



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Ana Lúcia Dias Lopes

dezembro | 2016



Ficha de Identificação

Nome do Estagiário | Ana Lúcia Dias Lopes

Número | 5007648

Estabelecimento de Ensino | Instituto Politécnico da Guarda

| Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Curso | Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Docente | Mestre Guilherme Monteiro

Instituição de Estágio | Câmara Municipal da Guarda

Supervisor na Organização | Dra. Susana Adaixo

Morada | Praça do Município, 6300-854 Guarda

Telefone | (+351) 271 220 200

Site | <http://www.mun-guarda.pt>

E-mail | geral@mun-guarda.pt

Início do Estágio | 3 de agosto de 2015

Conclusão do Estágio | 30 de outubro de 2015

Dedicatória

Aos meus pais, por terem estado sempre lá para mim, por todo o apoio incondicional e por todas as lições de vida que fizeram de mim a pessoa que sou hoje.

Aos meus tios, Lúcia e Handerson, por tudo, mas sobretudo, por terem sido os meus pais nesta cidade.

Agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda pela formação profissional, a todos os Docentes da Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto por toda a atenção dispensada e em particular ao meu docente orientador, o Professor Guilherme Monteiro.

À Câmara Municipal da Guarda por me ter acolhido e recebido como estagiária, e a todos os colaboradores que me ajudaram nestes três meses em particular à Dra. Susana Adaixo.

Um agradecimento especial aos meus pais por terem sempre, e desde sempre acreditado em mim, nas minhas capacidades e principalmente por confiarem cegamente nas minhas decisões.

E a todos os amigos que levo desta vida académica e desta cidade. Obrigada por tornarem a estes três anos únicos e especiais.



“Chamem-te, embora, “feia, farta e fria”,

Alta cidade da vetusta Beira

Entalhada na Mostra serrania,

Mas também ás “fidalgas” hospitaleira.

Alta cidade, a todas sobranceira,

Tens do Mondego as graças e a alegria,

E a pureza de altura é tão sadia

Que os tísicos te chamam “feiticeira”...

Debaixo do teu céu, onde eu nasci,

Os ecos acordei rindo e chorando...

Choro que me lembro! Riso que me esqueci!

Oh, minha terra amada, não me ilude

O ressurgir do teu valor cantando...

És a campa da minha juventude.

(...)

Fontinha de água senil

Quase já nas despedidas

Foi aqui que Augusto Gil

Fez a canção das Perdidas”¹

¹ **Poema de Júlio Augusto Ribeiro da Silva** – Extrato de Solidão II in Guarda livros: textos e contextos.

Fonte - <http://www.bmel.pt/a-guarda-em-letras/minha-terra-alta-de-azul-e-neve/1031-julio-augusto-ribeiro-da-silva>.
– consultado a 16/05/2016.

Resumo

Este relatório é referente ao estágio curricular de três meses na loja “Espaço da Terra” e no gabinete de Comunicação do Teatro Municipal da Guarda (TMG), ambas as estruturas pertencentes à Câmara Municipal da Guarda (CMG).

O relatório está dividido em dois capítulos, o primeiro faz referência à organização CMG dando particular atenção aos dois espaços em que estive inserida durante o estágio. O segundo capítulo explicita as atividades que desenvolvi. Na loja “Espaço da Terra” desempenhei funções de atendimento e acompanhamento ao público, assim como a elaboração da sùmula da revista “Praça Velha”. No gabinete de Comunicação do TMG as minhas tarefas centraram-se na atualização da base de dados da comunicação social e elaboração de notas à imprensa.

Concluo com uma reflexão sobre o trabalho desenvolvido, a experiência e com algumas considerações sobre toda a aprendizagem.

Palavras-chave: Loja “Espaço da Terra”; Artesanato; Atendimento ao Público; Teatro Municipal da Guarda; Relação com os Media.

Abstract

This report refers to the three-month internship in the "Espaço da Terra" store and the Communications Office of the Municipal Theater of Guarda (TMG), both structures related to the Guarda Municipal Council (CMG).

The report is divided into two chapters, the first one refers to the organization CMG paying particular attention to the two spaces in which I was inserted during the internship. The second chapter explains the activities I have developed. In the "Espaço da Terra" store, I performed functions of attendance and follow-up to the public, as well as the summary of the magazine "Praça Velha". In the TMG Communications office, my tasks focused on updating the media database and preparing Press Releases.

I conclude with a reflection on the work developed, the experience and with some considerations on all learning.

Keywords: "Espaço da Terra" Store; Crafts; Customer service; Municipal Theater of Guarda ; Relationship with the media.



Índice Geral

Ficha de Identificação	I
Dedicatória	II
Agradecimentos.....	III
Resumo.....	V
Abstract	VI
Índice de Figuras	IX
Índice de Tabelas.....	IX
Lista de Siglas	X
Glossário.....	XI
Introdução	1
Capítulo I – Município da Guarda.....	2
1.1. Caracterização do Concelho	3
1.2. Identificação da Organização	4
1.3. Estrutura Orgânica.....	5
1.4. Identidade Visual.....	7
1.4.1. Nome	8
1.4.2. Logótipo	9
1.4.3. Slogan.....	10
1.5. Política de Comunicação	11
1.5.1. Comunicação Interna.....	11
1.5.2. Comunicação Externa	12
1.6. Áreas de Atuação.....	15
1.6.1. Ambiente	15
1.6.2. Cultura.....	15
1.6.3. Desporto	16
1.6.4. Ação Social	16
1.6.5. Educação	16
1.6.6. Turismo	16
1.7. Paço da Cultura.....	17
1.8. Teatro Municipal da Guarda.....	18
1.8.1. Estrutura Física.....	19
1.8.1.1. O Grande Auditório.....	19



1.8.1.2. O Pequeno Auditório.....	19
1.8.1.3. O Café-Concerto.....	19
1.8.1.4. A Galeria de Arte	20
1.8.2. Política de Programação.....	20
1.8.3. Serviço Educativo	20
1.8.4. Objetivos do Teatro Municipal da Guarda.....	21
1.8.5. Recursos Humanos	21
Capítulo II – O Estágio Curricular.....	23
2.1. Plano de Estágio	24
2.2. Cronogramas.....	26
2.3. Tarefas Desenvolvidas.....	28
2.3.1. Paço da Cultura.....	29
2.3.1.1. Atendimento e acompanhamento ao público	30
2.3.1.2 – Elaboração da Súmula da Revista Praça Velha.....	32
2.3.1.3 – Jornadas Europeias do Património Industrial e Técnico	34
2.3.2. Teatro Municipal da Guarda	37
2.3.2.1. Atualização da base de dados da comunicação social.....	38
2.3.2.2. Elaboração de Notas à Imprensa	40
2.3.2.3. Apoio às atividades do Serviço Educativo	41
Reflexão Final	42
Bibliografia.....	44
Anexos	

Índice de Figuras

Figura nº 1 - Mapa de Portugal com a Localização do distrito da Guarda.	3
Figura nº 2 - Mapa da Cidade da Guarda.	4
Figura nº 3 - Câmara Municipal da Guarda.	4
Figura nº 4 - Imagem Corporativa do Município da Guarda.	7
Figura nº 5 - Áreas de Atuação do Município da Guarda.	9
Figura nº 6 - Imagem Corporativa do Município da Guarda com Slogan.	10
Figura nº 7 - Página Oficial do Município da Guarda no Facebook.	13
Figura nº 8 - Site do Município da Guarda.	13
Figura nº 9 - Cartaz da FIT.	14
Figura nº 10 - Cartaz da Feira Farta.	14
Figura nº 11 - Cartaz da Guarda Cidade Natal.	15
Figura nº 12 - Mapa da Cidade da Guarda.	17
Figura nº 13 - Edifício do Paço da Cultura e do Museu da Guarda.	17
Figura nº 14 - Teatro Municipal da Guarda.	18
Figura nº 15 - Grande Auditório.	19
Figura nº 16 - Pequeno Auditório.	19
Figura nº 17 - Café Concerto.	19
Figura nº 18 - Galeria de Arte.	20
Figura nº 19 - Instalações Artísticas da Exposição retratando a Tecelagem, a Cestaria e a Cutelaria.	29
Figura nº 20 - Exemplo de <i>Press Book</i>	32
Figura nº 21 - Excerto da Súmula da Revista "Praça Velha".	33
Figura nº 22 - Cartaz das JEP.	34
Figura nº 23 - Oficina "Descobrir os Moinhos de Vento".	36
Figura nº 24 - Exemplo de "Cartão de Visita" do programa Microsoft Outlook.	39

Índice de Tabelas

Tabela nº 1 - Cronograma do mês de agosto.	26
Tabela nº 2 - Cronograma do mês de setembro.	27
Tabela nº 3 - Cronograma do mês de outubro.	27

Lista de Acrónimos e Siglas

CMG – Câmara Municipal da Guarda

CRP – Comunicação e Relações Públicas

GESP – Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais

JEP – Jornadas Europeias do Património

RP – Relações Públicas

TMG – Teatro Municipal da Guarda

Glossário

Media – “designa o conjunto dos meios de comunicação social ou de massas (...)” (Cascais, 2001: 133).

Lead – “Introdução de uma notícia, correspondendo normalmente ao primeiro parágrafo. A estrutura da notícia (...) compõe-se assim de um lead (geralmente não mais de cinco ou seis linhas e de 30 a 40 palavras) e um corpo, sendo este o desenvolvimento da informação sintética e essencial contida no lead” (Cascais, 2001: 125).

Workshops – é um tipo de evento onde “são utilizadas várias técnicas, uma das quais experimentação, em que o problema apresentado terá de ser resolvido através de tentativas” (Pedro et al., 2007: 26).

Introdução

A realização do relatório de estágio é elaborada no âmbito da unidade curricular Projeto/Estágio, com vista à conclusão da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas (CRP). O relatório de estágio apresenta o trabalho que realizei durante três meses na loja “Espaço da Terra” e no gabinete de comunicação do TMG, ambas estruturas respeitantes à CMG.

O mesmo está dividido em dois capítulos, o primeiro aborda a organização CMG e o segundo reflete as atividades lá realizadas.

O primeiro capítulo faz inicialmente uma pequena caracterização do concelho e seguidamente mostra a identificação da organização, o Município da Guarda. Ao longo do capítulo é também descrita a estrutura orgânica do município, assim como a Identidade Visual incluindo o nome, o slogan e o logótipo. Desenvolvo também a Política de Comunicação do município referindo as principais ferramentas internas e externas utilizadas. De seguida, descrevo as áreas de atuação do Município, fazendo um breve resumo sobre cada uma delas. Por fim, desenvolvo e apresento mais aprofundadamente as duas áreas em que estive a estagiar, o Paço da Cultura e o TMG.

O segundo capítulo é dedicado ao estágio. Em primeiro lugar apresento o plano de estágio (Anexo I). Em seguida são expostos os vários cronogramas das tarefas desenvolvidas e por fim segue uma descrição pormenorizada de cada uma das tarefas realizadas durante o estágio.

Para o desenvolvimento deste relatório aliei os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de curso às seguintes metodologias de trabalho: pesquisas documentais, pesquisas bibliográficas, consulta de documentos internos, observação participante de procedimentos, dados recolhidos juntos dos colaboradores da CMG e pesquisa e recolha de informação na internet. Acrescento ainda que ao longo do estágio procurei tirar fotografias e elaborar tabelas próprias. No final, é apresentada a reflexão sobre todo o trabalho desenvolvido enquanto estagiária, assim como todas as dificuldades e competências que esta experiência me concedeu.



GUARDA
A GUARDA POR SI

Capítulo I

Município da Guarda



No presente capítulo é feita a caracterização do concelho, a identificação da organização seguida da sua identidade visual e política de comunicação. São apresentadas as áreas de atuação dando particular atenção ao Paço da Cultura e ao Teatro Municipal da Guarda.

1.1. Caracterização do Concelho



A Cidade da Guarda (Figura nº 1) a mais alta de Portugal, localizada a 1056 metros de altitude, é capital de distrito e o concelho tem um total de 42 541 mil habitantes, segundo os Censos 2011, cerca de 712 km^2 e 43 freguesias.



O Concelho está situado no centro da região da beira alta, entre o Planalto Guarda-Sabugal e a Serra da Estrela. Esta localização dá-lhe o privilégio de partilhar a sua área com as importantes bacias hidrográficas dos Rios Mondego, Zêzere e Côa.

O concelho confina a nascente com os concelhos de Pinhel, Almeida e Sabugal, a sul com os de Belmonte e Covilhã, e a poente com Manteigas, Gouveia e Celorico da Beira.²

Figura nº 1 - Mapa de Portugal com a Localização do distrito e concelho da Guarda.

Fonte -

<http://agrupamentoaguardabeira.pt/sites/areadepr ojeto12b2007iewb/page3/page3.html> - consultado a 20/11/2016

² Informação retirada e adaptada do site <http://www.mun-guarda.pt/Portal/concelho.aspx>. – consultado a 16/11/2015.



1.2. Identificação da Organização

A CMG trata-se de uma organização pública que se situa na Praça do Município da Cidade da Guarda (Figura nº 2 e nº 3).

O executivo que se encontra atualmente em funções tem como presidente o Dr. Álvaro dos Santos Amaro.

A cidade da Guarda a mais alta de Portugal, apelidada como a cidade dos 5 F's prima pelos *vestígios de ocupação humana desde a Pré-História, sendo oficialmente fundada por Sancho I, que lhe doou foral em 1190.*³

A cidade da Guarda é também umas das 18 capitais de distrito de Portugal. Estes subdividem-se em municípios, *a subdivisão territorial mais consistente que o país teve ao longo de 900 anos de história.*⁴ Quando se fala em município, concelho, temos de perceber que este é o termo usado para uma organização que tem como função administrar uma cidade ou população.⁵

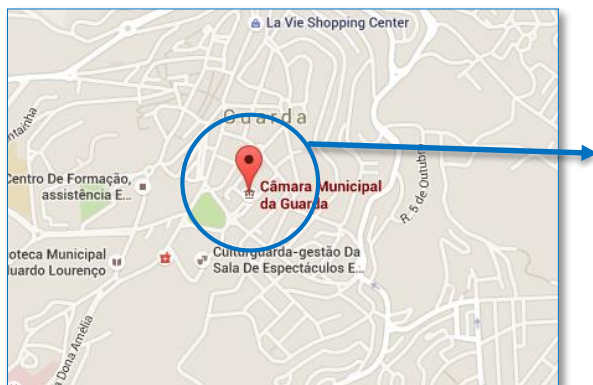


Figura nº 3 - Mapa da Cidade da Guarda.

Fonte -

<https://www.google.pt/maps/place/Guarda/@40.5392356,7.2803795,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0xd3cfadb1981953f:0x49d2dc8643620605!8m2!3d40.5383482!4d7.2661315>. – consultado a 11/07/2016.



Figura nº 2 - Câmara Municipal da Guarda.

Fonte: <http://beira.pt/portal/noticias/assembleia-municipal-da-guarda-defende-manutencao-do-centro-educativo-do-mondego/>. – consultado a 17/11/2016.

³ **Fonte** - <http://www.visitcentrodeportugal.com.pt/pt/guarda/> - consultado a 17/11/2015.

⁴ **Fonte** - <http://www.mslima.com/sop/divisoies/> - consultado a 09/05/2016

⁵ **Fonte** - <http://conceito.de/municipio> - consultado a 02/06/2016

1.3. Estrutura Orgânica

Todas as organizações apresentam um organograma para representar a sua estrutura organizacional. Assim, a estrutura organizacional demonstra a *forma como as atividades de uma organização são divididas, organizadas e coordenadas*. (Stoner, 1992: 230). Esta divisão torna-se um ponto chave na organização, pois divide logo à partida as atividades pelos diversos setores da mesma.

Segundo Vasconcellos (1989:3) podemos ainda acrescentar que a estrutura de uma organização é apenas o resultado através do qual a autoridade é distribuída. As atividades desde os níveis mais baixos até aos mais altos são distinguidas e um sistema de comunicação é delineado permitindo que as pessoas realizem as atividades e exerçam a autoridade que lhes compete para atingir os objetivos organizacionais.

No organograma que representa a estrutura orgânica da CMG (Anexo II) é possível ver que esta é composta pelos Serviços Municipalizados, Empresas Municipais e Participações Sociais.

No topo da hierarquia está o Presidente ao qual sucedem os seguintes departamentos:

- Gabinete de Apoio à Presidência;
- Informática, Modernização, Administração e Qualidade;
- Gabinete de Comunicação e Relações Públicas;
- Gabinete de Desenvolvimento Estratégico e Apoio ao Investimento;
- Gabinete de Sanidade e Higiene Veterinária;
- Gabinete Técnico Florestal;
- Serviço Municipal de Proteção Civil;

Na linha horizontal podemos ainda observar seis subunidades orgânicas, sendo elas:

- Divisão Administrativa;
- Divisão Financeira e Património;
- Divisão de Educação, Ação Social e Juventude;

- Divisão de Planeamento, Gestão Urbanística e Obras Municipais;
- Divisão de Equipamentos e Infraestruturas;

O estágio em si foi realizado numa das empresas municipais agora extinguida, o TMG e num serviço municipalizado, o Paço da Cultura.⁶

⁶**Fonte** - <http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=48> – consultado a 07/06/2016.



1.4. Identidade Visual

Cada vez mais, ao longo dos anos, as câmaras municipais optam por alterar a sua imagem corporativa no sentido de se diferenciarem das comuns heráldicas e de mostrar mais proximidade com os munícipes. A mudança surge como ponto *positivo e memorável, projetando assim uma personalidade única* (Pinho, 1996: 29) ao Município da Guarda após a renovação da sua identidade visual. Esta, é

um dos elementos fundamentais da imagem da empresa, é o conjunto gráfico que a simboliza visualmente e merece um tratamento mais detalhado por ter o poder de refletir a personalidade da empresa e de ser considerado um valor patrimonial. (Beirão, 2008: 66).

Segundo Lampreia (1998: 66) podemos ainda acrescentar que a identidade *de qualquer instituição começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logótipo e também pelo seu slogan, que são os elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público.*

A CMG, após a entrada em funções do novo executivo no final de 2013, optou por alterar a sua imagem corporativa. A nova imagem foi criada por Paulo Romão Design e apresentada ao município a 4 de abril de 2014. Desde então a identidade visual foi alterada para o cristal (Figura nº 4).



Figura nº 4 - Imagem Corporativa do Município da Guarda.
Fonte - Manual de normas gráficas do Município da Guarda.

O conjunto de atributos físicos de um produto ou serviço, bem como as crenças e expectativas em torno dela são uma combinação única (Cornelissen, 2008: 250) que a par do nome e logotipo criam uma imagem singular na cabeça do público.

1.4.1. Nome

O nome de uma organização é o elemento com maior importância dentro dos componentes da identidade visual, *pois o nome figura todos os serviços e funções da organização (Pinho, 1996: 33).*

Segundo Lampreia (1998: 49) existem sete categorias de nomes:

- Nome Individual, referente normalmente ao fundador da empresa e que pode ser acoplado posteriormente com os nomes de outras pessoas que herdaram ou sucedem cargo;
- Associação de nomes em função das pessoas que integram a sociedade inicialmente constituída;
- Nome descritivo, onde a atividade da empresa é de imediato deduzida;
- Nome abreviado;
- Iniciais;
- Nome fabricado;
- Analogia;

O nome Município da Guarda remete-nos logo para o tipo de organização e para as funções desempenhadas pela mesma. Segundo a categorização de Lampreia (1998: 49) trata-se de um nome descritivo, pois a atividade da organização é deduzida de imediato.



1.4.2. Logótipo

O logótipo em vigor da CMG (Figura nº 4) foi criado para que este, sendo mais atual e dinâmico, retrate uma nova Guarda que se quer mostrar como uma cidade que se abre ao progresso e ao futuro⁷.

Sendo que, logótipo *é a representação visual do nome de uma marca, através de uma determinada tipografia* (Mesquita, 2014: 93) importa referir que a nova imagem da Guarda resulta de dois conceitos que são complementares um cristal de neve e uma caixa tridimensional. No manual de normas gráficas é referido que o cristal remete para as terras serranas e a caixa tridimensional retrata uma cidade em crescimento.

Na memória descritiva, do manual de normas gráficas, também é referido que a cromática escolhida tem como intenção demonstrar o novo posicionamento do município. A imagem apresenta assim aos seus munícipes um futuro mais colorido, uma paleta vasta de novas oportunidades e novos projetos que darão um novo colorido à vida na cidade da Guarda.

É uma imagem não figurativa que deixa alguma liberdade de interpretação a quem vê e com recurso a uma simbologia que reforça os seus pontos fortes. (Romão, 2014: 1).

De acordo com as necessidades do município o logo organizacional do Município da Guarda foi adaptado a cada uma das áreas de actuação da CMG. Sendo eles GuardaAção Social, GuardaCultura, GuardaTurismo, GuardaEducação, GuardaAmbiente e GuardaDesporto, (Figura nº 5).



Figura nº 5 –Áreas de Atuação do Município da Guarda.

Fonte - <http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=30> – consultado a 07/06/2016.

⁷ Retirado e adaptado do Manual de Normas Gráficas do Município da Guarda de Paulo Romão Design.



1.4.3. Slogan

Para a representação verbal de uma organização é necessária a criação de uma frase, denominada por *slogan*. Este, tem a *finalidade de reforçar a mensagem do logótipo, exprimindo a filosofia da empresa. Aplicando a lei da simplificação, um slogan deve conseguir dizer muito em poucas palavras, de forma clara e sugestiva.* (Lampreia, 1998: 53).

A versão do logótipo do Município da Guarda (Figura nº 6) com *slogan* foi criada para fins promocionais e publicitários. Segundo o manual de normas gráficas, este apresenta duas leituras possíveis. Por um lado, formula um convite, afirma claramente que o município espera que venham à Guarda, por outro lado é uma promessa, de que a Guarda está lá por e para todos os munícipes.



Figura nº 6 - Imagem Corporativa do Município da Guarda com Slogan.
Fonte - Manual de Normas Gráficas do Município da Guarda.



1.5. Política de Comunicação

A Câmara Municipal da Guarda, uma organização pública, trata-se de um município que tem vindo a protagonizar várias mudanças pela cidade após 2013. Utilizando fatores de comunicação interna e externa tem-se diferenciado dos restantes municípios pela sua aposta criativa na comunicação.

A comunicação organizacional *abrange todas as formas de comunicação utilizadas pela organização para se relacionar e interagir com seus públicos*⁸. Portanto a comunicação organizacional encarrega-se do *público interno (recursos internos, setores da organização, colaboradores) (...) mas também dos públicos externos (clientes, outras organizações)* (Gonçalves, 2014: 8).

Com este novo executivo o objetivo comunicacional é transmitir aos seus munícipes o verdadeiro potencial da cidade. Permutar a ideia de que esta não se trata apenas de uma cidade alta e fria, mas uma cidade com alma.⁹

1.5.1. Comunicação Interna

A CMG é uma organização com diversas áreas de atuação e também com várias infraestruturas espalhadas pela cidade e concelho. O que pode dificultar bastante a eficácia da comunicação interna. De um modo geral, a comunicação interna

engloba a comunicação administrativa (por meio de memorandos, cartas, circulares, instruções), a comunicação social (que se utiliza em boletins, jornais internos, revistas, intranet) e comunicação interpessoal (comunicação cara-a-cara, funcionários/funcionários, chefias/ subordinados) (Curvello, 2012:22).

Apesar das diferentes áreas, departamentos e até mesmo infraestruturas a CMG consegue de forma positiva a comunicação constante entre os diferentes serviços. Esta comunicação ocorre principalmente através de correio eletrónico e telefonemas, pela linha interna. O outro método bastante utilizado são as reuniões, que por vezes acabam por ser diárias favorecendo a comunicação interpessoal.

⁸ Fonte - <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/cleusa.htm>

⁹ Retirado e adaptado do boletim municipal da Guarda nº1.

A CMG também possui intranet onde são dispostas com alguma frequência informações relevantes sobre o município, os colaboradores ou os diferentes serviços.

O principal evento interno é o jantar de Natal reunindo todos os colaboradores numa ocasião especial.

1.5.2. Comunicação Externa

Como já referi, o executivo que está agora em funções na CMG privilegia a boa relação com os seus munícipes. Deseja mantê-la e fortalecê-la.

*A comunicação externa tem a finalidade de divulgar a empresa, as suas ações, os seus produtos e serviços junto do público externo, (...) sendo um instrumento fundamental para construir e solidificar a imagem empresarial.*¹⁰

Para tal uma organização pode recorrer a ferramentas como: Internet; Vídeo Institucional; brindes; revistas; propaganda; publicidade; feiras e eventos.

A primeira das medidas de comunicação do novo executivo da CMG foi a criação da nova imagem corporativa.

O município alargou também os locais na cidade que disponibilizam rede Wi Fi gratuita, a Guarda Wi Fi.

Utiliza também as redes sociais, a página oficial do facebook, para fazer chegar informação aos cidadãos de uma forma mais rápida e eficaz (Figura nº 7).

¹⁰ **Fonte -**

<https://books.google.pt/books?id=bXEQBQAAQBAJ&pg=PA4&dq=comunica%C3%A7%C3%A3o+empresarial+conceito,+aplica%C3%A7%C3%A3o+e+import%C3%A2ncia+na+pr%C3%A1tica&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwjL4u3ZlcLQAhUnwYMKHVccDbIQ6AEIMjAA#v=onepage&q=comunica%C3%A7%C3%A3o%20empresarial%20conceito%2C%20aplica%C3%A7%C3%A3o%20e%20import%C3%A2ncia%20na%20pr%C3%A1tica&f=false> – consultado a 21/11/2016.



Figura nº 7 - Página Oficial do Município da Guarda no Facebook.

Fonte - <https://www.facebook.com/MunicipiodaGuarda/?fref=ts> – consultado a 20/11/2016.

O site institucional é outra das formas de comunicação do município. Na página podemos ver informação sobre o município, os locais a visitar, áreas, serviços, avisos, publicações e aceder às reportagens da GuardaTV (Figura nº 8).

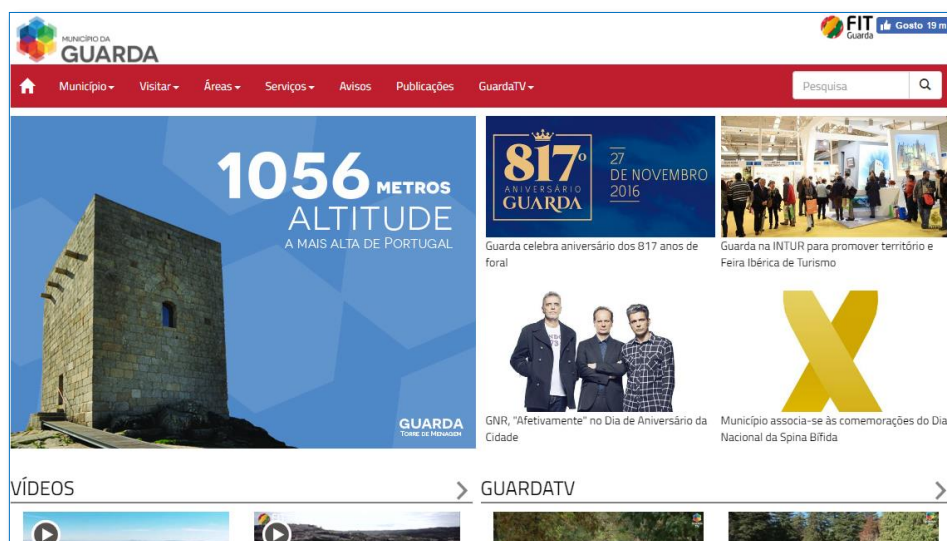


Figura nº 8 - Site do Município da Guarda.

Fonte - <http://www.mun-guarda.pt/Portal/default.aspx> - consultado a 21/11/2016.

A GuardaTV é um dos projetos de comunicação mais recentes do município e surge como forma de divulgar as iniciativas e serviços do mesmo.

A CMG também utiliza bastante os eventos para estreitar a sua relação com os munícipes, dar o conhecer a região e os produtos e trazer visitantes à cidade.



Dentro destes podemos destacar:

- A FIT, Feira Ibérica do Turismo (Figura nº 9);



Figura nº 9 - Cartaz da FIT.

Fonte - <http://www.roteiroguarda.com/v4/index.php/eventos/213-fit-feira-iberica-de-turismo-2016-guarda> - consultado a 21/11/2016.

- A Feira Farta (Figura nº 10);



Figura nº 10 - Cartaz da Feira Farta.

Fonte - <http://espelhadainterioridade.blogspot.pt/2015/08/feira-farta-quer-ser-estimulo-producao.html> - consultado a 21/11/2016.



- Guarda Cidade Natal (Figura nº 11);



Figura nº 11 - Cartaz da Guarda Cidade Natal.

Fonte - <http://www.freguesiadaguarda.pt/fgDetalheNoticia?idnews=a0N2000000900nrEAA> – consultado a 21/11/2016.

1.6. Áreas de Atuação¹¹

No presente ponto vou descrever as principais áreas de atuação da CMG de modo a introduzir a área em que estagiei, a Cultura.

1.6.1. Ambiente

Sendo que o desenvolvimento sustentável é uma das prioridades, o município tem vindo a desenvolver práticas que valorizam a proteção e a conservação da natureza, apostando em campanhas de divulgação e sensibilização para a proteção contra incêndios e cada vez mais em energias alternativas. Dentro da área do ambiente inserem-se as atividades/infraestruturas: Limpeza e Higiene Urbana – Resíduos; Praias fluviais Aldeia Viçosa e Valhelhas; Mobilidade Elétrica; Comissão Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios e o Canil | Gatil Municipal.

1.6.2. Cultura

O Município da Guarda pretende chegar a todos os munícipes disponibilizando, nas diferentes infraestruturas dedicadas à área da cultura, diversas atividades, para várias faixas etárias e de vários géneros de modo a atrair cada vez mais pessoas. Neste sector

¹¹ **Fonte:** Retirado e adaptado de www.mun-guarda.pt a 06/05/2016.



engloba-se o TMG, a Biblioteca Municipal Eduardo Lourenço (BMEL) e o Paço da Cultura onde se localiza o serviço Património Histórico e Arqueologia.

1.6.3. Desporto

A CMG desenvolve direta e indiretamente um conjunto de atividades, apoios às associações desportivas e escolas ao longo do ano de modo a que a maioria dos munícipes tenham acesso à prática de uma atividade física, adequada á idade, e percebam a sua importância. É da competência deste setor a gestão desportiva do Estádio Municipal da Guarda, do Campo de Jogos do Zambito, do Pavilhão Desportivo Municipal e das Piscinas Municipais.

1.6.4. Ação Social

Neste sector, o Município centra-se na preocupação em atuar sobre problemas locais de pobreza e exclusão social. Com o principal objetivo de perspetivar um quadro social mais positivo. Dentro desta área inserem-se os serviços de Atendimento ao Munícipe; o Cartão Municipal; o Bricosolidário; Distribuição dos Excedentes das UAC; Habitação e Ação Social Escolar.

1.6.5. Educação

A CMG promoveu e dinamizou políticas de igualdade e de cidadania inclusiva divulgando projetos integrados no Banco Internacional das Cidades Educadoras. Também de modo a chegar cada vez a mais munícipes a autarquia dinamizou o Espaço Internet. A esta área diz respeito o Espaço Internet, o Conselho Municipal de Juventude, o projeto Guarda Cidade Educadora e o projeto Educativo Florestal – Quinta da Maunça.

1.6.6. Turismo

Com mais de oito séculos de história e um “*vasto património natural e afetivo fazem da cidade mais alta um local de visita obrigatória.*”¹² Para além do valor histórico, o concelho oferece uma mão cheia de roteiros temáticos de uma riqueza patrimonial e cultural surpreendente, privilegiando o contacto com a natureza. O famoso cobertor de papa de Maçainhas, a cestaria de Gonçalo ou a cutelaria do Verdugal são exemplo de

¹² **Fonte:** <http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=25> – consultado a 06/05/2016.



algum do artesanato da região. E na gastronomia nada como deliciar-se com a Morcela da Guarda e muitos outros enchidos típicos desta região de montanha.

1.7. Paço da Cultura

O Paço da Cultura é um espaço destinado à realização de atividades culturais do município, onde também funciona o serviço de Património Histórico e Arqueológico. O departamento é responsável pela investigação, salvaguarda, promoção, conservação e restauro do vasto e rico Património Cultural (material e imaterial) que o concelho da Guarda possui.¹³

O espaço Paço da Cultura localiza-se no mesmo edifício do atual Museu da Guarda, na rua Alves Roçadas (Figura nº 12 e nº 13) que antigamente tinha funções de Paço Episcopal.

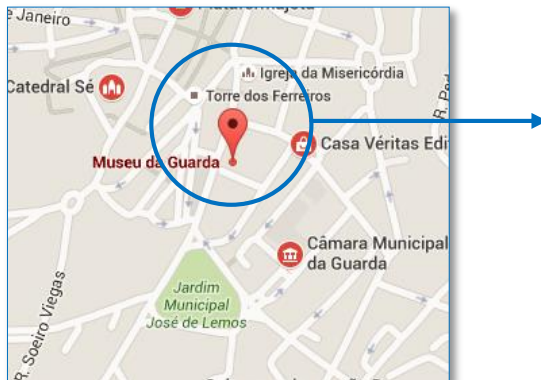


Figura nº 12 - Mapa da Cidade da Guarda.

Fonte – www.google.pt/maps - consultado a 05/06/2016.



Figura nº 13 - Edifício do Paço da Cultura e do Museu da Guarda.

Fonte – <http://www.skycrapercity.com/showthread.php?t=555998> – consultado a 05/06/2016.

A sua principal missão é a preservação e dinamização patrimonial do concelho da Guarda através da realização de ações que fomentem a sensibilização da comunidade. A edição de livros, a programação de exposições e a realização de colóquios/conferências, conjuntamente com a implementação de projetos museológicos e pedagógicos são assim um contributo inestimável para a preservação da identidade da cidade.

¹³ Retirado e adaptado de <http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=47> – consultado a 05/06/2016.



O espaço Paço da Cultura possui no rés-do-chão três salas destinadas a exposições, estas podem ser para expor trabalhos realizados pelo serviço de Património Histórico e Arqueológico ou para expor trabalhos de artistas das diversas áreas culturais.

No primeiro andar possui um gabinete para a organização dos projetos, das conferências/colóquios, das exposições, entre outros, assim como, um auditório para a realização das mais diversas atividades. No segundo piso encontram-se então os gabinetes dedicados à arqueologia.

1.8. Teatro Municipal da Guarda

O processo de idealização, planeamento e construção do TMG foi moroso (cerca de 10 anos). O seu surgimento veio colmatar a necessidade da existência de um centro cultural/sala de espetáculos na cidade da Guarda, sendo ela capital de distrito. O TMG abriu as portas dia 25 de Abril de 2015, completando recentemente 10 anos de existência.¹⁴

O TMG é um espaço moderno, imponente e luxuoso (Figura nº 14) composto por dois edifícios independentes.

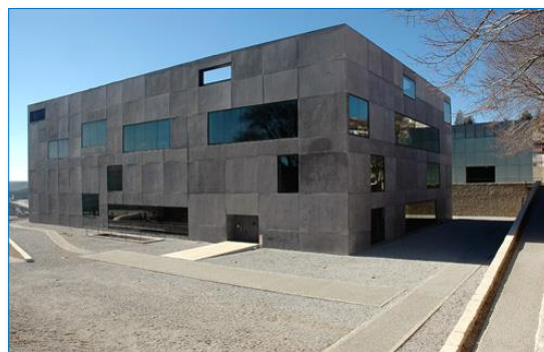


Figura nº 14 - Teatro Municipal da Guarda
Fonte: <http://www.cise.pt/pt/index.php/serra-da-estrela/o-que-visitar/guarda> - consultado a 27/01/2016.

¹⁴ Retirado do balanço de 5 anos de TMG.



1.8.1. Estrutura Física¹⁵

O TMG abrange uma área de construção de 11000 m^2 , repartidos entre dois blocos independentes. O primeiro bloco integra o Grande Auditório e o Pequeno Auditório, o segundo engloba o Café Concerto, a Galeria de Arte e o parque de estacionamento.

1.8.1.1.O Grande Auditório

O Grande Auditório (Figura nº 15) tem 626 lugares, sendo palco de realizações de maior dimensão, como Ópera, Bailados, Teatro, Dança e Música. O Grande Auditório pode também ser utilizado para congressos e conferências, dispondo do equipamento técnico adequado, como sistema de tradução simultânea.



Figura nº 15 - Grande Auditório.

1.8.1.2.O Pequeno Auditório

O Pequeno Auditório (Figura nº 16) tem capacidade para 164 espetadores e está vocacionado para projeção de cinema e espetáculos de teatro e música de média dimensão.



Figura nº 16 - Pequeno Auditório.

1.8.1.3.O Café-Concerto

É um espaço de convívio e entretenimento (Figura nº 17) um café cultural de referência na cidade. Recebe espetáculos de música, teatro, animação e variedades. Disponibiliza jogos didáticos, jornais, revistas, livros e outras publicações. Oferece também acesso Wireless à Internet gratuito.



Figura nº 17 - Café Concerto.

¹⁵ Retirado e adaptado do dossiê de mecenato do TMG.



1.8.1.4.A Galeria de Arte

A Galeria de Arte (Figura nº18) recebe exposições de artistas nacionais e internacionais consagrados e também locais com currículos de relevo.



Figura nº 18 - Galeria de Arte
Fonte - Dossiê de Mecenato do TMG

1.8.2. Política de Programação

A programação do TMG foi pensada de forma a garantir uma abrangência significativa de públicos, o que obriga a uma oferta diversificada e inovadora. Este conjunto alargado de eventos assenta nas seguintes áreas: teatro, cinema, música, dança, ópera e exposições, tendo em consideração que o conjunto de iniciativas visam assegurar uma programação estruturante para o Grande Auditório, Pequeno Auditório, Café-Concerto e Galeria de Arte.¹⁶

1.8.3. Serviço Educativo

O serviço Educativo do Teatro Municipal da Guarda pretende colaborar estreitamente com a comunidade educativa (de todos os níveis de ensino) e com a sociedade em geral (instituições, associações, grupos culturais, coletividades, centros de dia, etc.). O Serviço Educativo, através de estratégias e sessões pedagógicas, lúdicas e educativas específicas orientadas para cada faixa etária, pretende contribuir para a educação artística do indivíduo e para a criação de novos públicos para as atividades de índole cultural, assim como estimular o gosto pelas várias expressões artísticas desenvolvidas neste espaço: música, artes plásticas, cinema, teatro, dança, ópera, etc. O Serviço Educativo trabalha com crianças, idosos e pessoas com deficiência, apresentando uma programação regular com vista à motivação dos diversos públicos.¹⁷

¹⁶ Retirado e adaptado do dossiê de mecenato do TMG.

¹⁷ Retirado e adaptado do dossiê de mecenato do TMG.

1.8.4. Objetivos do Teatro Municipal da Guarda¹⁸

Os objetivos prioritários são:

- promover a relação entre a sociedade e o Teatro;
- conquistar novos públicos e fazer a fidelização dos mesmos;
- disponibilizar informação cultural atualizada;
- programar espetáculos de reconhecido valor artístico e técnico;
- investir na relação com agentes e instituições locais e coletivas através de coproduções;
- ter um Serviço Educativo dinâmico e ativo, trabalhando com públicos escolares, crianças, idosos e pessoas com deficiências;
- colaborar com outros Teatros através da criação de redes de colaborações/programação;
- contribuir para os objetivos da medida de criação de uma rede fundamental de recintos culturais, mais concretamente na produção de eventos de animação cultural que decerto contribuirão para o desenvolvimento cultural do distrito em particular e do público em geral.

1.8.5. Recursos Humanos¹⁹

Relativamente aos Recursos Humanos, Marques (2013: 76) refere que “*não há organização sem pessoas*”. As pessoas são assim, para o autor, um meio para a organização atingir os seus objetivos.

O TMG conta com uma equipa de 31 pessoas, sendo elas:

Coordenador geral/ Programador: Victor Afonso

Assistente de programação/ Produção: Sílvia Fernandes

Secretariado/ Produção: Margarida Esteves

¹⁸ Retirado e adaptado do dossiê de mecenato do TMG.

¹⁹ Retirado da agenda de programação do TMG.

Economista: Pedro Assunção

Comunicação/ Design: Sérgio Currais

Comunicação/ Imprensa: Susana Adaixo

Relações Públicas e Frente de Casa/ Apoio à produção: Carlos Antunes

Designer: Tiago Rodrigues

Técnico de Som: Eduardo Martins

Técnico de Palco/ Maquinista de Cinema: Armando Neves

Técnico de Luz: Tiago Lopes

Técnico de Palco: Alcides Fernandes

Eletricista/ Técnico de Palco: Ricardo Pereira

Serviço Educativo: Élia Fernandes

Bilheteira/ Aprovisionamento: Cristóvão Antunes

Café Concerto/ Catering: Pedro Aguiar

Manutenção: Ricardo Amaral

Serviços Gerais: Maria Amélia Pires

Vigilantes: Aires Neves, Daniel Rodrigues, Tiago Costa

Auxiliares de Limpeza: Maria da Luz Branquinho, Maria de Lurdes Marques

Assistente Operacional: Eduardo Paulo

Assistentes de Sala: Ângela Santos, Ana Isabel, Cláudia Silva, Daniel Fernandes, Sandra Amaro, Soraia Palos, Susana Maria.



GUARDA
A GUARDA POR SI

Capítulo II

O Estágio Curricular



No presente capítulo desenvolvo o plano de estágio, os cronogramas mensais das tarefas desenvolvidas e por último faço uma descrição de cada uma das tarefas realizadas no estágio.

2.1. Plano de Estágio

A realização do estágio curricular de três meses surge como fase final para a conclusão da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas. A Câmara Municipal da Guarda foi a primeira opção para local de estágio, e após o contacto do GESP o pedido foi aceite. Posteriormente, fui contactada pela CMG com a finalidade de numa conversa informal definirmos as diretrizes do estágio. Fui recebida pela Dra. Alexandra Isidro, chefe de divisão, que me explicou como todo o processo iria decorrer. O que estava delineado era começar o estágio dia 31 de agosto até dia 30 de novembro no TMG, mas tendo em conta o meu pedido para começar o estágio em agosto a Dr.^a Alexandra Isidro fez referência à loja “Espaço da Terra”, um projeto inovador aplicado no Paço da Cultura. Demonstrado o meu interesse no projeto definimos que estaria o mês de agosto na loja “Espaço da Terra” e nos dois meses restantes de estágio transitaria para o TMG. Devido à elevada taxa de visitas no mês de agosto e à falta de recursos humanos por parte da CMG foi-me pedido para continuar as minhas funções na loja “Espaço da Terra” durante o mês de setembro. Sendo assim, estagiei de 3 de agosto a 30 de setembro na loja “Espaço da Terra” e de 1 de outubro a 30 de outubro no TMG.

O estágio na loja “Espaço da Terra” tinha como principal objetivo atendimento e acolhimento dos visitantes e relações públicas do espaço. Assim como, apoiar a produção da súmula da Revista Praça Velha, uma publicação da CMG.

No TMG, o estágio tinha o fim de dar apoio à comunicação, divulgação das iniciativas do TMG e acolhimento do público, assim como atualização da base de dados da comunicação social.

O estágio tinha como condições, na loja “Espaço da Terra”, trabalhar cinco dias por semana, de terça a sábado, com folga ao domingo e segunda-feira. Com horário de entrada às 13h e saída às 19h, ou seja, jornada contínua constituindo seis horas diárias. Como é um espaço público, foi-me questionada a minha disponibilidade para apoiar eventos fora do horário de expediente ao que eu respondi que sim. Excepcionalmente, dia três de agosto,

primeiro dia de estágio, fiz o horário 9h – 12h30m e 14h – 17h30m de modo a ficar a conhecer melhor o espaço, as tarefas que ia desenvolver e a informação que necessitava para transmitir aos visitantes.

No TMG, tinha como requisito trabalhar cinco dias por semana, com folgas ao fim de semana, sete horas diárias com horário de entrada às 9h e saída às 17h30m, sendo a hora de almoço do 12h30m às 14h. De igual forma, e tendo em conta que muitos dos espetáculos se realizam ao sábado, fui questionada acerca da minha disponibilidade para dar apoio a algum dos espetáculos ao que respondi afirmativamente.



2.2. Cronogramas

Os cronogramas que se seguem (Tabelas nº 1, nº2 e nº3), demonstram quais as tarefas que realizei ao longo dos três meses de estágio, dois deles no Paço da Cultura e o último no TMG. Apresento três cronogramas, três meses de estágio, onde estão representadas as tarefas que realizei de acordo com o dia e o mês. De acordo com Mello (2012: 8) “cronograma é um conjunto de datas planejadas para a realização das atividades de projeto necessárias ao cumprimento de objetivos estabelecidos, podendo ser ou não representado graficamente”. O que corrobora ainda mais a importância da realização dos mesmos para se ter uma noção do que se tem de fazer naquele período de tempo específico, neste caso nos três meses de estágio.

	Tarefas desenvolvidas			
	Dias	Atendimento, acolhimento e Relações Públicas no Espaço da Terra	Apoio à produção da Sumula Praça Velha	Apoio à realização das Jornadas Europeias do Património
Agosto	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			

Tabela nº 1 - Cronograma do mês de agosto.



	Tarefas desenvolvidas			
	Dias	Atendimento, acolhimento e Relações Públicas no Espaço da Terra	Apoio à produção da Sumula Praça Velha	Apoio à realização das Jornadas Europeias do Património
Setembro	1	Yellow	Blue	
	2	Yellow	Blue	
	3	Yellow	Blue	
	4	Yellow	Blue	
	5	Yellow	Blue	
	6			Grey
	7			Grey
	8	Yellow	Blue	
	9	Yellow	Blue	
	10	Yellow	Blue	
	11	Yellow	Blue	
	12	Yellow	Blue	
	13			Grey
	14			Grey
	15	Yellow		
	16	Yellow		
	17	Yellow		
	18	Yellow		
	19	Yellow		
	20			Grey
	21			Grey
	22	Yellow		
	23	Yellow		
	24	Yellow		
	25			Brown
	26			Brown
	27			Grey
	28			Grey
	29	Yellow		
	30	Yellow		

Tabela nº 2 - Cronograma do mês de setembro.

	Tarefas desenvolvidas				
	Dias	Elaboração das notas de imprensa relativas à programação do TMG	Atualização da base de dados da Comunicação Social do TMG	Apoio em iniciativas do Serviço Educativo	Conhecer áreas do TMG
Outubro	1				Dark Blue
	2	Red		Green	
	3				Grey
	4				Grey
	5				Dark Blue
	6		Blue		
	7		Blue		
	8		Blue		
	9		Blue		
	10				Grey
	11				Grey
	12	Red			
	13		Blue		
	14			Green	
	15		Blue		
	16		Blue		
	17				Grey
	18				Grey
	19	Red			
	20		Blue		
	21			Green	
	22		Blue		
	23		Blue		
	24				Grey
	25				Grey
	26	Red			
	27		Blue		
	28		Blue		
	29		Blue		
	30		Blue		
	31				Grey

Tabela nº 3 - Cronograma do mês de outubro.



2.3. Tarefas Desenvolvidas

No presente ponto, descrevo sucintamente qual foi o meu papel na CMG, Paço da Cultura e TMG, ao longo dos três meses de estágio.

No Paço da Cultura desenvolvi atendimento e acolhimento ao público, a súpula da revista “Praça Velha” e dei apoio à realização das Jornadas Europeias do Património Industrial e Técnico.

No TMG as minhas ações passaram por atualização da base de dados, produção de notas à imprensa e apoio às atividades do Serviço Educativo.

Nestes sectores desempenhei funções típicas de um profissional de relações públicas. Segundo Herbert e Peter Lloyd (1988: 12), podemos definir Relações Públicas como *o esforço deliberado, planeado e contínuo para estabelecer e manter o entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos*. Contudo, apesar desta simples definição, podemos considerar que *uma das grandes falhas da atividade de Relações Públicas (...) é a dificuldade que os profissionais e as instituições têm em definir quais as tarefas que um profissional desta área desempenha*. (Engrácio, 2015: 37). Mesmo entre os autores da área não existe um consenso absoluto quanto a este tema, apesar de em todos conseguirmos encontrar pontos comuns. Se considerarmos o estudo de Póvoas (2009: 65), um Relações Públicas (RP) é responsável por conceção de estratégias de comunicação para os diversos públicos da organização; publicações corporativas; relações com os meios de comunicação social; ações de apoio ao departamento de marketing; relações com a comunidade; desenvolvimento de ações de responsabilidade social; patrocínios; relações com os acionistas; lóbi; desenvolvimento de estudos de reputação e avaliação da imagem; eventos internos e atividades especiais.

Se considerarmos a perspetiva de Lindon (2011: 354) este refere-se às funções de RP como *Os Tipos de Comunicação* e divide-os em: Comunicação Institucional; Comunicação de Produto; Relações com os Media; Comunicação Interna; Relações Públicas na Internet; Relações com a comunidade local; Relações Governamentais; Comunicação Financeira; Comunicação ambiental e Comunicação de Crise.

Segundo Pinho (2002:11) as atividades de Relações Públicas são as que dizem respeito à informação de carácter institucional entre a entidade e o público, pelos meios de



comunicação; à coordenação e ao planeamento de pesquisas de opinião pública, para fins institucionais; ao planeamento e à execução de campanhas de opinião pública; à orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de relações públicas; à promoção de maior integração da instituição na comunidade; à informação e à orientação da opinião pública sobre os objetivos elevados de uma instituição; à assessoria na solução de problemas institucionais que influenciem na posição da entidade perante a opinião pública; à consultadoria externa de relações públicas ante dirigentes de instituições; e ao ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de relações públicas

Em suma podemos constatar que as funções de relações públicas se prendem por: Relação com os Media, Comunicação Interna e Externa, Gestão de Eventos, Responsabilidade Social e Lóbi.

2.3.1. Paço da Cultura

No período em que estive no Paço da Cultura estava patente em duas das salas de exposições a loja/ exposição espaço “Da Terra” (Projeto Explícito no anexo III). Este novo conceito para o espaço teve como objetivo divulgar três variantes de artesanato, que ainda se fazem no concelho da Guarda, a tecelagem, a cestaria e a cutelaria. O projeto tem uma nova abordagem, pois, trata de uma forma inovadora, nas instalações artísticas (Figura nº 19) estas três artes vivas e tem a particularidade de o visitante poder adquirir os produtos expostos.



Figura nº 19 - Instalações Artísticas da Exposição retratando a Tecelagem, a Cestaria e a Cutelaria.

Neste mesmo espaço, também funciona no primeiro e segundo piso o serviço Património Histórico e Arqueologia, que aquando do estágio estavam a desenvolver o volume 54 da Revista Praça Velha do Município.

2.3.1.1. Atendimento e acompanhamento ao público

O atendimento define-se como o *acolhimento de pessoas com competência e atenção* (Andrade, 2004: 19). Este é um dos serviços que não pode ser descorado numa organização pelo profissional de Relações Públicas pois, *a situação de atendimento ao público deve ser encarada como a porta de entrada para uma organização* (Moreira, 2010: 46).

Engrácio (2015: 96) realça ainda o facto de que *não pode o profissional de Relações Públicas ser bom se não souber atender o público*. Moreira (2010: 47) acrescenta que uma cara bonita e pura simpatia não chegam para consolidar o bom atendimento. Para existir uma excelência no atendimento o colaborador que recebe os visitantes deve ter pleno conhecimento da organização sabendo identificar quais são os seus objetivos e ainda qual a dinâmica operacional, para prestar um bom serviço ao cliente.

Assim, como já mencionei no plano de estágio o primeiro dia foi apenas de reconhecimento e de absorção de informação para no dia seguinte dar início às minhas funções. Esta acabou por ser a atividade que mais desenvolvi durante os dois meses que estive a desempenhar funções na loja/ exposição “Espaço da Terra” e aqui era responsável por:

- Receber o(s) visitante(s);
- Explicar em que consistia o espaço e qual a mensagem que pretendia transmitir;
- Dar um folheto informativo sobre a história de cada uma das variantes de artesanato presentes;
- Oferecer-me para qualquer tipo de esclarecimento de questões e para guiar o(s) visitantes(s) pelo espaço;

- Por último, à saída encaminhar o(s) visitante(s) para a terceira sala de exposições, se estivesse alguma outra exposição a decorrer, mencionar atividades que se iriam realizar no município e encaminhar para o próximo ponto turístico de interesse de acordo com as intenções do visitante.

Apesar do dia de formação, esta tarefa foi bastante complicada de realizar durante a primeira semana devido às lacunas de informação. A loja “Espaço da Terra” tinha a particularidade de ser muito específica, ou seja, realçava em particular a tecelagem, a cestaria e a cutelaria e contrariamente ao que eu pensava no início os visitantes não queriam apenas ver o que estava exposto e adquirir um dos produtos porque era bonito os visitantes queriam saber qual a história, como começou, como se desenvolveu, o modo de confeção. Toda a história por detrás daquele cobertor de papa. Não só a história de como começou, mas a sua evolução. Deparando-me com este cenário fui obrigada a estudar muito da história das gentes da Guarda, a aprender o modo como realmente tudo era produzido, as diferenças entre o antigamente e o atual. Foi um processo um pouco doloroso, mas ao mesmo tempo muito proveitoso a nível profissional e pessoal. A cada dia tornava-me melhor no que estava a fazer e cada vez eram menos as perguntas às quais eu não sabia responder ou precisava de pedir ajuda.

Tendo em conta todos os termos técnicos e a falta de *flyers* traduzidos também tive, por iniciativa própria, de criar um ficheiro com palavras-chave, de cada uma das “artes”, traduzidas, para inglês, espanhol e francês, de modo a conseguir explicar a todos os visitantes a alma do espaço.



2.3.1.2 – Elaboração da Súmula da Revista Praça Velha

A Revista “Praça Velha” trata-se de uma revista cultural editada e produzida pela Câmara Municipal da Guarda. A revista nº35 teve como tema “Cristãos e Judeus” e data de lançamento marcada para 27 de novembro de 2015, aquando das celebrações do aniversário da cidade.

A Súmula nesta revista consiste naquilo que em Relações Públicas se chama de *clipping* ou *Press Book*. Estes termos referem-se ao procedimento de fazer um inventário sobre todas as notícias que são publicadas pelos *media* referentes à organização. “*Este processo consiste em reunir todos os artigos de jornais, revistas, TV, rádio e Internet num dossiê de fácil consulta em que se elencam os nomes dos órgãos de comunicação social, a data, secção, página e destaque das notícias*” (Engrácio, 2015: 57), como pode ser visto na figura nº 20.

<i>Press Book</i>	
Câmara Municipal da Guarda	
Publicação:	
Título:	
Data:	
Secção:	
Página:	
Observação:	
Cópia da Notícia	

Figura nº 20 - Exemplo de *Press Book*.

Mas para Carvalho (2009: 24) o *Press Book* quando analisado contém muito mais informações, ele representa de que maneira as informações enviadas e/ou facultadas aos media são trabalhadas pelos mesmos e ajudam a perceber qual é a imagem/opinião que o público tem da organização.

Neste caso em particular, apesar de ter sugerido fazer um *Press Book* da forma correta, foi-me pedido para apenas consultar as edições dos jornais Terras da Beira, O Interior, e A Guarda de maio de 2014 a julho de 2015 e fazer uma pequena frase sobre todas as atividades culturais que foram publicadas. Na figura nº 21 está um excerto da súmula que realizei, a versão completa encontra-se no anexo IV.

Súmula Praça Velha nº35

Maio 2014

No dia 1 de Maio deu-se início à Feira Ibérica do Turismo, organizada e promovida pela Câmara Municipal da Guarda, cofinanciada pela União Europeia através do Prover e Mais Centro.

Realizou-se no dia 2 de Maio o Seminário “Turismo, Património e Saúde”, no âmbito da Feira Ibérica do Turismo.

No dia 2 foi inaugurado no Jardim Lactário Dr. Proença o monumento ao padre Joaquim Augusto Álvares d’Almeida, mais conhecido pelo seu pseudónimo Nuno de Montemor.

De 2 a 18 de Maio, decorreu na Guarda a Iniciativa “Fins de semana com Sabores”, organizada pela Agência para a Promoção da Guarda.

Decorreu de 2 a 25, no Café Concerto do Teatro Municipal da Guarda, a exposição de pintura os “Percurso da Natureza” de Adalberto Carvalho.

No dia 3, pelas 16 horas, a Orquestra Brinquedos subiu ao palco do grande auditório do Teatro Municipal da Guarda, uma iniciativa “Famílias ao Teatro”.

Figura nº 21 - Excerto da Súmula da Revista "Praça Velha".



2.3.1.3 – Jornadas Europeias do Património Industrial e Técnico

As Jornadas Europeias do Património (JEP) Industrial e Técnico foi um evento que contou com a organização do Serviço de Património Histórico e Arqueologia (Figura nº 22) destinadas à população e aos visitantes.



Figura nº 22 - Cartaz das JEP.
Fonte – CMG

Um evento trata-se assim de *um acontecimento planeado que tem lugar numa determinada data, num local pré-definido e numa hora previamente anunciada* (Isidoro *et al.*, 2013: 15). Estes autores (2013: 16) referem ainda que de modo a evitar más interpretações dos objetivos do evento o melhor é torna-lo o mais simples e direto. À medida que a área dos eventos se desenvolveu também aumentou a sua diversidade, permitindo uma classificação quanto à sua tipologia. Segundo Pedro (2007: 24) podemos considerar este evento um congresso. Pois os congressos, *são eventos que reúnem*



profissionais da mesma área (...) para discutir temas de interesse comum, (...) podendo a ele agregar-se outros acontecimentos, como seminários, workshops, grupos de discussão e palestras (Pedro, 2007: 24).

As JEP decorreram nos dias 25, 26 e 27 de setembro pela Guarda, com diversas atividades e locais distintos para visitar (Programação –Anexo V). As Jornadas recaíram sobre o aspeto Industrial e Técnico demonstrando como ocorreu o processo de industrialização na região da Guarda. Este partiu de atividades proto industriais caseiras fazendo uso das matérias primas locais e/ou regionais que forneciam os mercados locais e regionais. A Guarda participou nas primeiras fases da industrialização, contribuindo com as mais tradicionais ligadas aos laticínios e aos lanifícios. Posteriormente, afirma-se com a produção de energia elétrica.²⁰ Assim, as atividades consistiram em colóquio; oficina pedagógica; visitas guiadas; visitas encenadas; *slide*; caminhada; exposição e hora do conto.

Quando me informaram que o evento iria decorrer voluntariei-me logo para participar e ajudar no desenrolar das atividades pelos três dias.

A primeira atividade das JEP para a qual eu contribuí foi a sessão de abertura/ colóquio (Programa da sessão – anexo VI), onde fiquei responsável pela receção dos convidados. Recebê-los, entregar-lhes uma pasta com as informações sobre a sessão e sobre o programa das jornadas e em seguida indicar-lhe o seu lugar. Amaral (2008:90) refere que a receção de visitantes/ convidados é uma das formas mais correntes de relações públicas. E é um contacto importante, pois, segundo a maneira como for recebido, assim o visitante/ convidado formará uma opinião favorável ou não a respeito da organização.

A segunda atividade que realizei foi a oficina “Descobrir os Moinhos de Vento” (Figura nº 23).

²⁰ Retirado e adaptado do Programa da sessão de abertura das JEP.



Figura nº 23 - Oficina "Descobrir os Moinhos de Vento".

Fonte - João Bento.

A atividade tratava-se de uma oficina pedagógica dedicada a crianças da pré-escola. A oficina consistiu em fazer uma pequena introdução sobre engenhos que geram energia. Primeiro mostrei imagens de engenhos mais antigos para a produção de energia. Em seguida apelei à imaginação deles, para que de um modo interativo, conseguissem perceber o objetivo da atividade. Na verdade, este foi um dos públicos mais difíceis que já tive com perguntas inesperadas e uma energia quase incontrolável. O que ajudou foi ter-me informado bem sobre o assunto de que ia falar e ter adaptado o meu discurso ao público a que me dirigia, crianças de 5 anos. É essencial *quando se profere um discurso pensar no público* (Steward e Wikinson, 2004: 39). Por último, concluímos o objetivo principal da oficina. Cada criança recebeu material e ajuda de modo a que cada um deles construísse o seu próprio meio de gerar energia, um moinho de papel (fotografias e suportes de apresentação – anexo VII).

A terceira, e última atividade consistiu no acompanhamento da atividade “Pelos trilhos do cobertor de papa”. A atividade consistiu numa visita à escola de Artes e Ofícios de Maçainhas e ao Museu de Tecelagem dos Meios onde encaminhei e acompanhei os visitantes pelos diversos locais que visitámos.



2.3.2. Teatro Municipal da Guarda

Neste sector da CMG realizei as tarefas que me foram incumbidas pelo gabinete de comunicação do TMG. Nesta área comunicar é essencial pois, *é pôr em comum uma informação, é partilhar uma opinião, uma atitude, um comportamento, (...) com o objetivo de convencer* (Caetano, et al. 2008: 20). Logo, como o nome do gabinete indica as minhas tarefas no TMG foram mais ligadas à comunicação, nomeadamente à relação com os *media*. Uma boa relação com os *media* do ponto de vista da comunicação é essencial. Para uma boa relação com os *media* um profissional de RP tem de:

- *Conhecer pormenorizadamente os meios de comunicação social;*
- *Identificar as necessidades de cada meio de comunicação social e respetivos jornalistas;*
- *Conhecer o historial profissional de cada jornalista;*
- *Divulgar informações verdadeiramente relevantes para o media/ jornalista em causa;*
- *Satisfazer os pedidos dos jornalistas em tempo útil;*
- *Fornecer comentários sobre os temas;*
- *Explicar os factos com clareza;*
- *Reconhecer ao jornalista a decisão de publicar ou não as informações enviadas;*
- *Optar por mensagens-chave explicáveis em 30 segundos (rádio/ TV);*
- *Ilustrar o tema com imagens de qualidade (exceto na rádio);*
- *Ser honesto. Nunca Mentir* (Póvoas, 2009: 74).

Resumindo, deve sempre simplificar-se o trabalho dos *media*. No gabinete de comunicação do TMG as tarefas que realizei diretamente ligadas à relação com os *media* foram a atualização da base de dados da comunicação social e a elaboração das notas à imprensa.



2.3.2.1. Atualização da base de dados da comunicação social

A atualização da base de dados da comunicação social foi a principal tarefa pela qual estive responsável durante o período no TMG. Devido a um problema informático a base de dados da técnica de comunicação ficou muito desatualizada e muitos dos contactos foram perdidos. Esta atualização de dados era essencial, pois *a manutenção da base de dados atualizada deve ser um cuidado sempre presente (...) caso contrário deixa de ser uma ferramenta útil* (Sá ; Sá, 2009: 164). Esta medida facilita o contacto com os *media* tornando-o mais eficaz, simples e produtivo.

A metodologia que utilizei para atingir o objetivo de entregar uma base de dados totalmente atualizada foi:

- Pesquisa online – em primeiro lugar procurava online se o meio de comunicação ainda existia. Ao encontrar o *site* procurava a ficha técnica de modo a identificar os principais contactos do meio de comunicação social. Em seguida, retirava as informações principais. Por último, confrontava a nova informação com a antiga se existissem incongruências passava para o contacto telefónico.

- Contacto telefónico – este processo acabou por acontecer em praticamente todos os meios de comunicação porque, existia sempre um contacto ou informação que precisava de confirmar. Para efetuar o contacto telefónico reunia todas as informações referentes ao meio de comunicação que ia contactar. Pois, antes de se iniciar a chamada deve-se *recolher todos os elementos que vão ser necessários para o referido telefonema e tê-los à mão de forma organizada* (Moreira, 2010: 92). Após a recolha dos dados ligava e apresentava-me da seguinte forma: “Bom dia/ Boa tarde o meu nome é Ana Lopes e estou a ligar do gabinete de comunicação do TMG e gostava de pedir a sua colaboração para confirmar alguns dados e contactos referentes ao X (sendo X o meio de comunicação) e aos seus colaboradores”.

- Tratamento de informação – o programa com que trabalhei foi o Microsoft Outlook, onde já se encontrava a base de dados. Para cada contacto era criado um cartão de visita, figura nº 24.

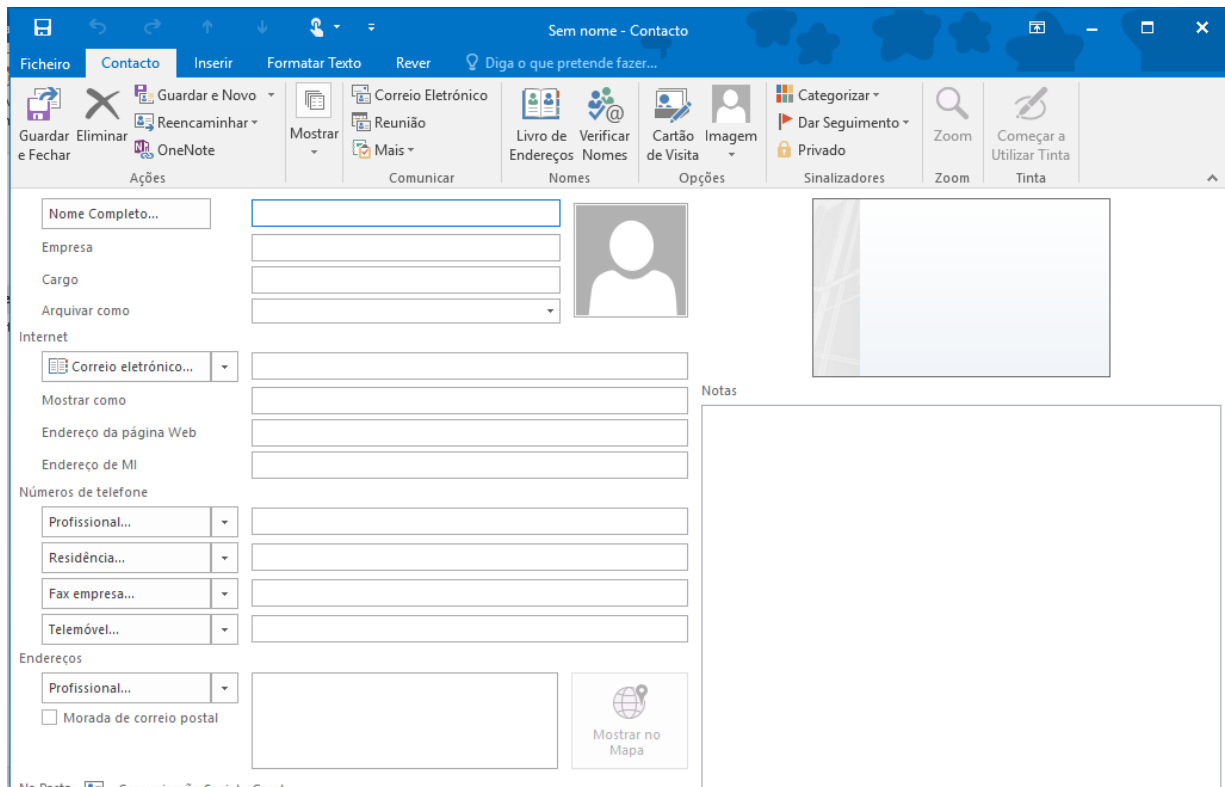


Figura nº 24 - Exemplo de "Cartão de Visita" do programa Microsoft Outlook.

Para cada novo contacto tinha de preencher pelo menos os seguintes pontos: nome; correio eletrónico, contacto telefónico e cargo no meio de comunicação. Mas de preferência o ideal era preencher todos os campos que se podem ver na figura nº 24.

Este processo foi bastante moroso e cansativo, sendo uma das tarefas mais difíceis que realizei ao longo de todo o estágio. Para além de ser complicado encontrar os contactos online era ainda mais difícil realizar os contactos telefónicos. Em primeiro lugar era muito complicado a chamada ser atendida, para muitos meios de comunicação só à décima tentativa é que tinha sucesso. Em alguns casos, mesmo após o contacto telefónico ser efetuado a pessoa que poderia responder às minhas perguntas não estava, ou não tinha disponibilidade para me atender. Foi de facto um desafio conseguir conciliar todos estes fatores com o resto das atividades. Foi também muito desafiante e compensador conseguir atualizar cerca de 350 contactos.

Importa ainda referir que em RP a terminologia utilizada referente a este método é o ficheiro de imprensa, onde se reúnem as informações relevantes de cada *media*.



O ficheiro que contém a base de dados completa não se encontra neste relatório, pois o mesmo contém alguns contactos pessoais daí não poder ser publicado.

2.3.2.2. Elaboração de Notas à Imprensa

Os comunicados de imprensa são cada vez mais usados pelas organizações para informar os seus públicos acerca das suas atividades. Scott (2008: 96) refere a importância e eficácia dos comunicados de imprensa dizendo que muitas pessoas acabam por ler os comunicados de imprensa sem que os mesmos sejam selecionados pelos meios de comunicação, logo estes devem dirigir-se às pessoas. Neste sentido é imperioso que o TMG use esta técnica de comunicação.

Durante o meu estágio elaborei vários comunicados de imprensa, usei para isso a metodologia tradicional da escrita jornalística com título, lead e corpo do texto. Com uma linguagem clara (...) e concisa, utilizando palavras curtas e conhecidas do público e frases não muito extensas (Cascais, 2001 :83). Tal como preconizam, Legrain e Magain (1992: 24) um bom comunicado de imprensa deve conter frases curtas, toda a informação necessária (para evitar pesquisas extra), texto impessoal e neutro, linguagem dirigida ao público e factos específicos e compreensíveis. García (1999: 20). acrescenta ainda que o comunicado de imprensa deve conter boas margens, ocupar sempre que possível apenas uma folha, data de emissão e todos os nomes próprios e cargos dos intervenientes. O comunicado *trata-se com efeito de um artigo pronto, o que poupa ao jornal o trabalho de enviar um jornalista para fazer a pesquisa, entrevistar e escrever* (Bland, 1989: 42).

No gabinete de comunicação do TMG o nome dado aos comunicados de imprensa é “nota à imprensa”. Durante o mês de estágio fiquei responsável por esta tarefa. Estes eram enviadas aos meios de comunicação do distrito da Guarda. Tinha de realizar esta ação até quarta-feira de cada semana para posteriormente enviar à minha coordenadora e ela reencaminhar para os *media* em questão. Acabei por realizar cinco notas à imprensa (Anexo VIII), cada uma delas possuía a informação sobre as atividades que iam decorrer no TMG de quinta a terça da semana seguinte. Para tal consultava a agenda do TMG e também o dossiê de programação assim como fazia inúmeras pesquisas de modo a reunir toda a informação importante sobre cada evento. Neste processo foi bom aplicar as técnicas de RP, mas desafiante em termos criativos criar o título certo para cada comunicado.



2.3.2.3. Apoio às atividades do Serviço Educativo

O departamento referente ao Serviço Educativo tem como objetivo apresentar programação regular dedicada a diversos públicos, nomeadamente a crianças, idosos e pessoas com deficiências.

Durante o meu tempo no TMG contribui em três ações.

A primeira atividade foi a distribuição de flyers pelas escolas da cidade da Guarda. O evento surge no âmbito do projeto famílias ao teatro, que nesse sábado, três de outubro, apresentava a peça de Ana Lúcia Palminha, uma “História Mergulhada”. A distribuição dos flyers teve como público-alvo crianças da pré-escola, com mais de quatro anos, e também crianças do primeiro ciclo. Como o nome do projeto indica a ideia é levar as famílias ao teatro, daí o público-alvo serem as crianças, logo se estas quiserem ir torna mais fácil conseguir sucesso junto dos pais. Esta atividade tratou-se de uma ação de marketing direto. Pires (2008: 187) refere que esta técnica caracteriza-se por conjugar atividades de comunicação, promoções e ações de vendas, diretas com o público final, possibilitando uma resposta direta.

A segunda ação que apoiei foram os ensaios abertos do Síntese – Grupo de Música Contemporânea da Guarda. O evento era destinado, da parte da manhã, às escolas do 1º e 2º ciclo do ensino básico, e da parte de tarde, às escolas de 3º ciclo e secundário. O meu contributo foi na receção e acolhimento dos grupos escolares. Para tal, recebi cada um dos grupos na entrada, cumprimentando e apresentando-me ao responsável por cada turma. De seguida, encaminhava e acompanhava o grupo até à sala onde iria decorrer a atividade. De forma a transparecer um sentimento de acolhimento, pelo percurso fazia uma pequena apresentação dos espaços do edifício. Importa referir que, segundo Moreira (2010: 80), no atendimento presencial é muito importante ter em conta a forma de vestir, como fazer apresentações e cumprimentar e a forma de estar. Deve também ter-se atenção ao modo de andar, à gentileza de abrir as portas e apresentar os locais da organização por onde se deslocam.

Por último, iria também apoiar na receção e acolhimento do público no evento “Naqoyqatsi”, inserido no projeto ciclo da luz, mas infelizmente a atividade não se realizou por falta de público.



Reflexão Final

Esta fase, no culminar do percurso académico, foi de extrema importância em vários sentidos. Por um lado, deu-me uma perceção sobre o mundo do trabalho e ao mesmo tempo consegui perceber as tarefas, dentro do universo da comunicação e relações públicas, que realmente gostaria de desempenhar no início da minha vida profissional.

Numa apreciação global do estágio posso dizer que este foi positivo. Fez-me crescer a nível pessoal e principalmente profissional. Desde o início desta experiência que todos os colaboradores da CMG me receberam muito bem e me deram todo o apoio necessário.

Devido ao meu pedido, o plano de estágio que estava inicialmente definido foi alterado. Em vez de fazer todo o estágio no TMG acabei por passar por dois setores da CMG, o que foi bastante compensador. Deu-me a possibilidade de realizar ainda mais tarefas relacionadas com a área.

Devo referir que no início do estágio na loja “Espaço da Terra” achei que tinha feito uma má escolha ao pedir para começar mais cedo. Isto porque me senti desamparada em relação à informação de que necessitava para desempenhar as tarefas da forma correta. A exposição tratava três variantes de artesanato (tecelagem, cutelaria e cestaria), uma área que eu não dominava. Mas com muita leitura, pesquisa e questões a artesãos comecei a sentir-me apta e à vontade com as minhas funções. Outra das dificuldades foi esta área ter muitos termos técnicos. Para além de os ter de dominar na minha língua materna, também tive de os dominar em três outras línguas francês, inglês e espanhol. Para tal elaborei um ficheiro de apoio com as principais traduções dos termos técnicos. No fim, acabei por apreciar as funções que estava a desempenhar, tinha bastante contacto com o público o que foi muito proveitoso.

Finalmente no último mês do estágio passei para o TMG, onde realizei tarefas mais ligadas à área da comunicação, nomeadamente a atualização da base de dados da comunicação social. Esta foi a tarefa mais difícil de todo o estágio, pois foi um processo muito moroso e rotineiro.

Não obstante as diferenças entre a teoria e a prática todas as tarefas que desenvolvi conferiram um complemento ao que aprendi durante os três anos no Instituto Politécnico da Guarda.

Findo este processo considero que a área das Relações Públicas, nomeadamente as internas, é a que mais me interessa para dar continuidade na minha vida profissional.

Bibliografia

- Amaral, I. (2008). *Imagem e Sucesso: Guia de Protocolo para Empresas* (8ª Edição). Lisboa: Verbo Editora.
- Andrade, C. (2004). *Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação*. São Paulo: Summus Editorial.
- Beirão, I. *et al.* (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Porto: Plátano Editora.
- Bland, M. (1989) *Novo Manual de Relações Públicas*. Lisboa: Editorial Presença.
- Caetano, J. *et al.* (2008). *Fundamentos da Comunicação* (2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Carvalho, C. (2009). *Manual Prático de Assessoria de Imprensa*. São Paulo: Campus.
- Cascais, F. (2001). *Dicionário de jornalismo: as palavras dos media*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate Communication: A guide to theory and practice* (2ª edição). London: SAGE Publications Ltd.
- Engrácio, H. (2015). *Relações Públicas: para uma atualização de Funções e Instrumentos*. Dissertação de doutoramento não publicada. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Garcia, M. (1999). *As Relações Públicas*. Lisboa: Editorial Estampa, Lda.
- Gonçalves, E.; Filho, G. (2014). *Comunicação Organizacional: externa, responsável, multidisciplinar*. São Caetano do Sul: USCS.
- Isidoro, A. *et al.* (2013). *Manual de Organização e Gestão de Eventos*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação Empresarial: As Relações Públicas da Gestão*. Alfragide: Texto Editora.
- Legrain, M.; Magain, D. (1992). *Relações com o Público*. São Paulo: Makron Books.
- Lindon, D. *et al.* (2004). *Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing* (11ª edição). Lisboa: Editora Dom Quixote.

- Lloyd, H.; LLOYD, P. (1988). *Relações Públicas as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa* (2ª edição). Lisboa: Editorial Presença.
- Marques, W. (2013). *Recursos Humanos* (2ª edição). Paraná: Gráfica Vera Cruz.
- Mello, P. (2012). *Os Sete Pecados Capitais em Cronogramas* sl:se.
- Mesquita, F. (2014). *Comunicação Visual, Design e Publicidade*. Lisboa: MediaXXI.
- Moreira, I. (2010). *A Excelência no Atendimento*. Lisboa: Lidel – edições técnicas, lda.
- Pedro, F. *et al.* (2007). *Gestão de Eventos* (2ª edição). Lisboa: Quimera Editores Lda.
- Pinho, J. (1996). *O Poder das Marcas*. São Paulo: Summus Editorial.
- Pinho, J.B. (2002). *Relações Públicas na Internet Técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse*. São Paulo: Summus Editorial.
- Pires, A. (2008). *Marketing conceitos, técnicas e problemas de gestão* (4ª edição) Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo.
- Póvoas, R. (2009). *Relações Públicas sem croquete*, Lisboa: Gestão plus edições.
- Sá, D.; Sá, C. (2009) *Marketing para o Desporto* (3ª edição). Porto: Edições I.P.A.M.
- Scott, D. (2008). *As novas regras de Marketing e Relações Públicas*. Porto: Porto Editora Lda.
- Steward, C.; Wilkinson, M. (2004). *O abc de ... Falar em Público*. Porto: Porto Editora.
- Stoner, J.; Freeman, R. (1992). *Administração* (5ª edição). Rio de Janeiro: PHB.
- Vasconcellos, E. (1989). *Estrutura das Organizações* (2ª edição). São Paulo: Pioneira.

Outras fontes:

Webgrafia

www.cise.pt – consultado a 27/01/2016 pelas 23.05h

<http://www.bmel.pt/a-guarda-em-letras/minha-terra-alta-de-azul-e-neve/1031-julio-augusto-ribeiro-da-silva> - consultado a 16/05/2016

<https://www.google.pt/maps/@39.5398528,-10.0974152,7z> – consultado a 11/07/2016

<http://www.mun-guarda.pt/Portal/concelho.aspx> - consultado a 16/11/2015.

<http://www.visitcentrodeportugal.com.pt/pt/guarda/> - consultado a 17/11/2015.

<http://www.mslima.com/sop/divisooes/> - consultado a 09/05/16

<http://conceito.de/municipio> - consultado a 02/06/2016

<http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=30> – consultado a 07/06/2016

<http://www.mun-guarda.pt/Portal/conteudo.aspx?SS=conteudos&Lista=Est%C3%A1ticos&ID=47> – consultado a 07/06/2016

<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/cleusa.htm> - consultado a 20/11/2016

<http://www.roteiroguarda.com/v4/index.php/eventos/213-fit-feira-iberica-de-turismo-2016-guarda> - consultado a 20/11/2016

<https://www.facebook.com/MunicipiodaGuarda/?fref=ts> – consultado a 20/11/2016

<http://www.mun-guarda.pt/Portal/default.aspx> - consultado a 21/11/2016

<http://espelhadainterioridade.blogspot.pt/2015/08/feira-farta-quer-ser-estimulo-producao.html> - consultado a 21/11/2016

Documentos internos:

Manual de normas gráficas do logótipo de Paulo Romão.

Balanço de 5 anos do TMG.

Agenda de programação do TMG.



Anexos

Lista de Anexos

Anexo I – Plano de Estágio.

Anexo II – Organograma da CMG.

Anexo III – Projeto da loja Espaço da Terra.

Anexo IV – Súmula da Revista Praça Velha.

Anexo V – Programação das JEP.

Anexo VI – Programação da Sessão de abertura das JEP.

Anexo VII – Fotografias e suportes da oficina Moinhos de vento.

Anexo VIII – Notas à imprensa.