profissional. Há ainda um longo caminho pela frente, há que dar continuidade a todo este trabalho, e considerando que a perfeição não existe, irei lutar todos os dias para estar perto dela.

Bibliografia

- Caleirinha, Vitor (2007). *Textos sobre Gestão Portuária*. Lisboa: Cargo Edições;
- Fidalgo, António (1999). *Semioótica Geral*. Covilhã: Universidade da Beira Interior;
- Luís Costa (2008). *Departamento médico: mensagem do diretor*. Consultado em 22/Dez, 2013 em <http://www.guardaunida.pt/Clube/DepartamentoM%C3%A9dico/tabid/65/Default.aspx>;
- Merhi Daychouw (2007). *40 Ferramentas e técnicas e gerenciamento*. Brasil: Brasport SA;
- Powazek, Derek (2009). *Revista de Ciências da computação*. Universidade dos Açores;
- Prodanov, Cleber e Freitas, Ernani (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do trabalho académico*. Rio Grande do Sul: Feevale;
- Ramakrishnan, Raghu e Gehrke, Johannes (2008). *Sistemas de gerenciamento de banco de dados Gerenciando dados Brasil*: McGraw Hill;
- Rasquilha, Luís (2009). *Publicidade*. Gestão plus Edições. Lisboa. (ParteIV)
- Santos, Elsa (2009). *Revista de Ciências da computação*. Universidade dos Açores;
- Simão, J. e Fernandes, N. (2007). *Manual de jornalismo televisivo – UTAD TV*;
- Sousa, João Pedro (2002). *Teorias da notícia e do jornalismo*. Coimbra: Minerva Editora;
- Terra, Carolina Frazon (2006). *Comunicação Corporativa Digital: o futuro das relações públicas na rede*. São Paulo, Universidade de São Paulo - Escola de Comunicações e Artes;
- Zeldman (2009). *Revista de Ciências da computação*. Universidade dos Açores;

Anexos



Listagem de Anexos

Anexo I – Estrutura organizativa do clube

Anexo II - Departamentos e secções

Anexo III – Plano de estágio

Anexo IV - Manual de normas Gráficas

Anexo IV - Publicidades

Anexo VI – Fase de atuação de um blogue: Desenho

Anexo VII – Jogo Captado e editado

Anexo VIII - Linhas Gerais da Aplicação: Gestware

Anexo IX – Caderneta de cromos

Anexo I
Estrutura organizativa do clube

Estrutura organizativa do clube

- **Direção**

Cargo	Nome
Presidente	António Pereira de Andrade Pissarra
Vice-Presidente	Carlos Monteiro Chaves
Vice-Presidente	Carlos Alberto Martins Lopes
Vice-Presidente	Jorge dos Santos Casanova
Vice-Presidente	José Alberto Antunes
Secretário	Inês Raquel Francês Monteiro
Tesoureiro	Joaquim Manuel Reinas Gonçalves
Vogal	Eduardo Mendonça Vaz Gonçalves
Vogal	Hugo Miguel Figueiredo das Neves
Suplentes	
	Vítor Manuel Pereira do Nascimento
	José João Antunes Queiroz
	Célia Maria dos Santos
	Manuel Paulo Gonçalves
	Manuel António Ladeiro
	João Orlando Martins Ribas
	Luís Miguel Gil Cabral
	António Júlio Fernandes Gonçalves

- **Conselho Fiscal**

Cargo	Nome
Presidente	Orlando Amílcar Esteves Cordeiro
Vogal	Luís António Gonçalves Pires Marques
Vogal	José Manuel dos Santos Gonçalves
Suplentes	
	Eduardo Nabais Nicolau
	Maria Fernanda Freire Carrasqueira
	João Henrique Ribeiro

- **Assembleia-Geral**

Cargo	Nome
Presidente	José dos Santos Robalo
1º. Secretário	Amílcar José da Costa Abrantes
2º. Secretário	João Alfredo Gonçalves Pereira Dinis
Suplentes	
	Emílio Augusto Bárbara Barroso
	Américo Marques Pimentel
	António João Correia

Departamento médico

Departamento	Nome
Direção Médica	Luís Manuel Alves da Costa
	Luís Silva
Enfermagem	José Alves da Silva
	Paula Sousa Lopes
	Judite Costa
Massagista	Paulo Teixeira
Técnico de Electrocardiopneumografia	Carlos Fernandes

Anexo II
Departamentos e secções

Departamentos e secções

Departamentos	Secções
Departamento de desportos motorizados	
	Motos Estrada
	Motos Todo-o-terreno
	Motos Clássicas
	Motos Velocidade
	Carros Todo-o-terreno
	Carros Estrada
	Carros Clássicos
	Carros Karting
Departamento de Futebol:	
	Seniores
	Juniores
	Futsal
	Formação
	Juvenis
	Iniciados
	Infantis
	Escolinhas
Departamento de desportos de lazer e aventura:	
	Golf
	BTT
	Caça e Pesca
	Caminhadas
	Petanca
Departamento de Modalidades:	Airsoft
	Andebol
	Voleibol
	Basquetebol
	Natação
	Ténis de Campo Ténis de Mesa
Departamento de Marketing e Eventos:	Bar e sede

Anexo III
Plano de estágio

Anexo IV
Manual de normas gráficas

Manual de normas Gráficas



Guerreiros da Guarda



Ideia.....	03
Símbolo.....	04
Tipografia.....	05
A Marca.....	06
As cores.....	07
Tamanhos mínimos	08
Margens de segurança.....	09
Proteção da Marca.....	10
Comportamento sobre fundos.....	11



Numa demonstração de espírito de união e de serviço à Guarda e ao seu concelho o clube Guarda Unida Desportiva zela-se por promover o desporto distrital e nacional quer no escalão sénior quer nas camadas jovens.

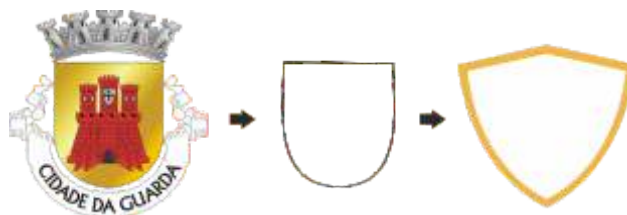
Sendo um clube que se preocupa em promover a região através do desporto, que hoje em dia, tem muitos seguidores externos, isto é, fãs que acompanham activamente o seu clube ou o seu atleta favorito, o Guarda Unida Desportiva decidiu criar uma claque para apoiar as suas equipas.

Nesse âmbito, foi criada a Claque do Guarda Unida, com o nome de «Guerreiros da Guarda» que tem como finalidade acompanhar as equipas deste clube quer joguem em casa, quer joguem fora, e para isso é necessário criar uma imagem que se adapte a esta nova secção.



O símbolo é um elemento essencial no processo de comunicação, e tem com principal objectivo fazer com que se consiga interpretar o seu significado implícito e atribuir-lhe uma determinada conotação.

Na concepção deste símbolo, acordou-se que deveria ter elementos do símbolo do Clube à qual a claque iria pertencer, e para isso, a base de todo este símbolo seria o mesmo escudo, uma vez mais para elevar o nome da cidade da Guarda, representando assim a sua defesa tanto da cidade como do Clube.



Para complementar este símbolo foi escolhido a imagem de um Guerreiro com o intuito de representar a forma como a claque irá apoiar a sua equipa.





No processo criativo de um logotipo a escolha da tipografia é um dos processos que requer mais concentração, esta escolha exige pesquisa, inspiração, criatividade, singularidade e audácia.

Neste logotipo correspondente à claque do Guarda Unida Desportiva é utilizado um tipo de letra com serifa, denominada de «Weekend Warrior». Este lettering foi escolhido de acordo com o nome da claque, Guerreiros da Guarda.

GUERREIROS da Guarda

Weekend Warrior, 24pt

abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

123456789.,:;?€



A marca é o resultado da junção do símbolo e do logotipo.

As ligações entre os componentes da marca foram minuciosamente estudados e não podem em situação alguma ser alterados.





As cores predominantes no logotipo da Claque Guerreiros da Guarda são o vermelho, o preto e o dourado.

As cores são um elemento fundamental para assegurar a rápida identificação da marca, estas, devem ser sempre que possível, reproduzidas através do Standard PANTONE, assegurando assim o máxima qualidade na reprodução da marca.

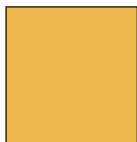
A reprodução da marca está definida em cores para impressão direta (PANTONE), impressão em quadricromia (CMYK), utilização digital e em produtos multimédia (RGB) e utilização em web (sistema Hexadecimal).



PANTONE
C:6 M:100 Y:100 K:0
R:219 G:33 B:33
Hexadecimal: #DB2126



PANTONE
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:43 G:42 B:41
Hexadecimal: #2B2A29



PANTONE
C:8 M:31 Y:80 K:0
R: 236 G:183 B:76
Hexadecimal: #ECB74C

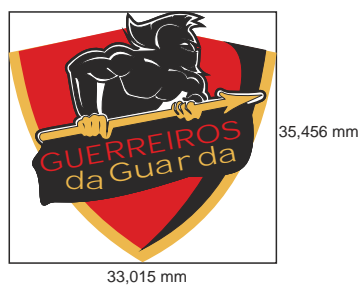




Para se conservar a legibilidade e integridade da marca Guerreiros da Guarda define-se neste manual as proporções mínimas de propagação da marca.

Quando se usar a proporção mínima, deve tomar-se todos os cuidados no sentido de garantir uma reprodução clara da marca.

Não existe proporção máxima da marca, e isso foi um dos primeiros aspectos que foi pensado, pois o logotipo pode ser utilizado em bandeiras de grandes dimensões, no entanto tem que se respeitar as margens de segurança.





Para garantir uma representação correta do logotipo deverá manter-se um espaço suficiente entre o mesmo e outros elementos gráficos. Esta regra representa as margens mínimas aconselháveis.

Estas margens devem ser sempre respeitadas, nos exemplos que se seguem é utilizado o nome do clube para determinar a margem.



A marca é um elemento essencial na comunicação, a distorção da marca afeta a forma como a Identidade é comunicada e entendida, e neste caso em particular, este novo logotipo, que mantém a identidade do logotipo do clube, não pode ser alterado, se não é tanto a identidade da claque como a do clube em sí, estão a ser comprometidas.

Apresentam-se alguns exemplos do que não se deve fazer.



Não condensar a marca na horizontal



Não condensar a marca na vertical



Não expandir a marca



Não modificar a tipografia



Não aplicar efeitos



Não aplicar outras cores



Não aplicar outras proporções aos elementos



Não trocar elementos de posição

A aplicação do logotipo sobre fundos com diferentes tonalidades é uma fonte de situações imprevistas. As imagens abaixo representam alguns exemplos que respeitam a integridade e a legibilidade da Marca.

Pode-se verificar no seguinte exemplo algumas aplicações da marca sobre fundos de cores diferentes, e pode-se comprovar que só não é totalmente legível quando o fundo terá uma cor Dourada igual à da marca. Nesse caso, é necessário acrescentar um contorno suave no brasão.





GUERREIROS
da Guarda

Anexo V
Publicidades

Treinos de captação de Futsal Guarda Unida Desportiva

Treino de captação
futsal
Sénior masculino

Dia 17
19h 45m

Guarda Unida Desportiva

· Pavilhão de S. Miguel · Pavilhão de S. Miguel ·

A **Guarda Unida** precisa de ti!
Mostra o que vales!

The poster features a black background with a yellow and black soccer ball in the center. A red banner at the bottom contains the text 'A Guarda Unida precisa de ti! Mostra o que vales!'. The logo of Guarda Unida Desportiva is in the top right corner.

Treinos de captação de Voleibol Guarda Unida Desportiva

TREINOS Voleibol

AAA Agrupamento de Escolas Afonso de Albuquerque

Guarda Unida Desportiva

Dos 8 aos 18 anos

4ª Feira
17h30m às 19h00m
E.B. Santa Clara

6ª Feira
17h30m às 19h00m
Pav. das residências do IPG

The poster includes a central image of volleyball players in red and black uniforms huddled together. At the bottom, there are four small photos showing volleyball games in progress. The bottom of the poster features a row of logos for sponsors: ROADY, GANSA, informatica, Intermarche, and Fox students.

Flyer jogo de pré-época futsal 19-10-2013

Logo of Guarda Unida Desportiva (top left) and Futsal logo with 'ATAQUE CONTRA ATAQUE' (top right).

Futsal Seniores Masculinos

SENIORES	SENIORES
 U. Desportiva Cariense	 U. Desportiva Pinhalense
Local: Pavilhão Caria Data: 19-10-2013 Hora: 11h00m	Local: Pavilhão de S. Miguel - Guarda Data: 22-10-2013 Hora: 20h00m

APOIA O FUTSAL DO GUARDA UNIDA

Logos of sponsors: ROADY, CARIA, SGI informática, Intermarche, Fer students.

Flyer jogo de pré-época Seniores 20-10-2013

Logo of Guarda Unida Desportiva (top right).

Guarda Unida Desportiva

SENIORES

 **GUARDA UNIDA A.D.MANTEIGAS** 

DOMINGO
20 Outubro
17h00
Estádio Municipal da Guarda

APOIA O FUTEBOL DO GUARDA UNIDA

Logos of sponsors: ROADY, CARIA, SGI informática, Intermarche, Fer students.

Flyer jogos do campeonato Guarda Unida Desportiva

Guarda Unida Desportiva
09 e 10 de Novembro 2013

INFANTIS C - série B	INFANTIS B - série C	INFANTISA - série E
Campeonato distrital-jornada 5 NDS vs Guarda Unida Desportiva	Campeonato distrital-jornada 5 A.D de São Romão vs Guarda Unida Desportiva	Campeonato distrital-jornada 5 ADRC vs Guarda Unida Desportiva
Local: Carapito Data: 09-11-2013 Hora: 11h00m	Local: São Romão Data: 09-11-2013 Hora: 11h00m	Local: Aguiar da Beira Data: 10-11-2013 Hora: 11h00m
INICIADOS A - série A	INICIADOS B - série B	JUVENIS
Campeonato distrital-jornada 5 Guarda Unida Desportiva vs NDS 'A'	Campeonato distrital-jornada 5 NDS vs Guarda Unida Desportiva	Campeonato distrital-jornada 4 G. Desportivo Trancoso vs Guarda Unida Desportiva
Local: Zambito Data: 09-11-2013 Hora: 15h00m	Local: Carapito Data: 09-11-2013 Hora: 15h00m	Local: Trancoso Data: 10-11-2013 Hora: 15h00m
SENIORES MASC. FUTSAL	SENIORES MASCULINOS	SENIORES FEMININO
Campeonato Distrital Futsal jornada 2 Guarda Unida Desportiva vs G.C.R. Casal de Cinza	Campeonato Distrital - 2ª Divisão jornada 2 Guarda Unida Desportiva vs V.F. das Naves	Campeonato Nacional de promoção jornada 5 Guarda Unida Desportiva vs SEIA Clube Seia FC
Local: Pavilhão São Miguel Data: 09-11-2013 Hora: 19h00m	Local: Estádio Municipal da Guarda Data: 10-11-2013 Hora: 15h00m	Local: Estádio Municipal da Guarda Data: 10-11-2013 Hora: 11h00m

Flyer almoço da equipa de infantis

Guarda Unida Desportiva

ALMOÇO DE Infantis

Dia 15 de Dezembro
SAD do Clube

Atletas: 3 Gud's
Acompanhantes: 5 Gud's

Flyer passeio de natal



Guarda Unida
Desportiva

**PASSEIO DE NATAL 2013
em BICICLETA**

**Dia 21
de Dezembro**

Partida:
9:30
Percursos:
Zona Urbana da Guarda
Inscrição:
9 GUD's

Obrigatório fato de **Pai Natal** ou só o gorro.
mas sempre com a bicicleta

The flyer features a central image of Santa Claus riding a bicycle. The background is a clear blue sky with silhouettes of other cyclists and a building at the bottom. The text is arranged in a clean, modern layout with various colors (red, white, yellow, black) used for emphasis.

Flyer Jantar de natal



Guarda Unida
Desportiva

**JANTAR
DE NATAL**

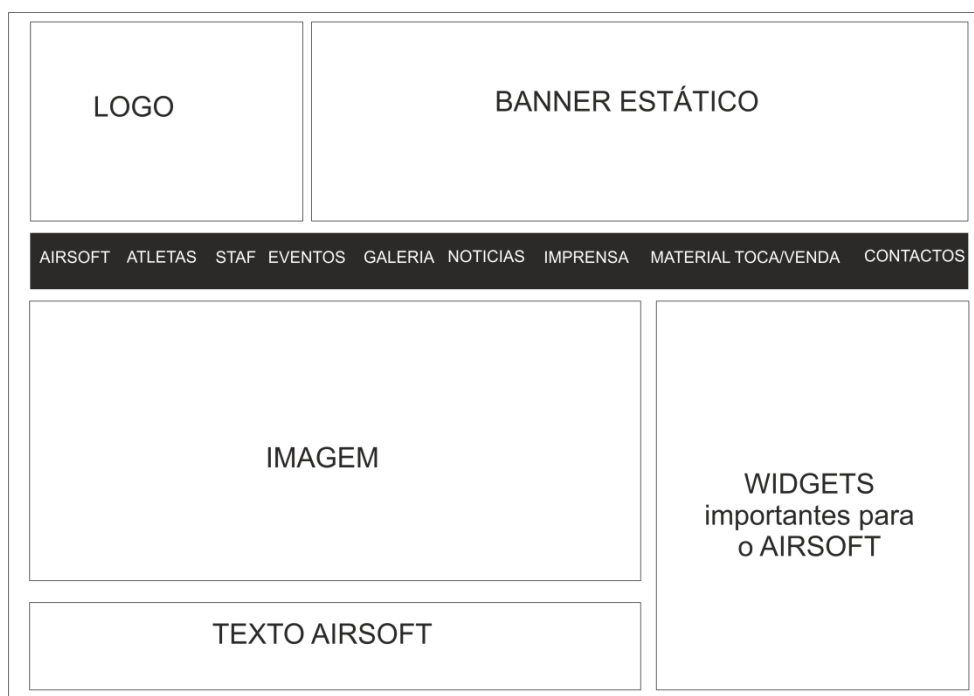
Dia 20 de Dezembro
SEDE do Clube

Um jantar good, só no GUD

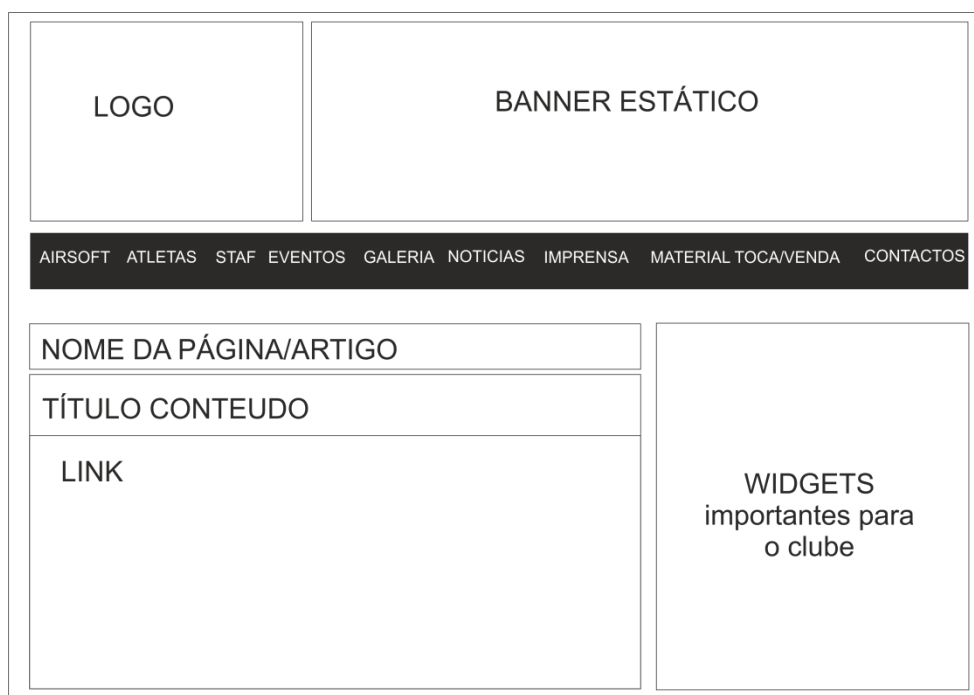
The flyer has a red background with white and yellow text. It features a close-up image of Santa Claus at the bottom, looking directly at the camera. The design is festive and uses a limited color palette.

Anexo VI
Fase de atuação de um blogue: Desenho

Desenho de páginas da *home page*



Desenho de páginas para link externo



Desenho de páginas de conteúdo



Desenho de páginas sub menu



Desenho de páginas de atleta



Anexo VII
Jogo Captado e editado

Anexo VIII
Linhas Gerais da Aplicação: Gestware

- Ficha de Sócios, com informação completa e detalhada do Sócio. Informação de situação do Sócio perante a Associação (está ativo para processamento, isento de pagamentos ou deixou de ser sócio), categoria do Sócio, regime e período de pagamentos, indicação das atividades praticadas, etc.
- Ficha de Sócios, com informações complementares: Nome dos Pais, Naturalidade, Nacionalidade, Beneficiário (Instituição e Número), Data de Nascimento, Sexo, Bilhete de Identidade, Contribuinte, etc.
- Ficha de Sócios, com informações específicas de certos tipos de associações: Carta de Caçador (Nº, Emissão, Validade), Licença de Uso e Porte de Arma (Nº, Emissão, Validade), etc. (Caso a sua associação necessite de certos campos específicos na ficha do Sócio que não estejam disponíveis na aplicação, contacte a GESTWARE para ser estudada a possível implementação dos mesmos)
- Permissão para criar diferentes valores de Quotas e Atividades para diferentes anos, regimes e períodos.
- Gestão de todos os pagamentos realizados pelos Sócios. Podem ser pagas as quotas e mensalidades de atividades até ao ano inserido, no ato de pagamento. Ao ser realizado um pagamento é gerado de imediato o respetivo recibo.
- Para além de pagamentos de quotas e atividades também é possível realizar pagamentos extras. Estes pagamentos são de natureza variada, como por exemplo donativos, rendas, atividades pontuais, etc.
- Possibilidade de reimpressão de recibos, ou de impressão de um extracto detalhado dos diferentes recibos (quotas, atividades e extras). A aplicação permite também a anulação de recibos, indicando o motivo de tal anulação, assim como a reativação de recibos anulados.
- É possível visualizar e listar todos os pagamentos em atraso dos Sócios (pagamentos de quotas e atividades).
- Opção de renumeração dos números de Sócios, através de diferentes critérios (nome, data nascimento, etc).
- Opção de eliminação automática de Sócios, através de diferentes critérios (Inativos, Inscrição cancelada, etc).
- Histórico de Sócios eliminados com opção para posteriormente voltar a repor o Sócio eliminado (recuperação ou reinscrição do Sócio).

- Emissão de cartões de Sócio, etiquetas e cartas. As cartas criadas podem ser da natureza variada, pois há a possibilidade de serem criadas um sem número de cartas diferentes (atas, convocatórias de reuniões, etc).
- Registo de Receitas (Quotas, Atividades e Extras) e Despesas.
- Opção para Validação / Consulta rápida ao estado do Sócio. Num só ecrã é possível visualizar instantaneamente a Data de Inscrição, a Data de Nascimento, a Idade, a Foto, a Categoria, o Regime de Quotas, a última mensalidade de Quotas (e Atividades) Pagas, o Número de meses em Falta e respetivo Valor da Dívida.

Anexo IX
Caderneta de cromos

Capa da caderneta de cromos (provisória)



Cromos da caderneta



Mensagem do presidente (3ª página da caderneta de cromos)



Editorial

Guarda Unida

Judo pela Guarda

Guarda Unida Desportiva

Num tempo em que se observa que o associativismo está em crise e as dificuldades são cada vez maiores, há na Guarda uma coletividade que insiste em traçar um caminho que dê à Cidade e ao Concelho uma organização eclética que colabore na formação integral das crianças e jovens, através do Desporto. O Guarda Unida surgiu no dia 5 Maio de 2008 e desde a primeira hora mostrou que é um clube diferente daqueles que já existiam, razão mais que suficiente para justificar a sua criação.

Nos pouco mais de três anos de existência o Guarda Unida desenvolveu um número significativo de atividades em modalidades tão diversas como o ténis de campo, o futebol e o futsal, os desportos motorizados, passando pelo ciclismo e o voleibol. Participou em diversas competições, individuais e coletivas, envolvendo campeonatos distritais, regionais e nacionais, tendo obtido, até ao momento, o título de campeão regional absoluto de ténis masculino, o título de campeão distrital de seniores femininos de futsal, por duas vezes e o título de campeão distrital de infantis. Com um número crescente de atletas, nas diversas modalidades e cada vez mais equipas a disputar competições oficiais o Guarda Unida é bem o exemplo de como a dedicação e o voluntariado podem fazer crescer uma ideia. Uma ideia que tem recebido a aceitação de cada vez mais guardenses bem patente no número de sócios que não pára de aumentar. Numa demonstração de espírito de união e de serviço à Guarda e ao seu concelho Guarda Unida Sport Clube e Guarda Desportiva Futebol Clube acordaram fundir-se, processo que seguiu os seus trâmites, esquecendo possíveis diferenças, em torno do objetivo de fazer tudo pela Guarda. Este processo deu origem a uma coletividade mais forte: com mais atletas, mais sócios, mais voluntários para trabalhar... e com um forte sinal para a comunidade de que é possível dar à Guarda um clube com dimensão e que promove a região através do Desporto.

Apesar da perspectiva da importância do desporto como parte da imagem de uma localidade (trouxemos já Guarda clubes como: Benfica, Porto, Sporting, Real Madrid, Atlético de Madrid, para citar só alguns) ou região consideramos, ainda assim, que o mais importante é a formação das nossas crianças e jovens, de acordo com o princípio "mente sã em corpo são". Nesse sentido, vimos implementando diversas escolas de formação: futebol, ciclismo, ténis... prevendo-se o surgimento de atividades formativas de outras modalidades.

A caderneta de cromos do Guarda Unida é a demonstração do crescimento do clube a todos os níveis. Mas isso não seria possível sem a colaboração de tantas pessoas (o clube não tem um único funcionário): dirigentes, delegados, treinadores e o apoio do tecido empresarial que nos vai ajudando, na medida das suas possibilidades, para 'vestir' as diversas equipas, lavar os equipamentos, utilizar instalações e tornar menos difícil a realização dos muitos eventos que temos produzido. Isto sem esquecer o apoio da autarquia da Guarda que, em tempos de dificuldade, vai ajudando a nossa, como as outras coletividades do Concelho, e o Instituto Politécnico da Guarda com quem estabelecemos um Acordo de Parceria e Protocolo com vista à realização de ações, de que a participação no Campeonato Nacional de Voleibol da 3ª Divisão é um exemplo. Os tempos são difíceis, mas continua a haver na Guarda um conjunto de pessoas apostadas em não desistir e deixar apagar esta luz de esperança para que voltemos a contar com um clube com a dimensão que uma capital de distrito, com mais de 800 anos como cidade, merece.

Juntem-se a nós e, a exemplo do nosso Rei Fundador, D. Sancho I, o Rei Povoador, ajudem-nos a 'povoar' esta ideia. Unidos faremos mais forte o lema de fazer "Tudo pela Guarda".

António Pereira de Andrade Pissarra
Presidente



Guarda Unida Desportiva

Exemplo de um cromo

