



IPG Politécnico
da Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Cláudia Freitas Afonso

dezembro | 2015



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

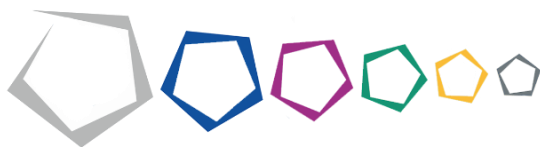
RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CLÁUDIA FREITAS AFONSO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro/2015



Ficha de Identificação

Nome da Estagiária | Cláudia Freitas Afonso (5007797)

Licenciatura | Comunicação e Relações Públicas

Estabelecimento de Ensino | Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Orientadora | Doutora Maria Regina Gomes Gouveia

Entidade de Acolhimento | Câmara Municipal do Sabugal

Praça da República

6324-007 Sabugal

271 751 040

geral@cm-sabugal.pt

Supervisora na Organização | Margarida Maria dos Santos Martins

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Duração do Estágio | 20 de julho de 2015 a 20 de outubro de 2015 (três meses)



A persistência é o caminho do êxito.

Charles Chaplin¹

¹ Consultado em <http://www.citador.pt/frases/a-persistencia-e-o-caminho-do-exito-charles-chaplin-16448>, em 16/Nov, 2015.



Agradecimentos

Em primeiro lugar, dirijo o meu agradecimento à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda, e a todos os docentes e funcionários que fizeram parte desta “aventura”, contribuindo, de certo modo, para que me sentisse em casa, no meu segundo lar.

À minha orientadora de estágio, Doutora Regina Gouveia, pelo apoio, dedicação, disponibilidade e preocupação que, desde o primeiro ano, mostrou a cada dia, em cada aula e, igualmente, durante o período de estágio. Obrigada pelas suas palavras sempre certas, pela energia e sorriso contagiantes!

Aos Professores Handerson Engrácio e Guilherme Monteiro, por serem prestáveis e disponíveis durante e após o Curso.

Um agradecimento especial à Câmara Municipal do Sabugal, e em particular, à Sr^a. Vice-Presidente, Professora Delfina Leal, por ter tornado possível concretizar o desejo de estagiar na Câmara Municipal do Sabugal, pela sua simpatia e disponibilidade; ao Sr. Vereador Amadeu Neves, pela boa disposição e amabilidade demonstrada sempre que nos cruzámos; à minha supervisora na Instituição, Dr^a. Margarida Martins, que, desde o primeiro dia, me fez sentir integrada, útil e capaz, por ter mostrado sempre disponível e atenciosa, enfim, por TUDO; à Arquiteta Cláudia Quelhas e à Lisete Sanches, por toda a amabilidade e disponibilidade; à Vera Duarte, pela sua simpatia e boa disposição, contagiante; à Carla Augusto, pela ajuda e disponibilidade; aos meus colegas estagiários, pelos poucos, mas bons, momentos que passámos no Muralhas com História; aos restantes funcionários com quem me cruzei e que sempre me saudaram de forma simpática e acolhedora, fazendo-me sentir como “uma colega”.

À minha Mãe e ao Tozé, que sempre me apoiaram incondicionalmente. Muito do que sou hoje, a vocês o devo. Obrigada pelos vossos conselhos, pela vossa força e pela vossa dedicação. Mãe, embora não o diga muitas vezes, és muito importante para mim. Muito obrigada por tanto!

Ao meu Pai, pela ajuda e pelo esforço nestes últimos três anos.

Ao meu Padrinho, à Deolinda e à minha “Caró”, por me acolherem e me fazerem sentir em casa. Obrigada!



À Lara, pelas viagens entre Vilar Formoso e o Sabugal, e vice-versa. Obrigada por ser sempre prestável e afável!

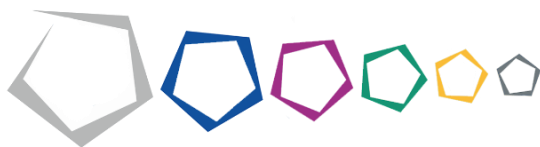
À Marina, pelos bons conselhos e pela amizade de alguém que também já passou por isto.

À Lili e à Rita, por todo o apoio, amizade e cumplicidade. Convosco partilhei os meus medos, as minhas inseguranças, as minhas alegrias, as minhas vitórias, as minhas derrotas. Foram momentos únicos, de boa disposição. Obrigada por terem estado sempre lá quando precisei!

À D. Isabel, pela ajuda e amizade. Por me ter incentivado, naquele dia, a concorrer novamente ao Ensino Superior, fazendo, assim, uma das melhores escolhas da minha vida.

A todos os meus outros amigos, em especial, a Fi, o Marco e a Fabi, que fizeram com que estes três anos da minha vida fossem únicos e inesquecíveis. Ficam guardados os bons momentos, as risadas, as festas, as Serenatas...

Enfim, a todos os que fizeram parte deste importante percurso, um GRANDE obrigada!



Resumo

O estágio curricular a que se reporta o presente relatório foi desenvolvido no Serviço de Estratégia e Desenvolvimento da Câmara Municipal do Sabugal. Teve como objetivo primordial aplicar conhecimentos apreendidos ao longo da licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, bem como adquirir outras aptidões e obter experiência profissional em contexto real de trabalho, de modo a desenvolver novas competências profissionais.

Foram várias as atividades desenvolvidas e propostas apresentadas, de que destaco a colaboração no planeamento, organização, promoção e divulgação do evento "Muralhas com História" e a planificação e elaboração do Boletim/Agenda Municipal correspondente ao quarto trimestre de 2015. Em todo o trabalho desenvolvido prevaleceu a satisfação das necessidades e motivações dos munícipes e dos colaboradores da Câmara, tendo sempre em conta a imparcialidade e neutralidade política.

O relatório encontra-se dividido em dois capítulos: o primeiro capítulo é de enquadramento organizacional; o segundo capítulo descreve todas as atividades desenvolvidas durante o estágio. Os dois capítulos encontram-se teoricamente sustentados em conceitos teóricos da área da comunicação e das relações públicas, dadas as pesquisas bibliográficas que precederam a sua elaboração.

Palavras-chave: comunicação, organização, planeamento, promoção, divulgação.

Abstract

The curricular internship, which the current report refers to, was developed in the Development and Strategy Service of Sabugal City Hall. Its goal aimed applying knowledge acquired along the Communication and Public Relations studies and obtaining professional experience in real work context, in order to develop other new professional competences.

Many activities were developed and many proposals were presented, highlighting the collaboration in planning, organization, promotion and disclosure of the event: "Walls with History" and the planning and elaboration of the Municipal Bulletin/Agenda related to the fourth trimester of 2015. In all developed work it prevailed the satisfaction of all



needs and the motivation of the residents and of all the City Hall collaborators, having always on account the impartiality and political neutrality.

The report is divided into two chapters: the first chapter is about organizational guidelines; the second chapter describes all the developed activities during the internship. The two chapters are theoretically sustained in theoretical concepts of the communication area and the public relations, given in bibliographic researches that had preceded its elaboration.

Key words: communication, organization, planning, promotion, disclosure.

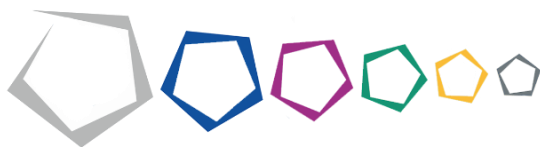


Índice Geral

Ficha de Identificação	ii
Agradecimentos	iv
Resumo	vi
Introdução	1
Capítulo 1 - Enquadramento Organizacional	3
1.1. Concelho do Sabugal	4
1.1.1. Território concelhio	4
1.1.2. Caraterização Sociodemográfica	5
1.1.3. História	6
1.2. Câmara Municipal do Sabugal	8
1.2.1. <i>Business Goals</i>	10
1.3. Estrutura Orgânica	13
1.3.1. Serviço de Estratégia e Desenvolvimento	15
1.4. Comunicação Interna e Externa	16
1.4.1. Imagem e Identidade	18
1.5. Análise SWOT	22
Capítulo 2 - O Estágio	26
2.1. Área do Estágio	27
2.2. Cronogramas das Atividades	30
2.3. Atividades Desenvolvidas	30
2.3.1. Consulta de Estruturas Orgânicas de Câmaras Municipais	31
2.3.2. Elaboração do Manual de Acolhimento	31
2.3.3. Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha	33
2.3.4. Preparação do Fórum Rede Sabugal Primus	33
2.3.5. Análise de Imprensa	34
2.3.6. Organização, Gestão e Participação no Evento “Murallas com História”	35



2.3.7.	Cobertura fotográfica da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo	39
2.3.8.	Divulgação de Boletim/Agenda Municipal	40
2.3.9.	Planificação e elaboração de Boletim/Agenda Municipal.....	41
2.3.10.	Gestão do Material Promocional	43
2.3.11.	Contactos Telefónicos	43
2.3.12.	Atualização do Ficheiro de Imprensa	44
Reflexão Final	45
Bibliografia	47
Anexos		



Índice de Figuras

Figura n.º 1 – Inserção geográfica do Concelho em Portugal	4
Figura n.º 2 - Território Concelhio	5
Figura n.º 3 - Definição Estratégica de uma Organização	10
Figura n.º 4 - Estrutura Orgânica Flexível dos Serviços Municipais	15
Figura n.º 5 - Logótipo do Município	20
Figura n.º 6 - Slogan "Sabugal respira desporto"	20
Figura n.º 7 - Brasão da Cidade do Sabugal	21
Figura n.º 8 - Bandeira Concelhia do Sabugal	21
Figura n.º 9 - Capa do Manual de Acolhimento	32
Figura n.º 10 - Exemplos de separadores da Análise de Imprensa	34
Figura n.º 11 - Capa da Análise de Imprensa	35
Figura n.º 12 - Exemplo fictício da Análise Temática Espacial	36
Figura n.º 13 - Exemplo fictício da Tabela de Incumprimentos	37
Figura n.º 14 - Fotografia da "placa" identificadora do Voluntário	37
Figura n.º 15 - Exemplo fictício da escala de Voluntários	37
Figura n.º 16 - Exemplo fictício do Número de Refeições Exteriores	38
Figura n.º 17 - Pass'a Porta do Muralhas com História (Frente e Verso)	39
Figura n.º 18 – Carimbos para o Pass'a Porta	39
Figura n.º 19 - Fotografias da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo	40



Introdução

O estágio curricular desenvolvido, ao longo de três meses, no Serviço de Estratégia e Desenvolvimento (SED) da Câmara Municipal de Sabugal (CMS) insere-se na Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda. Constituindo um requisito para a conclusão do Curso, o estágio curricular tem como intuito aplicar e consolidar os conhecimentos adquiridos durante a frequência do mesmo. Os discentes deparam-se com um contexto real de trabalho, onde têm a oportunidade de assimilar competências profissionais indispensáveis à sua integração e progresso profissional na área de Comunicação e Relações Públicas.

Quando terminado o estágio, cabe ao aluno a elaboração de um relatório que descreva as tarefas desenvolvidas na Organização e onde se efetue uma ligação entre os conhecimentos curricularmente adquiridos e a realidade observada e partilhada.

Os motivos da escolha da Câmara Municipal de Sabugal como local para a realização do estágio relacionaram-se com o facto de ser um concelho que me é muito próximo, estimado e familiar. Ao crescer com as suas tradições únicas, senti-me na incumbência de ser parte integrante do seu contexto e, assim, contribuir para o seu desenvolvimento e dinamização, favorecendo igualmente a minha aprendizagem e evolução na área de formação.

O concelho do Sabugal, situado no distrito da Guarda, é constituído por trinta freguesias, o que o torna num dos maiores de Portugal, em termos de área. O SED cumpre as funções básicas de um Gabinete de Comunicação e Relações Públicas, tendo como principais funções auxiliar o Executivo Municipal na definição e desenvolvimento da missão, visão e estratégia do Município e dos seus Serviços, bem como na monitorização do seu desempenho, além de outras incumbências mencionadas no Capítulo 1 deste relatório.

Como objetivos específicos para o estágio, explicitados no respetivo Plano (Anexo 1), propus, a pedido da supervisora na Instituição, os seguintes: elaborar o Manual de Acolhimento da Câmara Municipal; colaborar na produção e divulgação do Boletim e Agenda Municipal do último trimestre do ano; atualizar o Ficheiro de Imprensa; elaborar e divulgar notas de imprensa; efetuar a Análise de Imprensa; produzir publicações para Redes Sociais, Intranet e Internet; planear e organizar eventos; proceder ao



acompanhamento fotográfico de eventos e outros acontecimentos do Concelho; pesquisar conteúdos; gerir o material promocional; e, por último, colaborar no serviço de atendimento telefónico.

Metodologicamente, a conceção deste documento pressupôs a utilização de técnicas específicas de pesquisa e recolha de informação, tais como a observação participante e a pesquisa documental e bibliográfica, com o intuito de fundamentar teoricamente a caracterização institucional e a descrição das atividades realizadas.

Em termos de estrutura, este Relatório encontra-se organizado em dois capítulos. O primeiro capítulo, subdividido em dois subtítulos, apresenta, inicialmente, uma análise do Concelho, onde consta o território concelhio, a caracterização sociodemográfica, bem como uma breve resenha histórica. Posteriormente, centra-se na Organização propriamente dita, tratando temas como: missão, visão e valores; estrutura orgânica; imagem e comunicação. Termina com uma análise SWOT.

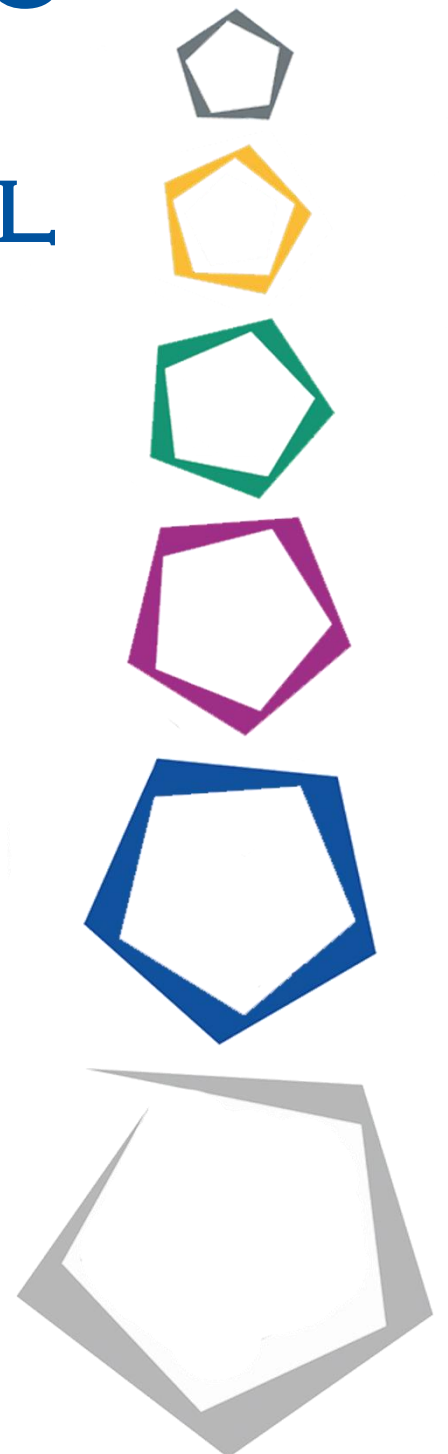
No segundo capítulo, para além da descrição das atividades desenvolvidas, são igualmente mencionadas as principais dificuldades na sua realização e a forma como foram superadas.

Por último, consta uma reflexão final, que consiste num balanço global do estágio curricular, relacionando-o, também, com aprendizagens desenvolvidas no âmbito de algumas unidades curriculares. Como finalista, conluo este Relatório com a apresentação de sugestões que, a meu ver, poderão potenciar a qualidade do plano de estudos do Curso e a preparação de futuros alunos do mesmo.

CAPÍTULO 1

ENQUADRAMENTO

ORGANIZACIONAL





Como referi atrás, o presente capítulo destina-se ao enquadramento organizacional, dividindo-se em dois subtítulos: o primeiro diz respeito ao concelho do Sabugal; o segundo concerne ao local de estágio, ou seja, à Câmara Municipal do Sabugal e ao seu Serviço de Estratégia e Desenvolvimento.

1.1. Concelho do Sabugal

O Sabugal é cidade desde 9 de dezembro de 2004. Sede de um município do distrito de Guarda, pertence à região Centro e à sub-região da Beira Interior Norte. A Figura n.º 1 apresenta a inserção geográfica do Concelho em Portugal.²



Figura n.º 1 – **Inserção geográfica do Concelho em Portugal**

Fonte: Pró-Raia e Município do Sabugal, *Sabugal: Roteiro Turístico*.

1.1.1. Território concelhio

Localizado no extremo Sudeste do Distrito, o concelho do Sabugal confina, a Norte, com os concelhos de Almeida e Guarda, a Oeste, com o de Belmonte e, a Sul, com os de Penamacor e Fundão. A fronteira com Espanha preenche o território que resta dos limites a Sul e Leste.

² Baseado em Associação de Municípios da Cova da Beira (Entidade Promotora), *Carta Educativa do Concelho do Sabugal*, fevereiro de 2007.



Com uma área de 822,7 km², dividida em trinta freguesias, o Sabugal é um dos concelhos do país com maior dimensão territorial³ (Figura n.º 2):



Figura n.º 2 - Território Concelhio

Fonte: Pró-Raia e Município do Sabugal, *Sabugal: Roteiro Turístico*.

1.1.2. Caracterização Sociodemográfica

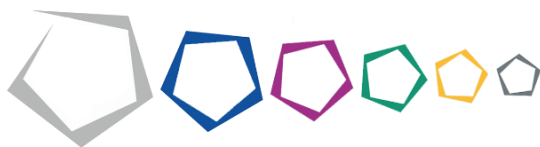
Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística relativos ao ano de 2011, a população do Concelho englobava 12 544 habitantes, entre os quais 6 659 eram do género feminino e 5 885 do género masculino.⁴ Estatísticas da Base de Dados Portugal Contemporâneo (PORDATA), referentes ao ano de 2014, mencionam uma taxa bruta de natalidade de 5,3% e de mortalidade de 24,3%. Na mesma fonte, mas reportando-se aos Censos de 2011, consta que o município do Sabugal apresenta uma taxa de desemprego de 9,5%.⁵

Assim, à semelhança de outros concelhos do Interior, o do Sabugal vem-se confrontando com um notório problema de diminuição do número de habitantes, dada a muito fraca natalidade e a sua reduzida capacidade de atrair/manter população ativa.

³ Baseado em Pró-Raia e Município do Sabugal, *Sabugal: Roteiro Turístico*.

⁴ Consultado em www.ine.pt, em 30/Set, 2015.

⁵ Consultado em <http://www.pordata.pt>, em 05/Out, 2015.



1.1.3. História⁶

No que concerne à História do concelho do Sabugal, sabe-se que as margens do rio Côa viram os primeiros habitantes no período Pré-histórico. Contudo, os mais antigos vestígios encontrados nesta Região remontam aos períodos Neolítico e Calcolítico.

No século I a.C., fixaram-se no território concelhio diversos povos com um estilo de vida destemido, que os levou a escolher os pontos mais altos para assentarem e se fortificarem. Em Vilar Maior, no Sabugal, na Serra Gorda (Águas Belas), no Castelejo (Sortelha), no Cabeço das Fráguas (Pousafoles do Bispo), em Caria Talaya (Ruvina), em Vila do Touro, e em muitos outros topos de cabeços da região ocidental do Alto Côa, habitaram algumas comunidades pastoris, agrícolas e mineiras. Nestas terras, a abundância em mineração de estanho e cobre firmou a importância regional do Alto Côa.

No final do século I a.C., com a chegada dos romanos ao vale superior do rio Côa, houve grandes modificações relativamente ao modo de vida e cultura de todos os povos peninsulares. Os traços da presença romana em terras de Ribacôa são ainda visíveis em calçadas, pontes, miliários, locais de habitação, novas formas de tecelagem e olaria, bem como em aras (elementos importantes de culto). Já da passagem dos suevos, visigodos e árabes, após os romanos, restam poucos vestígios, apenas alguns topónimos que persistem na paisagem.

Os episódios históricos que ocorreram no Alto Côa tornaram-se mais conhecidos com o início da Reconquista Cristã da Península Ibérica e a criação da nacionalidade por D. Afonso Henriques. O rio Côa, o grande obstáculo natural na zona, transformou-se em fronteira. Do lado português, foram edificadas e fortificadas povoações como Sortelha ou Vila do Touro.

Porém, no final do século XI, a nova investida Almorávida quebrou o equilíbrio até então formado na Região. Mais tarde, foram as comunidades leonesas que, pouco a pouco, retomaram estas terras do Alto Côa, repovoando-as e dando-lhes o ordenamento administrativo necessário. Os primeiros burgos, logo após a reocupação, eram constituídos por comunidades autóctones e gentes oriundas do norte da Península, que procuravam novas terras.

⁶ Baseado em Pró-Raia e Município do Sabugal, *Sabugal: Roteiro Turístico* e Consultado em <http://www.cm-sabugal.pt/index.php/concelho/historia> em 29/Set, 2015.



Assim, no final do século XII, Afonso IX de Leão separou uma extensa área do termo de Ciudad Rodrigo e aí fundou um novo concelho, escolhendo para sua sede a povoação do Sabugal. No seu limite, integravam-se diversas aldeias que começavam a afirmar-se na Região, nomeadamente Alfaiates, Vilar Maior, Caria Talaya e Sabugal Velho.

O amplo território do Sabugal começou a ser espartilhado, na primeira metade do século XIII, por dois outros concelhos recém-criados: Alfaiates e Vilar Maior.

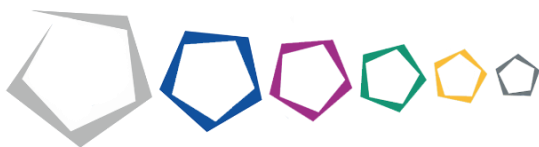
Em 1296, após uma investida militar de D. Dinis, os três concelhos da margem direita do rio Côa (Sabugal, Alfaiates e Vilar Maior) foram integrados no território português. A posse legítima e perpétua de todas as terras de Ribacôa foi reconhecida depois do Tratado de Alcanizes, assinado a 12 de setembro de 1297, sendo criado um novo limite fronteiriço que, praticamente, se manteve até aos nossos dias. As preocupações de D. Dinis com a defesa centravam-se na fixação de populações, realização de feiras, entre outros. A partir do seu reinado, passaram a ser cinco os concelhos de Ribacôa: Alfaiates, Sabugal, Sortelha, Vila do Touro e Vilar Maior.

Nos séculos seguintes, houve frequentes conflitos fronteiriços, destruições e mortes. D. Manuel, particularmente preocupado com a defesa do território, mandou fazer um levantamento da situação das fortalezas raianas. Deve-se a este monarca uma das maiores reformas políticas e administrativas dos cinco concelhos de Ribacôa. Em 1510, procedeu à concessão de novos forais a Sortelha, a Vila do Touro e a Vilar Maior e, posteriormente, em 1515, ao Sabugal e a Alfaiates. Nestas localidades, ainda se podem admirar os antigos Paços de Concelho, cadeias e respetivos pelourinhos, datados em grande parte deste período, que refletem a robustez destas Vilas naquele tempo.

Com a Guerra Peninsular (1807-14), a Região foi atravessada pelas tropas francesas de Napoleão. Na derradeira invasão napoleónica ao território português, as tropas francesas sofreram uma custosa derrota por parte das tropas luso-inglesas, na Batalha do Gravato (1811), nas proximidades do Sabugal.

Durante o século XIX, as reformas administrativas provocaram a extinção dos concelhos de Alfaiates e Vila do Touro, em 1836, e de Sortelha e Vilar Maior, em 1855, tendo sido integrados no grande concelho do Sabugal.

A atividade económica do Concelho baseou-se sempre nas atividades primárias. A localização, difíceis acessos, escassez de recursos e distância aos mercados não



proporcionaram a fixação de atividades industriais. Esta pobreza foi parcialmente compensada com uma intensa atividade de contrabando, com a forte migração para a zona de Lisboa e, a partir de meados do século XX, com a emigração de uma grande parte da população, principalmente, para França.

1.2. Câmara Municipal do Sabugal

A palavra *Autarquia* provém do grego *autárkeia*, que significa *comandar a si mesmo*. Outro dos significados de *autarquia* relaciona-se com *poder absoluto*, por ser um tipo de governo em que uma pessoa ou um grupo de pessoas concentram o poder sobre uma nação e em que o Estado tem total autonomia sobre si mesmo, ou seja, é autossuficiente.⁷

Em Portugal, as autarquias locais têm enquadramento legal desde 1976. A Constituição da República Portuguesa, no seu artigo 235.º, estabelece a existência de autarquias locais, definindo-as como “pessoas colectivas territoriais dotadas de órgãos representativos, que visam a prossecução de interesses próprios das populações respectivas.”⁸

No Continente, as autarquias locais são as freguesias, os municípios e as regiões administrativas, estas últimas ainda por instituir. Atualmente, em Portugal, existem 308 municípios, dos quais 278 no Continente e trinta nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, compreendendo mais de 3 000 freguesias.⁹

Os municípios são comunidades sociais incluídas num determinado espaço territorial. Estas comunidades têm o objetivo de satisfazer os seus próprios interesses e as necessidades coletivas. São, igualmente, entidades que resultam das relações de vizinhança que se originam nas populações e são compostos por órgãos representativos dos respetivos habitantes. Deste modo, os municípios são vistos como formas particulares de organização sociopolítica das populações municipais residentes em determinadas áreas geográficas (Camilo, 1998).

A extensão dos municípios resulta do seu agregado populacional e da sua distribuição geográfica no território concelhio. Assim, os concelhos podem ser urbanos, rurais ou

⁷ Baseado em <http://www.significados.com.br/autarquia/>, consultado em 07/Nov, 2015.

⁸ Consultado em <http://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>, em 05/Nov, 2015.

⁹ Baseado em <http://www.smi.ine.pt/>, consultado em 07/Nov, 2015.



mistos. Os concelhos rurais, como é o caso do concelho do Sabugal, são aqueles que têm uma maior dispersão populacional, enquanto os urbanos possuem uma maior concentração. Além destes, existem os municípios mistos, que apresentam uma concentração populacional intermédia. A dimensão dos municípios tem várias implicações, incluindo na comunicação, na medida em que vai impor a utilização de meios de comunicação específicos, adequados à distribuição geográfica e à densidade populacional que os concelhos apresentam (Camilo, 1998).

As funções dos órgãos municipais, ligadas à satisfação das necessidades das comunidades locais, relacionam-se, nomeadamente, com o desenvolvimento socioeconómico, o ordenamento do território, o abastecimento público, o saneamento básico, a saúde, a educação, a cultura, o ambiente e o desporto.¹⁰

A CMS e os seus serviços zelam pelo interesse público municipal. Deste modo, o objetivo primordial das suas atividades prende-se com a melhoria das condições gerais de vida e dos interesses próprios dos munícipes. A sua atuação assenta em quatro princípios:

- O princípio de administração aberta, que permite a participação da população do Concelho, através do constante conhecimento dos processos que lhes digam respeito;
- O princípio da eficácia, que tem como objetivo a melhor aplicação dos meios disponíveis;
- O princípio da coordenação dos serviços e racionalização dos critérios administrativos, que visa analisar a articulação necessária entre todas as unidades orgânicas, acelerando a execução das deliberações e decisões dos órgãos municipais;
- Por último, o princípio do respeito pela cadeia hierárquica que determina que, nos procedimentos administrativos de preparação das decisões, participem os dirigentes municipais, não descurando as suas funções específicas, cumprindo-as de forma célere, eficiente e eficaz.¹¹

A Câmara Municipal, órgão representativo do município, é eleita por sufrágio universal, direto e secreto dos cidadãos eleitores residentes e recenseados na área do município,

¹⁰ Baseado em <http://www.institutosacarneiro.pt/pdf/blitz/autarquias/orgaos%20das%20autarquias.pdf>, consultado em 07/Nov, 2015.

¹¹ Baseado em Artigos 1.º e 2.º, Despacho n.º 16635/2012, Diário da República, 2.ª série - N.º 252 - 31 de dezembro de 2012.



segundo o sistema da representação proporcional, aplicando-se, assim, o método de Hondt.¹²

1.2.1. *Business Goals*¹³

Na perspetiva de Chester Barnard, uma organização define-se como “um sistema de atividades pessoais ou forças conscientemente coordenadas” (Barnard *apud* Caravantes, 1998: 26). Já para Peter Drucker, “é um grupo humano, composto por especialistas que trabalham em conjunto em uma atividade comum” (Drucker *apud* Caravantes, 1998: 27).

As organizações devem ter as metas claramente definidas e articuladas, para que se canalizem todos os esforços dos colaboradores para fins comuns. A visão, missão e objetivos estratégicos constituem uma hierarquia de metas (Figura n.º 3), que se unem com a intenção e o fundamento de alcançar competitividade no mercado (Pedrós & Gutierrez, 2012).

A conceção da estratégia de uma organização tem origem na combinação das análises do meio envolvente com as suas competências internas. Nesse sentido, é importante garantir que a visão, a missão, os valores e os objetivos estratégicos se relacionem entre si e sejam consistentes, garantindo uniformidade à atuação no mercado (Freire, 2006).



Figura n.º 3 - Definição Estratégica de uma Organização

Fonte: Adaptado de Pedrós & Gutierrez 2012: 20.

¹²

Baseado em <http://www.institutosacarneiro.pt:7080/pdf/blitz/autarquias/orgaos%20das%20autarquias.pdf>, consultado em 07/Nov, 2015.

¹³ Baseado em informação cedida pela CMS.



Visão

A visão exprime o que a organização pretende ser no futuro, traduzindo as suas intenções e aspirações, sem particularizar a forma como devem ser alcançadas. Assim, “tem de ser eficaz e efetiva, corrente e convincente, no sentido de criar uma imagem identificável e comprometida do futuro. Deve enfatizar o que pode ser e esclarecer o que deve ser” (Andrade & Amboni, 2010: 59).

A CMS pretende transformar o Concelho num território competitivo e atrativo para nascer, crescer, viver, trabalhar, investir, envelhecer e visitar, promovendo de forma sustentada a qualidade de vida dos sabugalenses e potenciando as características diferenciadoras do Território.¹⁴

Missão

Geralmente, a visão dá origem à missão, que consiste “numa declaração escrita que procura traduzir os ideais e orientações globais da Organização para o futuro” (Freire, 2006: 171). O principal objetivo da missão relaciona-se com a difusão do espírito corporativo por todos os seus membros, para que se envolvam e trabalhem na consecução da mesma.

A missão da CMS passa pela prestação de serviços de qualidade e pela execução de políticas que promovam o desenvolvimento económico e sociocultural do Concelho, criando todas as condições necessárias para que os Munícipes tenham melhor qualidade de vida.¹⁵

Valores

No caso dos valores, “é importante que eles incluam as condições de atuação para que se consiga cumprir a missão, bem como alcançar a proposta inserida na visão da organização” (Garcia *et al.*, 2006: 21).

Os principais valores pelos quais a CMS se rege são os seguintes:

- Incentivar a **dedicação** de todos os colaboradores, que continuarão a ter como máxima a prestação do melhor serviço aos Munícipes;

¹⁴ Baseado em informação cedida pela CMS.

¹⁵ Baseado em informação cedida pela CMS.



- Garantir a **transparência** nos processos de decisão, baseada na prestação pública de contas da ação camarária junto dos públicos a que se dirige;
- Assegurar a **responsabilidade** comum e individual pelas decisões tomadas, quer a nível político quer a nível social, e, em consequência, aumentar permanentemente o grau de **descentralização** dessas decisões;
- Privilegiar a **participação** de todos os segmentos da sociedade do Concelho, numa lógica de inclusão e de democracia participativa;
- Apostar na **qualidade** como denominador comum na prestação de serviços, que se pretendem rápidos e de excelência;
- Tudo fazer para que a **eficiência**, traduzida na consecução dos objetivos, seja alcançada à custa da **eficácia**, garantindo assim uma otimização dos recursos disponíveis;
- Definir, permanentemente, **prioridades**, tendo como objetivo que elas coincidam com as prioridades dos Municípes.¹⁶

Objetivos Estratégicos

Os objetivos estratégicos de uma organização determinam os alvos a alcançar, definindo-os em termos qualitativos (Garcia *et al.*, 2006). Para as organizações públicas, os objetivos estratégicos “estão relacionados com a primazia ou excelência na prestação de serviços, no desenvolvimento social, económico e sustentável, na transparência pública, na participação da sociedade, na qualidade de vida dos cidadãos e outros macroobjetivos correlatos” (Resende, 2008: 48-49).

Em conformidade com o referido anteriormente, a CMS pretende:

- Melhorar a qualidade de vida dos Municípes, promovendo um serviço e espaço públicos de qualidade e garantindo a inclusão, a integração, a solidariedade e o bem-estar social;
- Obter elevados índices de melhoria na prestação de serviços à população, respondendo de forma célere às suas necessidades e aspirações;
- Obter ganhos de eficiência e de eficácia, através de uma análise exaustiva e ponderada de recursos disponíveis, humanos, materiais e financeiros, e proceder à sua correta adequação, otimização e reafetação;
- Criar fatores de diferenciação competitivos, alicerçados no quadro de recursos naturais/patrimoniais e identitários do Sabugal;

¹⁶ Informação cedida pela CMS.



- Promover parcerias e articulações entre o Município e os diversos agentes e instituições que intervêm na vida do concelho do Sabugal;
- Criar uma identidade territorial e urbanística, fomentando instrumentos de planeamento que garantam o desenvolvimento urbanístico equilibrado do Concelho, a coesão demográfica e social, a dinamização das atividades económicas e a sustentabilidade económica da população;
- Desenvolver novas estratégias para atrair investidores e dinamizar atividades económicas ligadas à criação de emprego;
- Afirmação concelhia, através do reforço da identidade e da valorização de recursos endógenos.¹⁷

1.3. Estrutura Orgânica

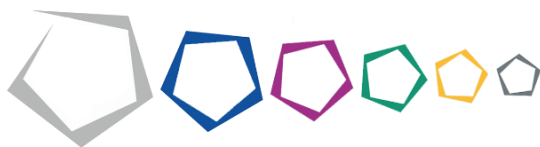
Na sua obra *Organização e Técnicas Empresariais*, Ardions *et al.* afirmam que “a estrutura está para a empresa como o esqueleto está para o corpo humano, é o seu suporte, à volta do qual tudo é sustentado e funciona” (2006: 37).

Fisicamente, uma organização é constituída por organismos menores, cada um dos quais abrangendo diferentes órgãos. Por sua vez, cada órgão possui diferentes funções, interligadas e relacionadas entre si, constituindo os elementos que lhe permitem alcançar os seus objetivos. Cada organização possui uma estrutura própria, onde são definidos os serviços, as relações funcionais e hierárquicas, as funções, a partilha de responsabilidades e a atribuição da autoridade (Ardions *et al.*, 2006). Deste modo, “para que o desempenho organizacional seja superior à soma das partes, as estratégias individuais devem ser conectadas e integradas” (Kaplan & Norton, 2001: 22).

Atualmente, a Câmara Municipal do Sabugal conta com 184 funcionários vinculados. O seu Executivo é constituído pelo Presidente, António dos Santos Robalo, pela Vice-Presidente, Maria Delfina Leal, e pelos Vereadores, a Tempo Inteiro, Vítor Proença e Amadeu Neves. Os Vereadores António Vaz, Felismina Alves e Pedro Antunes completam o elenco político.¹⁸

¹⁷ Informação cedida pela CMS.

¹⁸ Informação cedida pela CMS.



Para a execução das competências e funções que lhe estão atribuídas, o município do Sabugal encontra-se estruturado nas seguintes unidades orgânicas flexíveis: Divisão de Gestão Administrativa e Financeira; Divisão de Planeamento, Urbanismo e Ordenamento do Território; Divisão de Obras e Serviços Municipais; Divisão de Desenvolvimento Social e Qualidade de Vida; Serviço de Estratégia de Desenvolvimento. O Município dispõe ainda de Serviços/Gabinetes que, em conjunto com o Serviço de Estratégia e Desenvolvimento, constituem os Serviços de Assessoria. São eles o Gabinete de Apoio à Presidência, Serviço Municipal de Proteção Civil, Gabinete Sanitário e de Veterinária, Gabinete de Informática e Telecomunicações e Gabinete de Apoio ao Emigrante.¹⁹

Um organograma “é um gráfico que representa a estrutura da empresa, representando os seus órgãos e as diversas funções que contribuem para a sua actividade” (François, 1987: 51). Através do organograma, pode observar-se a estrutura de uma organização de forma simples e direta. Segundo Chiavenato (1979), nele devem aparecer a estrutura hierárquica da Organização, os órgãos que a compõem, os canais de comunicação que ligam os órgãos e, em alguns casos, os nomes dos ocupantes dos cargos.

Com base no organograma estabelecido pela CMS (Figura n.º 4), pode concluir-se que o mesmo é do tipo clássico/piramidal, onde são evidentes as linhas verticais, que definem relações hierárquicas, e as linhas horizontais, que representam o mesmo nível hierárquico, explicitando relações de coordenação. A hierarquia estabelece-se a partir do topo, onde se encontra o Presidente da Câmara, o dirigente máximo (Ardions *et al.*, 2006). Deste modo, todas as diretrizes são desencadeadas pela Presidência e direcionadas para as diferentes unidades orgânicas e/ou serviços. Em consequência, cada unidade orgânica visível no organograma responde diretamente ao respetivo chefe de divisão/serviço, que, por sua vez, se subordina ao Presidente.

A CMS funciona como um sistema aberto a nível externo, pois mantém uma constante interação com o meio envolvente e, a nível interno, uma vez que as suas unidades comunicam facilmente entre si, havendo cooperação e troca permanente de informação (Almeida, 2005).

¹⁹ Baseado em Artigos 6.º e 7.º, Despacho n.º 16635/2012, Diário da República, 2.ª série - N.º 252 - 31 de dezembro de 2012.



1.3.1. Serviço de Estratégia e Desenvolvimento

O SED depende diretamente do Presidente da Câmara, como se pode verificar no organograma da CMS (Figura n.º 4). Tem como incumbência apoiar o Executivo Municipal na definição e no desenvolvimento da missão, da visão e da estratégia da autarquia e dos serviços municipais, bem como na monitorização do desempenho da Organização. Compete-lhe, igualmente, a gestão da comunicação interna e externa, das atividades de promoção turística e cultural, da contratação pública, dos incentivos externos para o setor público direcionados para o desenvolvimento concelhio e, ainda, em consonância com os demais serviços municipais, apoiar a dinamização da atividade económica concelhia, do setor privado.²⁰

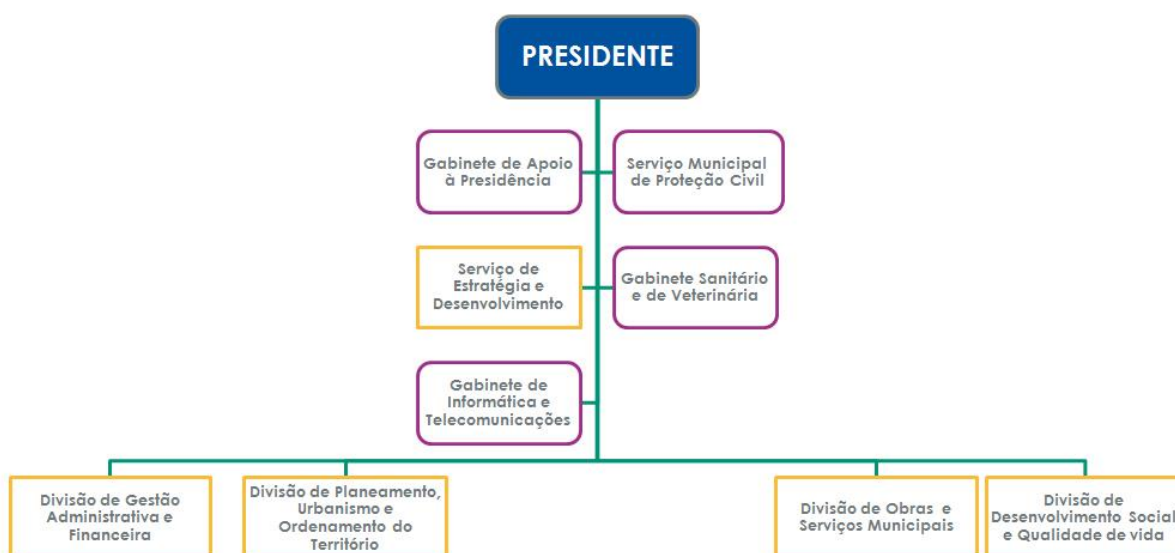
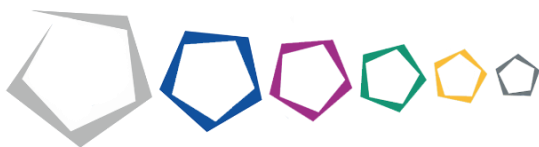


Figura n.º 4 - Estrutura Orgânica Flexível dos Serviços Municipais (Despacho n.º 16638/2012, de 31 de dezembro)

Fonte: CMS

²⁰ Baseado em Artigo 10.º, Despacho n.º 16635/2012, Diário da República, 2.ª série - N.º 252 - 31 de dezembro de 2012.



1.4. Comunicação Interna e Externa

No contexto organizacional, existem fatores internos e externos a ter em conta, que podem promover a excelência e a distinção no mercado. O grande progresso ao nível organizacional residiu, em parte, na aceitação de que existem dois tipos de público: interno e externo. Comunicar de forma adequada e regular com estes públicos é essencial, tendo, nomeadamente, como objetivo primordial a sua identificação com a entidade. Por consequência, a comunicação constitui uma atividade estratégica indispensável, tornando comuns os objetivos da organização e viabilizando o seu funcionamento no mercado (Beirão *et al.*, 2008).

Assim, a comunicação organizacional visa, fundamentalmente, “conquistar a confiança, a credibilidade e a simpatia dos públicos de interesse da empresa” (Empresa Ágil, 2014: 16) e as Relações Públicas (RP) assumem, nesse âmbito, um papel determinante, ao gerirem a comunicação interna e externa.

Para Rhodia, “a comunicação interna é uma ferramenta estratégica de compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de todos os níveis” (Rhodia *apud* Kunsch, 2003: 154). Esta forma de comunicação tem como objetivo motivar os funcionários, fazendo com que conheçam os objetivos, a missão, visão e valores, e com que se sintam integrados, motivados e envolvidos em questões importantes. Através da comunicação interna, aumentará a produtividade dos trabalhadores e estes sentir-se-ão motivados para a transmissão de uma imagem positiva da sua empresa ou instituição. Para além disso, a comunicação interna tem ainda como finalidade assegurar a valorização das mensagens da administração, por parte de todos os colaboradores, disseminar a informação e verificar se a mesma é bem recebida pelo público-alvo, contribuindo para um bom clima dentro da organização (Beirão *et al.*, 2008).

Para Beirão *et al.* (2008: 80), este tipo de comunicação “não pode ser linear, tem de ser circular, baseando-se em estabelecer e conservar relações de continuidade”. Como refere o mesmo autor, o fluxo da informação dentro da organização é, regra geral, definido de acordo com as hierarquias e com os processos de trabalho.

Tendo por base o critério de proximidade, os públicos internos da CMS são o Executivo Municipal, os funcionários/colaboradores e os seus familiares, abrangendo ainda a



comunidade envolvente, normalmente considerada como um público externo numa ótica empresarial.

No desenvolvimento da comunicação interna, podem ser utilizados instrumentos de comunicação escrita, oral ou audiovisual (Beirão *et al.*, 2008). No caso do município do Sabugal, são utilizados como meios de comunicação escrita os folhetos, relatórios, brochuras, cartas, boletim/agenda municipal, manual de acolhimento (proposta que elaborei), *e-mail* e *intranet*, que pode ser também um meio audiovisual. Em relação à comunicação oral, são realizados contactos “cara-a-cara” e através de telefone/telemóvel, apresentações formais e reuniões.

Por sua vez, a comunicação externa tem como objetivo mostrar e divulgar a organização, a suas ações e os seus produtos ou serviços junto do público externo (Empresa Ágil, 2014). Segundo J. Martins Lampreia (1996), constituem públicos externos o público governamental, os órgãos de comunicação social, a comunidade e os consumidores. Integram o público governamental os membros do governo, deputados, corpo diplomático, forças armadas, partidos políticos e o público municipal (Lampreia, 1996).

Relativamente aos órgãos de comunicação social, ou seja, no âmbito da assessoria de imprensa, os RP devem assegurar um fluxo regular de informação com os mesmos, sejam de imprensa, rádio ou televisão, locais, regionais ou nacionais. As atividades e programas de uma empresa ou instituição devem ser expostos por estes profissionais, de modo a informar a opinião pública, através dos *media*, acerca da organização e do setor em que esta se insere. No cumprimento desta função, devem informar, com exatidão e objetividade, quer os aspetos positivos, quer os aspetos negativos. Cabe-lhes, ainda, estabelecer um controlo interno sobre o acolhimento noticioso que os diversos meios dispensam à entidade, assim como o tipo de tratamento, favorável ou não, que cada meio dedica à mesma (Cabrero & Cabrero, 1996), mediante a organização e análise de recortes de imprensa (*clipping*).

Todos os cidadãos que vivem ou convivem no meio envolvente a uma organização formam uma comunidade (Lampreia, 1996). As RP direcionadas para a comunidade visam a constituição de ligações e interações sociais entre a organização e membros da mesma. Neste âmbito, é dada especial atenção à preservação ambiental, ao apoio a famílias carenciadas e à promoção de atividades que envolvam grupos carenciados (Cabrero & Cabrero, 1996).



Por último, os consumidores ou clientes, também designados por utentes no caso de serviços públicos, são “o público que faz viver uma empresa” (Lampreia, 2006: 100). Para que a organização tenha sucesso e funcione bem, é importante conhecer os consumidores, ou seja, saber o que eles gostam e em que perfil se inserem. Os objetivos desta pesquisa de informações são antecipar comportamentos, conhecer as necessidades e melhorar o produto ou serviço. Por isso, o consumidor deve ser informado a todos os níveis, tanto dos produtos/serviços de que dispõe, como de onde pode encontrá-los. (Cabrero & Cabrero, 1996).

De modo a tornar a comunicação externa eficiente, a CMS utiliza instrumentos como cartas, entrevistas, eventos, conferências de imprensa, boletim/agenda municipal, atividade publicitária, telefone e *site* institucional. Recorre ainda à rede social *Facebook*²¹, para concretizar uma comunicação mais informal e ampla.

1.4.1. Imagem e Identidade

Existe, cada vez mais, uma crescente preocupação das organizações com a sua imagem e com o que através dela se pode transmitir. Ao criar uma boa identidade corporativa, desenvolve-se um bom processo de comunicação e, conseqüentemente, uma boa imagem, resultando num comportamento de satisfação por parte do público-alvo (Caetano & Rasquilha, 2004).

As RP têm como objetivo primordial o estudo da imagem corporativa, que integra uma representação psicossociológica de uma certa realidade institucional, isto é, representa visualmente uma organização (Caetano & Rasquilha, 2004). Contudo, “a preocupação com a imagem não deve (...) sobrepor-se às questões de identidade quando se perspectiva a atitude cultural de consciencialização e assunção das responsabilidades que a empresa tem para com a sociedade e para com o ambiente” (Vau, 2005: 35).

A identidade visual constitui uma das variáveis da imagem corporativa, que configura a personalidade pública da organização, expressando, de forma explícita ou simbólica, a sua identidade global (Villafañe, 1998). Para Lampreia, essa componente visual “começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logotipo e igualmente pelo seu

²¹ Rede Social na Internet.



slogan, que são os elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público” (Lampreia, 1998: 48).

Nome

O primeiro e mais elementar dos elementos identificadores de uma organização é o nome, designando-a, “ao mesmo tempo que a descreve e caracteriza” (Ramos, 2007: 27). Um nome deve ser de fácil memorização e escrita, sugerindo, deste modo, um produto ou serviço. Para além disso, deve ser original e fácil de pronunciar.

Existem sete categorias de nomes: nome individual, associação de nomes, nome descritivo, nome abreviado, nome em iniciais, nome fabricado e nome por analogia (Lampreia, 1998). No caso da CMS, o nome é descritivo (Câmara Municipal do Sabugal), sendo possível deduzir de imediato a sua atividade ou natureza.

Logótipo

A raiz da palavra *logótipo* vem do grego *logos*, que significa *discurso, palavra*. O logótipo representa a identidade e a personalidade da organização, sendo o “mensageiro” dos seus valores junto do público interno e externo (Westphalen, 1991). Deste modo, “um bom logótipo deve ser de fácil percepção, de grande clareza e rapidamente associado à marca e ao produto” (Beirão *et al.*, 2008: 64).

O logótipo do município do Sabugal (Figura n.º 5) sustenta-se numa estética moderna, apostando no nome e na simbologia pentagonal. É formado por dois elementos: símbolo e *lettering*²². O símbolo, de formato pentagonal, está relacionado com um dos monumentos mais conhecidos do Concelho, o seu castelo. O pentágono representa a torre de menagem do Castelo do Sabugal, a única com cinco quinas em Portugal. O *lettering* identifica graficamente o nome do Município.²³

²² Ato de marcar com letras; Rótulo; Título; Inscrição.

²³ Baseado em informação consultada no Manual de Normas Gráficas da CMS.



Cada uma das cores do logótipo significa um determinado tipo de património: o cinzento simboliza o património arquitetónico do Concelho; o roxo, o património etnográfico; o verde, o património natural; o amarelo, o património histórico; e, por último, o azul remete para os equipamentos presentes no Concelho. ²⁴



Figura n.º 5 - Logótipo do Município

Fonte: CMS

Slogan

A palavra *slogan* provém do gaélico *sluagh-ghairm*. Inicialmente, era um grito de guerra celta, destinado a estimular os guerreiros ao ataque e à vitória. Com o passar dos tempos, passou a ser um incitamento à compra, na publicidade comercial. Na comunicação empresarial, consiste numa forma de reforçar a mensagem do logótipo, exprimindo a filosofia da organização. Lampreia (1998) refere que um bom *slogan* deve ser breve, claro, conciso, de fácil memorização, sugestivo e sempre positivo.

A CMS utiliza vários *slogans*, dependendo do que pretende promover. Exemplos de alguns desses *slogans* são: «Sabugal respira desporto» (Figura n.º 6), para eventos desportivos, e «Porque fazemos da nossa cultura ‘vida’» ou «Sabugal, surpreenda os sentidos», para eventos culturais e promoção turística.



Figura n.º 6 - Slogan "Sabugal respira desporto"

Fonte: <http://www.cincoquinas.net/wp-content/uploads/2015/09/Respira-image001-610x292.png>

²⁴ Baseado em informação cedida pela CMS.



Heráldica ²⁵

Para além do nome, logótipo e *slogan*, a identidade visual de uma organização pode incluir o brasão e a bandeira, elementos muito próprios da simbologia de autarquias locais.

A heráldica do concelho do Sabugal conta com um brasão vermelho (Figura n.º 7), com um castelo de prata entre dois sabugueiros a verde, floridos de prata. Por baixo do castelo, está uma campanha diminuta de prata e azul, de três tiras ondadas. Por cima do castelo, em chefe, estão duas chaves de ouro, postas em aspa. Possui ainda uma coroa mural em prata, de cinco torres, e um listel branco, com a inscrição “Sabugal” a preto.



Figura n.º 7 - **Brasão da Cidade do Sabugal**

Fonte: <http://www.cm-sabugal.pt/index.php/municipio/heraldica>

A bandeira concelhia (Figura n.º 8), gironada de oito peças de branco e verde, tem um cordão e borlas de prata e verde, bem como uma haste e lança de ouro.



Figura n.º 8 - **Bandeira Concelhia do Sabugal**

Fonte: <http://www.cm-sabugal.pt/index.php/municipio/heraldica>

²⁵ Consultado em <http://www.cm-sabugal.pt/index.php/municipio/heraldica>, em 30/Set, 2015.



1.5. Análise SWOT

As organizações adotam diferentes ferramentas de planeamento estratégico (Freire, 2006). Entre essas ferramentas, destaca-se a análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), que “relaciona os pontos fortes e fracos da organização com as oportunidades e ameaças do meio envolvente” (Freire, 2006: 143), com o objetivo de criar medidas alternativas para lidar com as oportunidades e resistir às ameaças.

Como referem Lindon *et al.* (2009), trata-se de uma ferramenta que conclui as análises externa e interna da organização, pois permite verificar de forma clara quais são os riscos a ter em conta e os problemas a resolver.

No modelo da análise SWOT cruzada, as ameaças constituem oportunidades latentes, sendo que as organizações não se devem limitar a atuar de forma passiva em função das tendências do meio envolvente, assumindo antes o desafio de transformar as aparentes ameaças em novas oportunidades (Freire, 2006).

A análise SWOT cruzada relativa ao Concelho, que se apresenta em seguida, baseia-se, fundamentalmente, no “Plano Estratégico do Sabugal 2025”, facultado pela CMS. Neste documento, encontram-se identificados como principais pontos fortes os recursos naturais, como a Água, as Florestas e o Ambiente, com especial destaque para a Serra da Malcata, mas, também, as infraestruturas básicas e de mobilidade e comunicação. Os espaços públicos, nomeadamente os ligados à prática desportiva e à educação, e privados, particularmente, os integrados no setor da restauração, dada a notoriedade da gastronomia local, constituem igualmente fatores endógenos positivos.

Como pontos fracos, são relevados, no referido Plano Estratégico, o envelhecimento e o despovoamento, a que se relaciona a baixa taxa de natalidade, comuns ao Interior Beirão e não só. Aos problemas demográficos, associam-se fraquezas económicas, evidentes na reduzida atividade empresarial e, conseqüentemente, nas limitadas oportunidades de emprego. A interioridade e a ruralidade foram acrescentadas como pontos fracos, na medida em que contextualizam ou explicam os fatores negativos anteriormente referidos.

Os eixos estratégicos definidos pela Autarquia para os próximos cinco anos sustentam-se no conhecimento das variáveis exógenas que constituem, ou poderão constituir, oportunidades para a sustentabilidade e o desenvolvimento do Concelho. Nestas, salientam-se apoios ao empreendedorismo jovem e à atividade agrícola, nomeadamente

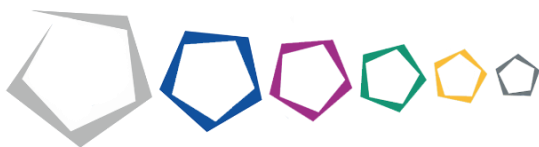


no âmbito do Horizonte 2020, a procura crescente por produtos agrícolas de qualidade e mais saudáveis, o interesse emergente pela fixação em meios rurais, do Interior, e a orientação político-económica do nosso país para o crescimento do turismo.

O contexto nacional comporta também algumas ameaças à sustentabilidade e desenvolvimento de territórios, logo, do concelho do Sabugal. Nestas, sobressai a economia depressiva e alguma instabilidade social e política que lhe está associada. Se a proximidade a outros municípios, mormente os mais dinâmicos, pode significar a possibilidade de atrair investimentos e turistas, também indicia competitividade.

	<p style="text-align: center;"><u>Pontos Fortes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Riqueza e diversidade de recursos naturais; - Boas redes de saneamento básico e de transportes; - Número considerável de espaços públicos e privados em meio urbano; - Extenso património arquitetónico e histórico. 	<p style="text-align: center;"><u>Pontos Fracos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interioridade e ruralidade; - População envelhecida; - Baixa taxa de natalidade; - Despovoamento; - Tecido empresarial débil; - Reduzidas oportunidades de emprego.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoios ao empreendedorismo jovem; - Incentivos à atividade agrícola; - Proximidade a outros municípios mais dinâmicos e a Espanha; - Novas tendências de procura de genuinidade e qualidade das produções primárias; - Movimento, ainda que ténue, de retorno e fixação de capacidades e talentos nos espaços rurais do Interior; - Aposta nacional no desenvolvimento do setor do turismo. 	<p style="text-align: center;"><u>Sugestões</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aproveitamento dos recursos naturais e criação de produtos/serviços com potencial de mercado por parte de micro e pequenas empresas da Região; - Dinamização de iniciativas ligadas ao turismo local, aproveitando a beleza paisagística, os espaços públicos e privados em meio urbano e o património arquitetónico e histórico; - Atualização e densificação das redes de comunicação, de cooperação e de afirmação territorial. 	<p style="text-align: center;"><u>Sugestões</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Geração dinâmica de oportunidades de emprego, atraindo novos residentes e renovando o capital social local; - Promoção do diálogo intergeracional que permita a valorização do conhecimento e das práticas tradicionais na inovação e valorização comercial de produtos e serviços; - Consolidação das infraestruturas de mobilidade e de interligação com outras comunidades vizinhas; - Qualificação/valorização de ativos e jovens; - Dinamização de iniciativas ligadas ao turismo e ao conhecimento.
<p style="text-align: center;"><u>Ameaças</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Contexto socioeconómico depressivo a nível nacional e europeu; - Complexidade da legislação que enquadra a gestão autárquica; - Concorrência de outros municípios, sobretudo do Interior Beirão; - Instabilidade política. 	<p style="text-align: center;"><u>Sugestões</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Contactos com potenciais parceiros, institucionais e empresariais, que possam apoiar projetos de dinamização e rentabilização do património natural, arquitetónico e histórico; - Definição e dinamização de projetos que atraiam novos residentes. 	<p style="text-align: center;"><u>Sugestões</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoio à qualidade de vida dos munícipes; - Aumento da participação pública nos processos de decisão; - Aposta na certificação de produtos; - Reforço da identidade, notoriedade e logística do Concelho, promovendo as vantagens competitivas existentes.

Quadro n.º 1 - Análise SWOT cruzada relativa ao Concelho do Sabugal



As sugestões que resultam do cruzamento de fatores internos e externos, positivos e negativos, podem relacionar-se com ações ou medidas a concretizar pela CMS, enquadradas em eixos estratégicos que se prendem com:

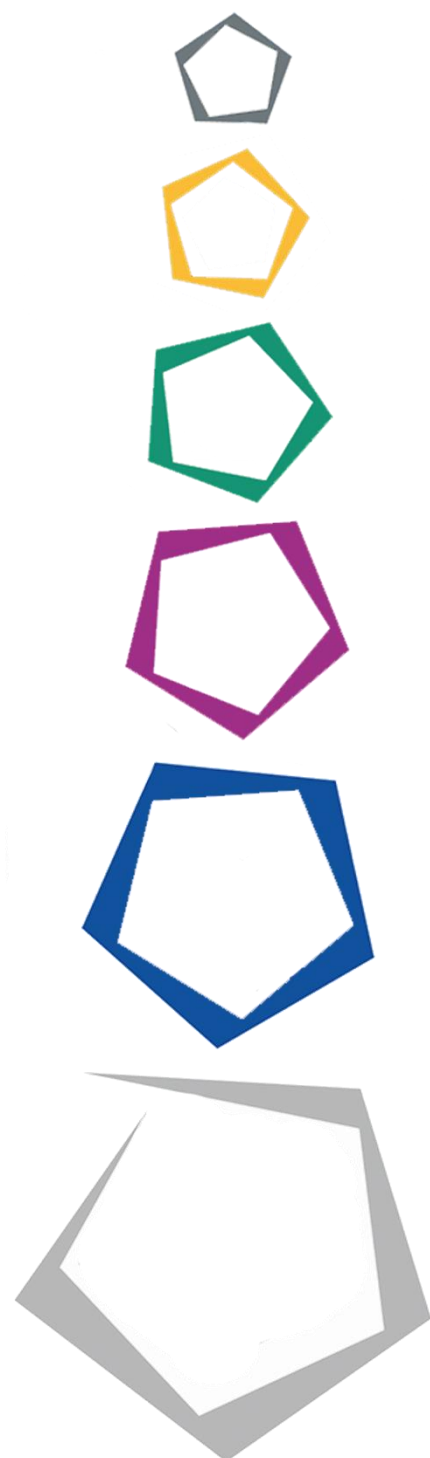
- «Preservação e valorização dos recursos naturais» - em que se inclui o aproveitamento destes fatores endógenos do Concelho para a criação de produtos com potencial de mercado e o aumento da atratividade como destino turístico. A disponibilidade de Terra constitui um fator fundamental para o desenvolvimento de projetos que visem a captação e fixação de jovens agricultores e residentes (empreendedores), de «famílias reprodutivas», e a viabilização de novos negócios que aliem o conhecimento e as práticas tradicionais a inovação, mormente através da interação entre os mais idosos e os mais jovens.
- «Qualificação das infraestruturas territoriais», particularmente, as de mobilidade e de interligação com outras comunidades vizinhas, através das ligações rodoviárias terrestres à A23 e A25, e outras que potenciem a captação de mais investimento e a dinamização de atividades turísticas.
- «Competitividade económica», que derivará de novos projetos, novos negócios e produtos e novos residentes, da revitalização da atividade agrícola e de novas práticas produtivas, mas, também, da criação de uma cultura de qualificação e valorização de ativos e jovens, numa política de aprendizagem ao longo da vida. Neste eixo, integra-se ainda a aposta estratégica na certificação de produtos ancorados à região e suas tradições, com qualidade, inovação e distinção.
- «Desenvolvimento social», que deverá resultar do apoio à qualidade de vida dos munícipes, especialmente, da infância, dos idosos, dos doentes ou dos mais frágeis do ponto de vista social, como os novos residentes, e da valorização de competências e talentos, de modo transgeracional.
- «Governança e afirmação territorial», através de um modelo de gestão autárquica que promova a participação pública nos processos de decisão; da projeção/consolidação de uma identidade diferenciadora, de que advenha uma imagem identitária em que todos os sabugalenses se revejam e que potencie o Concelho como destino turístico e lugar para viver; de parcerias que viabilizem a concretização de projetos, redes de ligações entre instituições, empresas e pessoas.



Transversalmente, o desafio que a CMS definiu para o eixo temporal 2020-2025 deverá basear-se numa adequada abordagem de Marketing Territorial, que contribuirá para que os recursos endógenos sejam mais valorizados por parte de todos os seus principais *stakeholders*: residentes (compreendendo os novos), consumidores (incluindo os potenciais) e investidores.

CAPÍTULO 2

O ESTÁGIO





Tal como referido previamente, o estágio curricular foi desenvolvido no Serviço de Estratégia e Desenvolvimento da Câmara Municipal do Sabugal. Este capítulo apresenta todas as atividades desenvolvidas no Serviço, primeiramente enquadradas na área de Comunicação e Relações Públicas, bem como as principais dificuldades encontradas e a forma como foram solucionadas.

2.1. Área do Estágio

Todas as atividades desenvolvidas, enquanto estagiária, inseriram-se na área de Comunicação e Relações Públicas, que enquadro em seguida.

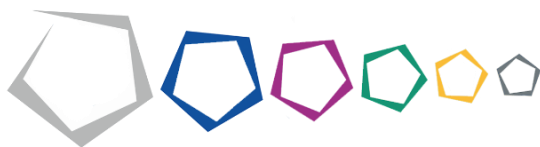
Jorge Pedro Sousa (2006: 89) afirma, na obra *Relações Públicas e suas Interfaces*, de Cleuza Cesca, que “o primeiro alicerce de uma organização é a comunicação”. Começando pela etimologia do termo *Comunicação*, sabe-se que o mesmo tem origem no latim *communicare*, que significa *tornar algo comum*. “Comunicar (...) pode ser entendido como uma actividade eminentemente social, manifestando-se sob todas as formas de relação social, ou intercâmbio de informação, em que exista participação de indivíduos ou de grupos” (Beirão *et al.*, 2008: 14).

A comunicação humana envolve a troca de informações e, por isso, integra um processo interativo, suportado por sistemas simbólicos, que envolvem, para além da linguagem verbal, inúmeras outras formas de comunicar. A linguagem não-verbal, que inclui os gestos, cores, linhas e outros signos, é uma importante vertente no processo de comunicação, sendo responsável por grande parte da mensagem. Deste modo, pode aferir-se que “toda a interação é comunicação” (Beirão *et al.*, 2008: 15).

O termo *Relações Públicas* pode significar várias ideias ou conceitos para diferentes pessoas. Caracterizando-se pela sua amplitude, esta atividade profissional foi sendo definida ao longo dos tempos segundo diversas perspetivas.

Lloyd & Lloyd (1988: 30-31) retiraram da *International Public Relations Encyclopedia*, de Peter Biddlecombe (Grant Helm), algumas definições fundamentais de Relações Públicas:

As Relações Públicas são o esforço deliberado, planeado e contínuo para estabelecer e manter entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos. (Instituto Britânico de Relações Públicas).



Relações Públicas são uma função administrativa de carácter contínuo e planeado, através da qual organizações e instituições públicas e privadas procuram ganhar e reter a compreensão, simpatia e apoio daqueles com quem estão ou poderão vir a estar relacionadas – pela avaliação da opinião pública acerca delas, de modo a correlacionar, tanto quanto possível, os seus planos de ação e métodos para, através de informação planeada e muito difundida, alcançar maior cooperação produtiva e realização mais eficiente dos seus interesses comuns. (Associação Internacional de Relações Públicas).

As Relações Públicas são uma tentativa de, através de informação, persuasão e adaptação, conseguir o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição. (Edward L. Bernays).

As Relações Públicas são uma combinação de filosofia, sociologia, economia, línguas, literatura, psicologia, jornalismo, comunicação e outros conhecimentos num sistema de compreensão humana. (Herbert M. Baus).

Cutlip, Center e Broom (1985: 4) apresentam, na obra *Effective Public Relations*, uma importante definição de RP: “As Relações Públicas são a função de administração que identifica, estabelece e mantém relações mútuas que beneficiam a organização e os públicos de onde o sucesso depende.”²⁶

Para Lozano (s/d: 62), um autor de referência na área, as RP são “nada de material ou de tangível. Baseiam-se na aglutinação de outras ciências, que o profissional de RP deve conhecer; as Relações Públicas são criatividade, planificação e estratégia e valem-se de todos os meios conhecidos de comunicação e investigação social, tendo como característica a sua capacidade de orquestração harmoniosa, para conseguir os objetivos desejados.”

Abílio da Fonseca (1999: 188), autor do *Dicionário para o Relações Públicas*, afirma que as RP “procuram estabelecer pontes de compreensão e relacionamento, para a obtenção de aceitação, de apoio, de aprovação, de boas vontades, de confiança; são diminuidoras de atritos, atenuadoras de tensões e vias para a resolução de conflitos”.

Mais tarde, os autores d’*O Livro de Ouro das Relações Públicas* definiram Relações Públicas como “atividade de alta direção [que] está orientada para conseguir a credibilidade e confiança dos públicos, mediante negociações pessoais, utilizando, em

²⁶ Do original “Public relations is the management function that identifies, establishes, and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the various publics on whom its success or failure depends.”.



tempo oportuno, diversas técnicas de difusão e divulgação, visando as pessoas e as organizações para potenciar as suas atitudes e ações.” (Cabrero & Cabrero, 2001: 20).

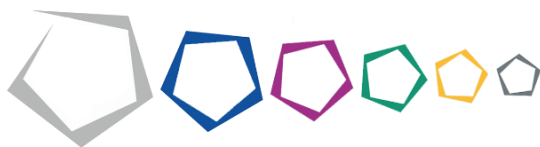
Com base nas definições anteriores, pode afirmar-se que as RP incluem conceitos e princípios de várias ciências, como a Psicologia, a Sociologia, Jornalismo, Comunicação e Filosofia, com o objetivo específico de estabelecerem uma melhor relação entre a organização e os seus públicos. As RP baseiam a sua atuação em poder de persuasão, credibilidade, confiança, entendimento e aceitação, mediante negociações entre a organização, os seus públicos e os meios de comunicação, funcionando, assim, como atividade de mediação.

Jordi Xifra, no Prefácio à obra *Introdução à Teoria das Relações Públicas*, de Gisela Gonçalves, salienta que “temos de estar conscientes de que as relações públicas têm uma dimensão estrutural, isto é, não instrumental, e que actualmente adquiriram uma relevância social muito acima do que muitos possam imaginar”.

Nas câmaras municipais, as funções e objetivos das RP residem, basicamente, em informar os públicos do que acontece internamente no município, e, posteriormente, em comunicar ao executivo municipal informações sobre as reações e posições dos mesmos públicos. As obrigações dos RP não passam por convencer as pessoas de que a autarquia e as suas políticas estão corretas, contudo devem certificar-se de que as pessoas sabem o que a câmara pensa, planeia e desenvolve no âmbito de um determinado assunto ou área, bem como assegurar-se de que estão cientes dos factos e não são enganadas por distorções. Assim, devem trabalhar para gerar e desenvolver um clima de confiança entre a câmara e a comunidade (Lloyd & Lloyd, 1988).

Para os irmãos Lloyd (1988: 38), “o funcionário de Relações Públicas deve precaver-se contra qualquer envolvimento com partidos políticos”, servindo de forma isenta e imparcial a entidade em que se integra.

Tal como em todas as organizações, também numa câmara municipal a ligação com os *media* é uma importante função de Relações Públicas. As intenções do município são por vezes públicas e têm de ser divulgadas, cabendo ao profissional de RP ocupar-se eficazmente dessa tarefa (Lloyd & Lloyd, 1988).



Em suma, o RP deve servir a câmara, os munícipes e os *media*, atendendo aos seus pedidos de informação com cortesia e eficiência e mantendo o equilíbrio entre os três (Lloyd & Lloyd, 1988).

2.2. Cronogramas das Atividades

Um cronograma é uma ferramenta de gestão de atividades, normalmente em forma de tabela, que representa o tempo investido numa determinada tarefa ou projeto, auxiliando no controlo e visualização do progresso do trabalho.²⁷

Para um melhor enquadramento temporal do estágio, apresento, no Anexo 2, os cronogramas respeitantes às atividades desenvolvidas nos meses de julho, agosto, setembro e outubro de 2015. Além da identificação das tarefas específicas e dos dias em que foram realizadas, cada cronograma permite uma perceção global de cada mês e, no seu conjunto, do período de estágio.

2.3. Atividades Desenvolvidas

Durante os três meses de estágio, tive a oportunidade de aplicar alguns dos conhecimentos adquiridos em contexto curricular, de apreender novos saberes, desenvolvendo competências fundamentais para uma futura integração no mercado de trabalho.

As atividades desenvolvidas tiveram por base o que havia sido estipulado no Plano de Estágio (Anexo 1), definido em consonância com a Supervisora na CMS, a Dr^a. Margarida Martins.

Nesse plano, constavam as seguintes tarefas: elaborar o Manual de Acolhimento da Câmara Municipal; colaborar na produção e divulgação do Boletim e Agenda Municipal do último trimestre do ano; atualizar o Ficheiro de Imprensa; elaborar e divulgar notas de imprensa; efetuar a Análise de Imprensa; produzir publicações para Redes Sociais, Intranet e Internet; planear e organizar eventos; proceder ao acompanhamento fotográfico

²⁷ Consultado em <http://www.significados.com.br/cronograma/>, em 05/Nov, 2015.



de eventos e outros acontecimentos do Concelho; pesquisar conteúdos; gerir o material promocional; e, por último, colaborar no serviço de atendimento telefónico.

Como demonstro a seguir, os conteúdos do estágio corresponderam ao planeado, tendo mesmo superado o que havia sido previsto. Além de ter colaborado na organização e gestão de um evento, “Muralhas com História”, em Sortelha, participei ativamente em atividades do respetivo programa, como voluntária. Não me limitei a concretizar a Análise de Imprensa, mas desenvolvi uma proposta de uma nova folha de *clipping* e capa, melhorando o conteúdo e o *layout*²⁸ existentes.

2.3.1. Consulta de Estruturas Orgânicas de Câmaras Municipais

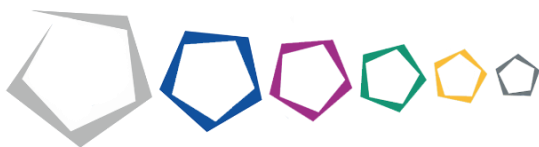
Para uma melhor compreensão do funcionamento dos Gabinetes de Comunicação e Relações Públicas, a Supervisora pediu-me que consultasse as Estruturas Orgânicas de várias Câmaras Municipais, inclusive a do Sabugal, em Diário da República. Após uma longa pesquisa na Internet, comparei as designações dos gabinetes/serviços, chegando à conclusão que os mesmos têm denominações diferentes, contudo possuem funções e competências muito idênticas.

Esta tarefa comportou algumas dificuldades, pois nunca tinha consultado o Diário da República, nem tinha noção da sua utilidade. Depois de algumas horas de análise, comecei a familiarizar-me com a sua estrutura e conteúdo, o que tornou o processo mais simples.

2.3.2. Elaboração do Manual de Acolhimento

O manual de acolhimento constitui um meio disponibilizado aos novos colaboradores, facilitando, assim, uma melhor integração. Este documento permite ainda tomar conhecimento do funcionamento e da estrutura organizacional, contendo, de forma acessível e clara, toda a informação relevante sobre a empresa ou instituição (Beirão *et al.*, 2008).

²⁸ Palavra inglesa que significa plano, arranjo, esquema, *design* ou projeto.



Sendo uma das competências do SED a gestão da comunicação interna, procurei saber da existência de um manual de acolhimento. Fui informada de que a CMS não possuía esta ferramenta de comunicação, pelo que me disponibilizei de imediato a proceder à sua elaboração. No Anexo 3, pode consultar-se a versão completa do documento que concebi.

A primeira fase incluiu o levantamento de alguns manuais de acolhimento de outras Câmaras Municipais, que serviram de base para a realização da proposta. Em seguida, procedi à pesquisa de todas as informações necessárias, bem como ao tratamento das mesmas. Depois de ter todas as informações tratadas, defini a estrutura do manual, bem como o seu aspeto visual – capa (Figura n.º 9), cabeçalhos, cores e *lettering*. Relativamente às cores, utilizei o azul e o cinzento do logótipo do Município, para conferir um aspeto mais sério e formal ao documento.

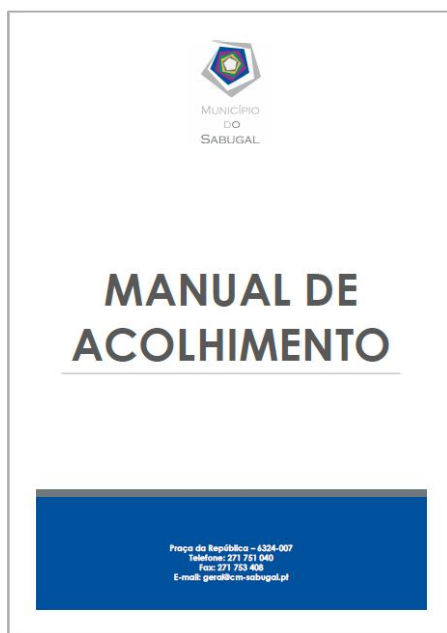
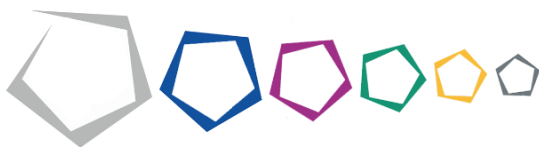


Figura n.º 9 - Capa do Manual de Acolhimento

Fonte: Elaborada pela Estagiária

No manual de acolhimento que concebi, consta uma mensagem de boas-vindas ao novo colaborador; a caracterização do Município, em termos de *business goals*, equipamentos e infraestruturas, contactos e organograma; o cartão-de-visita do Município; a legislação relativa ao regime de trabalho em funções públicas; a avaliação do desempenho no âmbito de serviços e de dirigentes e trabalhadores – SIADAP (Sistema Integrado de Avaliação do Desempenho da Administração Pública); as informações sobre segurança, higiene e saúde no trabalho; os serviços sociais do Município; as regras da utilização de viaturas municipais; e, por último, o ambiente informático.



A principal dificuldade na elaboração deste documento relacionou-se com a compreensão da legislação relativa ao regime de trabalho. Como solução, solicitei ajuda à responsável pelo SIADAP da CMS, a Dr.^a Lisete Sanches, que possui um vasto conhecimento da legislação em vigor.

2.3.3. Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha

No dia 31 de julho de 2015, foi inaugurado o Posto de Turismo na Aldeia História de Sortelha. O Posto de Turismo existente foi restaurado e renovado, tendo sido necessária uma (re)inauguração do novo espaço.

Não estive presente no evento, contudo colaborei na sua preparação, fazendo a gestão do material promocional enviado para o Posto de Turismo de Sortelha.

No pós-evento, foi-me solicitado que escrevesse um artigo sobre a inauguração, em que tive como fundamento algumas das regras básicas para a redação de um comunicado de imprensa. Deste modo, o texto foi redigido partindo do mais importante para o menos importante (pirâmide invertida), utilizando uma linguagem simples, concisa e clara, não adjetivada, evitando também as siglas. O artigo foi posteriormente publicado na rede social do município (Anexo 4), o *Facebook*.

2.3.4. Preparação do Fórum Rede Sabugal Primus

A Rede Sabugal Primus resultou do Plano Estratégico do Sabugal, aprovado a 26 de dezembro de 2014 pela Assembleia Municipal, e foi promovido pela CMS junto da diáspora nacional e internacional de pessoas com ligações familiares, comerciais, culturais, científicas ou de afetividade ao concelho do Sabugal. Os Fóruns, realizados em Lisboa, Paris e Sabugal, tiveram como principais objetivos sensibilizar para o investimento no território, reforçar a autoestima, divulgar as potencialidades dos produtos locais e definir estratégias de visibilidade do Concelho.²⁹

A tarefa que me foi confiada consistiu na gestão do material promocional disponibilizado aos mais de oitenta participantes no Fórum realizado a 8 de agosto de 2015. Cada

²⁹ Informação cedida pela CMS.



participante recebeu uma capa composta por uma caneta, *flyers*, folhetos e brochuras de promoção do município.

2.3.5. Análise de Imprensa

A análise de imprensa traduz-se num dossiê onde se organizam e classificam as peças (recortes de imprensa) recolhidas em edições de *media*, previamente selecionados, com interesse para a organização, segundo critérios como o tema e o teor. As folhas onde são inseridos e classificados os recortes denominam-se “folhas de *clipping*”.

Na proposta de modelo de folha de *clipping* que apresentei à Dr^a. Margarida (Anexo 5), consta uma tabela com o nome do meio de comunicação social, data, título da peça, autor, tipo de peça, página, secção, ilustração, cariz da peça e a respetiva digitalização.

Durante o estágio, realizei análise de imprensa subordinada a um conjunto de temas específicos (Figura n.º 10), sendo que, em cada um deles, organizei os recortes por ordem cronológica. Os principais órgãos de comunicação social consultados foram os jornais “O Interior”, “Jornal do Fundão”, “A Guarda” e “Terras da Beira”, contudo houve também algumas peças retiradas de meios *online*.



Figura n.º 10 - Exemplos de separadores da Análise de Imprensa

Fonte: Elaborados pela Estagiária

Depois do conteúdo estar estruturado, procedi ao arranjo do aspeto visual - capa, separadores, cores e *lettering* (Figuras n.º 11). As cores utilizadas são as visíveis no logótipo do município, por serem cores vivas e atrativas

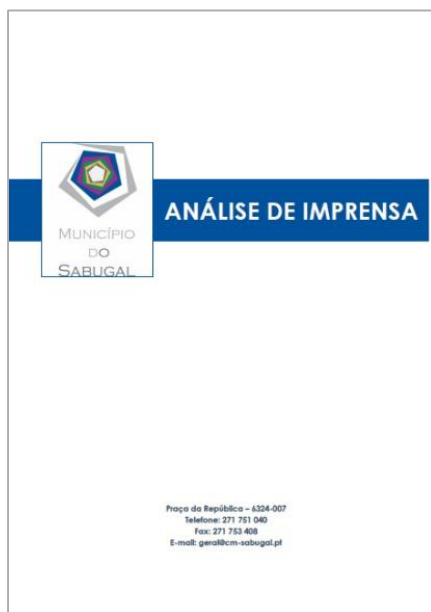


Figura n.º 11 - Capa da Análise de Imprensa

Fonte: Elaborada pela Estagiária

2.3.6. Organização, Gestão e Participação no Evento “Muralhas com História”

Os eventos pretendem criar ou manter uma boa imagem da organização e dos seus produtos e/ou serviços. São ações planeadas que ocorrem num determinado local, com um público específico e com objetivos antecipadamente definidos (Meirelles, 1999).

O “Muralhas com História” é um evento temático, uma feira medieval promovida pela CMS, que visa recuperar e dar a conhecer histórias da Idade Média, época que suscita particular curiosidade. A oferta cultural deste evento sustenta-se numa estratégia de valorização, revitalização e promoção do património e do próprio território, com a intenção de possibilitar a todos o acesso a este tipo de expressão e vivência.

A antiga vila de Sortelha, dominada pelo seu castelo roqueiro, constitui um espaço urbano de fundação medieval (séc. XII – XIII), fazendo todo o sentido a criação de um evento preenchido pelo “burburinho” dos mercadores e dos artesãos, pelos cavaleiros que mostram a sua audácia em combates, pelo espírito de euforia que invade todo o burgo, com as personagens que vagueiam, os sons de coreografias e fantasias caraterísticos de uma época que foi de outras conquistas, de outras mentalidades, de outras culturas.

A quinta edição do “Muralhas com História” ocorreu entre os dias 18 e 20 de setembro e centrou-se na descoberta do Homem Medieval, procurando dar a conhecer o quotidiano da Idade Média, através da literatura, da sátira e dos autos de Gil Vicente. O narrador da



história foi o próprio autor, que, ao deambular pela aldeia de Sortelha, mostrou os vários episódios da vida medieval antes do Renascimento.³⁰

Ao longo da organização e gestão do evento, foram vários os trabalhos que me foram atribuídos. Comecei por colaborar na análise temática espacial do evento, isto é, fui inserindo, numa tabela, as inscrições de mercadores, que iam chegando via *e-mail*. Nessa tabela, constavam, para cada inscrição, o nome ou entidade, os respetivos contactos, o tipo de produto que vendia e as dimensões e infraestruturas necessárias para as tendas (Figura n.º 12). Nesta fase, era necessário contabilizar quantas tendas da organização eram necessárias. Os mercadores foram divididos em três categorias: artesanato, alimentar e tabernas. Quando terminou o prazo-limite para as inscrições, procedeu-se à verificação dos mercadores selecionados para participarem no evento, tendo em conta os critérios e regras previamente estabelecidos (Anexo 6). No total, participaram na Feira cerca de sessenta mercadores.

ARTESANATO						
	IDENTIFICAÇÃO	CONTACTO	PRODUTO	TENDA dimensões	TENDA infraestruturas	LOCALIZAÇÃO
1			Acessórios em cortiça, couro e prata	Tenda organização (2 m x 2 m)	5 amperes	
2			Utensílios e brinquedos em madeira	TENDA PRÓPRIA - 8 m x 2 m x 2 m	Sem informação	
3			Cestaria e espartaria	Casa própria - loja de artesanato		
4			Sabão artesanal e artigos em tecido	Tenda organização (2 m x 2 m)	Sem informação	
5			Brasões de família em pele e madeira	TENDA PRÓPRIA - 3 m x 2 m	5 amperes	Em plano
6			Máscaras, Carteiras, Bijuteria artesanal e outros adornos em couro e latão	TENDA PRÓPRIA - 4 m x 2,20 m	Iluminação normal	

Figura n.º 12 - Exemplo fictício da Análise Temática Espacial

Fonte: Elaborado pela Estagiária

Para além da análise temática espacial, procedi ao preenchimento do quadro de análise do cumprimento de regras de participação (Figura n.º 13), com a identificação dos mercadores e os seus contactos. Neste quadro, eram assinalados, durante os três dias em que o evento ocorreu, os incumprimentos por parte dos mercadores em relação aos horários de abertura e fecho, à circulação de veículos fora do horário estipulado, à utilização ou não de um traje da Época, entre outros aspetos essenciais ao bom funcionamento do evento.

³⁰ Informação cedida pela CMS.



TABELA DE INCUMPRIMENTOS - MH_AUTOS DA MIY FERMOZA SORTEIHA 2015												
MERCADORES									300 PONTOS			
QUADRO DE ANÁLISE DE CUMPRIMENTO DE REGRAS DE PARTICIPAÇÃO_EVENTO MH2015												
IDENTIFICAÇÃO			INCUMPRIMENTO E PENALIDADES IDENTIFICADAS				VALORES PENALIZAÇÃO			DIFERENCIAÇÃO POSITIVA		
CÓDIGO	ENTIDADE	NOME	HORÁRIO (20/20)		CIRCULAÇÃO DE VEÍCULOS EXTRA HORÁRIO (50/50)		TRAJE (50)	DECORAÇÃO, PRODUTOS, MATERIAIS E IDENTIFICAÇÃO (20/50/20/20)				
			ABERTURA	FÉCHO	ANTES	DURANTE		REGISTARÇÃO ELEMENTOS POURO ASSIGUADOS	PRODUTO DESADEQUADO	ESBALAZEN DESADEQUADA	IDENTIFICADO DO PRODUTO IDENTIFICAL DESADEQUADO	VALOR PENALIZAÇÃO
1												
2												
3												
4												
5												

Figura n.º 13 - Exemplo fictício da Tabela de Incumprimentos

Fonte: CMS

Outra das tarefas consistiu no registo das inscrições dos estagiários da CMS que pretendiam participar no evento enquanto voluntários (Figura n.º 14). Depois de feitas as inscrições, concebi uma escala para cada dia do evento, tendo em conta a disponibilidade de cada estagiário, incluindo a minha, pois também participei como voluntária (Figura n.º 15).

SÁBADO (19)					
Turno 1 (12h - 18h)			Turno 2 (18h - 23h)		
Nomes	Horário	Local	Nomes	Horário	Local
Cláudia Freitas Afonso XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	12h - 14h	Posto de Informação e Câmbio	1 Elemento da Proteção Civil XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	18h - 20h	Posto de Informação e Câmbio
	14h - 16h	Sala de Trajes		20h - 22h	Sala de Trajes
	16h - 18h	Porta 1		22h - 23h	Porta 1
2 Elementos da Proteção Civil	12h - 14h	Porta 1	2 Elementos da Proteção Civil	18h - 20h	Porta 1
	14h - 16h	Porta 2		20h - 22h	Porta 2
1 Elemento da Proteção Civil XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	12h - 14h	Sala de Trajes	1 Elemento da Proteção Civil XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	22h - 23h	Porta 2
	14h - 16h	Porta 1		18h - 20h	Sala de Trajes
1 Elemento da Proteção Civil XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	16h - 18h	Posto de Informação e Câmbio	1 Elemento da Proteção Civil XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	20h - 22h	Porta 1
	12h - 14h	Porta 2		22h - 23h	Posto de Informação e Câmbio
	14h - 16h	Posto de Informação e Câmbio		18h - 20h	Porta 2
	16h - 18h	Sala de Trajes		20h - 22h	Posto de Informação e Câmbio

Nota 1: Durante o evento, todos os voluntários podem e devem recolher imagens do mesmo, seja com máquina fotográfica ou telemóvel.

Nota 2: Todos os postos devem estar assegurados na hora das refeições.

Nota 3: Os elementos da Proteção Civil apenas estarão nas portas, ou seja, não estarão no Posto de Informação e Câmbio, nem na Sala de Trajes.

Nota 4: A "Ronda" será feita pelos os elementos da Proteção Civil que restam em cada um dos turnos (5 no primeiro turno e 4 no segundo turno).

Nota 5: Durante o evento, todos os voluntários podem e devem recolher imagens do mesmo, seja com máquina fotográfica ou telemóvel.

Figura n.º 15 - Exemplo fictício da escala de Voluntários

Fonte: Elaborado pela Estagiária



Figura n.º 14 - Fotografia da "placa" identificadora do Voluntário

Fonte: Captada pela Estagiária



Foi ainda necessário contabilizar o número de refeições exteriores à Feira. Para este efeito, elaborei também uma tabela (Figura n.º 16) com os dias, o número de almoços e jantares e os grupos que usufruiriam das refeições.

Dias	Nº Almoços	Nº Jantares	Grupos
Terça (15 de set)		1	
Quarta (16 set)	1	1	
Quinta (17 set)	1	9	
Sexta (18 set)	9		
Segunda (21 set)	14		

Figura n.º 16 - Exemplo fictício do Número de Refeições Exteriores

Fonte: Elaborado pela Estagiária

A inovação do “Murallas com História” de 2015, a quinta edição, consistiu na criação de um passaporte, denominado por “Pass’a Porta” (Figura n.º 17), que teve como objetivo dinamizar ainda mais o evento e fazer com que os visitantes passassem por todos os pontos fulcrais do mesmo. A aldeia histórica de Sortelha tem duas portas de entrada nas suas muralhas, por isso, estava sempre um ou dois voluntários em cada uma delas a entregar os “Pass’a Porta”, explicando as regras do “jogo”. Havia seis carimbos (Figura n.º 18), com marcas de canteiro, espalhados por todo o espaço animado.

Os visitantes que preenchessem o passaporte com todos os carimbos tinham direito a um brinde (lápiz ou íman), oferecido no Posto de Informação da Feira Medieval. Cada passaporte estava numerado e aqueles que tivessem um determinado número, sorteado precedentemente, estavam habilitados a um *voucher* para as Termas do Cró ou a um livro sobre Sortelha. Assim, procedi à elaboração de um documento com as regras de atribuição de lembranças e com os números sorteados (Anexo 7).



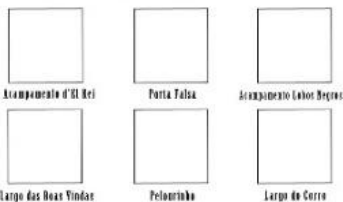
Após o preenchimento com as marcas da iconografia antiga de Aldeia Histórica de Sortelha, dirija-se ao posto de informação da organização a fim de validar o "pass'a porta". Ser-lhe-á entregue uma lembrança da sua "passagem" (Incluído no check entrance)



PASS'A PORTA



Carimbe a sua passagem e será recompensado...



Partilhe as suas fotos em www.facebook.com/muralhas.sortelha

Andei pera cá e pera lá e não vou embora sem dizer ao que vim

Idade: _____ Província: _____

Como tomou conhecimento: Redes sociais Jornal

Rádio Outdoor Flyer Cartaz Recibo de água

Amigos/familiares Outros _____

Avaliação do evento: 1 a 5 (1 mau / 5 muito bom)

REM-HAIA PELA VISITA!

Figura n.º 17 - Pass'a Porta do Muralhas com História (Frente e Verso)

Fonte: CMS

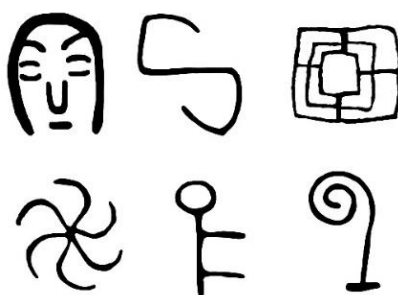


Figura n.º 18 – Carimbos para o Pass'a Porta

Fonte: CMS

A organização, gestão e participação neste evento foi o momento crucial do meu estágio. Embora tenham sido três dias longos, cansativos e de muita responsabilidade, as tarefas que executei proporcionaram grande satisfação. Constituiu uma experiência muito importante e compensadora enquanto estagiária e futura profissional de Comunicação e Relações Públicas, na medida em que pude assistir, na primeira pessoa, a todo o trabalho que antecede e torna possível um evento de grande dimensão.

2.3.7. Cobertura fotográfica da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo

A Capeia Arraiana é uma manifestação tauromáquica, característica de algumas povoações do concelho do Sabugal, próximas da fronteira com Espanha, que se destaca e singulariza das demais por a lide coletiva do touro bravo se realizar com recurso ao Forcão, um instrumento triangular feito com troncos de carvalho.



A Capeia Arraiana tornou-se, por isso, num fator identitário das povoações do Concelho, constituindo a primeira manifestação cultural imaterial registada no Inventário Nacional.³¹

Sendo uma tradição por que me interessa bastante, sugeri à Supervisora fazer a cobertura fotográfica da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo, no dia 10 de agosto de 2015. Algumas das fotografias recolhidas são visíveis na Figura n.º 19. As restantes foram inseridas, na sua totalidade, no arquivo fotográfico da CMS.

Foi uma tarefa que gostei muito de executar, tornando-se, por isso, fácil de concretizar. Tive sempre o cuidado de captar todos os momentos de emoção, bem como os rostos/expressões de quem pegava ao Forcão e de quem “recortava” os touros, aplicando a regra dos terços, apreendida nas unidades curriculares de Comunicação Vídeo e Comunicação Digital e Internet.



Figura n.º 19 - Fotografias da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo

Fonte: Captadas pela Estagiária

2.3.8. Divulgação de Boletim/Agenda Municipal

Com um conjunto diversificado de atribuições e competências, a CMS teve que encontrar uma solução para comunicar com os munícipes de forma atempada e eficaz. Deste modo, as publicações municipais constituem meios relevantes da comunicação autárquica, pois dão a conhecer, de forma mais detalhada, as diferentes atividades municipais, constituindo elos de ligação entre a câmara e os cidadãos. Os boletins e agendas

³¹ Consultado em <http://www.cm-sabugal.pt/index.php/turismo/capeia-arraiana> em 06/Nov, 2015.



municipais são publicações muito comuns neste âmbito, visando informar, esclarecer e integrar os membros da comunidade.³²

O Boletim/Agenda Municipal da CMS, uma publicação trimestral, encontra-se dividida, embora não seja claro o elemento divisório, num boletim e numa agenda. O Boletim contém informações importantes, do interesse dos munícipes, e relatos de eventos/acometimentos do Concelho. Na Agenda, encontram-se rubricas fixas, como “Destaques”, “Caminhar com Vida”, “Exposições” (quando as haja), “Movimento Associativo”, “Sabugal respira desporto”, “Sugestão de Leitura”, “Aqui tão perto...” e “Viva a sua História, visitando...”.

A tarefa que me foi solicitada consistiu na divulgação do Boletim/Agenda Municipal, correspondente ao 3.º Trimestre de 2015, através do seu envio por correio para Postos de Turismo da Região, Juntas de Freguesias do Concelho e para os membros da Assembleia Municipal. Juntamente com o Boletim/Agenda Municipal, foram também enviados *flyers* do evento “Sabugal, surpreenda os sentidos – Viagens às ‘sortes’ dos anos 60”, realizado entre os dias 24 e 26 de julho, com o intuito de o promover.

Foi um trabalho simples de cumprir, que me permitiu compreender como funcionava o envio do correio na CMS.

2.3.9. Planificação e elaboração de Boletim/Agenda Municipal

Tal como referido anteriormente, o Boletim/Agenda Municipal é uma publicação trimestral e, por isso, contempla bastante informação. Por consequência, cada edição deve ser planeada atempadamente, de modo a elencar todos os acontecimentos e informações relevantes dos três meses a que se reporta.

Por tudo isto, a Supervisora pediu-me que a coadjuvasse na planificação e elaboração do Boletim/Agenda Municipal do último trimestre de 2015. Numa folha, começámos por desenhar 25 retângulos, que correspondiam às páginas do Boletim/Agenda, sendo que a primeira dizia respeito à capa e a última à contracapa. A seguir, reunimos toda a informação que pretendíamos colocar na publicação e colocámo-la no respetivo retângulo

³² Informação cedida pela CMS.



(página). Depois de várias experimentações, decidimos qual a ordem desejada para os textos e para as fotografias ou imagens.

De seguida, quando toda a informação foi ultimada, procedemos à revisão dos textos, corrigindo os erros neles presentes. Por fim, enviámos todos os componentes para a Tondelgráfica, que nos foi enviando, via *e-mail*, várias propostas para o *layout* do Boletim/Agenda Municipal. Até chegar à versão final (Anexo 8), foram necessárias inúmeras correções e modificações. A impressão foi feita pela Litorraia, uma empresa do concelho do Sabugal, com uma tiragem de mil exemplares.

Os trabalhos que me foram requisitados consistiram na recolha, análise e tratamento de alguns dados necessários à elaboração final do Boletim/Agenda. Comecei por escolher um poema de Natal, entre os vários existentes na antologia de Vasco Graça Moura, intitulado “Natal... Natais”, para inserir na primeira página do Boletim. Elaborei também uma lista de contactos relativos ao Concelho e fiz uma compilação das atividades do movimento associativo, relativa aos três últimos meses do ano. Esta informação foi requerida via *e-mail* a grupos associativos, juntas de freguesia e outras entidades do Município. Assumi, ainda, a elaboração do calendário de jogos do Sporting Clube do Sabugal e concebi um documento informativo respeitante às zonas de caça municipais. Por último, organizei o índice do Boletim/Agenda Municipal.

Embora o resultado possa parecer relativamente simples, existe um grande trabalho por trás de uma publicação deste género. Nem todos os textos foram escritos pela Dr^a. Margarida, tendo sido solicitado a vários colaboradores da CMS que redigissem algumas peças sobre os assuntos que pretendíamos tratar no Boletim. Não foi fácil que todos cumprissem as datas previstas, o que dificultou um pouco a conceção do Boletim/Agenda Municipal. A escolha da fotografia para a capa foi igualmente demorada, mas não podia ser de outra maneira, visto que dela depende o primeiro impacto de qualquer publicação.

A participação no processo editorial proporcionou algumas das tarefas mais interessantes de todo o estágio. As correções e modificações respeitantes à gráfica levaram algum tempo, mas o produto final foi muito gratificante.



2.3.10. Gestão do Material Promocional

A gestão do material promocional (publicações, folhetos temáticos, *flyers*, brochuras e outros suportes) constituía uma das tarefas mais frequentes na CMS, pois era necessário organizar e contabilizar todo o material promocional fornecido, de forma a aumentar a eficiência na utilização dos meios de promoção concelhia. Para este efeito, os pedidos eram registados numa tabela (Anexo 9), onde constava o requerente, a atividade a que o material se destinava, data de entrega, quantidade de material cedido e informação sobre a entrada/despacho do pedido.

A gestão do material promocional constitui uma importante função do SED, por toda a capacidade de organização que os seus colaboradores devem possuir, bem como pela confiança e responsabilidade que lhes é depositada.

2.3.11. Contactos Telefónicos

O contacto telefónico é um dos aspetos mais importantes a ter em conta numa organização, pelo que deve ser trabalhado pormenorizadamente. A maneira como os colaboradores atendem e falam ao telefone reflete aquilo que a organização é. Por vezes, trata-se de um primeiro contacto, sendo determinante fazê-lo da melhor forma, ou seja, de maneira cordial, atenciosa e familiar (Beirão *et al.*, 2008).

A tarefa por que estive responsável consistiu em contactar telefonicamente comerciantes do Concelho, solicitando-lhes os respetivos *e-mails*, com o intuito de atualizar a base de dados da CMS. Para além disso, em dias distintos, estabeleci ainda contactos telefónicos com juntas de freguesia e comerciantes do Município, para relembrar a segunda e a terceira reuniões no âmbito da candidatura da Carta Europeia de Turismo Sustentável de Malcata.

Em todos os contactos, tive sempre o cuidado de identificar a Instituição que estava a representar ao telefone, explicando o motivo pelo qual estava a fazer o contacto, utilizando um tom de voz calmo e amistoso. Para além disto, esclareci sempre as dúvidas que iam surgindo e, quando não tinha informação suficiente para tal, pedia que aguardassem, solicitando ajuda à Dr^a. Margarida.



2.3.12. Atualização do Ficheiro de Imprensa

O ficheiro de imprensa consiste numa base de dados onde são introduzidas informações relevantes dos órgãos de comunicação social, como, por exemplo, contactos telefónicos e *e-mails*.

Uma das muitas funções das RP relaciona-se com o estabelecimento de boas relações com os *media*, sendo de extrema importância criar e manter laços de confiança com quem dirige e trabalha nos mais variados meios de comunicação social. As organizações devem proceder ao tratamento das suas próprias notícias, principalmente, através de um serviço eficiente de informação, difundindo-as, posteriormente, nos *media* adequados (Lloyd & Lloyd, 1988). Para tal, têm de recorrer ao ficheiro de imprensa, que deverá estar sempre atualizado, para que possa ser usado sempre que necessário e sem lacunas.

O ficheiro de imprensa da CMS estava desatualizado e, por isso, propus realizar a sua atualização. Assim, acrescentei dados de órgãos de comunicação social que ainda não constavam no ficheiro e reorganizei os dados dos já existentes (Anexo 10).

Esta tarefa não comportou dificuldades acrescidas, pois as informações em falta já estavam acrescentadas, manualmente, numa versão impressa do anterior ficheiro de imprensa, tendo sido apenas necessário inseri-las num ficheiro do Word³³, cujo *layout* aperfeiçoei.

³³ Processador de texto produzido pela Microsoft.



Reflexão Final

Concluído o estágio, recordo todo o percurso, desde a insegurança e timidez do primeiro dia à despedida já marcada pela saudade daqueles que sempre se mostraram prestáveis e acolhedores, com quem aprendi muito. Esta fase marca, assim, o final de um caminho enquanto aluna, iniciando uma outra a nível profissional e pessoal; resulta na certeza de que a vida adulta começa agora e na convicção de querer continuar a trabalhar e a evoluir na área de Comunicação e Relações Públicas.

De um modo geral, o trabalho que desenvolvi durante o estágio correspondeu de uma forma muito positiva e gratificante às minhas expectativas iniciais. Concluí tudo o que me foi solicitado dentro dos prazos estabelecidos, tendo aperfeiçoado a rapidez e a capacidade de organização na realização das várias tarefas, sempre concluídas com sucesso. Para além disso, propus ainda a execução de outros trabalhos, tendo sido sempre aceites por parte da Supervisora na Instituição.

Relacionando o estágio com as aprendizagens curriculares, estou hoje mais consciente de que os docentes deverão sempre exigir aos alunos responsabilidade, cumprimento de prazos e volume de trabalho, pois são requisitos elementares para o ingresso no mundo do trabalho. Foi com base nestes princípios que procurei trabalhar, demonstrando uma postura dinâmica, eficiente e proativa, a capacidade de integração e um grande entusiasmo pela minha área de formação.

Não posso deixar de salientar o segundo e terceiro anos da Licenciatura pela sua componente mais prática, que me possibilitou a interligação e aplicação dos conhecimentos adquiridos desde o primeiro ano. Neste âmbito, evidencio a importância das unidades curriculares de Teoria e História das Relações Públicas, Gestão de Eventos, Marketing Político, Planeamento e Comunicação Empresarial e Atelier de Comunicação e Relações Públicas.

Fazendo um balanço do percurso académico, sugiro um enquadramento curricular mais extenso para as línguas estrangeiras, dado que o mercado de trabalho está, cada vez mais, noutros países. Penso, também, ser conveniente a realização de pequenos estágios no decorrer da Licenciatura, principalmente no segundo ano, para que os alunos comecem a ter algumas noções do mundo do trabalho e do seu funcionamento. Por último, recomendo a integração ou o redimensionamento de unidades curriculares relacionadas com o



domínio de ferramentas de informática, mormente as relacionadas com *software* de edição.

Mas, de todo o meu percurso académico, destaco o estágio curricular, por ter sido uma grande prova às minhas capacidades, à minha responsabilidade e dedicação. Para além disso, permitiu comprovar a importância de criar relações interpessoais favoráveis, mesmo em situações particularmente complicadas, como algumas com que me deparei enquanto estagiária, tendo sido necessário geri-las da forma que me pareceu mais conveniente e adequada.



Bibliografia

Almeida, M. (2005). *Aprender a Gerir as Organizações no Século XXI*. Lisboa: Áreas Editora.

Andrade, R.; Amboni, N. (2010). *Estratégias de Gestão: Processos e funções do Administrador*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Ardions, I. et al. (2006). *Organização e Técnicas Empresariais*. Porto: Edições Politema.

Beirão, I. et al. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Lisboa: Plátano Editora.

Cabrero, J.; Cabrero, M. (1996). *O Livro de Ouro das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.

Caetano, J.; Rasquilha, L. (2004). *Gestão da Comunicação*. Lisboa: Quimera.

Camilo, E. (1998). *Estratégias de Comunicação Municipal*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Caravantes, G. (1998). *Teoria Geral da Administração*. Brasil: AGE.

Cesca, C. (2006). *Relações Públicas e suas Interfaces*. São Paulo: Summus Editorial.

Chiavenato, I. (1979). *Teoria Geral de Administração*. São Paulo: McGraw-Hill.

Cutlip, S. et al. (1985). *Effective Public Relations*. Estados Unidos da América: Prentice-Hall.

Empresa Ágil (2004). *Comunicação Empresarial – Conceito, importância e aplicação*. S/L: Ágil.

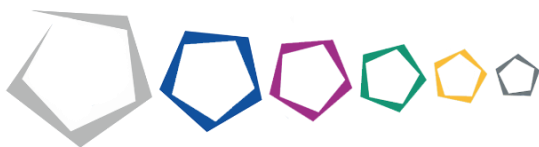
Fonseca, A. (1999). *Dicionário para Relações Públicas*. Maia: Instituto Superior da Maia.

François, A. R. (1987). *Organização da Empresa*. Porto: RÉS-Editora.

Freire, A. (2006). *Estratégia – Sucesso em Portugal*. Lisboa: Verbo Editora.

Garcia, M. et al. (2006). *Marketing & Comunicação para Pequenas Empresas*. São Paulo: Novatec.

Gonçalves, G. (2010). *Introdução à Teoria das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.



- Kaplan, R.; Norton, D. (2001). *Organização orientada para a Estratégia*. São Paulo: Editora Campus/Elsevier.
- Kunsch, M. (2003). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Editorial.
- Lampreia, J. (1996). *Técnicas de Comunicação*. Lisboa: Publicações Europa – América.
- Lampreia, J. (1998). *Comunicação Empresarial*. As Relações Públicas na Gestão. Lisboa: Texto Editora.
- Lindon, D. et al. (2009). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote.
- Lloyd, H.; Lloyd, P. (1988). *Relações Públicas*. Lisboa: Presença.
- Lozano, F. (s/d). *Manual Prático de Relações Públicas*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Meirelles, G. (1999). *Tudo sobre eventos*. São Paulo: STS.
- Pedros, D.; Gutiérrez, A. (2012). *Metas Estratégicas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Ramos, F. (2007). *Estratégias e Protocolo para a Comunicação Corporativa*. Porto: Media XXI.
- Resende, D. (2008). *Planejamento Estratégico para Organizações Privadas e Públicas: Guia prático para a elaboração do projeto de plano de negócios*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Vau, C. (2005). *As Relações Públicas na Responsabilidade Social das Empresas*. Lisboa: Comunicando.
- Villafañe, J. (1998). *Imagem Positiva. Gestão Estratégica da Imagem das Empresas*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Westphalen, M. (1991). *A Comunicação na Empresa*. Porto: RÉ S-Editora.

Webgrafia

www.ine.pt, consultado em 30/Set, 2015.

<http://www.pordata.pt>, consultado em 05/Out, 2015.



<http://www.cm-sabugal.pt/index.php/concelho/historia>, consultado em 29/Set, 2015.

<http://www.significados.com.br/autarquia/>, consultado em 07/Nov, 2015.

<http://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>, consultado em 15/Nov, 2015.

<http://www.institutosacarneiro.pt:7080/pdf/blitz/autarquias/orgaos%20das%20autarquia.s.pdf>, consultado em 07/Nov, 2015.

<http://www.cincoquinas.net/wp-content/uploads/2015/09/Respira-image001-610x292.png>, consultado em 07/Nov, 2015.

<http://www.cm-sabugal.pt/index.php/municipio/heraldica>, consultado em 30/set, 2015.

<http://www.significados.com.br/cronograma/>, consultado em 05/Nov, 2015.

<http://www.cm-sabugal.pt/index.php/turismo/capeia-arraiana>, consultado em 06/Nov, 2015.

Outras Fontes

Carta Educativa do Concelho do Sabugal

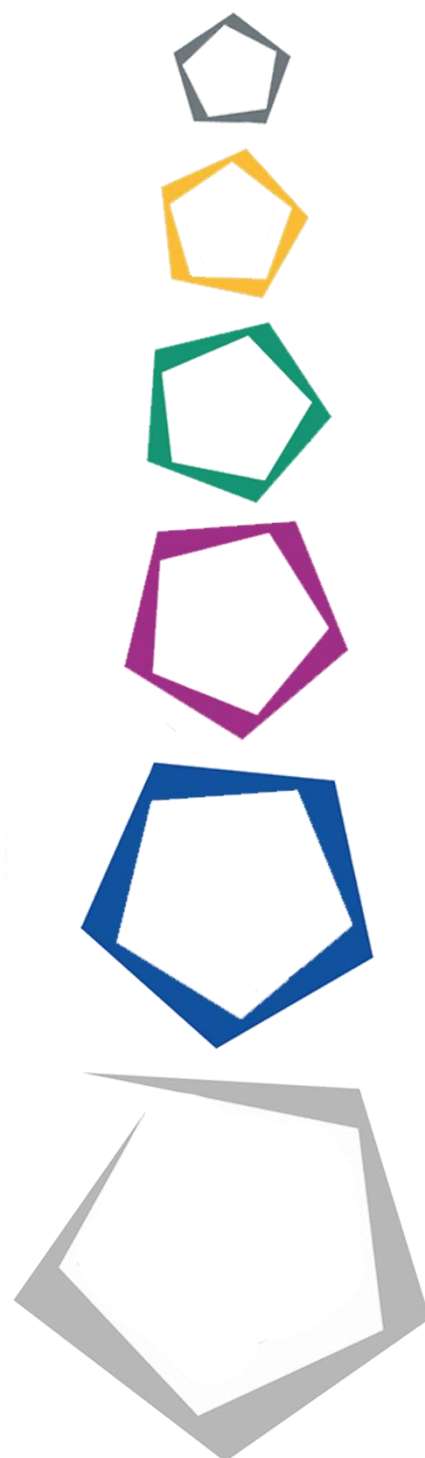
Constituição da República Portuguesa

Diário da República

Plano Estratégico do Sabugal 2025

Sabugal: Roteiro Turístico

ANEXOS





Lista de Anexos

Anexo 1 – Plano de Estágio

Anexo 2 – Cronogramas de Atividades

Anexo 3 – Manual de Acolhimento

Anexo 4 – Publicação no *Facebook*: Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha

Anexo 5 – Análise de Imprensa

Anexo 6 – Normas de Participação no Evento “Muralhas com História”

Anexo 7 – Regras de Atribuição de Lembranças no Evento “Muralhas com História”

Anexo 8 – Boletim/Agenda Municipal

Anexo 9 – Gestão do Material Promocional

Anexo 10 – Ficheiro de Imprensa



Anexo 1 – Plano de Estágio

461

Politécnico da Guarda Polytechnic of Guarda	PLANO DE ESTÁGIO Cursos de Especialização Tecnológica (CET) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.02
	Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.	

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia do Estágio:
 Curricular Extracurricular Outro: _____

Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? Sim. Qual? _____

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO

Estudante: Claudia Freitas Aires N.º 5003399

Docente orientador: Regina Sousa

Supervisor: Margarida Maria dos Santos Martins

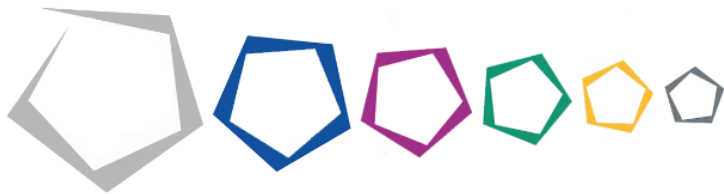
2. PLANO DE ESTÁGIO

Município de Sabugal

<ul style="list-style-type: none"> • Equipamento Institucional • Câmara Municipal de Sabugal - Breve Histórico - Estrutura orgânica atual e dos serviços municipais • Serviço de Relações Públicas, Comunicação e Marketing - Gestão da Comunicação interna e externa - Gestão de Atividades de promoção turística e cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarefas e Deveres: • Elaboração do Manual de Ambiente • Redação e divulgação da Agenda/Boletim Municipal (4º trimestre) • Atualização do Ficheiro de Imprensa • Elaboração e divulgação de notas de imprensa • "Clipping" • Publicações na Intranet / Internet / Redes Sociais • Planeamento e Organização de Eventos - Plano de Comunicação - Plano de Animação - Plano de Logística - Protocolo • Acompanhamento fotográfico/vídeo • Pesquisa de Conteúdos • Serviço de Atendimento Telefónico • Gestão de Material Promocional
--	--

3. ASSINATURAS

O Estudante	O Docente Orientador	O Supervisor
13/10/17 20/11/15 <small>Data</small> <u>Claudia Freitas Aires</u> <small>(assinatura)</small>	13/10/17 20/11/15 <small>Data</small> <u>Regina Sousa</u> <small>(assinatura)</small>	13/10/17 20/11/15 <small>Data</small> <u>Margarida Maria dos Santos Martins</u> <small>(assinatura e carimbo da Entidade)</small>

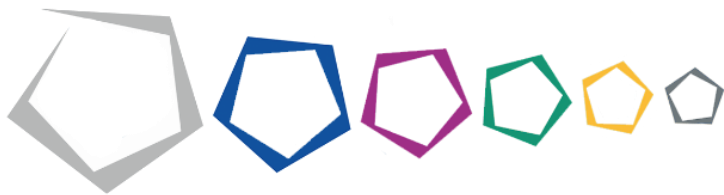


Anexo 2 – Cronogramas de Atividades

JULHO												
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Divulgação da Agenda/Boletim Municipal (3º Trimestre de 2015)												
Consulta da Estrutura Orgânica do Serviço de Estratégia e Desenvolvimento da CMS e Gabinetes de Comunicação e Relações Públicas de outras Câmaras Municipais												
Elaboração do Manual de Acolhimento												
Colaboração na preparação da Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha												

LEGENDA

- Atividades Desenvolvidas
- Fim-de-semana

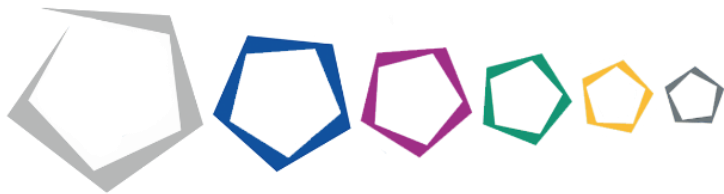


AGOSTO

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Redação de um texto sobre a Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha e publicação do mesmo no Facebook do Município																															
Colaboração na preparação do Fórum Rede Sabugal Primus																															
Análise de Imprensa																															
Colaboração no planeamento, organização, promoção e divulgação do evento "Muralhas com História"																															
Cobertura fotográfica da Capeia Arraiana de Aldeia do Bispo																															
Planificação e elaboração do Boletim/Agenda Municipal (4º Trimestre)																															

LEGENDA

- Atividades Desenvolvidas
- Fim-de-semana

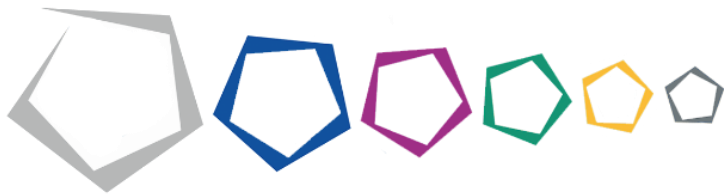


SETEMBRO

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Análise de Imprensa																														
Colaboração no planeamento, organização, promoção e divulgação do evento "Muralhas com História"																														
Planificação e elaboração do Boletim/Agenda Municipal (4º Trimestre)																														
Gestão do Material Promocional																														
Contactos telefónicos																														
Conclusão do Manual de Acolhimento																														

LEGENDA

- Atividades Desenvolvidas
- Fim-de-semana



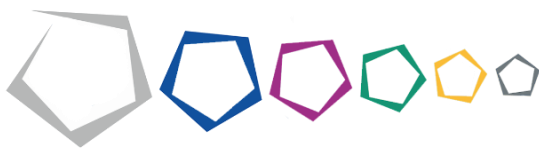
OUTUBRO																				
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Análise de Imprensa			■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■		■	■		
Gestão do Material Promocional	■	■	■	■						■	■	■				■	■			
Contactos telefónicos			■	■			■			■	■						■	■		
Atualização do Ficheiro de Imprensa			■	■						■	■						■	■	■	■

LEGENDA

- Atividades Desenvolvidas
- Fim-de-semana



Anexo 3 – **Manual de Acolhimento**



Anexo 4 – Publicação no *Facebook*



Inauguração do Posto de Turismo de Sortelha

No passado dia 31 de julho, foi inaugurado o Posto de Turismo na Aldeia Histórica de Sortelha. A inauguração contou com a presença de várias individualidades, entre as quais o Presidente da Câmara Municipal do Sabugal, Eng. António Robalo, a Presidente da Junta de Freguesia de Sortelha, Dra. Fernanda Esteves, o Presidente da Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas de Portugal, Dr. António Rocha, o Presidente do Turismo Centro de Portugal, Dr. Pedro Machado e a Presidente da CCDRC, Prof^ª. Dra. Ana Abrunhosa. Após as intervenções e depois de uma visita ao local, os convidados foram brindados com um cocktail de produtos locais, que teve lugar no edifício da Junta de Freguesia de Sortelha.

Situada no alto de um monte elevado, Sortelha é considerada como uma das mais belas e mais bem conservadas Aldeias Históricas da Beira Interior, cujo traçado pouco se alterou nos últimos 500 anos. É uma aldeia em granito, com ruas e vielas tipicamente medievais, envolvidas por um círculo de muralhas, vigiado por um sobranceiro castelo do século XIII. No que remonta à História, Sortelha foi povoada por D. Sancho II e a escolha do local deveu-se a uma mera questão defensiva.

Não deixe de visitar esta Aldeia Histórica e dirija-se ao novo Posto de Turismo, no Largo do Corro, para recolher mais informações.

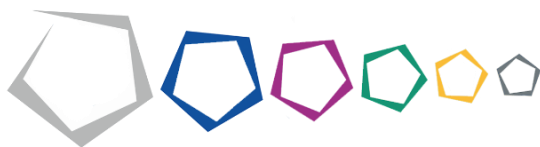
PORQUE FAZEMOS DA NOSSA CULTURA "VIDA"



Gosto Comentar Partilhar



Anexo 5 – **Análise de Imprensa**



Anexo 6 – Normas de Participação no Evento “Muralhas com História”



“MURALHAS COM HISTÓRIA: Autos da muy fermosa Sortelha” (trad: Autos da muito formosa Sortelha)

Município de Sabugal

REGRAS DE PARTICIPAÇÃO

(exploração de espaços de feira: mercadores, artesãos, artífices, místicos e taberneiros)

PREÂMBULO

O Muralhas com História é um evento temático, promovido pela Câmara Municipal do Sabugal e que já conta com cinco edições, onde se procura recuperar e dar a conhecer as histórias escondidas de uma época que suscita tanta curiosidade, como é a Idade Média.

Esta recriação histórica é um projeto cuja oferta cultural é uma estratégia de valorização, revitalização e promoção do património e do próprio território, com a intenção de possibilitar a todos o acesso a eventos deste tipo de expressão. O cenário dentro das “muralhas com história” permite aproveitar o património dando-lhe vida e criando um ambiente ímpar e de forte expressividade.

A antiga vila de Sortelha dominada pelo seu castelo roqueiro constitui, claramente, um espaço urbano de fundação medieval (Séc. XII – XIII) fazendo todo o sentido a criação de um evento preenchido pelo burburinho dos mercadores e dos artesãos, pelos cavaleiros que mostram a sua audácia em combates, pelo espírito de euforia que invade todo o burgo com as personagens que vagueiam e com os sons de coreografias e fantasias característicos de uma época que foi de outras conquistas, de outras mentalidades, de outras culturas.

Nesta edição apresentamos os «Autos da muy Fermosa Sortelha».

Centramos os acontecimentos na fase final da Idade Média. Embora a Idade Média nos reporte imediatamente para as muralhas dos castelos, as sumptuosas catedrais e casas senhoriais, os torneios de armas e toda a imagética característica dessa época, esses pormenores não são mais do que meros traços exteriores sobre os quais agem os homens. Daí, advém a necessidade de saber quem eram esses homens, o que pensavam e como agiam. A literatura medieval é um auxiliar de valor para se encontrarem as respostas a estas questões que se levantam. A farsa, a sátira, os romances de cavalaria, e todos os escritos da época servem como documentos históricos que nos reportam ao modo de sentir e pensar do homem medieval.



Murallas

O renomado autor Gil Vicente, sem fazer distinção entre as classes sociais, coloca em cena os erros e vaidades de ricos e pobres, nobres e plebeus; censura a hipocrisia dos frades que não fazem o que pregam; denuncia os exploradores do povo, sejam eles juizes ou sapateiros; desnuda a imoralidade das alcoviteiras e satiriza os velhos sensuais; ridiculariza os supersticiosos e os charlatães. No conjunto, o seu teatro apresenta um vasto painel crítico das classes sociais do fim da Idade Média portuguesa. Tentando alcançar a consciência de cada homem, Gil Vicente deixa explícito nas suas peças que o objetivo não é apenas divertir, mas sim destacar os vícios de uma sociedade cada vez mais materialista e corrupta para reconduzi-la ao caminho do Bem.

A Edição de 2015, centra-se na descoberta do homem medieval, através da literatura, procurando dar a conhecer o quotidiano da Idade Média, numa perspetiva menos assombrada pelas trevas, mas através da sátira e dos autos de Gil Vicente. O narrador desta história seria o próprio autor, que ao deambular pela aldeia de Sortelha nos mostra os vários episódios da vida medieval antes do Renascimento.

É sobre este "ambiente" que se desenvolverá o evento.

O presente documento e seus anexos visam regular a atribuição de espaços de feira para exploração no evento Murallas com História, a decorrer em Sortelha, nos dias 18, 19 e 20 de Setembro de 2015. Pretende-se, ainda, determinar e estabelecer as normas de participação no Mercado Medieval, nomeadamente, no que diz respeito aos critérios de seleção dos participantes e à exploração do espaço, propriamente dita.

Artigo 1.º LOCALIZAÇÃO DO EVENTO

O evento "MURALHAS COM HISTÓRIA", decorre na aldeia histórica de Sortelha, conforme delimitação do mapa que constitui o anexo I ao presente documento.

Artigo 2.º PERÍODO E HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

1. O evento decorre entre os dias 18 e 20 de setembro de 2015, nos seguintes horários:
Sexta-feira, dia 18 – das 18H00 às 00H00;
Sábado, dia 19 – das 12H00 às 00H00;
Domingo, dia 20 – das 12H00 às 22H30.
2. Os participantes ficam obrigados a manter os espaços abertos ao público e funcionar em pleno durante o período e horário de funcionamento.

Artigo 3.º CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

1. Podem participar no evento tabernas, artesãos, artífices, mercadores e místicos que promovam a venda e /ou demonstração de materiais e produtos característicos do período medieval;
2. Podem inscrever-se, ainda, quaisquer outras entidades, desde que possam completar ou complementar os objetivos do mercado, sujeitando-se aos critérios definidos pela organização, nomeadamente o estipulado no presente documento;
São as seguintes as tipologias de expositores do mercado:
 - a) *Tabernas: todas as entidades que pretendam exercer atividade na área da restauração e bebidas;*
 - b) *Artesãos: todos os que promovam a venda de produtos/ materiais de produção própria e de forma artesanal;*
 - c) *Mercadores: todas as entidades singulares ou coletivas que promovam a venda de produtos/ materiais enquadrados na época medieval e que possam, ou não, ser produzidos pelos próprios;*



MAGALY

- d) *Místicos: todos os que promovam a venda de produtos/ materiais e/ ou conhecimentos, relacionados com a magia da medieval, as artes do esotérico, adivinhação e/ ou previsão.*
3. A ocupação dos espaços destinados a Tabernas far-se-á no máximo em 12 espaços.
 4. A ocupação dos espaços destinados a Tabernas destina-se primeiramente às Associações sem fins lucrativos e aos Estabelecimentos de Restauração e/ou Bebidas com sede na Freguesia de Sortelha, que reúnam as condições exigidas nas presentes regras de participação e sob prévia aceitação de inscrição;
 5. Aos espaços não ocupados pelas entidades referidas no n.º anterior podem candidatar-se, procedendo à respetiva inscrição, outras entidades desde que proprietárias ou legítimas ocupantes de outros espaços privados desde que reúnam, igualmente, as condições exigidas nas presentes regras de participação;
 6. As Associações podem, ainda, estabelecer parcerias com entidades terceiras que detenham licença para o exercício da atividade de restauração e bebidas, sendo a mesma sujeita a autorização da organização na sequência da respetiva inscrição;
 7. Para ocupação de espaços destinados a Artesãos só podem inscrever-se os artesãos que sejam detentores do Estatuto de Artesão. Farão prova desse estatuto anexando à ficha de inscrição uma cópia da **carta de Artesão e Carta UPA - Unidade Produtiva Artesanal** (quando se trate da Área Alimentar: doces, compotas, licores, pão, queijos, mel, enchidos, etc);
 8. Excecionalmente, poderão inscrever-se os artesãos que se encontrem em processo de obtenção de **carta de Artesão e Carta UPA - Unidade Produtiva Artesanal**, desde que o comprovem e assumam a responsabilidade integral pelo seu espaço junto das entidades competentes em matéria de fiscalização. Estes pedidos serão avaliadas caso a caso;
 9. Para a ocupação dos espaços destinados ao exercício de atividades comercial e/ou serviços em geral (que contempla artífices, mercadores e místicos) só podem inscrever-se pessoas ou entidades que estejam legalmente habilitadas para o exercício dessa mesma atividade.

Artigo 4.º INSCRIÇÕES

1. Os pedidos de inscrição devem ser formalizados através da **Ficha de Inscrição** (que constitui o anexo II do presente documento);
2. A **Ficha de Inscrição**, deve ser entregue, até dia 28 de agosto de 2015, presencialmente ou enviada por correio para: **Museu e Auditório Municipal**, Largo de S. Tiago, 6320-447 Sabugal, ou via correio eletrónico para eventos.sabugal@cm-sabugal.pt e devendo contactar, para efeitos de eventuais esclarecimentos, o telefone 271 751 040.
3. A **Ficha de Inscrição** é obrigatoriamente acompanhada da seguinte documentação em função da natureza do expositor, servindo como declaração de confirmação de presença:

TODOS	Documento comprovativo da inscrição da sua atividade junto das Finanças e quaisquer outras entidades que tutelem a mesma. Fotografias ou vídeos exemplificativos da estrutura/tenda própria e do artesanato/produto(s) descrito(s) no Ponto 2.
Tabernas	Declaração do titular da exploração do estabelecimento de que tomou conhecimento e cumpre integralmente as obrigações decorrentes da legislação identificada no anexo III do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, do qual faz parte integrante, e de que cumpre as obrigações legais e regulamentares para a atividade de restauração e bebidas relativas aos equipamentos, bem como as regras de segurança, saúde pública e os requisitos de higiene dos géneros alimentícios e Termo de Responsabilidade relativo ao Exercício da Atividade; (anexo III) Documento onde se descrevem as ementas por refeição, as bebidas a comercializar, a tipologia de loiças e talheres a utilizar no serviço de refeições e bebidas.
Artesão Licenciados	Fotocópia de Carta de Artesão e fotocópia de Carta UPA - Unidade Produtiva Artesanal Termo de responsabilidade onde se declara que assume toda a responsabilidade pela atividade exercida no espaço que lhe foi atribuído, nomeadamente no que respeita à qualidade e segurança do funcionamento e dos produtos comercializados, sendo responsável, perante as autoridades competentes, por quaisquer sanções ou multas derivadas de incumprimentos legais. (anexo IV)



MGely

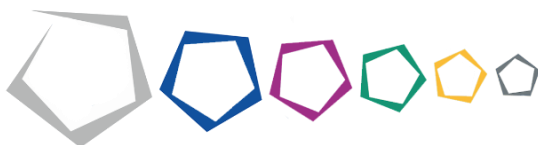
Artesãos com processo de licenciamento de atividade em curso	Documento comprovativo de que o licenciamento da atividade se encontra em curso junto da entidade responsável para a emissão da respetiva licença Termo de responsabilidade onde se declara que assume toda a responsabilidade pela atividade exercida no espaço que lhe foi atribuído, nomeadamente no que respeita à qualidade e segurança do funcionamento e dos produtos comercializados, sendo responsável, perante as autoridades competentes, por quaisquer sanções ou multas derivadas de incumprimentos legais. (anexo IV)
outros comerciantes/prestadores de serviços (mercadores/artífices/místicos)	Documento habilitador de autorização de exercício da atividade em questão emitido por entidade competente (quando aplicável) Termo de responsabilidade onde se declara que assume toda a responsabilidade pela atividade exercida no espaço que lhe foi atribuído, nomeadamente no que respeita à qualidade e segurança do funcionamento e dos produtos comercializados, sendo responsável, perante as autoridades competentes, por quaisquer sanções ou multas derivadas de incumprimentos legais. (anexo IV)

- Os pedidos de inscrição deverão conter uma **descrição, tão minuciosa quanto possível, da atividade, do artesanato ou produtos a expor/vender, sendo obrigatória a inclusão com fotografias ou vídeos que permitam avaiar a qualidade e interesse do produto ou atividade;**
- As entidades inscritas que se proponham efetuar, diariamente e ao vivo, a demonstração do seu trabalho artesanal, deverão comunicar à organização e preencher o respetivo campo da ficha de inscrição.

Artigo 5.º

ESTRUTURAS PARA TABERNAS, ARTESÃOS, MERCADORES, ARTÍFICES E MÍSTICOS

- A organização disponibiliza um máximo de 34 estruturas ("barraquinhas"), destinadas às entidades referidas nos n.º 1 e 2 do artigo 3.º, com as seguintes características:
 - Tipo: Espaço aberto
 - Dimensões: aproximadamente 2x1m (incluído espaço livre atrás do balcão)
 - Material: estrutura de Madeira com balcão sem prateleiras, com cobertura de pano sobre zona de balcão.
 - Infraestruturas: ponto de iluminação
- As entidades ocupantes das "Tabernas" serão responsáveis por assegurar o seu próprio espaço, bem como pela conceção da sua própria estrutura, incluindo a esplanada (mesas, bancos e outras estruturas físicas enquadráveis) estando, contudo, sujeitas à aprovação da Organização conforme n.º 1 do artigo 8.º
- O recinto dispõe ainda de espaço para estruturas próprias de expositores, a localizar em função da dimensão das mesmas.
- As bancas ou expositores são atribuídos por unidade, carecendo a sua partilha de prévia autorização da organização;
- A organização instalará um ponto de luz nas bancas disponibilizadas pela organização bem como nas bancas próprias dos expositores, e fornecerá ponto de ligação a energia elétrica quando tal tiver sido solicitado na respetiva ficha de inscrição.
- Os pedidos de cedência de potência superior a 5 Amperes, que devem constar obrigatoriamente da ficha de inscrição, serão avaliados caso a caso e acedidos apenas se tecnicamente viável;
- Para além do referido nos pontos anteriores, a instalação elétrica dentro da banca é da responsabilidade dos expositores.



17/09/19

Artigo 6.º
SELEÇÃO DE EXPOSITORES INSCRITOS

1. A seleção dos expositores inscritos que integrarão o Mercado Medieval, é da exclusiva responsabilidade da entidade organizadora;
2. Só entrarão no processo de seleção os inscritos que tenham preenchido devidamente a ficha de inscrição e tenham entregue a documentação obrigatória a que se refere o artigo 4.º;
3. Caso se verifique um n.º de inscrições bem instruídas, e em condições de aceitação, superior ao n.º de espaços e/ou estruturas disponíveis, a Organização fará a seleção com base nos seguintes critérios, pontuações e ponderações:

BARRAQUINHAS DE MERCADORES, ARTESÃOS, ARTÍFICES, MÍSTICOS E OUTROS	escala	ponderação
Enquadramento na época do evento (decoreção do stand e tipologia de produtos/serviços a comercializar)	1 a 5	40%
Originalidade e qualidade dos trabalhos/produtos, contribuindo para elevar a qualidade da feira medieval;	1 a 5	40%
Residência no concelho	0 ou 5	20%
TABERNAS	escala	ponderação
Enquadramento na época do evento (decoreção da taberna e tipologia de produtos/serviços prestados)	1 a 5	40%
Presença de gastronomia local/regional da época na ementa	1 a 5	40%
Variedade da Oferta	1 a 5	20%

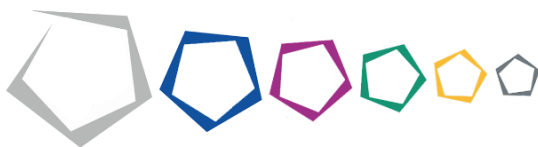
4. No caso dos artesãos, será ainda atribuído meio ponto adicional à pontuação obtida em função dos critérios, pontuações e ponderações do quadro do n.º anterior, caso sejam detentor de Carta de Artesão e de Carta de Unidade Produtiva Artesanal (setor alimentar).
5. Serão selecionados os expositores que obtenham maior pontuação. Em caso de empate será considerada a data de entrega à organização dos pedidos de inscrição.
6. A organização do evento publicitará a lista de entidades selecionadas no sítio da Internet do Museu do Sabugal (museusabugal.net), até ao dia 4 de setembro, confirmando a aceitação da respetiva candidatura, em função dos critérios de seleção definidos no presente documento. Cada um dos selecionados será informado telefonicamente pela Organização.
7. A organização reserva-se o direito de rejeitar as inscrições que não se enquadrem no âmbito e objetivos do evento ou que sejam consideradas inconvenientes.
8. A participação em anteriores edições não constitui garantia de participação nesta ou em futuras edições.
9. Não serão admitidas reclamações à lista de entidades selecionadas.
10. Caso não se verifique um n.º suficiente de inscrições por parte das entidades enquadráveis no presente documento, a Organização reserva-se o direito de formular convites à participação na feira do evento a quaisquer outras entidades que considere de interesse para o bom decorrer do mesmo, tendo em conta o seu âmbito e objetivos.

Artigo 7.º
CONFIRMAÇÃO DE PRESENÇA POR PARTE DOS EXPOSITORES SELECIONADOS

A confirmação de presença, nesta edição, é efetuada na Ficha de Inscrição. No entanto, a Organização prevê que após a publicação da Lista de Expositores Selecionados, os mesmos deverão, em caso de impedimento de participação, comunicar à Organização tal facto até ao dia 9 de setembro, através dos contactos mencionados no n.º 2 do art.º 4.

Artigo 8.º
LOCALIZAÇÃO DE EXPOSITORES

1. A localização dos espaços destinados a Tabernas é da responsabilidade das entidades inscritas para o efeito estando, contudo, sujeita à aprovação da Organização, que garantirá que essa mesma localização não coloca em causa o bom funcionamento das demais atividades do evento e o respeito pelo património construído do centro histórico de Sortelha.



M. G. G. G.

2. A **localização/distribuição dos restantes espaços para colocação de estruturas móveis**, quer se trate de estruturas disponibilizadas pela Organização ou das estruturas próprias dos expositores é **da exclusiva responsabilidade da Organização**, sem direito a qualquer reclamação.
3. A **localização/distribuição dos espaços** referidos no n.º anterior é feita em função da sua dimensão e do tipo de atividade/ produto na sua relação com a época a que reporta e será realizada por sorteio.

Artigo 9.º

IDENTIFICAÇÃO DOS ESPAÇOS PARA TABERNAS, ARTESÃOS, OFÍCIOS E MERCADORES

A identificação das tabernas, das estruturas disponibilizadas pela organização e das estruturas próprias de expositores é da responsabilidade dos mesmos, devendo ser feita através de material adequado, como o papel pardo, lousa, tecido ou madeira.

Artigo 10.º

ESPLANADAS PARA TABERNAS

1. Cada taberna será responsável por garantir um conjunto de mesas/ bancos, compatível com a sua capacidade de resposta no que respeita ao serviço de refeições;
2. Cada taberna será responsável pela identificação e limpeza do seu espaço de esplanada (mesas e bancos) assim como pela sua higienização e decoração, obedecendo a uma estética da época;
3. As loiças e talheres necessários à confeção de alimentos e serviço de refeições serão da responsabilidade de cada taberna (material enquadrável na época, conforme anexo V).

Artigo 11.º

PRAZOS DE MONTAGEM / DECORAÇÃO/ DESMONTAGEM

1. A **montagem das estruturas e/ou decoração** das mesmas deverá ser efetuada, impreterivelmente, **até às 17h00 de sexta-feira, dia 18 de setembro**, para que o mercado possa abrir sem inconvenientes ou atrasos às 18h00;
2. A **desmontagem das estruturas inicia-se a partir do encerramento oficial do evento até quarta-feira, dia 23 de setembro, pelas 12h00;**
3. A **entrada e saída de viaturas nos dias do evento só será permitida até uma hora, antes da abertura do mercado, pelo que as últimas descargas terão que ser feitas até às 17h00 horas de sexta-feira e até às 11h00 de sábado e domingo.**

Artigo 12.º

FUNCIONAMENTO

1. **Os expositores e demais intervenientes no evento deverão retirar as suas viaturas do interior do recinto, impreterivelmente, até 1 hora antes da abertura diária do evento;**
2. Sem prejuízo do referido no n.º anterior, não é permitida, a qualquer título, a permanência e deslocação de viaturas dentro do recinto da Mercado durante as horas de funcionamento do mesmo;
3. As disposições deste documento são aplicáveis, na parte que lhes couber, às demais entidades presentes no evento;
4. A segurança dos pertences e das mercadorias dos artesãos, mercadores e demais entidades, será da responsabilidade dos mesmos, sem prejuízo da organização assegurar a presença de Segurança em todo o perímetro das áreas de exposição nos horários referidos no artigo 15.º;
5. A Organização não autoriza, por razões de segurança, que qualquer artesão pernoute nos respetivos espaços;



Comley

6. A organização não se responsabiliza por quaisquer danos decorrentes de intempéries, participação em rixa por terceiros, sejam eles visitantes do evento ou participantes no mesmo;
7. **Existirá um parque de estacionamento destinado aos expositores**, ao qual terão acesso mediante a apresentação do livre-trânsito fornecido pela organização (um por cada banca de mercadores, artífices, artesãos e místicos e dois por cada taberna) **não podendo os mesmos estacionar veículos automóveis para além das zonas de proibição dessa passagem, identificada no mapa (anexo I);**
8. A Organização manterá aberto e em funcionamento, dentro do recinto do evento, um **Secretariado, identificado como "Positio Notitia" (posto de informação) e localizado no Largo do Corro** e que apoiará os expositores e visitantes durante o decorrer do mesmo.

Artigo 13.º
CARGAS / DESCARGAS

Durante a realização do evento, as cargas e descargas só podem ser efetuadas nos seguintes horários:

Sexta-feira 18 – até às 17h00 e a partir das 0h15

Sábado 19 – até às 11h00 e a partir das 0h15

Domingo 20 – até às 11h00 e a partir das 22h30

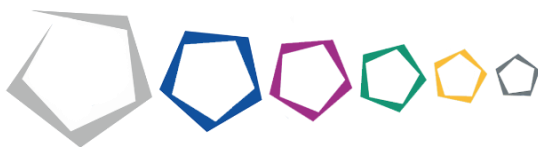
Artigo 14.º
SEGURANÇA

Durante os dias do evento, e nos horários de não funcionamento do mesmo, a **segurança do perímetro das áreas de exposição é assegurada por Segurança Privada nos seguintes horários:**

dia 18 (SEXTA FEIRA)	00h00 às 11h00
dia 19 (SÁBADO)	00h00 às 11h00
dia 20 (DOMINGO)	22h30 às 08h30

Artigo 15.º
DECORAÇÃO, HIGIENE E LIMPEZA DO RECINTO

1. A decoração das estruturas destinadas às tabernas, artesãos, ofícios e mercadores que participarão no evento é da responsabilidade do expositor obedecendo sempre a uma estética da época.
2. A limpeza e a manutenção dos espaços públicos, com exceção dos terrados, são da responsabilidade da organização e serão efetuadas diariamente;
3. A organização não se responsabiliza pela limpeza interna dos espaços de expositores;
4. A higiene e limpeza dos espaços ou bancas atribuídos são da sua exclusiva responsabilidade;
5. Cabe aos expositores proceder à instalação de todos os equipamentos exigíveis por parte das autoridades sanitárias e que sejam determinantes para o exercício da sua atividade;
6. Todos os produtos vendidos devem ser embrulhados, se necessário, em papel pardo, cartão, serapilheira e pano-cru, sem quaisquer inscrições publicitárias podendo, ainda, ser utilizados fios de algodão ou de sisal;
7. Os participantes não podem publicitar no interior ou no exterior das tendas qualquer marca ou produto, para além de pequenas referências que constem dos produtos comercializados;
8. Na Ficha de Inscrição, os expositores com tabernas ou mercadores do ramo alimentar deverão descrever os equipamentos que vão instalar no espaço e o fim a que se destinam, de modo a prestar as informações adequadas às autoridades sanitárias que procedam à inspeção do evento.



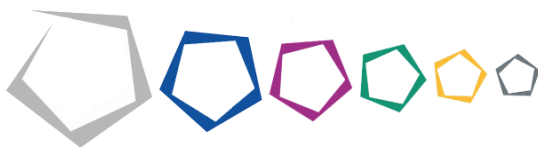
(M) 02/4

Artigo 16º
DOCUMENTOS DISPONÍVEIS DURANTE O EVENTO

1. No decorrer do evento os expositores selecionados para integrarem o mercado deverão reunir condições para emitir, em cumprimento da lei, documento legal referente às quantias recebidas;
2. Os expositores selecionados para integrarem o mercado devem possuir documento comprobativo de licença para o exercício das respetivas atividades, ficando responsáveis pelo seu espaço perante as autoridades competentes. A organização não se responsabiliza pelas sanções ou multas derivadas de incumprimentos legais.

Artigo 17.º
DEVERES E RESPONSABILIDADES DOS EXPOSITORES

1. É obrigatória a presença dos responsáveis pelos expositores no decorrer do horário estabelecido, bem como na totalidade dos dias do evento;
2. Os expositores das Tabernas ficam obrigados a fornecer durante o período em que decorre o evento, refeições à Organização e demais intervenientes (músicos, atores, etc) no valor máximo de **8.00€**, cujo montante final será posteriormente apresentado a uma entidade externa que procederá ao pagamento a cada taberna, mediante a apresentação das senhas devidamente identificadas. Cada refeição deve contemplar 1 Bebida + sopa ou entrada (petiscos) + Prato;
3. As refeições só deverão ser servidas mediante entrega de senha onde consta o nome da Taberna a quem o serviço é solicitado e carimbo oficial da Câmara Municipal do Sabugal;
4. No caso das senhas referidas no n.º 2 apenas serem entregues no final da refeição e o expositor verificar que não correspondem à sua Taberna, deverá proceder à cobrança da refeição no valor de 8,00€;
5. É obrigatório que todos os expositores usem indumentária do período medieval, sendo os mesmos responsáveis por assegurar os seus próprios trajes;
6. Durante o período do Evento, os participantes são responsáveis pela decoração dos seus espaços;
7. Os motivos e matérias utilizados na decoração devem recriar o período medieval, tendo por referência a listagem constante do anexo V ao presente documento.
8. Materiais inapropriados e inadequados, que sejam manifestamente agressivos ao espírito deste evento de época, serão confiscados pela organização;
9. Os preços dos produtos apresentados deverão ser afixados e manter-se iguais até ao final do evento, devendo ser utilizado material de suporte adequado ao evento;
10. As tabelas de preços dos produtos têm que, obrigatoriamente, estar bem visíveis, para que os visitantes possam ter acesso a elas;
11. A partir da hora de encerramento do evento, todos os que permanecerem no recinto deverão comportar-se com discrição, evitando ruídos;
12. Os artigos, mecanismos e equipamentos devem ser mantidos limpos e em bom estado de conservação;
13. Os produtos alimentares expostos no exterior dos estabelecimentos deverão estar em recipientes próprios, distantes do solo e resguardados das condições climáticas ou de outros agentes poluentes;
14. Os espaços devem ter contentor para os produtos alimentares e outros;
15. As refeições e o alojamento dos expositores são da responsabilidade dos próprios.

*M. Celis***Artigo 18.º**
FISCALIZAÇÃO E SANÇÕES

1. A Organização procederá à fiscalização dos expositores e verificará a conformidade dos produtos expostos, face ao descrito na respetiva ficha de inscrição e às presentes regras de participação;
2. À equipa de fiscalização reserva-se o direito de mandar retirar os produtos/ materiais que não tenham sido sujeitos à aprovação no ato de seleção dos candidatos e que, conseqüentemente, não se adaptem aos objetivos do evento;
3. Os expositores que não cumprirem com o conteúdo declarado na ficha de inscrição, que foi alvo de apreciação e aprovação, ou que violem as regras de participação a que se refere o presente documento, poderão ser excluídos do evento e perderem o direito à devolução da caução depositada;
4. Em caso de incumprimento após início do evento, os expositores serão admoestados pela Organização e, caso não corrijam a situação, incorrem na medida de exclusão da iniciativa, ficando impossibilitados de participar em próxima edição do evento
5. Cabe à organização decidir o tipo de penalidade a aplicar em função da gravidade do incumprimento verificado, sendo que, a avaliação dos expositores é qualitativa, servindo apenas como elemento indicativo do grau de empenho esperado, por parte da organização, para garantir o sucesso do evento;
6. A avaliação dos expositores será realizada partindo da atribuição de um saldo positivo de **370 pontos para os expositores tabernas e 300 pontos para os restantes expositores**, aos quais será retirado conseqüentemente os pontos relativos ao incumprimento registado, de acordo com um sistema de avaliação explanado nos quadros seguintes:

QUADRO DE AVALIAÇÃO DE PENALIDADES APLICÁVEIS A EXPOSITORES TABERNAS		
INCUMPRIMENTOS		AVALIAÇÃO (370 Pontos)
Horário ¹	Atraso na abertura (por dia)	20 Pontos
	Fecho antecipado (por dia)	20 Pontos
Circulação de veículos fora do horário de permitido	Permanência de veículos até mais tarde do que o permitido, antes da abertura (por dia)	50 Pontos
	Permanência de veículos após abertura e antes do fecho do evento (por dia)	50 Pontos
Traje	Sem traje adequado à época	50 Pontos
Decoração de espaços/Produtos/Materiais / Identificação	Desvio significativo da ementa apresentada	20 Pontos
	Serviço de refeições ou bebidas não enquadradas na época (por dia)	50 Pontos
	Decoração do espaço/ estrutura com elementos pouco adequados	20 Pontos
	Utilização abusiva de plásticos	30 Pontos
	Latas	30 Pontos
	Outros objetos desadequados	30 Pontos

¹ Sem prejuízo de atrasos decorrentes de motivos de força maior não imputáveis ao expositor e devidamente justificados.

QUADRO DE AVALIAÇÃO DE PENALIDADES APLICÁVEIS AOS RESTANTES EXPOSITORES		
INCUMPRIMENTOS		AVALIAÇÃO (300 Pontos)
Horário ¹	Atraso na abertura (por dia)	20 Pontos
	Fecho antecipado (por dia)	20 Pontos



mbeu

Circulação de veículos fora do horário de permitido	Permanência de veículos até mais tarde do que o permitido, antes da abertura (por dia)	50 Pontos
	Permanência de veículos após abertura e antes do fecho do evento (por dia)	50 Pontos
Traje	Sem traje adequado à época	50 Pontos
Decoração de espaços/Produtos/Materiais /Identificação	Decoração do espaço/ estrutura com elementos pouco adequados	20 Pontos
	Produto desadequado	50 Pontos
	Embalagem desadequada	20 Pontos
	Identificação de produto em material desadequado	20 Pontos

¹ Sem prejuízo de atrasos decorrentes de motivos de força maior não imputáveis ao expositor e devidamente justificados.

7. O expositor a quem não seja atribuída qualquer penalização poderá ser contemplado com distinção de **Diferenciação Positiva**, desde que tenha demonstrado grande cuidado na decoração do espaço, na forma de trajar, na forma de apresentação dos produtos e na escolha de produtos na sua relação com o período a que se reporta o evento, demonstrando grande esforço no cumprimento das regras de participação. A diferenciação positiva permitirá, ao participante ou participantes, classificado (s) como excelente no evento do presente ano, usufruir da possibilidade de escolha de lugar no próximo evento de acordo com o supracitado. Em caso de coincidência com outro participante que esteja nas mesmas circunstâncias, será sorteado o lugar escolhido, sendo possível ao não contemplado escolher outro lugar livre.
8. A atribuição de diferenciação positiva será aplicada no máximo a 4 mercadores (em caso de empate de pontuação será realizado sorteio).
9. Os resultados da avaliação qualitativa serão divulgados junto dos intervenientes após a aferição dos registos ao longo do evento.
10. A Organização reserva-se o direito de obrigar o expositor a abandonar o evento, sem direito a qualquer reclamação, em caso de total incumprimento das regras de participação. Nesta situação o expositor fica ainda impossibilitado de participar em próxima edição do evento.
11. O expositor inscrito que não compareça para ocupar ao seu espaço sem aviso prévio, devidamente justificado, também ficará impossibilitado de participar em próxima edição do evento.

Artigo 19.º MARKETING PROMOCIONAL

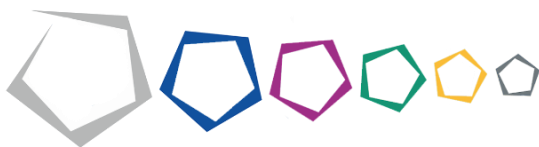
No âmbito do Plano de Comunicação do Evento de MURALHAS COM HISTÓRIA, a entidade organizadora compromete-se a promover, pelo menos, as seguintes ações:

Fase 1 (junho a agosto):

- Distribuição de flyers genérico até meados de junho no concelho e nos postos de Turismo dos concelhos limítrofes;
- Publicitação do evento com programa genérico em Sítio da Internet e Redes Sociais do Município;

Fase 2 (agosto e em setembro):

- Colocação de outdoors com publicitação de evento no Concelho (Quintas do Espinhal, próximo de Vale Mourisco, Cerdeira do Côa, Cruz, Aldeia da Ribeira);
- Colocação de outdoor na cidade da Guarda (Rotunda do Parque Industrial) e Covilhã (Av. Pêro da Covilhã com a Alameda da Europa);
- Colocação de Monoposte A1/Lisboa (Sul – Norte);



- Distribuição de flyer com programa específico do evento em correspondência não endereçada (Guarda, Covilhã, Fundão, Almeida, Vilar Formoso, Viseu, Castelo Branco, Penamacor, Belmonte, Ciudad Rodrigo e Salamanca);
- Distribuição de flyers com programa específico do evento, com recibos de água de agosto (concelho do Sabugal);
- Distribuição de flyers com programa específico do evento nos postos de Turismo dos concelhos limítrofes;
- Nota de imprensa;
- Spot de Rádio (Rádio Alitude, Rádio Cova da Beira e Rádio Caria);
- Inserção de Encarte em Jornais (Interior e Expresso)

Artigo 20.º
CONDIÇÕES GERAIS

1. A inscrição no evento "MURALHAS COM HISTÓRIA", vinculada pela Declaração de Confirmação de Presença presente na Ficha de Inscrição, implica a aceitação tácita, por parte dos candidatos, de todas as condições expressas no presente documento, significando o compromisso do seu estrito cumprimento;
2. Das decisões da Organização não haverá qualquer recurso, sem prejuízo do referido no n.8 do artigo 19.º.
3. Os participantes no evento que, com as respetivas viaturas e/ou outros equipamentos, danifiquem estruturas ou bens instalados no recinto serão responsabilizados pelos mesmos, assumindo todas as responsabilidades e os custos daí decorrentes;
4. A organização não se responsabiliza por qualquer reclamação relativa à qualidade dos produtos comercializados no interior da mesma;
5. Em nenhum momento poderá ser alegado o desconhecimento das regras de participação.
6. Todas e quaisquer lacunas e omissões do presente documento serão analisadas e resolvidas pela Organização.

Município de Sabugal

A Vice-presidente da Câmara,


(Maria Delfina Leal)



Anexo 7 – Regras de Atribuição de Lembranças no Evento “Muralhas com História”

MURALHAS COM HISTÓRIA 2015

Regra de Atribuição de Lembranças – Pass’a Porta

Os visitantes que entregarem o “Pass’a Porta” **COM TODOS OS CARIMBOS** serão contemplados com um brinde. As crianças receberão **1 LÁPIS** e os adultos **1 ÍMAN**.

Os Pass’a Porta contemplados com os números visíveis na seguinte tabela terão direito a **1 VOUCHER PARA AS TERMAS DO CRÓ**.

25	50	75	100	125	150	175	200	225	250	260	270	280
275	300	325	350	375	400	425	450	475	500	510	520	530
525	550	575	600	625	650	675	700	725	750	760	770	780
775	800	825	850	875	900	925	950	975	1000	1010	1020	1030
1025	1050	1075	1100	1125	1150	1175	1200	1225	1250	1260	1270	1280
1275	1300	1325	1350	1375	1400	1425	1450	1475	1500	1510	1520	1530
1525	1550	1575	1600	1625	1650	1675	1700	1725	1750	1760	1770	1780
1775	1800	1825	1850	1875	1900	1925	1950	1975	2000	2010	2020	2030
2025	2050	2075	2100	2125	2150	2175	2200	2225	2250	2260	2270	2280
2275	2300	2325	2350	2375	2400	2425	2450	2475	2500	2510	2520	2530
2525	2550	2575	2600	2625	2650	2675	2700	2725	2750	2760	2770	2780
2775	2800	2825	2850	2875	2900	2925	2950	2975	3000	3010	3020	3030
3025	3050	3075	3100	3125	3150	3175	3200	3225	3250	3260	3270	
3275	3300	3325	3350	3375	3400	3425	3450	3475	3500	3510	3520	
3525	3550	3575	3600	3625	3650	3675	3700	3725	3750	3760	3770	
3775	3800	3825	3850	3875	3900	3925	3950	3975	4000	4010	4020	
4025	4050	4075	4100	4125	4150	4175	4200	4225	4250	4260	4270	
4275	4300	4325	4350	4375	4400	4425	4450	4475	4500	4510	4520	
4525	4550	4575	4600	4625	4650	4675	4700	4725	4750	4760	4770	
4775	4800	4825	4850	4875	4900	4925	4950	4975	5000			

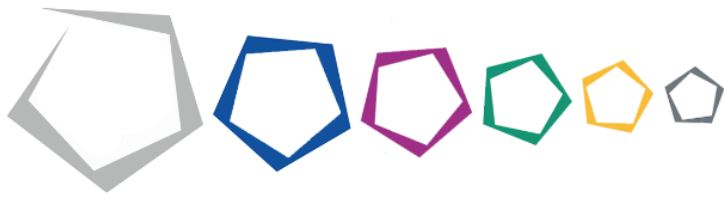
Os Pass’a Porta contemplados com os números visíveis na seguinte tabela terão direito a **1 LIVRO “LAGARTIXA”**.

111	222	333	444	555
666	777	888	999	1110
2221	3332	3434	4545	4559

Os Pass’a Porta contemplados com os números **1, 23, 345, 4567 e 5000** terão direito a **1 LIVRO “SORTELHA, SEGREDOS PARA DESCOBRIR”**.



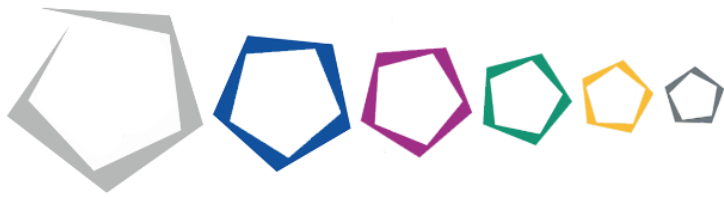
Anexo 8 – **Boletim/Agenda Municipal**



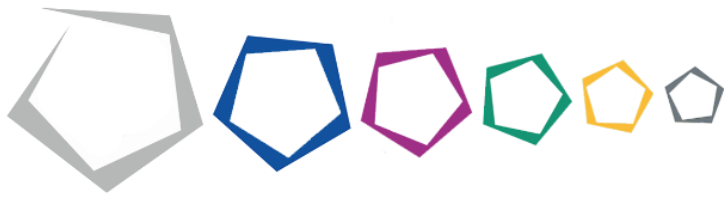
Anexo 9 – Gestão do Material Promocional

REGISTO DE PEDIDOS

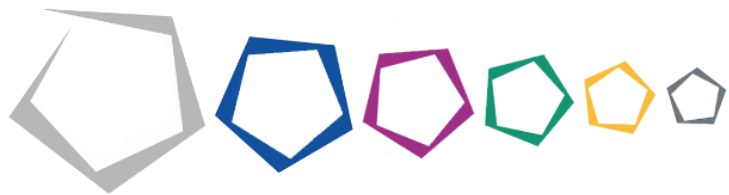
REQUERENTE	ATIVIDADE	DATA DE ENTREGA	MATERIAL FORNECIDO	ENTRADA / DESPACHO
SED	Inauguração Posto de Turismo de Sortelha	31.07.2015	70 folhetos Sabugal, 25 PR's (1 à 6), 50 PR 7, 25 PR 8, 25 Cró, 30 pentágono, 25 Centro BTT, 50 Grande Rota, 40 Roteirinho dos Castelos, 12 brochura Capeia Arraiana, Calendário das Capeias, 23 Revista National Geographic, 5 "Maria Mim", 2 "Celestina", 1 "Sabucale n.º1", 2 "Memórias", 1 "Forcão", 15 Agendas Municipais	Entregue à Dr ^a . Margarida Martins
Associação Etnográfica de Sortelha	XV Festival de Folclore (1 de agosto)	31.07.2015	5 conjuntos compostos por: roteiro turístico, brochura Capeia Arraiana, agenda municipal, folheto Sortelha, folheto " A poesia e as...", calendário Capeias, folheto Sabugal, pentágono, galhardete, pote de mel, pin, caneta	Entregue à Sr ^a . Vice-Presidente



<p>Adjunto da Presidência</p>	<p>Fórum Rede Sabugal Primus (8 de agosto)</p>	<p>07.08.2015</p>	<p>14 folhetos de cada PR (1 à 8), 14 centro BTT, 20 pentágonos, 51 folheto Cró, 27 Grande Rota, 32 folheto Sortelha, folheto Sabugal 41, 6 agendas, 6 brochura Capeia.</p> <p>83 pastas compostas por: 1 pentágono, 4 folhetos capeia, 1 brochura capeia, 1 agenda</p> <p>Secretário de Estado: 1 pentágono, 1 agenda, 1 folheto capeia, 1 brochura capeia, 1 livro "Forcão", 1 folheto centro BTT, 1 folheto Sabugal, 1 grande rota, 1 folheto Cró, 1 roteiro turístico, 1 mapa dos castelos.</p>	<p>Entregue ao Dr. Norberto</p>
<p>Tânia Melro (Técnica de Turismo)</p>	<p>Reposição de stock Posto de Turismo Sabugal</p>	<p>18.08.2015</p>	<p>142 PR 1, 120 PR 2, 121 PR 3, 116 PR 4, 120 PR 5, 113 PR 6, 112 PR 7, 131 PR 8, 151 folheto Sabugal, 12 folheto centro BTT, 79 Grande Rota, 51 Cró, 46 pentágono, 54 mapa castelos, 31 folheto Sortelha</p>	<p>Entregue à Tânia</p>
<p>Sylvie (Técnica de Turismo)</p>	<p>Posto de Turismo Sortelha</p>	<p>20.08.2015</p>	<p>50 de cada PR (1 à 8), 50 folheto Sabugal, 15 folheto Centro BTT, 50 Grande Rota, 16 Cró, 30 pentágono, 20 mapa Castelos</p>	<p>Entregue à Sylvie</p>



Museu Municipal do Sabugal	Museu Sabugal	24.08.2015	12 PR 1, 2 e 5, 12 centro BTT	Entregue ao Jorge Torres
Manuel Manata	Castelo do Sabugal	26.08.2015	1000 folhetos Sortelha (PT), 80 mapas dos Castelos	Entregue ao Manata
J. F. Sortelha	Divulgação em Unidade Hoteleira (Covilhã)	28.08.2015	30 folheto Sabugal, 12 centro BTT, 30 folheto Sortelha, 10 de cada PR (1 à 8)	Entregue ao Secretário da Junta de Freguesia
Sylvie (Técnica de Turismo)	Posto de Turismo Sortelha	04.09.2015	500 de cada (PT, Inglês e Espanhol) Folheto Sortelha, 500 flyers Muralhas com História	Entregue à Sylvie
Sérgio Pires	Caminhada “Caminhar com Vida” (20 de setembro)	18.09.2015	140 PR 7 (Sortelha)	Entregue ao Sérgio
Hotel Termal do Cró (Tânia)	Termas do Cró	28.09.2015	25 de cada PR (1 à 7), 50 PR 8 (PT), 25 PR 8 (Inglês), 10 centro BTT, 20 pentágono	Entregue à Tânia – Hotel do Cró
Jorge Torres (Museu do Sabugal)	Museu do Sabugal	29.09.2015	50 de cada PR (1 à 5)	Entregue ao Jorge
Presidente J.F. Fóios	Encontro de Caravanistas (2 de outubro)	01.10.2015	25 PR 3, 25 PR 8, 25 folheto Sabugal, 25 folheto Sortelha, 20 pentágono, 10 centro BTT	Entregue ao Sr. Presidente da Junta dos Fóios

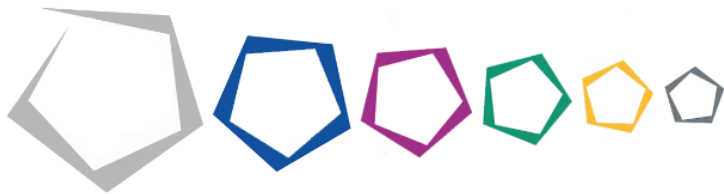


Anexo 10 – **Ficheiro de Imprensa**



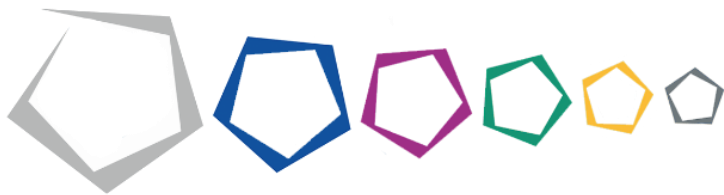
MUNICÍPIO
DO
SABUGAL

COMUNICAÇÃO SOCIAL



JORNAIS

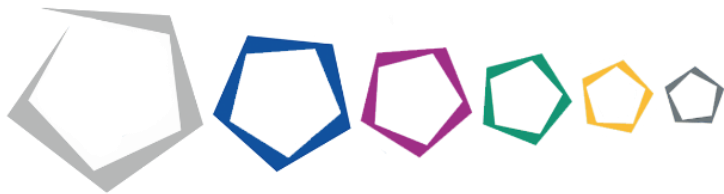
NOME	DIRETOR	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Terras da Beira	Virgílio Mendes Ardérius	Rua Soeiro Viegas – 2 B , apartado 201	6300 – 758 Guarda	271 223 110/1	tb@terrasdabeira.com publicidade@terrasdabeira.com
O Interior	Luís Baptista Martins	Rua da Corredoura, 80 – r/c Dto C	6300 – 825 Guarda	271 212 153	ointerior@ointerior.pt publicidade@ointerior.pt
A Guarda	Cunha Sérgio	Tipografia Veritas – Rua Marquês de Pombal, 55-61	6300 – 728 Guarda	271 222 105	a.guarda.veritas@mail.telepac.pt
Jornal do Fundão	Fernando Paulouro Neves	Rua Jornal do Fundão – 4/6	6231 Fundão	275 779 350	redacao@jornaldofundao.pt publicidade@jornaldofundao.pt guarda@jornaldofundao.pt
Notícias da Covilhã	Fernando Brito	Rua Jornal de Notícias da Covilhã, 65	6201 – 015 Covilhã	275 330 700	redacao@noticiasdacovilha.pt comercial@noticiasdacovilha.pt
Reconquista		Rua de S.Miguel, 3	6000 – 181 Castelo Branco	272 321 357	administracao@reconquista.pt redacao@reconquista.pt
Gazeta do Interior	Leopoldo Rodrigues	Av. 1º de Maio, 39 – 1º Dto	6000 – 086 Castelo Branco	272 320 090	redacao@gazetadointerior.pt
Cinco Quinas	António Rito Pereira	Zona Industrial, Lote 36	6320 – 317 Sabugal	271 615 054	concoquinas@gmail.com



Amigo da Verdade	Geadá Pinto	Oficinas de S. Miguel – Outeiro de S. Miguel	6300 – 035 Guarda	271 238 197	amigodaverdade@mail.telepac.pt
Amigo do Sabugal	Joaquim Dinis	Casa Paroquial – Rua de S. Domingos	6320 - Sabugal	271 752 116	amigososabugal@gmail.com
Jornal Voz do Campo	Paulo Martins Gomes	Travessa do Matadouro Bloco B – 2-A, r/c esq	6000 – 306 Castelo Branco	272 324 585	administracao@vozdocampo
Gazeta Rural	José Luís Araújo	Rua Almeida Moreira, nº 17 – r/c	3500 – 073 Viseu	232 436 400	gazetarural@gmail.com

TELEVISÃO

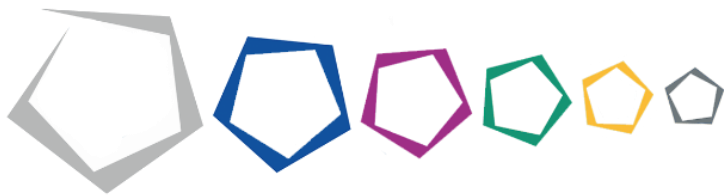
NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Centro de Informação Regional RTP Castelo Branco	Antigo Quartel de Cavalaria	6000 – 097 Castelo Branco	272 349 300	castelobranco@rtp.pt
Delegação da Rádio e Televisão de Portugal na Guarda	Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, s/n	6300 – 559 Guarda	271 223 448	rtp.guarda@rtp.pt



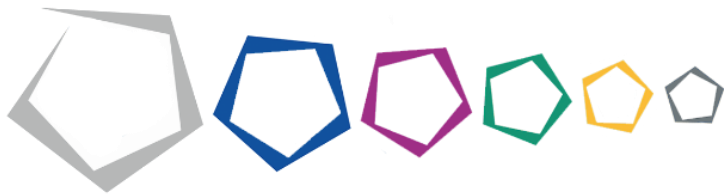
RTP	Av. Marechal Gomes da Costa, nº 37	1849 – 030 Lisboa	217 947 000	
TVI	Rua Mário Castelhana, 40 – Queluz de Baixo	2734 – 502 Barcarena	214 347 500	agenda@tvi.pt (contacto para envio de informação/notícias) ***** guarda.tvi@gmail.com
SIC	Estrada da Outurela, nº 119	2794 – 052 Carnaxide	808 202 822 (contacto para envio de informação/notícias)	agenda@sic.pt (contacto para envio de informação/notícias)

RÁDIOS

NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Rádio Altitude	Rua Batalha Reis	6300 – 668 Guarda	271 221 995	altitude@altitude.fm
Rádio F	Rua Soeiro Viegas, nº 2-B	6300 – 758 Guarda	271 221 468	radiof@radiof.com



Rádio Caria	Edifício da Junta de Freguesia	6200 Caria	275 476 330	radiocaria2@gmail.com
Rádio Cova da Beira	Av. Dr. Alfredo Mendes Gil – Casa Gascao	6230 – 287 Fundão	275 753 800	rcb.radio@mail.telepac.pt
Rádio Elmo	Rua Dr. António Seixas, nº 22	6400 – 323 Pinhel	271 413 310	geral@radioelmo.com info@radioelmo.com
Rádio Fronteira	Alto dos Ataques	6355 – 256 Vilar Formoso	271 512 909	geral@radiofronteira.com
Rádio Bandarra	Casa do Parque – Apartado 42	6420 Trancoso		
Rádio Clube da Meda	Bairro Lobo do Pombo, Lote 13	6430 - Mêda	279 882 183 967 354 020	medafm@portugalmail.pt
Rádio Jornal do Fundão	Rua 5 de Outubro, apartado 412	6230 – 909 Fundão	275 750 070	Ver em JORNAIS
Rádio Sabugal	Rua António José de Almeida, 17	6320 – 354 Sabugal		sabugal@mcr.iol.pt
TSF				

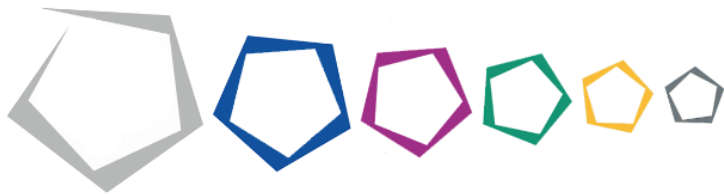


AGÊNCIAS DE INFORMAÇÃO

NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Agência Lusa	Largo N.S. Joaquim Alves Brás, nº 24 dt	6300 Guarda	271 224 580	centro@lusa.pt

BLOGUES

NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Blogue Capeia Arraiana				leitaobatista@gmail.com jcglages@gmail.com

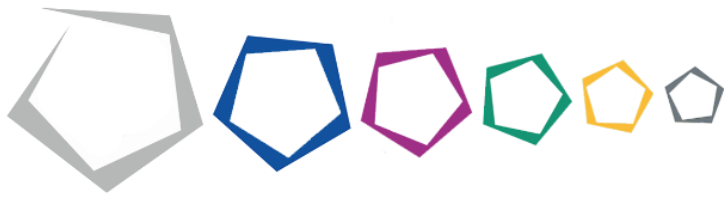


LOCALVISÃO

NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Canalvisão – Comunicação Multimédia, SA	Rua General Póvoas – Solar dos Póvoas, nº 3	6300 – 714 Guarda	271 232 250	guarda.director@localvisao.tv guarda.noticias@localvisao.tv

REVISTAS

NOME	MORADA	CÓDIGO POSTAL	TELEFONE	E-MAIL
Cofina Media: - Revista Sábado - Revista Flash				Coordenador: joasantana@cofina.pt



<ul style="list-style-type: none">- Revista GPS (encarte Revista Sábado)- Correio de Domingo- Vidas- TV Guia				liseteferreira@cofina.pt
<p>Visão:</p> <ul style="list-style-type: none">- Revista Sete			214 698 226	<p>Gestor de Contas:</p> lbarata@impresa.pt