



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Maria da Guia da Silva Murta

dezembro | 2017





**Escola Superior de Educação, Comunicação e
Desporto**

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

MARIA DA GUIA DA SILVA MURTA
RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIATURA EM
COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro 2017

Ficha de Identificação



Nome da Estagiária: Maria da Guia da Silva Murta

Número de aluno: 5007997

Endereço Eletrónico: mariamurta_29@hotmail.com

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Docente Orientador: Prof. Doutor Mário Meleiro

Grau académico: Doutoramento

Estabelecimento de ensino

Nome: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda

Telefone/Fax do Instituto: 271 220 135 / 271 220 100

Endereço Eletrónico do Instituto: esecd-geral@ipg.pt

Organização de Estágio: Coral Vision Europa, S.A – Produtora de Televisão

Sede Social: Rua de Santarém, nº57, 2100-226

Escritórios: Avenida da República, nº 1665/1665-A, 2775-275, Parede

Telefone: 21 045 49 80/ **Fax:** 21 458 40 38

E-mail: geral@coraleuropa.pt/ rhumanos@coraleuropa.pt

Local de Realização do Estágio: Televisão Independente (TVI) – Canal de Televisão Privado

Morada: Rua Mário Castelhana, nº40, 2754-502 Barcarena, Queluz de Baixo

Contatos: 21 434 75 00/ 932 493 030

Endereço Eletrónico: geral@atardeesua.com.pt | cneves@atardeesua.com.pt

Coordenadora do Estágio: Cristiana Neves – Coordenadora das reportagens dos Conteúdos

Grau académico: Curso de Comunicação Audiovisual

Duração de 3 meses

Início: 12/07/2017

Fim: 12/09/2017

**“Eu sei o preço do sucesso: dedicação, trabalho duro, e uma incessante
devoção às coisas que você quer ver acontecer.”**

Frank Lloyd Wright

Agradecimentos

“Não importa a religião, agradecer sempre será a prece mais bonita que existe”

Paulo Coelho¹

Três anos de um longo caminho, um caminho trabalhoso, mas gratificante. Gratificamente chegar até este ciclo final e perceber quem sempre tive do meu lado. Foram três anos e alguns meses, em que estive envolvida no curso e estágio curricular de Comunicação e Relações Públicas e também no tempo despendido na elaboração deste documento. Pude contar com o apoio de várias pessoas, que de alguma forma contribuíram para edificar esta construção e a realização de um sonho.

Começo por agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda (IPG) e à escola onde realizei o Curso de licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, a Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda (ESECD); sem os conhecimentos que adquiri ao longo dos três anos letivos não conseguiria adaptar-me tão bem às tarefas que realizei ao longo deste estágio curricular. Obrigada por me terem acolhido tão bem, agradeço ainda aos docentes que contribuíram para a minha formação ao longo da minha licenciatura.

Destacando o meu orientador de estágio, Prof. Mário Meleiro, em primeiro por ter aceitado o meu convite para ser o meu orientador e em segundo pela orientação na conquista do estágio e durante o mesmo, mostrando sempre disponibilidade e ainda pela dispendiosa orientação indispensável para a concretização deste relatório.

Aproveito ainda para agradecer ao Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais, pois foram um elemento muito importante para a conquista do meu estágio.

Agradeço à entidade que me acolheu, a Coral Europa, que me deu acesso a trabalhar com diversas pessoas, que muitas se tornaram hoje amigas. Agradeço por terem confiado e acreditado nas minhas capacidades e no meu trabalho, agilizando sempre o que fosse necessário para a minha aprendizagem, tornando possível esta minha primeira experiência no mundo da televisão, bem como a aprendizagem da realização de um

¹ <https://frasesweb.com.br/nao-importa-a-religiao-agradecer-sempre-sera-a-prece-mais-bonita/>

programa diário. A equipa por detrás de um programa é enorme e eu tive o prazer de trabalhar com os melhores.

Destaco principalmente a minha coordenadora, Cristiana Neves, pela paciência, conselhos, disponibilidade, confiança e partilha de experiência, sempre muito motivadora e sempre pronta a ouvir e a ajudar. Sem desmerecer, queria ainda agradecer aos meus colegas da equipa de reportagem, a Sofia Durães e a Rita Rodrigues, pelo apoio e partilha de experiências e aos que nos acompanham na estrada, os repórteres de imagem, Nuno Modesto e Tiago Duarte, sem dúvida que o seu conhecimento é indispensável. Quando ocorre, imprevistos é com eles que no terreno fazemos as alterações necessárias para que a reportagem seja feita da melhor forma.

Sem desmerecer a sua importância, agradeço ainda às outras equipas com quem tive o prazer de trabalhar, a equipa da pesquisa: Liliana Pacheco, Pedro Quaresma, Dafne Machado, Fátima Caetano e Joana Boavida, e da equipa de produção: Nuno Martins, Cristina Barata, Diogo Neves, João Miguel Sousa, João Tavares, Carlos Boto, Catarina Mascarenhas e Carlos Moura, todas estas pessoas tiveram bastante importância ao longo destes três meses. Também à Fátima Lopes, uma profissional excepcional e uma pessoa incrível, obrigada pela simpatia e por dar tanto valor à sua equipa.

Aproveito ainda para deixar um agradecimento bastante importante a outros elementos que fizeram parte destes três meses que tal como eu estavam ali para aprender, Nuno, Filipa, Joana, Tiago e Elton os meus colegas estagiários, obrigada pelos momentos de descontração.

À minha mãe, irmãos e sobrinhas, que ao longo do estágio e que durante o curso, mostraram sempre um apoio constante. Recebi e senti o apoio, quando em algumas dificuldades pensei em desistir e deixar de lutar pelo meu sonho. Obrigada por serem sempre os primeiros a acreditarem em mim!

À minha estrelinha, que mesmo não estando presente fisicamente, a sua presença sempre foi notória. Este era o nosso sonho e juntos conseguimos! Obrigada papady.

À família (amigos) que formei no IPG, um também muito obrigada, pela cumplicidade e momentos partilhados.

Relatório de estágio – Maria Murta

Foram várias barreiras que foram ultrapassadas com sucesso e hoje fazem-me sentir uma grande satisfação de ter conseguido chegar até aqui.

Guarda, a cidade mais alta de Portugal, conhecida ainda pelos seus 5Fs (Forte, Farta, Fria, Fiel, Formosa), é, sem dúvida alguma, uma cidade muito acolhedora, tanto como a cidade onde realizei o meu estágio, Lisboa, a capital de Portugal, uma cidade incrível e cheia de história para conhecer e viver. Duas grandes cidades que me proporcionaram, das experiências mais enriquecedoras que alguma vez tive no âmbito de formação académica, não desprezando qualquer trabalho realizado anteriormente.

O meu muito obrigado a todos! Tudo farei para vos deixar sempre orgulhosos!

Resumo

A finalização deste relatório significa não só a finalização do estágio como também a conclusão da minha licenciatura no Curso de Comunicação e Relações Públicas.

Durante este estágio, pude aplicar vários dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, como ainda aprender mais sobre a área, principalmente em comunicação.

Foram várias as atividades que realizei até conquistar a minha primeira reportagem. É de salientar que é preciso muito trabalho, muita técnica e essencialmente muita atenção para a realização de uma reportagem como o programa exige. Não basta apenas chegar e dizer que se sabe fazer. No terreno, o confronto é bastante diferente do que imaginamos numa sala de aula. E eu posso dizer que tive o prazer de ler várias histórias e de trabalhar no planeamento de várias reportagens, como também apoiar a pesquisa na pesquisa de histórias marcantes.

Em conclusão, é de evidenciar o trabalho em equipa que vivi nesta empresa. A Coral Europa é um exemplo vivo de como se deve trabalhar numa empresa, em equipa, em união.

Palavras-chave: Relações públicas; Jornalismo; Reportagem; Produção.

Abstract

The completion of this report means not only the completion of the internship, but also the completion of my degree in the Communication and Public Relations Course.

During this internship I was able to apply several of the knowledge acquired during the course, as well as to learn more about the area, especially in communication.

There were several activities that I did until I got my first report. It should be noted that it takes a lot of work, a lot of technique and essentially a lot of attention for the accomplishment of a report as the program demands. It is not enough just to arrive and say what one knows how to do, on the ground the confrontation is quite different from what we imagine in a classroom. And I can say that I have had the pleasure of reading several stories and working on the planning of various news stories, as well as supporting research in the search for remarkable stories.

In conclusion, it is evident the teamwork that I lived in this company. Coral Europa is a living example of how to work in a company, in a team, in a union.

Keywords: Public relations; Journalism; Report; Production.

Índice Geral

Ficha de Identificação	ii
Agradecimentos.....	v
Resumo.....	viii
Abstract	ix
Índice Geral.....	x
Índice de Figuras	xii
Índice de Gráficos	xii
Índice de Tabelas.....	xii
Anexos.....	xii
Lista de acrónimos e siglas.....	xiii
Glossário de Termos Técnicos	xiii
Introdução	1
Capítulo I – A Caixa Mágica	3
1. História da Televisão.....	4
2. Televisão em Portugal.....	7
2.1.TVI.....	9
3. Produtora de Televisão.....	11
4. Produção.....	11
5. Coral Europa	12
5.1. Principais Atividades.....	13
5.2. Produções	14
5.3. Missão, Visão e Valores.....	16
5.4. Identidade Visual.....	19
5.5. Nome	21
5.6. Logótipo	22
5.7. <i>Slogan</i>	24
6. Organograma.....	24
7. Comunicação.....	28
7.1. Objetivos de comunicação.....	29
7.2. Comunicação Interna.....	29
7.3. Comunicação Externa	33
7.4. Propostas de comunicação:	35
7.5. Estratégias e ações de comunicação.....	35

Relatório de estágio – Maria Murta

8. O conflito nas organizações	36
9. Análise SWOT	39
Capítulo II – O Estágio “A Tarde é Sua”.....	42
1. Diferenças entre Relações Públicas e o Jornalismo	44
2. Metodologias no trabalho.....	45
3. Experiências e Conhecimentos Adquiridos.....	48
4. O programa “A Tarde é Sua”	49
4.1. A redação do programa	50
4.2. O gabinete de edição do programa	52
4.3. Estúdio.....	53
4.4. <i>Régie</i>	54
4.5. Da pesquisa à edição de vídeo.....	56
4.5.1. Pesquisa.....	57
4.5.2. Reportagem	57
4.5.3. Pós-produção Vídeo - PPV	60
5. Peças de Vídeo – VTs	61
6. Peças de fotos em vídeo – VTs	62
7. Blocos de Imagens	62
8. Pré-Genéricos	62
9. <i>Pop-ups</i>	63
10. Rúbricas do Programa	63
10.1. À conversa com Joaquim Aletria	63
10.2. Receitas do Marco	63
10.3. Rúbrica das Gordas	64
10.4. Doutora Rosa Basto – Hipnoterapia.....	64
10.5. Sr. Doutor	64
10.6. Cabaz Surpresa.....	64
10.7. Pedro Proença.....	65
10.8. Máquina da Verdade	65
11. Situações Vividas	65
12. Sugestões.....	66
13. Reflexão Final	68
Bibliografia	69
Webgrafia.....	71
Anexos.....	74

Índice de Figuras

Imagem nº 1 – Logótipo Coral Europa	24
Imagem nº2 Mapa de planeamento	32
Imagem nº3 exemplo de um Guião de uma peça de fotos	48
Imagem nº4 Redação.....	50
Imagem nº5 Sala de reuniões	51
Imagem nº6 Gabinete de pós-produção de vídeo.....	51
Imagem nº7 Estúdio	54
Imagem nº8 Régie	55
Imagem nº9 Documento para <i>ingest</i> de cassete	60

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Direção e Coordenação da Redação do Programa "A Tarde é Sua"	25
Gráfico 2: Direção de produção da Redação do Programa "A Tarde é Sua"	26
Gráfico 3: Equipa de pesquisa da redação do Programa "A Tarde é Sua"	27
Gráfico 5: Importância dos órgãos da empresa	31

Índice de Tabelas

Tabela 1: Início das emissões das emissoras públicas	8
Tabela 2: Início das emissões das emissoras privadas	9
Tabela 3: produções ou coproduções da Coral Europa em Espanha.....	14
Tabela 4: produções ou coproduções da Coral Europa em Portugal.....	15
Tabela 5: Quadro resumo da Missão, Visão e Valores	16
Tabela 6: Grelha analítica: meios de comunicação da organização.....	36
Tabela 7: Proposta de análise SWOT.....	40

Anexos

Anexo I – Plano de Estágio.....	75
Anexo II – Modelo de Peça.....	76
Anexo III – Excerto de um bruto	78
Anexo IV – Um exemplo de uma peça final	79
Anexo V – Exemplos de pesquisas feitas para a equipa de pesquisa.....	82

Lista de acrónimos e siglas

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

ESECD - Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

SWOT – *Strengths; Weaknesses; Opportunities; Threats*

TVI – Televisão Independente S.A.

PAL - Phase Alternative Line

NTSC - National Television Standards Committee

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

TDT - Televisão Digital Terrestre

SECAM - Sistema de cor analógico usado pela primeira vez na França.

Glossário de Termos Técnicos

Alinhamento – sequência de notícias ou histórias

Anotadora: Assegura a continuidade e a lógica de tudo que é filmado. Prepara um registo detalhado com as características de cada plano e sequência.

Arquivo de Imagem: Lugar onde estão guardadas todas as imagens que são da estação de televisão.

Assistente de Realização: Presta assistência ao realizador, habitualmente em tarefas de coordenação da equipa técnica.

Camaraman - Operador de câmara (em cinema ou televisão)

Cenário: Num estúdio é o espaço onde se vai desenrolar o programa.

E-mail – correio eletrónico, onde chegam e são mantidas as mensagens que alguém recebe por este sistema.

Estúdio: Espaço construído ou adaptado para a gravação de programas.

Relatório de estágio – Maria Murta

Facebook – Rede social que as empresas utilizam para promover os seus produtos e serviços.

Ficha Técnica: Lista com os nomes dos participantes num programa.

Figurante - Personagem secundária, geralmente muda

Frame – (vídeo/cinema) uma de muitas imagens que compõem e completam a imagem em movimento de um vídeo

Link – É uma hiperligação que disponibiliza um website ou documento.

Operador de som: Profissional responsável pela captação de som de um programa.

Oráculo – Legenda ou frase curta que aparece na parte inferior ou superior do ecrã durante uma emissão televisiva

Peanha – local onde a apresentadora dá as boas-vindas aos telespectadores e promove as histórias que irão passar ao longo da emissão

Pintar – colocar imagens para ilustrar o que o entrevistado está a contar e dar mais ritmo, movimento e significação à peça.

Promo – sequência de imagens que anuncia as histórias a apresentar, seja reportagem em vídeo ou de apenas imagens.

Reel – Um pequeno vídeo onde se resume os trabalhos feitos por um indivíduo ou empresa.

Régie - sala de controlo de camaras e equipamento que permite fazer transmissões para televisão.

Repórter de imagem: Profissional que trabalha com a câmara de filmar na captação de imagens.

Respiro: Vivo sem voz-off e apenas com som ambiente.

Set Principal – local onde é conduzida a entrevista entre apresentadora e convidado

Slow motion – Os movimentos e ações são vistos numa duração maior do que a normal dando a sensação que o tempo passa mais devagar.

Relatório de estágio – Maria Murta

Talking head é uma curta intervenção, declaração ou depoimento, na íntegra ou parte, de uma personalidade que é “lançado” pelo próprio apresentador do programa.

Voxpop: Significa voz do povo. Serve para mostrar a opinião pública.

Voz-off: Voz exterior à cena, que comenta ou narra acontecimentos.

Website - Nome atribuído a um sítio da internet, a um determinado endereço que é composto por página ou páginas.

Introdução

Este relatório é relativo ao estágio que realizei na Coral Europa (anexo I), mais propriamente no programa “A tarde é sua”, que prima eficácia e competência na conquista dos melhores conteúdos, sendo caracterizado como o segundo programa mais visto em Portugal. Estágio curricular no âmbito da licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda e com a duração de três meses, tendo decorrido entre 12 de junho e 12 de setembro de 2017.

Entre a possibilidade de estagiar em qualquer outro local, como um departamento de comunicação em qualquer empresa da minha localidade, ou arriscar ir para uma cidade como Lisboa a qual não conheço, e que as despesas pessoais seriam muito maiores, para mim a segunda opção foi sempre a escolha. Procurava um desafio, um local onde fosse obrigado a trabalhar sobre pressão, onde conseguisse ver o lado bom e mau de trabalhar para televisão ou uma companhia associada a este ramo. Sabia que seria muito mais difícil trabalhar, teria um ritmo mais exaustivo, pois que teria que passar mais horas a trabalhar, e seria um desafio muito maior do que a maioria das outras opções.

No entanto, encarei e encaro como um investimento pessoal para o meu futuro. Foram cerca de três meses difíceis, mas gratificantes e de grande aprendizagem. Ao longo deste relatório irei descrever o que aprendi a trabalhar como repórter/jornalista num programa *day-time* para televisão portuguesa, a caracterização do trabalho que a coral faz, e como é constituída a equipa que está por detrás da realização do programa a “Tarde é Sua”, que enche as tardes de segunda a sexta-feira da TVI.

Diariamente, estive em contacto com diversas histórias, seja no local de gravação, no estúdio ou simplesmente na redação, ser simpática, atenciosa e eficiente são os elementos principais para se conquistar o convidado e tirar o melhor proveito da história.

O estágio permitiu-me desenvolver, aplicar e consolidar competências e conhecimentos na área de comunicação, mais propriamente o jornalismo. Contudo, percebi que ao longo do mesmo ia aplicando conhecimentos de relações públicas.

O trabalho em equipa nesta organização é indispensável. A comunicação da equipa de pesquisa com a equipa de reportagem é de muitíssimo valor. A equipa da

Relatório de estágio – Maria Murta

pesquisa entrevistava os convidados por chamada telefónica e após verificarem e confirmarem tudo o que lhes foi dito, um texto com a história era entregue à equipa de reportagem e a mesma retirava as partes mais importantes. A comunicação entre estas duas equipas era da máxima importância. Assim, conseguia-se prever o que o repórter iria encontrar no terreno, quais as dificuldades ou até mesmo as facilidades que poderia encontrar.

Após efetuar a reportagem, era importante a comunicação entre a equipa de reportagem com a equipa de produção, pois após a equipa de reportagem montar a peça final da história, esta seria editada e posteriormente lançada pela equipa de produção. Nós, a equipa, também somos a imagem do programa, o que transmitimos é o que vai refletir sobre o mesmo e um erro pode ser prejudicial e, por isso, a comunicação entre as diferentes equipas é o elemento mais importante.

Manter o sigilo profissional nesta área é de extrema importância, mas não só, pois um profissional de comunicação e relações públicas, também tem de ser responsável, eficiente e organizado e, como tal, eu desempenhei as atividades que me foram atribuídas sempre com responsabilidade e organização. Demonstrei durante estes três meses, interesse, dedicação e conhecimento, planeando, organizando e realizando todas as atividades propostas.

Irei relatar algumas das experiências que vivi, como foi conviver com determinadas situações e desafios inerentes da reportagem para este tipo de programa, e o quanto atingiu, ou não, as minhas expectativas relacionadas com a área televisiva e como uma comunicadora/relações públicas no decorrer dos três meses de estágio.

Em termos de estrutura, o relatório contém dois capítulos: o primeiro capítulo é alusivo ao enquadramento sobre a televisão e o seu desenvolvimento, assim como também uma pequena introdução sobre a TVI e a caracterização da organização Coral Europa; o último é uma referência ao programa e ao estágio, assim como também as atividades desenvolvidas durante os três meses.

CAPÍTULO I – A CAIXA MÁGICA



Neste capítulo, irei fazer uma abordagem introdutória sobre a história da televisão até ao aparecimento da mesma em Portugal. De seguida, abordei a estação televisiva de onde o programa onde realizei o meu estágio faz parte e também das suas missões e valores e posteriormente a produtora Coral Europa.

Neste capítulo, podemos encontrar um pouco da história, produções e trabalho da produtora Coral Europa.

1. História da Televisão

A televisão é um sistema eletrónico que reproduz imagens em movimento e o som de forma instantânea. É impressionante a evolução que este aparelho sofreu aos longos dos anos, onde desde cedo passou a ocupar um papel importante na vida das pessoas e sempre se modificou e evoluiu de modo a continuar a exercer esse papel importante.

Na atualidade, o ato de se comprar um aparelho televisivo é muito simples. Complicada foi a forma como ele foi gerado ao longo do século XIX. A criação da famosa “caixa mágica” está relacionada com dois meios de comunicação que já existiam: a rádio e o cinema.

Deste modo, o aparelho recebe as ondas e transforma em sons e imagens. A televisão, tal como a rádio, recebe as ondas e transforma em sons e imagens como vemos no cinema.

Apoiando-se nos trabalhos de vários pesquisadores e estudiosos² e de muitas outras pessoas que estavam a fazer experiências em áreas relacionadas, foi o russo Boris Rozing que deu o passo principal para a criação da televisão:

Boris Rozing havia descoberto que um feixe eletrónico num tubo de raios catódicos deixava padrões luminosos complexos na frente do tubo. Em 1907, Rozing patenteou um sistema de enviar e receber imagens, baseado em seu tubo. Embora seja divertido imaginarmos Rozing ligando uma chave e gritando

² Entre os quais o inglês Willoughby Smith, o irlandês Joseph May, os norte-americanos George Carey e Phylo Taylor Farnsworth, o francês Maurice Le Blanc, os alemães Paul Gottlieb Nipkow e Karl Ferdinand Braun, o russo Vladimir Kosma Zworykin e o escocês John Logie Baird.

“Heureka! Eu inventei a TV!” ao observar a tela ativada, isso é também simplista demais. (CASHMORE, 1998. p.24).

Porém, o modelo de Rozing não era assim tão prático e utilizável. Foi então que Wladimir Zwortkin, que tinha sido assistente de Boris, apresentou, em 1923, um modelo mais simplificado do que o que tinha sido antes apresentado. Em 1928, gerou o “iconoscópio³”, concebendo assim o aparecimento do aparelho de televisão. Com esta origem, apareceu assim a necessidade de também criar emissoras, pois não adiantaria termos um aparelho de transmissão de sons e imagens se não houvesse o que transmitir e como o fazer.

[...] em fevereiro de 1928 realizou a primeira transmissão de televisão transatlântica, ligando a estação inglesa de Coulsdon à de Hartsdale, nos Estados Unidos. [...] Foi Baird quem primeiro realizou experiências com a televisão em core, a partir da exploração das imagens com luz vermelha, verde e azul, princípios que regem a televisão colorida até hoje. (SQUIRRA, 1995, p. 34)

Nos meados dos anos 30, inicialmente nos Estados Unidos e depois passando por alguns países da Europa, a televisão começou a ser difundida em todo o mundo. Contudo, devido à Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento técnico da televisão acabou por ficar prejudicado e foi apenas a partir do ano de 1945 que os televisores começaram a ser produzidos em grande escala. Contudo, Cashmore (1998, p.26) defende que “A televisão só começou a decolar em 1952, quando surgiu a necessidade de utilização da capacidade ociosa da indústria eletrônica”. Para Kellner (1995, p.27), a chegada da televisão instaurou um novo padrão na sociedade “ [...] os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política está reordenando percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade”.

No ponto de vista de Kellner, a televisão apareceu e tornou-se num meio de transformação social baseada no que ela produz, emite e propaga. Talvez devido ao facto de muitas pessoas não saberem ou conseguirem distinguir a ficção da realidade.

³ tubo de raios catódicos usado em televisão e no qual convertem-se imagens em sequências de sinais elétricos.

Devido a esta crescente influência nos processos de decisão e no papel que a mesma desempenha no alerta dos conflitos e ameaças à paz e segurança, bem como também a nível cultural, social, entre outras, a Assembleia Geral das Nações Unidas proclamou o dia 21 de novembro como o Dia Mundial da Televisão⁴, através da Deliberação 51/205, de 17 de dezembro de 1996.

As mudanças foram diversas, desde o tamanho, o peso, modelo e até mesmo a qualidade das imagens. A televisão analógica, que era transmitida através dos sistemas PAL, NTSC e SECAM, com o aparecimento da televisão digital com uma qualidade de transmissão e receção muito melhor e com menos interferências, *chuviscos* ou alterações na qualidade do som e imagem, acabou por ser substituída. Em abril de 2012, terminou a televisão analógica por antena em Portugal e apareceram, assim, no mundo, estes novos sistemas: o europeu, o norte-americano, o japonês e o chinês. Obrigatoriamente, as televisões, que recebiam as emissões gratuitamente dos 4 canais de televisão em Portugal, através do sinal analógico, foram substituídas por um sinal digital, TDT (Televisão Digital Terrestre). Todas as pessoas que tinham estes equipamentos com transmissões analógicas tiveram que comprar um equipamento para poderem continuar a ver estes canais.

A televisão tem passado por diversas mudanças na forma de produção e receção, contudo continua a permanecer forte na preferência do público. Antigamente, a televisão apenas estava na sala onde toda a família se reunia para assistir aos programas, hoje já se espalhou por todas as outras divisões da casa, é móvel e assim pode acompanhar as pessoas para onde elas forem.

Podemos encontrar/ver televisão no computador, no telemóvel, no tablet e até no GPS, através da internet. Tudo isto facilitou a vida daquelas pessoas que estão habituados a desenvolver diversas tarefas ao mesmo tempo e claro ainda permitiu que estas nunca se desligassem da televisão, continuando assim a exercer um papel importante na vida de cada um.

⁴ <http://www.un.org/en/events/televisionday/>

2. Televisão em Portugal

Através do Decreto-Lei n.º 40 341, de 18 de outubro de 1955⁵, o governo decidiu criar uma sociedade anónima para a prestação de um serviço público de televisão. Assim a 15 de dezembro de 1955 foi formada a RTP, a primeira emissora de televisão portuguesa que possuía um capital de 60 mil contos, tripartido entre o Estado, emissoras de radiodifusão privadas e pessoas particulares. No ano seguinte, começaram as emissões experimentais, contudo foi apenas a partir de 7 de março de 1957, que a televisão apareceu em Portugal com emissões regulares para cerca de 65% da população portuguesa, sendo um grande fenómeno nacional.

Nem todas as pessoas possuíam meios para ter acesso a esta invenção da época, portanto os que apresentavam menos recursos financeiros tinham que se dirigir a locais públicos se quisessem poder admirar as emissões, enquanto que outras com mais recursos o tinham em casa. Porém, mais de metade da população teve acesso a esta grande inovação da época.

Inicialmente, com imagens a preto e branco, esta invenção já era um sucesso, milhões de pessoas passaram a ver dentro de casa o que acontecia no mundo e a ter um acesso mais rápido às informações.

Por volta de 1950, nos Estados Unidos, já era possível assistir-se a emissões a cores, contudo esta evolução da televisão apenas apareceu em Portugal em 1975 somente em algumas emissões. Foi apenas no ano de 1980 que estas mesmas emissões se tornaram regulares.

Segundo a Lei n.º 75/79, de 29 de novembro⁶, a rádio e televisão eram uma atividade exclusiva do Estado, como podemos verificar no artigo n.º 1º e n.º 2º. Contudo, diversos fatores, como a entrada de Portugal para a União Europeia em 1986, a internacionalização e o aparecimento de televisões piratas, fizeram com que esta lei fosse debatida.

Assim, em 1990, apareceu uma nova lei⁷, que autorizava a possibilidade de entidades privadas terem atividades televisivas. Através de um concurso público, a SIC e TVI,

⁵ <https://dre.pt/application/dir/pdf1s/1955/10/22600/08910895.pdf>

⁶ <https://dre.tretas.org/dre/69847/lei-75-79-de-29-de-novembro>

⁷ <http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/lei-n-5890-de-7-de-setembro.pdf>

foram autorizadas a exercer atividade durante 15 anos⁸, sendo renovadas estas licenças no ano de 2006⁹ pela ERC – Entidade Reguladora para a comunicação social.

Atualmente, Portugal tem seis canais públicos a emitir em sinal aberto, sendo eles: RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP Açores e RTP Madeira e dois privados: SIC e TVI.

EMISSORAS PÚBLICAS	Canais	Iniciaram as emissões
	RTP1	7 de março de 1957
	RTP2	25 de dezembro de 1968
	RTP Madeira	6 de agosto de 1972
	RTP Açores	10 de agosto de 1975
	RTP Internacional	10 de junho de 1992
	RTP África	7 de janeiro de 1998
	RTP Memória	4 de outubro de 2004
	RTPN RTP Informação RTP 3	31 de maio de 2004 19 de setembro de 2011 5 de outubro de 2015

Tabela 1: Início das emissões das emissoras públicas

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_em_Portugal

⁸ <http://www.gmcs.pt/pt/resolucao-do-conselho-de-ministros-n-692-2-serie-de-6-de-fevereiro-de-1992-20130117-145405>

⁹ <http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/deliberacao-da-erc-1-l2006-renovacao-das-licencas-da-sic-e-tvi.pdf>

EMISSORAS PRIVADAS	Canais	Iniciaram as emissões
	SIC	6 de outubro de 1992
TVI	20 de fevereiro de 1993	

Tabela 2: Início das emissões das emissoras privadas

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_em_Portugal

2.1.TVI

A Televisão Independente (TVI), conhecida como o segundo canal privado e o quarto generalista, iniciou as emissões experimentais em 1993.

Este canal televisivo foi fundado por entidades ligadas à Igreja Católica, como por exemplo a rádio Renascença, RFM, Universidade Católica Portuguesa, o Santuário de Fátima e outros, sendo atualmente gerida pelo Grupo Prisa e a Media Capital.

Em 1997, após a compra de uma parte da estação televisiva por parte do grupo Media Capital, a TVI começou a sofrer alterações nos seus conteúdos que até então fazia com que a mesma não tivesse o melhor desempenho. Assim, em 1998 esta estação televisiva começou a apostar na ficção nacional, *talk shows* e *reality shows*, aumentando as audiências.

No ano de 2005, a TVI tornou-se o canal líder de Portugal, substituindo a SIC, como líder de audiências, sendo o canal generalista preferido dos portugueses até aos tempos atuais. No gráfico em baixo podemos, então, aferir a evolução desta emissora, comparativamente aos canais generalistas.

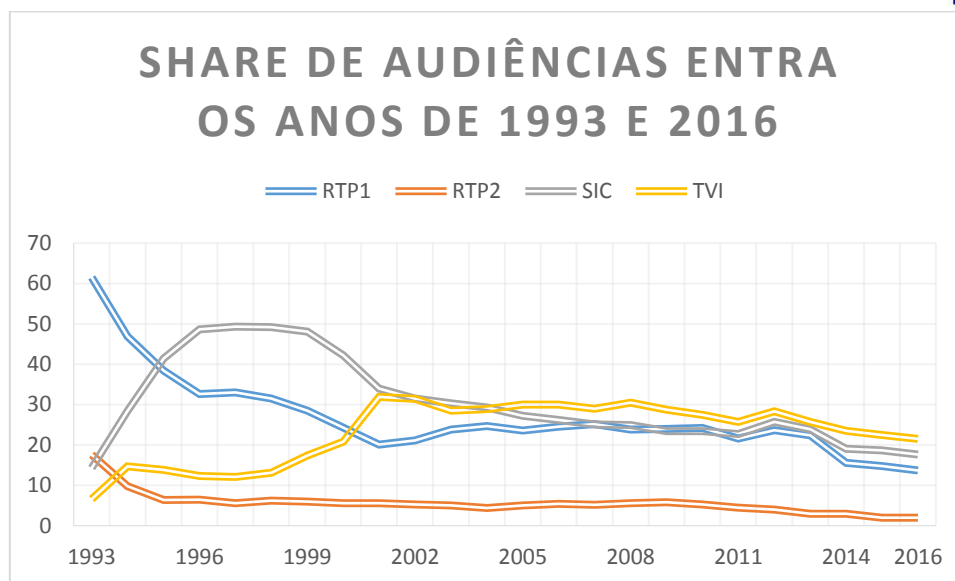


Gráfico 1: *share* de audiência entre os anos 1993 a 2016¹⁰

Além de canal em sinal aberto, a TVI conta também com os canais TVI24, TVI Internacional, TVI Ficção, TVI África e TVI Player.

O canal oferece conteúdos atuais e de qualidade, apostando cada vez mais nas telenovelas e séries, na informação e no entretenimento. Em 2010, este trabalho foi marcado positivamente com a telenovela “Meu Amor” que conquistou um *emmy*, ou seja, uma distinção internacional para a melhor novela. O canal, num comunicado, declarou:

“é o reconhecimento de um trabalho e de um percurso desenvolvido ao longo de todos estes anos, pelos que acreditaram no valor da ficção em Portugal”,

Na informação, a TVI também se destaca pelos pontos positivos, o “Repórter TVI” aparece como uma referência de excelência no jornalismo de investigação, pois já conta com várias reportagens premiadas.

¹⁰ Fontes: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Televis%C3%A3o-em-Portugal-%E2%80%93-An%C3%A1lise-das-audi%C3%A2ncias-e-din%C3%A2micas-concorrenciais-do-mercado-televisivo-portugu%C3%AAs-entre-1999-e-2012.pdf>, acedido em 15 de Outubro de 2017

<http://www.gmc.s.pt/pt/audiencias-20121224-161814>, acedido em 15 de Outubro

<https://www.dn.pt/media/interior/audiencias-2015-quem-ganhou-e-quem-perdeu-4961462.html>, acedido em 15 de Outubro de 2017

<http://www.zapping-tv.com/audiencias-oficiais-de-2016-veja-como-ficaram-a-medias-anuais-deste-ano/>, acedido em 15 de Outubro de 2017

No entretenimento, a TVI é portadora dos dois programas com emissão regular semanal mais vistos em Portugal, em primeiro lugar “Você na TV” e, em segundo, “A Tarde é Sua”.

3. Produtora de Televisão

Um programa de televisão é um conjunto de emissões frequentes transmitidas por uma televisão e têm como intuito entreter, informar, atualizar, entre outras finalidades. Um programa é algo que toda a gente conhece bem, da televisão lá de casa. O que muitas pessoas não sabem é que grande parte desses programas são feitos de forma independente, através de produtoras de programas. Deste modo, pode ser criado um projeto ou após a produção do material, pode ser alugado um espaço/horário na emissora para o mesmo ser transmitido.

Em suma, uma produtora é uma “criadora” de conteúdos audiovisuais, que conta com um grupo de profissionais com uma larga experiência na área, ao nível da criação, produção e realização de conteúdos. Esta tem como missão converter todo e qualquer investimento em satisfação, excelência técnica e qualidade artística, para obter o sucesso.

4. Produção

O Produtor de Televisão tem como função principal controlar todos os aspetos da produção do programa de televisão, desde o desenrolar da ideia original, à contratação da equipa, a verificação da veracidade dos factos (quando necessário) e supervisão de filmagens. Esta pessoa será a responsável direta pela qualidade do programa, como também será o profissional com a capacidade de analisar e relacionar determinado produto ao seu público-alvo e de prever custos necessários para a produção dos conteúdos e os retornos financeiros estimados.

Para que um programa de televisão seja bem-sucedido, vários são os profissionais envolvidos. Contudo, o produtor é um dos mais importantes, pois é ele que impulsiona a realização do projeto, desde a sua criação até ao produto final, aquele que aparece nos televisores.

A produção de um programa ocorre quando é estabelecida a ação da realização do mesmo e é o produtor que marca e concilia horários de reuniões, gravações, os horários

dos elementos da equipa, providencia os transportes, seja para os participantes ou também para elementos da equipa e hospedagem, quando necessário, cuida das autorizações dos participantes e dos locais de gravação, prepara os guiões para o programa e os cartões da *pivot* e, basicamente, arranja sempre solução para os problemas.

Um programa de televisão, como é o caso de “A Tarde é Sua”, pode dividir-se na seguinte estrutura: diretor de produção, chefia de produção, produção e os assistentes da produção.

5. Coral Europa

Fundada em 1988 em Espanha, instalou-se em Portugal em 2007, altura em que produziu “As Tardes das Júlia”, apresentado por Júlia Pinheiro. Inicialmente, a empresa centrou a sua atividade na distribuição de programas de Televisão pela Europa, Países Árabes e África. Posteriormente, optou por centrar a sua atividade principal na produção e coprodução de programas de televisão, séries de ficção e longas-metragens.

Em 2009, juntamente com o Grupo V, fundou um canal 100% dedicado à caça, designado pelo nome “*Cazavisión*”, emitido apenas em Portugal e Espanha. O canal contém várias produções próprias da produtora.

A operar em Portugal há dez anos, a produtora trabalha, essencialmente, para a estação de Queluz de Baixo. Após o programa “Tardes da Júlia”, seguiu-se em 2011 o programa “A Tarde é Sua”, com Fátima Lopes, altura em que também produziu para a SIC (Sociedade Independente de Comunicação) o programa “Dr. White”.

Em 2012, a Coral Europa começou a produzir o “Somos Portugal”, um programa de entretenimento com o objetivo de dar a conhecer várias regiões do país, mostrando os seus produtos e gastronomia, emitido aos Domingos à tarde na TVI. Mais recentemente, foi produtora da longa-metragem “Jacinta”, um filme português do género bibliográfico e drama, lançado nos cinemas nacionais e internacionais no mês de abril.

Apesar da grande parceria com a estação líder, a produtora tem vindo a trabalhar para outros canais de televisão nos últimos anos. Depois de uma primeira experiência em 2014, com *Água de Mar*, a produtora voltou a trabalhar com a RTP na área da ficção.

Em Lisboa, a produção do programa “A Tarde é Sua”, está filiada em Queluz de Baixo nos estúdios da Media Capital da TVI, local onde realizei o meu estágio, para o programa apresentado por Fátima Lopes.

5.1. Principais Atividades

A produtora de referência na produção audiovisual nacional e internacional, principalmente entre Portugal e Espanha, com uma organização flexível e com experiência para lançar programas de qualidade e inovadores, opera nas diferentes atividades:

- Produção, edição, publicação e comercialização de programas televisivos e radiofónico;
- Produção e comercialização de espetáculos de teatro e musicais;
- Produção e distribuição cinematográfica;
- Produção, edição e comercialização de conteúdos na internet, publicidade e *merchandising*;
- Produção e comercialização de eventos artístico-culturais;
- Prestação de serviços de criatividade e conceção de programas, guionismo, *castings*, figuração, agenciamento, e representação de atores, artistas e *entertainers* nacionais e estrangeiros.
- Edição de todo o tipo de publicações periódicas e não periódicas;
- Edição discográfica, de videogramas ou de qualquer outro suporte audiovisual;
- Representação e agenciamento de produtos na área da comunicação social e audiovisual, incluindo programas televisivos e conteúdos.

5.2. Produções

A Coral Europa é detentora de profissionais com uma elevada experiência na produção audiovisual. Desde modo, desde 1988 até aos tempos atuais, estes são alguns dos vários programas produzidos e emitidos:

Espanha				
Anos	Ficção	Concursos	Teatros	Longas-Metragens
2012		“Cruce de palabras” “Tensón sin límite”		
2011		“Justo a tiempo”	“Los últimos días de Judas Iscariote” “Es por ti”	
2009				“Pacto de Brujas”
2004	“10 en Ibiza”			
2003		“Pasa la bola” “El legado”		
2000	“Paraíso”			
1999	“The search for Treasure Island I y II”			
1997	“Misión Top Secret IV”			
1996		“Fem un pacte”		“A tiro Limpio” “Istanbul beneath my wings”
1995		“Como lo veis?”		
1993	“Vecinos” “Misión Top Secret III”			
1992	“Misión Top Secret II”	“Supermarket”		
1991	“El desprecio”			
1990	“Misión Top Secret” “Poison for the World”			

Tabela 3: produções ou coproduções da Coral Europa em Espanha

Fonte: <https://www.atelevisao.com/tag/coral-europa/>, <https://www.facebook.com/CoralEuropa/>, http://www.infoempresas.com.pt/Empresa_CORAL-VISION-EUROPA.html

Portugal						
Anos	Ficção	Concursos	Entretenimento	Talk Show	Reality Show	Longas-Metragens
2017	“Inspector Max”	“Nunca digas nunca!”				“Jacinta”
2016	“Mulheres Assim”					
2014	“Agora Nós” “Água de Mar”		“Prémios <i>Lumen</i> : Gala RTP 57 Anos”			
2013	“O Portal do Tempo”					
2012	“Bairro do Panda” “Especial Seleção”		“Especial Seleção” “Somos Portugal”			
2011			“Especiais Temáticos de Verão” “Especial Vila Natal Óbidos” “Especial Morangomania 2011” “Canta Comigo”	“A Tarde é Sua”	“Dr. White – O Caminho para a Felicidade”	
2010			“Morangomania 2010” “Há Festa no Hospital” “Mesmo a Tempo”			
2009		“Fala, Escreve, Acerta e Ganha (serie I e II)”	“Gala Fim Ano” “Especial Natal Esperança”			
2008			“Verão Total”			
2007				“As Tardes da Júlia”		

Tabela 4: produções ou coproduções da Coral Europa em Portugal

Fonte: <https://www.atelevisao.com/tag/coral-europa/>, <https://www.facebook.com/CoralEuropa/>, http://www.infoempresas.com.pt/Empresa_CORAL-VISION-EUROPA.html

5.3. Missão, Visão e Valores

Cada organização, para funcionar de maneira correta, deve ter linhas claras e detalhadas daquilo que pretende fazer e atingir com a sua atividade.

Lindon *et al.* (2004), afirma que a política de comunicação é constituída por meios para atingir os alvos de comunicação, ou seja, todos os alvos internos e externos. Diz ainda que é importante ter uma missão e organização interna bem definida para que assim, expondo estes fatores, possa gerar confiança e credibilidade perante os consumidores.

Deste modo, a organização deve agregar vários componentes que permitam encontrar os caminhos que a organização quer alcançar, nomeadamente a missão, visão e valores (Daychouw, 2007: 35).

Missão, Visão e Valores	
Missão	Qual a razão de existir?
Visão	Quem são? Quem querem ser? O que são? O que querem ser? Como são? Como querem ser?
Valores	Que atitudes e comportamentos querem promover e ficar conhecidos?

Tabela 5: Quadro resumo da Missão, Visão e Valores

Fonte: Carvalho (2013a, p. 34)

5.3.1. Missão

A missão é a definição dos objetivos estratégicos da empresa, como podemos ver na tabela anterior, é a definição para a razão da existência da mesma, ou seja, “deve apresentar respostas às questões: a empresa existe para quê? O que faz? Onde faz? Para quem está a servir? Que responsabilidade tem?” (Garcia, 2006: 20).

Para Peter Drucker, uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto; ela define-se pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é a razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa.

Para Garcia *et al.*, a missão inclui, assim, as ambições e aspirações com o objetivo de envolver e comprometer todos os integrantes da organização para atingir as metas traçadas.

É importante, assim, o conhecimento sobre o que vamos trabalhar. Segundo Teixeira (2013, p.54), “a missão de uma organização consiste na definição dos seus fins estratégicos gerais. É o enunciado dos propósitos gerais e permanentes (contínuos) que expressam as intenções fundamentais da gestão global...proporcionando orientações para o desenvolvimento futuro”. Deste modo, é importante que a missão seja bem explícita entre os colaboradores da organização, para que a organização obtenha sucesso.

Philip Kotler defende que uma missão bem difundida desenvolve nos funcionários um senso comum de oportunidade, direção, significância e realização. Uma missão bem explícita atua como uma mão invisível que guia os funcionários para um trabalho independente, mas coletivo, na direção da realização dos potenciais da empresa.

A missão, por natureza, é a longo prazo, porém deve adaptar-se se o projeto, produto ou serviço forem modificados.

Em relação à missão, a Coral Europa assume relevância pela qualidade e diversidade da oferta em relação ao serviço público que presta, bem como nos conteúdos que disponibiliza *online*. Esta é bastante séria e rigorosa desde o planeamento, criação até à transmissão dos seus conteúdos. A produtora, deste modo, tem o dever de criar, informar e entreter a audiência de modo a proporcionar-lhes um programa de televisão de diversificado, dinâmico e com bastante qualidade.

5.3.2. Visão

A visão mostra o “olhar” da empresa perante o futuro: “A picture of the future you’re working to create...what you want your business to become” (Grusenmeyer, 2014, p. 4).

Dunmore (2002), acrescenta que é dar à empresa uma imagem clara de onde ela quer chegar e assim orientar os colaboradores, mostrando-lhes para onde eles devem ir e que trabalho executar para se conseguir os objetivos da organização.

Lindon *et al.* (2004), afirma que a política de comunicação é constituída por meios para atingir os alvos de comunicação, ou seja, todos os alvos internos e externos. O mesmo autor refere ainda que a decisão de compra por parte dos consumidores depende em parte da imagem que têm deles, resultante de todas as comunicações realizadas pela empresa. A aplicação de conceitos de *marketing* é, assim sendo, determinante no sucesso

das empresas. Desta forma, é importante ter uma missão e organização interna bem definida para que assim, expondo estes fatores, se possa gerar confiança e credibilidade perante os consumidores.

Podemos, então, definir visão como a imagem que a organização tem dela mesmo perante o público interno e externo. Estabelecendo a posição que a empresa pretende ocupar no futuro, sendo este o maior objetivo da organização. Esta deve ser atingível, mas não com facilidade, e deve ser algo inspirador.

Como produtora de televisão, esta pretende que os seus conteúdos cheguem o mais longe possível e que cada vez produza mais conteúdos. Através dos seus conteúdos diversificados como os programas de entretenimento, *talk shows*, séries, curtas metragens, entre outras, esta pretende alcançar todos os tipos de públicos, desde os mais jovens, até aos mais idosos.

5.3.3. Valores

Os valores são os princípios que guiam a organização, ou seja, exibem a forma como uma empresa e os seus colaboradores devem agir e comportarem-se. Assim, para que a missão se concretize de facto, são necessárias ações, tais como o trabalho em equipa, a postura, a ética, credibilidade, confiança, entre outros. Estes devem ser perenes, mas adaptáveis, específicos e significativos.

Alguns dos valores que podemos identificar na Coral Europa e nos seus colaboradores são o rigor, a diversidade, a cumplicidade, o trabalho em equipa, o profissionalismo, a honestidade, a confiança e a credibilidade.

A Coral Europa é uma produtora que mostra bastante empenho em ajudar no desenvolvimento da comunidade e no apoio de causas sociais, como por exemplo quando produziu as galas de carácter solidário: *Especial Esperança* e *Há Festa no Hospital*. Ainda no apoio a causas sociais ou no desenvolvimento da comunidade, no programa “A Tarde é Sua” podemos encontrar histórias que esta expõe, sobre problemas da sociedade, tentando resolver e ajudar na qualidade de vida dos mais carenciados. Ajuda também no âmbito educativo e divulga artes e práticas culturais do nosso país, de modo a aumentar a credibilidade perante os portugueses e a felicidade dos colaboradores por saberem que estão a ajudar de certo modo.

5.4. Identidade Visual

Num mundo como o atual, em que as pessoas se tornaram compradores desenfreados e onde existe um número bastante grande de empresas a fornecer produtos ou serviços semelhantes, a conquista ou o manter clientes é cada vez mais difícil num mercado competitivo. Assim, o fator primordial de competitividade começa com a identidade visual.

Identidade visual remete-nos para o conjunto de características e traços particulares, únicos e diferenciáveis, que autoidentificam algo. Ou seja, a identidade é como a organização se apresenta e é um importante instrumento para obter uma boa identidade corporativa.

Neste contexto, Strunck (1989, 44) evidencia que: *“As identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham”*.

Para o publicitário Francesc Petit (2006, 13) uma imagem é: *“composta do nome, do logótipo e marca, de uma cor ou mais, de uma arquitetura gráfica, de uma comunicação coerente com essa imagem e uma linguagem específica que impregnam todos os atos e momentos em que a marca atinge o consumidor, o fornecedor, o setor industrial, as autoridades do país e o sistema financeiro.”*

Martins explica a identidade visual como o “código visual formalmente coerente, composto pelo discurso visual e escrito e que relaciona todos os elementos que a materializam, definindo visualmente a organização” (Martins, 2008, 146).

Assim, identidade visual, como refere Healey (2009), abrange tudo o que a marca produz, possui, expressa e comunica, influenciado globalmente a sua imagem.

Para Péon (2009,10), é “o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais” e ainda defende que qualquer coisa que possa ser diferenciada visualmente possui uma identidade visual. Tony Allen e John Simmons (2010, 134), seguem o mesmo pensamento de Péon e assim referem que a identidade visual engloba as componentes gráficas que, em conjunto, fornecem um

sistema para identificar e representar a marca nos seus elementos básicos – logótipos, símbolos, cores e tipos de letra.

O mesmo defende Strunk (2007), referindo que são quatro os elementos de uma marca, mas com graus diferentes: logótipo e símbolo são os elementos obrigatórios, enquanto cor (ou cores) e alfabeto padrões são os secundários.

Karla Niemeyer (2002) avalia identidade visual como o conjunto dos elementos visuais que expressam a filosofia, a cultura da empresa, a imagem que ela pretende estabelecer e enfatizar junto ao seu público-alvo. Todas as empresas são únicas e cada uma é como uma pessoa, veste-se, comunica, tem um estilo próprio, ou seja, possui uma identidade.

Deste modo, a identidade visual desempenha várias funções: simboliza a organização, proporciona visibilidade e reconhecimento; expressa a sua estrutura e, internamente, pode potenciar a identificação que os colaboradores sentem em relação à organização (van den Bosch, de Jong, & Elving, 2011).

Per Mollerup (1999, pp. 28 - 32), identifica outras 10 funções da identidade visual em relação à empresa:

1. Única
2. Valor
3. Poder de Retenção
4. Descrição
5. Associação
6. Tom de voz
7. Excelência Gráfica
8. Reputação
9. Discrição
10. Repetição

Em suma, a identidade visual da empresa é tudo o que o público e especialmente os clientes podem ver dela.

5.5. Nome

O nome, além de ser o elemento mais importante na identificação visual, têm uma importância enorme dentro de uma estratégia corporativa.

Para Strunck (2007), a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço é formada pelo conjunto de elementos da identidade visual que “devem informar, substancialmente, à primeira vista”, para uma comunicação satisfatória.

A escolha do mesmo é bastante importante, pois através do mesmo podemos fazer com que o desenvolvimento da marca seja mais rápido. Desse modo, é necessário que o nome escolhido esteja em conciliação com os valores da empresa.

Mas é importante referir que a marca não é fruto de uma tentativa de descrever um produto ou serviço, mas sim a personalidade da empresa.

Um nome é um fonema ou fonemas que identifica algo e criar um requer muita pesquisa e conhecimentos específicos sobre a área, não é algo simples. Deve ser algo curto, simples, de fácil leitura, de escrever e de ler, visualmente interessante, original, estratégico, claro, atemporal e deve gerar associações positivas.

É através do nome que a marca poderá conseguir o destaque e que proporcione a lembrança nos seus clientes, através da autenticidade. Após encontrar o nome, surge assim depois o logótipo e o *slogan*.

O nome da empresa e o logótipo são elementos adequados para serem representados nos envelopes, cartões de visita, dos edifícios aos veículos de serviço, das embalagens dos produtos aos catálogos, das fardas dos colaboradores aos relatórios de contas.

Segundo Lampreia, existem sete categorias de nomes, a saber:

- Nome individual;
- Associação de nomes em função das pessoas que integram a sociedade inicialmente constituída;
- Nome descritivo;
- Nome abreviado;

Relatório de estágio – Maria Murta

- Iniciais;
- Nome fabricado;
- Nome por analogia.

A empresa onde estagiei apenas tem uma página de *facebook* e foi um pouco difícil descobrir sobre este tema, pois é pouca a informação. No estudo que fiz, Coral Europa é um nome fabricado, mas nada explica como o mesmo surgiu. O que podemos analisar é que este não é um nome que à primeira vista é associado a uma produtora de televisão, ou seja, não é um nome descritivo.

Como referi em cima, o nome da empresa e o logótipo são os elementos adequados para aparecerem em alguns elementos, porém durante os três meses de estágio, pude perceber que o logótipo da coral, ou até mesmo o seu nome, pouco aparecem. Nas folhas de saída, as latinhas de canetas, proteções de vento para os microfones, tudo aparecia com o nome da TVI, ou com o logótipo de “A tarde é sua”.

O logótipo ou o nome da produtora Coral Europa apenas aparecia na porta da redação e na lista de final de cada programa.

5.6. Logótipo

Derivado do grego *logos* que significa palavra ou discurso, este é um tipo de resumo de uma empresa. Deve corresponder à imagem da mesma e inscrever-se na sua política de comunicação.

Rasquilha *et al.* refere logótipo como o nome da empresa, produto ou serviço desenhado e colorido de forma única e específica. Este deve ser de fácil perceção, porém de grande clareza e rapidamente associado à marca ou produto.

Strunck (2007) explica logótipo como a particularização da escrita de um nome, com o mesmo tipo de letra que pode ter sido criado ou não. Assim, é um sinal gráfico que passa a identificar um nome, ideia, produto ou serviço a partir do seu uso. “Toda marca tem sempre um logotipo. Um logotipo tem sempre letras. (...) Nem todas as marcas têm símbolos.”

Lampreia designa logótipo como o nome da instituição desenhado e colorido de forma única e específica, de modo a tornar-se um sinal de reconhecimento imediato.

Logótipo é algo que é imprescindível para qualquer empresa, sendo tradicionalmente considerado como o ponto de partida. Este funciona como um bilhete da identidade visual da empresa, onde através de um símbolo ou algo do género, apresenta a personalidade e prova a existência da empresa.

Com um logótipo, uma empresa pode conseguir sair do anonimato e fazer diferença perante as suas concorrências. Os elementos base que constituem o logótipo são:

- O nome;
- Tipo de letra utilizado;
- Cores;
- Símbolo.

Analisando o logótipo da produtora, podemos ver que o mesmo é constituído pelo nome da mesma “Coral Europa” na parte superior e inferior, estando o nome fabricado dividido pelo nome abreviado, destacando assim as iniciais “C” e “E”. As cores apresentadas no logótipo são: o branco, amarelo e azul.

O azul, que está representado na parte superior e inferior com o nome da produtora, significa a imaginação, o poder, a maturidade, a produtividade e sucesso. O branco das letras, representa a perfeição, frescura, harmonia, clareza, humildade. O amarelo que aparece destacado no nome abreviado, está relacionado com a credibilidade, a intelectualidade, a comunicação, a atenção aos detalhes, harmonia e à flexibilidade.



Imagem nº 1 – Logótipo Coral Europa

Fonte: <https://www.atelevisao.com/wp-content/uploads/2016/06/coral-europa.jpeg>

5.7. Slogan

Derivado do gaélico *Stuaght-ghairm*, que era um grito de guerra, o *slogan*, com o passar do tempo, acabou por se transformar num incentivo à compra, na publicidade comercial e depois passou a ser utilizado também na comunicação empresarial, de modo a reforçar a mensagem do logótipo, revelando a filosofia da empresa.

Slogan, é, assim, uma frase curta, positiva, clara, concisa e de fácil memorização permitindo uma rápida relação com o produto ou organização. Este deve dizer muito em poucas palavras, porém deve ser pensado para durar a longo prazo.

No caso da produtora Coral Europa, esta não tem um *slogan* que acompanhe o logótipo, ou seja, a sua identidade visual.

6. Organograma

Um organograma é um gráfico que representa visualmente a estrutura da organização, apresentado assim a hierarquização da mesma. Normalmente, é apresentado de forma vertical, sendo os postos mais altos localizados no topo da estrutura, porém o mesmo também pode ser apresentado de forma horizontal.

A Coral Europa tem as suas diversas produções e, por isso, seria um organograma bastante grande, pelo que vou apresentar o do programa onde realizei o meu estágio “A tarde é Sua”.

Como podemos verificar no organograma em baixo, temos o diretor geral da Coral Europa, o José Pedro, que está no topo, e logo abaixo a diretora de produção, a Cristina Barata, que apesar de ser a pessoa que toma todas as decisões dentro da redação, tudo acaba por ter que passar pelo José Pedro para ser aprovado. No mesmo patamar da

Relatório de estágio – Maria Murta

Cristina, coloquei as principais coordenadoras de cada sector. Como a equipa ainda é grande, foram elaborados mais três organogramas com as equipas dos diferentes sectores.

A redação do programa divide-se em três equipas: a produção, a pesquisa e a reportagem. É de salientar que a equipa de produção é maior do que a apresentada, porém apenas irei referir os profissionais presentes na redação, os restantes do estúdio e *régie* não estão mencionados no organograma número dois.



Gráfico 1: Direção e Coordenação da Redação do Programa "A Tarde é Sua"

Fonte: Própria

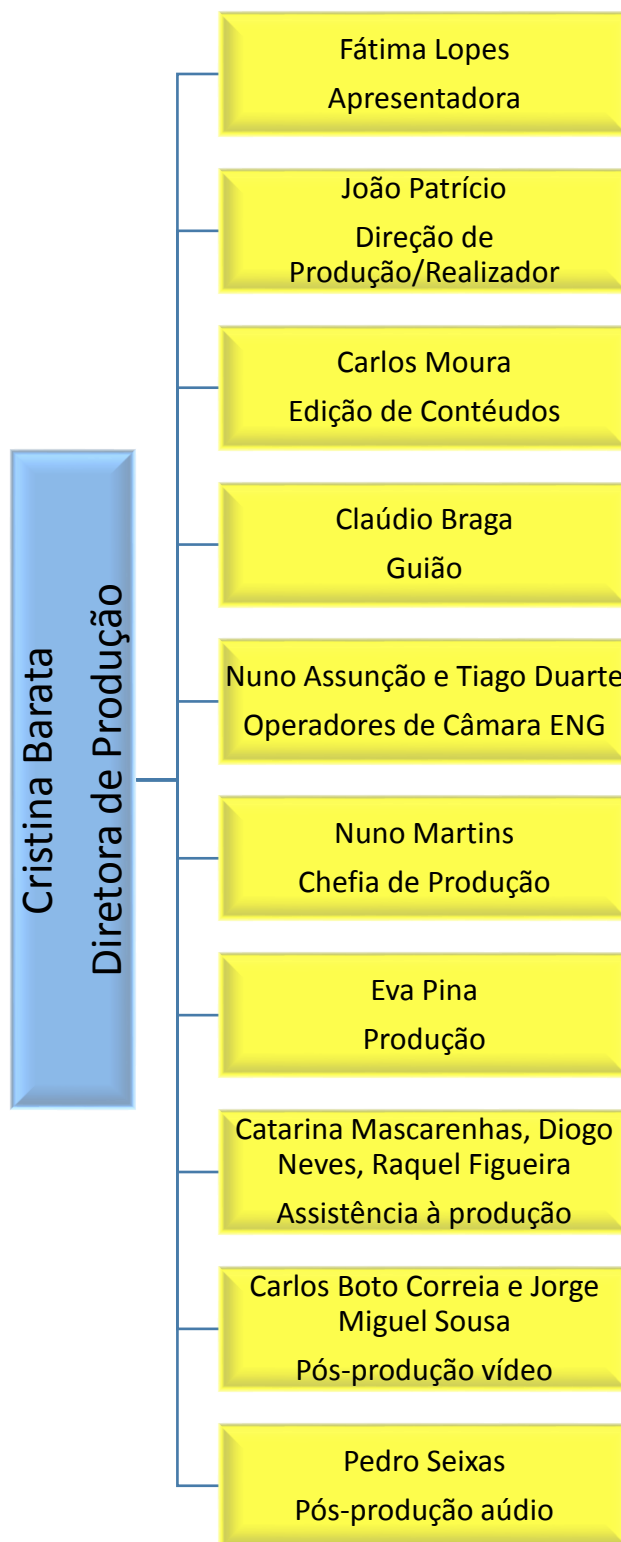


Gráfico 2: Direção de produção da Redação do Programa "A Tarde é Sua"

Fonte: Própria



Gráfico 3: Equipa de pesquisa da redação do Programa "A Tarde é Sua"

Fonte: Própria



Gráfico 4: Equipa de reportagem da redação do Programa "A Tarde é Sua"

Fonte: Própria

7. Comunicação

A palavra “comunicação” provém do latim “communicare”, isto é, tornar algo comum e ocorre quando existe a transmissão de uma mensagem de um emissor para um recetor, ou seja, de alguém que cria a mensagem, para outra pessoa que a vai receber e interpretar.

Segundo Perles (2007), de acordo com os dicionários, assume vários significados, acabando mesmo por ser “mais um substantivo feminino: o ato de comunicar, informação, aviso, passagem, caminho, ligação”.

A comunicação é algo que está presente em tudo o que nos rodeia, seja na vida pessoal, social ou profissional. Nós, seres humanos, sentimos a necessidade de estabelecer sempre comunicação, mesmo que a mesma não seja relevante. A escrita, a fala são formas de comunicação.

Na comunicação humana podemos encontrar bastante a linguagem verbal e escrita, como por exemplo quando trocamos informações ou partilhamos estilos de vida, comportamentos e normas. Contudo, também a linguagem não-verbal está bastante presente, quando usamos muitas vezes sem perceber expressões faciais ou movimentos corporais, gestos, olhares e postura.

Nas organizações acontece o mesmo, ela está presente lá, seja quando falamos, ouvimos, escrevemos, ou até mesmo através de gestos.

Gonçalves (2005, p. 504) defende que a comunicação numa organização é um instrumento básico e obrigatório para a organização obter assim a realização de um melhor projeto.

Numa organização, a comunicação torna-se um instrumento basilar e obrigatório para uma boa gestão, constituindo, mesmo, “um agente dessa gestão, permitindo à organização realizar melhor o seu projeto” (Gonçalves, 2005, p. 504). Para Vilarinho (2014), existem seis elementos importantes para que haja comunicação:

- Emissor (criar e envia a mensagem);
- Recetor (recebe a mensagem);
- Mensagem (conteúdo que se quer transmitir);
- Código (forma como a mensagem é transmitida);
- Canal (fonte onde a mensagem é transmitida);

- Contexto (situação que envolve os indivíduos que emitem e recebem a mensagem).

Para Riel (1995), a comunicação organizacional envolve o *marketing* corporativo, as relações públicas, as estratégias organizacionais e a comunicação interna e externa.

Regouby (1988) e Narbonne (1993), apesar de apresentarem uma visão muito abrangente da comunicação organizacional, incluem também as relações públicas, a publicidade e comunicação em *marketing*. Porém, a estrutura de cada organização irá depender dos objetivos que cada uma tenta atingir.

A comunicação organizacional tem por objetivo alcançar os públicos externos à empresa, contudo esta é iniciada dentro da mesma.

Para Gonçalves (2005, 504), o objetivo da comunicação dentro da organização “é vincular e consolidar o capital de confiança junto dos seus públicos (internos e externos)”.

7.1. Objetivos de comunicação

- Aumentar o número de indivíduos que conhecem a marca
- Aumentar a notoriedade
- Aumentar o tempo de notoriedade
- Eliminar mitos pouco favoráveis
- Mostrar o dinamismo e a honestidade, simpatia e competência
- Aumentar o envolvimento

7.2. Comunicação Interna

Para haver uma boa imagem da organização, é necessário haver um bom ambiente dentro desta. Assim, os públicos internos e as suas relações dentro da empresa são um pilar para o bom funcionamento e boa imagem desta.

Silva (2006:15) define a comunicação interna como todo o tipo de fluxo de informações ocorridos dentro de uma empresa, numa relação de troca entre os funcionários, chefes, departamentos e todos os níveis que compõem a organização, Já a Empresa Ágil (2014: 21), defende que a comunicação interna pode ser definida como um conjunto de ações que uma empresa dirige a fim de ouvir, informar, convocar e garantir a coesão interna.

Cutlip e Center afirmam que “há que ganhar a confiança e a colaboração de todos. (...) Tem de suscitar o desejo de colaborar (...), ou seja, é importante convencer todos os que colaboram internamente dentro da empresa de que o melhor sistema para comunicar é a honestidade”.

Os colaboradores querem sentir que as suas opiniões contam, pois se a direção ignorar o resultado, poderá haver ausência de estímulo, o que pode denegrir a empresa visto que a satisfação com o trabalho determina a qualidade de vida da comunidade e a reputação da entidade patronal.

Os ingredientes essenciais para uma boa comunicação interna são: a confiança, a convicção e a clareza de conteúdo, pois é importante que os termos usados sejam conhecidos, entendidos e tenham uma linguagem apropriada.

Lloyd e Lloyd (1988), afirmam que todos os empregados devem ser informados com clareza e deve existir um gabinete onde se consiga discutir assuntos confidenciais, assistência financeira temporária e conselhos sobre onde e como funcionam os serviços sociais. Todas estes procedimentos são um bom avanço na construção de lealdade entre a entidade patronal e os empregados.

Globalmente, é importante pensar no que se pode fazer por todos os empregados da empresa, seja a nível pessoal ou até familiar, um dos acontecimentos que deve ser posto em causa é, pelo menos uma vez por ano, promover um encontro entre representantes e a gerência (Lloyd & Lloyd, 1988).

Os públicos internos são grupos de pessoas que constituem o elemento humano da empresa. As pessoas que pertencem aos públicos internos diferentes órgãos/funções da empresa. Estes podem ser: órgãos de direção, órgãos de gestão/coordenação e órgãos de execução.



Gráfico 5: Importância dos órgãos da empresa

Fonte: Própria

Na figura nº 1 podemos verificar a importância dos diferentes órgãos. As principais funções destes órgãos são:

- Órgãos de direção: são o verdadeiro motor da instituição que definem objetivos e elaboram políticas tendentes à mobilização e condução dos trabalhadores para que os objetivos sejam atingidos.
- Órgãos de Gestão: compete-lhe combinar os meios materiais e humanos de modo a que sejam atingidos os objetivos definidos pela direção.
- Órgãos de Execução: a quem compete realizar as atividades para que sejam atingidos os objetivos da instituição (Morais, 1984: 81-82).

Tal como todas as ações têm, pelo menos, um objetivo final, as comunicações internas não são exceção, Caroline Black aponta dois objetivos fulcrais nesta comunicação:

- Garantir que a informação se espalhe rápida e eficazmente pela organização;
- Encorajar e motivar as pessoas de forma a que se sintam realmente envolvidas e deem o seu melhor.

É importante referir que na comunicação organizacional interna é dependente de instrumentos de comunicação, tais como comunicação oral, escrita, audiovisual e virtuais ou informáticas, sendo estes considerados os meios que proporcionam o estabelecimento das diferentes tipologias de informação e do conhecimento das políticas e ações das

Relatório de estágio – Maria Murta

organizações. Segundo Padamo *et al.* (155), são estes que executam os elos entre a empresa e os seus colaboradores e vice-versa.

Durante o estágio, a comunicação interna esteve sempre bastante presente. Todos os dias para uma reunião regular, que ocorre três horas antes do começo do programa, e onde se avalia os resultados de audiências do programa do dia anterior, o que correu bem ou mal, e onde se discutem pormenores relativos ao programa do próprio dia, de modo a que todos os elementos da equipa estejam cientes das conquistas dos seus trabalhos.

Nesta reunião estão presentes grande parte das pessoas que contribuem para o programa, desde o repórter que falou com o convidado, até à pesquisa que teve o primeiro contato e que poderá dar detalhes importantes acerca da história e temas a serem abordados. Esta reunião é essencial tanto para a apresentadora saber como comunicar com os convidados, como para quem os vai receber à porta.

Antes e após a realização de um plano de reportagem ou um plano de peça, o tema/história era sempre discutido com a coordenadora e também com a jornalista da equipa de pesquisa que tratou dessa história. A comunicação cara a cara foi a mais utilizada durante estes três meses. Havia muito diálogo entre as equipas.

Havia na redação um quadro informativo designado na redação como “mapa de planeamento” (imagem 2), onde podíamos encontrar histórias que iriam passar e os seus respetivos dias de lançamentos. Assim, tinha a função não só de informar, como também de facilitar na agenda e no planeamento da história ou reportagem da mesma.

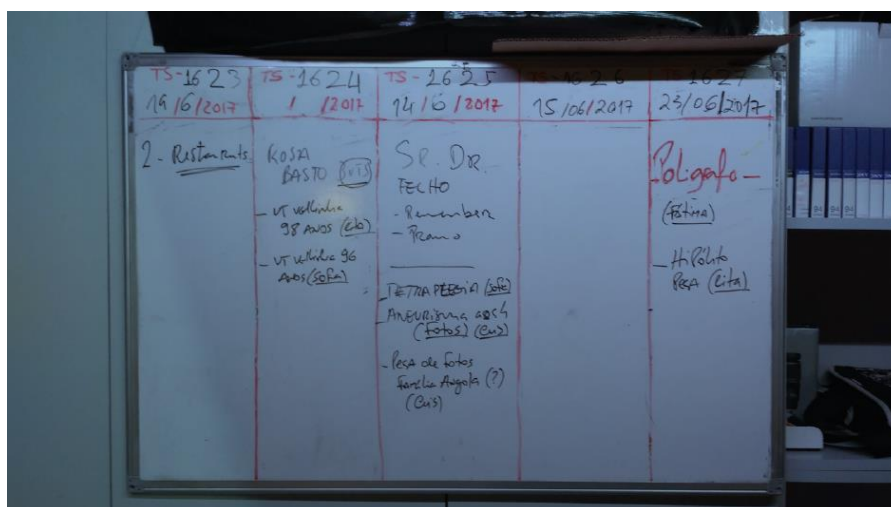


Imagem nº2 Mapa de planeamento

Fonte: Própria

O *e-mail* foi um elemento bastante importante, pois quando a coordenadora não estava ou era necessário enviar os *transcripts* para alguma repórter, ou para esclarecer alguma dúvida com algum convidado, esta era uma ferramenta muito utilizada e de extrema importância.

Na partilha de informações internas, tínhamos uma rede onde todas as equipas tinham acesso, eram divididas por pastas das diferentes equipas e cada um tinha uma pasta privada. Aqui partilhávamos entre nós as histórias, as imagens que iriam ser utilizadas, os planos de peças, a peça final da reportagem, entre outras. Aqui, basicamente, partilhávamos tudo! Por exemplo, era através destas pastas que a pós-produção se baseava para a construção das reportagens e o guionista para elaborar o guião, entre outros.

7.3. Comunicação Externa

O público em geral é um alvo realista que é demasiado amplo e irregular. A única exceção é a campanha de informação ao público, pois tem orçamentos bastante elevados e devem tentar informar todos os adultos no país sobre uma alteração na legislação ou nas políticas, o que acontece por exemplo nos censos, sendo necessário agrupar os consumidores por grupos prioritários.

Assim, podemos definir a comunicação externa como um tipo de comunicação organizacional que se dirige aos públicos externos das organizações, tem como objetivo a divulgação da mesma.

A comunicação externa cuida da imagem que a empresa transmite para seus clientes e possíveis consumidores. A ideia de que o fornecedor constrói a empresa é o reflexo da maneira como a empresa se comporta perante o mercado. O desenvolvimento de estratégias de comunicação externa é fundamental para as empresas que se querem destacar, e deste modo divulgar a identidade da organização. A comunicação externa pode aparecer através da propaganda, assessoria de imprensa, *marketing* e relações públicas e assim possibilitam que a empresa seja vista e procurada. Este tipo de comunicação visa divulgar ações realizadas pela empresa, atividades desenvolvidas, projetos, novidades e todos os assuntos que sejam do interesse do público externo.

As informações que serão partilhadas devem ser analisadas corretamente para não ocorrerem falhas e gerar resultados negativos para a empresa. Deste modo, é necessário analisar o espaço e identificar os canais de transmissão e os métodos que irão ser

utilizados para conquistar um determinado público-alvo. É necessário e importante um ótimo planejamento para conquistar/manter uma boa imagem da empresa.

Um jornalista e um relações públicas têm um elemento bastante importante em comum, o de “transformar” algo numa história atrativa para o público. Ambos os profissionais têm que ser bastante inteligentes e ter o chamado “faro noticioso” para retirar, neste caso das pessoas, os elementos certos para se obter uma boa reportagem. Nas entrevistas, reportagens, ou seja, na maior parte das histórias, o desfecho que o programa/produtora procura é o de fazer emergir o lado positivo da experiência do convidado e, assim, mostrar exemplos de vida, modelos a seguir ou simplesmente transmitir uma lição moral. Estas são as mensagens que o programa/produtora tenta que chame à atenção do público, deixando-os satisfeitos, entretidos e esclarecidos sobre problemas que estejam a acontecer na sociedade. Contudo, é importante referir que esta comunicação apenas acontece após se estabelecer durante as reuniões que são realizadas diariamente, um plano de comunicação e quais as ideias a transmitir.

A equipa de produção e de pesquisa utilizavam bastante o telefone/telemóveis para estabelecer uma relação com os convidados. A equipa de reportagem usava-o, porém com menos frequência. Outra ferramenta era o *e-mail*, pois muitos dos convidados, em vez de contarem a sua história através do telefone para a equipa de pesquisa, preferiam fazê-lo através do *e-mail* ou apenas o utilizavam para enviar as fotografias que a equipa poderia usar para uma reportagem, VTs de fotos ou para blocos de imagens. Durante estas chamadas ou trocas de *e-mails*, acabava por se estabelecer e criar uma relação de proximidade entre a equipa e o convidado. Uma coisa que sempre nos transmitiram era a de mostrar disponibilidade a cada convidado e também de os fazer sentir com importância.

A *internet* é outro elemento importante, pois através da página de *facebook* do programa conseguia-se estabelecer uma relação de proximidade com a audiência, pois podíamos ver e ler o que achavam das histórias escolhidas e das suas produções, sendo estabelecido através desta ferramenta um *feedback*. Ou seja, era possível fazer uma análise se a imagem que queriam transmitir tinha ocorrido com sucesso. A *internet* foi importante não só para encontrar histórias relacionadas com os temas escolhidos, como também para encontrar informações importantes sobre os convidados.

7.4. Propostas de comunicação:

- ***Press release***

Serve para fornecer informações úteis ao público acerca da organização, das novidades e para anunciar novas produções. O programa “A tarde é sua” recebeu uma, de outra produção da Coral, sobre o Inspector Max, para o programa ir fazer uma reportagem sobre o assunto.

Mailing list

É uma lista com contatos de interesse para onde podem ser enviadas as informações ou contactar em caso de coletivas;

Na rede interna o programa/produtora tem uma lista de contatos de interesse próprio.

- ***Clipping***

É onde estão reservadas todas as notícias publicadas pelos veículos de comunicação de forma a perceber qual a imagem transmitida ao público e possíveis correções a fazer;

O programa não faz normalmente um *clipping*, mas todas as equipas estão atentas, principalmente após uma máquina da verdade.

- ***Press kit***

Com o historial da organização e informações úteis para fornecer aos jornalistas. Algo que no meu entender falta à produtora.

- ***Vídeos***

De forma a dar a conhecer a organização e o seu trabalho; O que a produtora faz mais, mas nunca a mostrar as suas produções ou todo o trabalho envolvido.

- ***Mais informação no facebook e em sites*** acerca da organização e do programa.

No caso da produtora, esta não tem um *website*.

7.5. Estratégias e ações de comunicação

A análise abaixo sintetizada sobre a organização refere a estratégia de comunicação em relação aos suportes e aos meios utilizados para divulgação junto do público. O quadro que se segue sintetiza essa pesquisa de modo a podermos ter a noção do que é feito, como é feito e com que efeitos em termos de imagem pública.

Itens de análise	Mau	Suficiente
Pag. web do programa “A tarde é sua”¹¹	<ul style="list-style-type: none"> Sem comentários; Muita publicidade; Falta de informação. 	<ul style="list-style-type: none"> Contato; Informação atualizada; Apresentação
Facebook Coral Europa	<ul style="list-style-type: none"> Falta de informação ou informação errada. 	<ul style="list-style-type: none"> Contato, Atualização deveria ser mais regular; Publicidade apenas a algumas produções, não aparece muito sobre o programa “A tarde é sua”.
Facebook: A tarde é sua!	<ul style="list-style-type: none"> Pouca adesão por parte do público, apesar da quantidade de <i>likes</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Contato; Informação atualizada

Tabela 6: Grelha analítica: meios de comunicação da organização

Fonte: Própria

É possível, através da tabela, perceber a falta de noticiabilidade sobre o programa “A tarde é sua” e a falta de atualização na página de *facebook* da Coral Europa. Porém, a página do programa faz bem esse papel. A página do programa é atualizada todos os dias, por um elemento da equipa de produção. Os pontos fortes são os contatos disponíveis.

Quanto à página *website* do programa, podemos lá encontrar de forma atualizada os vídeos dos programas, formas de contato e alguns separadores com algumas das rubricas do programa, como por exemplo “As receitas do Marco”.

8. O conflito nas organizações

No contexto de um grupo ou de uma organização, falar de conflito pressupõe a sua ligação com o comportamento político, no sentido da influência de um grupo sobre outro grupo.

Pfeffer (1981) define comportamento político no contexto organizacional como sendo equivalente a um conjunto de ações que tem lugar na organização para adquirir, desenvolver ou usar recursos e poder, com vista a satisfazer os interesses pessoais, numa situação caracterizada pela incerteza ou divergências nas opções.

¹¹ A produtora apenas tem página de *facebook* e para cada produção, cria uma página à posteriori. O programa apresentado pela Fátima Lopes tem um espaço no *website* da TVI.

Para se entender qualquer estratégia de resolução de um conflito, é necessário ter em consideração o objetivo que cada uma das partes possui em relação ao poder, bem como as causas que estão na origem do seu comportamento político.

Robbins (1993) perspetiva o comportamento político em matérias determinantes com base em dois conjuntos de fatores:

- Fatores com origem no indivíduo (ambiçãõ, motivaçãõ de poder, expectativas investidas, etc).
- Fatores com origem na organizaçãõ (afetaçãõ de recursos, ambiguidade do papel, pressãõ para resultados, etc).

Em qualquer um dos modelos quer a incerteza do funcionamento quer a conflitualidade das preferências caracterizam o meio do surgimento dos conflitos organizacionais, os quais podem assumir diferenciadas interfaces.

Assim podemos falar de conflitos individuais, grupais, funcionais, organizacionais e ambientais, cujos sintomas se podem expressar com diferentes interfaces. Como exemplo, podemos ter:

- Conflito indivíduo - indivíduo (expressa-se pelo choque de personalidades, pela não cooperaçãõ)
- Conflito indivíduo - funçãõ (expressa-se pelo desempenho deficiente, elevada tensãõ e ansiedade)
- Conflito indivíduo - grupo (revela-se pelo isolamento do indivíduo face ao grupo ou pela falta de sintonia com o grupo)
- Conflito funçãõ - funçãõ (conflitos na má comunicaçãõ ou na não realizaçãõ do trabalho)
- Conflito grupo-grupo (conflitualidades através da falta de cooperaçãõ).

A conflitualidade pode igualmente ser pensada entre organizações quando se observa uma reduzida eficácia, um não alcance dos objetivos ou uma inadequaçãõ das respostas aos desafios da atividade.

Em primeiro lugar, para poder haver conflito é necessário que cada uma das partes perceçãõ a situaçãõ e dela tenha consciênciã, depois é necessário que exista alguma

forma de oposição ou de incompatibilidade e, por fim, que ocorra alguma forma de interação ou de interdependência entre as partes.

Pode-se assim definir conflito, independentemente da sua natureza e extensão, como o processo de tomar consciência da divergência existente entre as partes, traduzida em algum grau de oposição ou incompatibilidade entre os objetivos das partes, ou da ameaça dos interesses de uma das partes.

Pruitt e Rubin (1986) definem conflito como uma divergência de interesses ou a crença de que as aspirações atuais de uma das partes não pode ser alcançada em simultâneo.

A produção de um programa contem muitos profissionais, são vários aqueles que com esforço e dedicação trabalham para conquistar as audiências. É um trabalho com muita pressão e, por isso, quase todos os dias, inevitavelmente ocorrem conflitos mesmo dando-se todos bem.

Dentro da redação eram perto de vinte a trinta pessoas, personalidades totalmente diferentes, funções diferentes e poderes também diferentes. Apesar do poder dos coordenadores, pude ver que muitas vezes as ordens não queriam ser acatadas e isso acabava por originar certos mal-entendidos e surgiam discussões, que mais tarde depois de as coisas acalmarem eram resolvidas. Havia muita amizade entre todos e, por vezes, isso acabava por influenciar e prejudicar, porque infelizmente havia pessoas que não sabiam separar a amizade do profissionalismo.

Assisti a vários conflitos indivíduo - indivíduo, principalmente por causa de um simples ar condicionado. Não é fácil estar numa sala, com várias pessoas, todas elas com feitios e personalidades diferentes.

Trabalhando de perto com a reportagem, pude perceber que na reportagem, seja por culpa do repórter ou não, ocorre sobretudo o conflito indivíduo - função, principalmente na reportagem especial sobre os fogos, porque falhou a ligação da repórter com o *cameraman* e para piorar a situação havia muita tensão envolvida. A reportagem não saiu como devia e recordo-me que a repórter que estava a trabalhar nesta reportagem estava sempre muito nervosa, ansiosa e chorava compulsivamente porque sabia que não lhe estava a correr bem.

Conflito indivíduo - grupo apenas vi uma vez, mas raramente isso acontece porque em grupo trabalham muito bem e ninguém deixa ninguém isolar-se, tentam resolver o assunto e esquecer as diferenças.

Conflito grupo - grupo, ou função - função, também senti apenas uma vez, na altura em que a diretora de produção tirou férias, houve a necessidade de juntar a equipa de reportagem, a de pós-produção de vídeo e os câmaras que vão com as repórter ao terreno porque começaram a surgir conflitos, o trabalho não estava a ser executado como devia e houve a necessidade de haver uma reunião para resolver o assunto.

9. Análise SWOT

A análise SWOT é um instrumento utilizado para a gestão e planeamento estratégico de uma organização. O termo “SWOT” é um acrónimo proveniente do inglês: *Strengths* (Pontos Fortes), *Weaknesses* (Pontos Fracos), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) (Teixeira, 2003).

O "S" e o "W" referem-se à análise dos pontos fortes e dos pontos fracos da sua empresa. O "O" e o "T" dizem respeito às oportunidades e às ameaças que a análise poderá detetar.

Esta foi desenvolvida na década de 60 na Universidade de Stanford e rapidamente se transformou num exercício/método utilizado por todas as principais empresas do mundo na formulação de suas estratégias.

Na combinação da análise externa e interna é recomendada a realização de uma análise SWOT, principalmente em momentos de desaceleração económica ou no caso da produtora, de audiências, é importante sujeitar a empresa a uma análise SWOT, para definir ou redefinir os objetivos estratégico da organização. Após detetar problemas, conseguir-se-á com maior facilidade obter respostas para a resolução do problema. A nível externo, através das fragilidades das empresas concorrentes, pode-se assim fazer uma maior concorrência.

Para Daychouw (2007:9) a análise SWOT é um elemento essencial para qualquer organização, visto que permite fazer uma análise precisa da sua situação que leva a detalhes que possibilitarão definir decisões estratégicas para serem tomadas no presente e futuro.

Para se elaborar uma análise SWOT, é necessário o levantamento do maior número de respostas para as seguintes perguntas:

- Quais são os pontos fortes da minha empresa?
- Quais são os pontos fracos da minha empresa?
- Que oportunidades o mercado pode reservar nos próximos anos?
- Que ameaças podem se tornar realidade nos próximos anos?

A tabela nº7, apresenta a minha proposta de análise SWOT para a Coral Europa, e para o programa “A tarde é Sua”, que foi onde efetuei o meu estágio.

ANÁLISE		
S W O T	Pontos Fortes	<ul style="list-style-type: none"> • Profissionais experientes e dinâmicos no que respeita aos anos no ramo profissional; • Simpatia por parte dos colaboradores; • Bom ambiente de trabalho; • Cumprimento do código deontológico do jornalista; • Aposta na formação dos estagiários; • Qualidade nos programas; • Equipamento.
	Pontos Fracos	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de equipamentos tecnológicos de alta qualidade; • A Coral Europa não ter um <i>site</i> oficial.
	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Novas produções ou mais edições dos programas existentes; • Acesso a tecnologia; • Cooperar também com outros canais televisivos; • Produções no estrangeiro; • Rubricas que causam a curiosidade do público, no programa.
	Ameaças	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência por parte de outras estações televisivas; • Perda de audiência por não suscitar interesse relativamente ao alinhamento do programa.

Tabela 7: Proposta de análise SWOT

Fonte: Própria

Relativamente aos pontos fortes, podemos ver que a Coral Europa além de conter profissionais bastante experientes, também se preocupar em ajudar e apostar nos jovens que querem ingressar o mundo da televisão. Como referi anteriormente, os convidados são tratados com a máxima competência e simpatia. É importante fazê-los sentir-se importantes e as equipas do programa conseguem bastante isso.

Coloquei os equipamentos nos pontos fortes porque realmente os equipamentos não faltam e cada um tem o seu. Porém, já se encontram um pouco desatualizados e por

Relatório de estágio – Maria Murta

vezes dificulta e atrasa o trabalho. Por esse motivo, coloquei também nos pontos fracos a falta de qualidade de equipamentos de alta qualidade. Ainda como ponto fraco referi a falta de um *site* oficial que forneça informação sobre a produtora e assim também sobre as suas produções.

Em relação às oportunidades, a Coral Europa tem ou teve projetos em comum com a RTP1 e a SIC, porém atualmente trabalha mais com a TVI, o que é uma mais-valia para a produtora, tendo em vista que este é o canal mais visto pelos portugueses. No programa “A Tarde é Sua” podemos encontrar muitas histórias de vida, o que acaba por atrair a atenção dos telespectadores e ainda rubricas bastante atrativas que chamam à atenção dos mesmos, como por exemplo a “Máquina da Verdade”, porque desperta a curiosidade, e “As receitas do Marco”. As produções no estrangeiro dariam a possibilidade da expansão da produtora e das suas produções.

Por fim, como ameaças, podemos referir a concorrência, tanto de outras produtoras como de outros programas. Relativamente a outros programas, podemos referir a qualidade de alinhamento ou de histórias de cada um que pode vir a proporcionar uma queda na audiência.

CAPÍTULO II – O ESTÁGIO “A TARDE É SUA



“A televisão será sempre, para mim, a "caixa mágica". As pessoas procuram nela muitas emoções, companhia, divertimento, prazer, alegria e, se não houver magia ou espetáculo, é como olhar para uma parede de cimento.”

João Baião¹²

O gosto pela comunicação ou simplesmente o interesse pela televisão surgiu desde cedo. O interesse de querer saber como os programas, jornais ou telenovelas eram feitos sempre despertou em mim uma vontade enorme de querer aprender e fazer parte desse mundo.

Sempre senti vontade de aparecer em frente das câmaras e apresentar um programa, ouvir histórias, ajudar pessoas e ser companhia das muitas pessoas que estão a assistir o programa em casa. Contudo, com o meu estágio percebi que posso fazer o mesmo estando por detrás das câmaras e com a mesma importância do que estar à frente. São papéis totalmente diferentes, mas que, um e outro se completam, e sem ambos o programa não funcionaria da melhor forma.

Ao longo de três meses, pude fazer parte da produtora Coral Europa, onde integrei a equipa de reportagem do programa “A Tarde é Sua”, apresentado pela Fátima Lopes e transmitido pela TVI.

O meu trabalho consistia em receber e ler as histórias de equipa de pesquisa e preparar um plano de peça. Após o plano aprovado pela coordenadora, eu ia para o terreno e estabelecia o contato com o convidado, dando ênfase aos pontos mais importantes a transmitir durante uma peça de reportagem. Esta peça, após a recolha de todo o material no terreno, era planeada por mim e transmitida à equipa de produção. Servia, depois, como introdução à conversa da apresentadora com o convidado em estúdio.

Assim, dia 12 de julho do corrente ano, entrei em contacto com este mundo, estive pela primeira num estúdio de televisão, numa *régie* e numa redação. Neste dia, conheci a forma como a produtora trabalhava, os diferentes departamentos/equipas e a importância do trabalho de cada um, assim como também o do trabalho de equipa.

¹² <http://acaixaquejafoimagica.blogs.sapo.pt/2012/05/>

1. Diferenças entre Relações Públicas e o Jornalismo

As RP devem ser usadas para “ajudar a construir uma reputação positiva entre as entidades interessadas numa organização, gerir assuntos e problemas, apoiar estratégias empresariais, comerciais e de marketing (...)”

BLACK (2006)

A redação é uma atividade comum tanto nas relações públicas como no jornalismo. Ambas trabalham de forma equivalente, entrevistam as pessoas, juntam e sintetizam grandes quantidades de informação, redigem num estilo jornalístico e estão treinados para escrever um bom artigo. Muitos jornalistas chegam a pensar que existe pouca diferença entre as duas vertentes, porém, os mesmos se diferenciam no alcance, objetivos, públicos e canais.

- **Alcance:** As relações públicas com os meios de comunicação e a redação de estilo jornalístico são ambas importantes. Porém, a prática de um RP deve ser mais estratégica, ter a capacidade de resolução de problemas e outras qualidades diretivas do que a de um jornalista.
- **Objetivos:** Os jornalistas e os profissionais de RP recolhem e selecionam informações para oferecer/informar aos públicos, porém com um objetivo diferente.
- **Públicos:** Os jornalistas escrevem para todo o tipo de audiência, enquanto que um relações públicas divide cuidadosamente as audiências em função de diversas características, como por exemplo: demografia e psicologias.
- **Canais:** A maioria dos jornalistas usam apenas um canal para conseguir chegar à sua audiência, enquanto que os RP podem chegar através de uma grande diversidade de canais. Sendo estes canais possíveis: jornais, revistas, entre outros.

Estas foram algumas das diferenças que senti ao longo do meu estágio, porém é importante frisar que na tomada de decisões sobre as possíveis imagens que a minha escolha ou ideia poderiam ter, sempre notei que agia mais como uma relações públicas. Pensava nos problemas ou nas boas imagens que as minhas escolhas podiam dar ou transmitir. E quando acompanhei o trabalho do editor na *régie*, também pude perceber que tinha a visão e o ouvido de uma RP. Recordo-me que a Fátima durante um programa disse uma frase que podia ser mal interpretada sobre a adoção de crianças com doenças e quando percebi eu e o editor tínhamos pensado na mesma coisa e ele teve que chamar à

atenção da Fátima. Outro acontecimento que notei que estava a agir como uma relações públicas foi quando justifiquei vários pontos positivos e arranjei estratégias para se poder oferecer um sorriso à irmã de uma das convidadas sem fugir ao assunto/tema principal.

Coloquei em prática várias técnicas que fui aprendendo ao longo do meu curso seja em jornalismo ou como relações públicas, porém percebi as suas diferenças. No programa trabalhávamos especialmente para um determinado público-alvo, contudo o programa abrangia vários públicos e tínhamos de ter atenção à construção da notícia ou do conteúdo, porque todas as faixas etárias poderiam estar a assistir.

2. Metodologias no trabalho

A primeira metodologia que me foi ensinada a seguir foi o quadro de planeamento de peças. Este é um quadro na parede do gabinete de edição, dividido pelos cinco dias da semana, onde temos identificado o número do programa, dia, e que peças vão ser editadas para cada dia, tipo de peça e qual a repórter que tratou ou vai tratar da peça. Assim, conseguimos ter acesso ao trabalho que vamos ter e programar os dias para planeamento da reportagem.

Mais tarde, este quadro passou a ser digital, acessível através de uma plataforma *online*, para estar disponível em todos os computadores e dispositivos móveis de quem precisava de o seguir (algo que nunca utilizei porque usava a minha própria agenda). Porém, este quadro era importante, pois informava o número do programa e esse número era utilizado e era necessário colocar em quase tudo o que um repórter fazia, incluindo colocar nas folhas de autorização de cedência de imagens.

Esta denominação permite-nos identificar que é algo pertencente ao programa “A Tarde é Sua”, e qual o número do mesmo, permitindo-nos assim identificar qual o dia respetivo àquela pasta, fotografias, documentos, entre outros.

Todos os ficheiros têm um local específico, e nomenclaturas que devem ser usadas, de forma a que qualquer editor de vídeo que esteja a par da organização, possa a qualquer momento saber onde os ficheiros estão mesmo que não tenha sido ele a colocar naquele sítio. Todos os meses era criada uma nova pasta respetiva ao mês a decorrer.

Sempre que transcrevia algum vídeo, era necessário guardar em pastas dos respetivos temas e tinha que identificar o documento *word* como “brutos”, o plano da peça de reportagem como “plano de peça”, e o guião da peça final como “Peça”.

Esta foi uma das maiores dificuldades iniciais, conseguir rapidamente adaptar-me e decorar as abreviaturas e estrutura de pastas dentro dos servidores e colocar tudo nos sítios certos.

Todos os projetos, quer fossem a rubrica do “Sr. Doutor” ou a “Máquina da Verdade” ou uma reportagem normal, tinham já modelos criados com as configurações corretas e estruturação. Portanto, era necessário copiar o modelo e depois adaptar às necessidades, contudo ter cuidado porque, como por exemplo na “Máquina da Verdade”, há frases que nunca mudam.

Nas minhas primeiras semanas, além das transcrições, treinei a procura das partes mais interessantes de uma história e depois disso escrevi as perguntas que me suscitavam o interesse. Ou seja, aprender a colocar-me na versão do público e pensar no que eu queria saber ou então o que eu achava que deveria ser transmitido ou focado naquela história.

Assisti a vários programas antigos, para perceber a estrutura do mesmo e das diferentes rubricas que eu iria poder trabalhar. E aprendi como um programa acontece, desde a procura das histórias até ao trabalho do lançamento das mesmas no estúdio e *régie*.

Após tudo isto, comecei a acompanhar as reportagens e quando me senti preparada ou a minha coordenadora achou que eu estivesse preparada, começou a dar-me algumas reportagens próprias.

O sigilo dos temas ou do que me era contado era muito importante, e a atenção nas gravações também, deveríamos estar muito atentos pois havia coisas que o convidado dizia que depois pedia para não ser divulgado e aí entrava a nossa ética no trabalho e tínhamos que respeitar o pedido.

A cada peça que existia para o PPV editar, havia um guião (imagens 3) que era realizado pela equipa de reportagem, ou seja, poderia ser feito por mim. O guião informa onde os brutos de vídeo estão armazenados no servidor, e o editor tinha de os ir buscar e passar para o *software* que usava para a edição. Através dos *timecodes* do guião, o editor tinha que cortar e selecionar as partes do vivo, alinhava os grafismos e áudio do mesmo

e era colocava uma música pedida ou à sua escolha. Qualquer peça de vídeo, seja ela grande ou pequena, desde que tenha áudio, tem que ser enviada para Pós-Produção Áudio.

Para enviar todas as VPs para a *régie*, é novamente necessária uma lista de processos e nomenclaturas. É normal encontramos no produto final imagens a verde no início, para que seja possível o sistema reconhecer quando o conteúdo vai para o ar e permita fazer transições suaves de peças e imagens ao vivo de estúdio.

Depois de exportados, estes ficheiros são enviados para um servidor onde depois a *régie* os vai reconhecer, identificar e deixar disponíveis para serem colocados no ar. Aqui, novamente, é necessário usar identificações no nome e existem também regras, como “1 VT1 05 TS ED TX”. Nunca podem haver acentuações ou apenas letras e números, o primeiro número identifica para que parte do programa é a peça, segundo bloco que peça é, TS o programa, ED e TX são referências para automaticamente o servidor saber quanto tempo deve manter os ficheiros e de que tipo de conteúdo se trata.

Uma hora antes do programa começar, todas a peças são verificadas na *régie*, para garantir que nada está mal.

É preciso ter noção de que há coisas que não podem aparece em televisão, é um público muito específico e por isso nas gravações de entrevistas temos que ter em atenção a vários pormenores, como fotografias.

O público-alvo deste programa é diferente de um programa musical na MTV ou uma “Casa dos segredos”, e é essencial nunca esquecer isso quando se está a trabalhar nesta área.

A TARDE É SUA | PGM 1615° | EMISSÃO 6 de junho 2017

Tema: "Super Avós" / **História:** Netos querem homenagear a avó **Maria Inês** que teve 5 filhos, mas perdeu três.

NOTA: PEÇA DE FOTOS COM OFF GRAVADO PELO NETO: DIOGO
Grava no próprio dia às 12H30.

IMAGEM	PEÇA DE FOTOS / OFF: DIOGO (NETO)	NOTAS
128 (rosto) 121 + 114 (casamento) 127 (com filhos) + 117 119 106 + 107 (com netos) 104 (com neto) 105 (com neta) 125 110 (a apagar velas)	<p>"A minha avó Maria Inês nasceu em Lodares, Lousada. Começou a trabalhar muito nova, casou e teve cinco filhos. Perdeu três. Não foi fácil mas a minha avó não sabe o que é desistir. No entanto, é para nós, um exemplo de vida.</p> <p>A minha avó é uma mulher guerreira! Temos imenso orgulho na pessoa que é e adoramos a forma como cuida de todos nós. Esquece a vida dela para viver as nossas, sempre com carinho, amor e honestidade.</p> <p>A nossa avó é a melhor avó!"</p>	<p><u>SUGESTÃO DE MÚSICA</u> https://www.youtube.com/watch?v=LXlw1dUq8zc A partir dos 00:22 segundos</p>

Imagem nº3 exemplo de um Guião de uma peça de fotos

Fonte: Própria

3. Experiências e Conhecimentos Adquiridos

Uma das coisas que mais gostei de aprender foi a noção do que pode e não pode ser feito no ramo da televisão. Quando estamos a pesquisar uma história, a fazer uma reportagem ou a editar um vídeo para um programa de TV e para um público-alvo específico, é necessário ter bastantes condicionantes em conta.

Sinto que aprendi bastante nesta área e que no futuro, mesmo a trabalhar fora da TV, esta informação poderá ser-me útil profissionalmente. As condicionantes de para quem estou a trabalhar e onde vai ser exibido o produto final, serão sempre diferentes, e estagiar para um programa *day-time* obrigou-me a lidar muito com isso.

Gerir o tempo por prioridades é outro dos fatores. Muitas vezes, fosse pela condicionante de tempo, fosse porque algum conteúdo que chegou até nós mais atrasado e estávamos a trabalhar com horas de atraso, várias vezes vi-me a trabalhar debaixo de pressão.

Se uma peça não estiver acabada à hora necessária para entrar no programa é um grande problema, pois as coisas acontecem ao vivo no estúdio e por isso tudo tem que ser bem coordenado pela pesquisa, reportagem e PPV. Contudo, por vezes, isso acaba por não acontecer devido ao excesso de trabalho. Várias vezes ao longo do estágio, passei por

situações destas que me ajudaram a melhorar as minhas capacidades de trabalhar sobre pressão com tempo contado.

Trabalho em equipa é algo que tive oportunidade de desenvolver imenso. A necessidade de dividir trabalho para que tudo esteja pronto a horas de ir para o ar, ou conhecer o colega de trabalho de forma a saber como dividirmos o trabalho da forma mais eficiente, também foi enriquecedor.

O mesmo com organização, a quantidade de regras e estruturas a respeitar na forma como trabalhei na reportagem ensinou-me bastante de como se devem organizar os documentos para este tipo de trabalho e como isso permite que várias pessoas trabalhem no mesmo projeto de forma eficiente.

4. O programa “A Tarde é Sua”

O programa “A Tarde é Sua” é um programa de *day-time* (programa diário) transmitido em direto todas as tardes, na TVI, entre as 16h00 e as 19h00 ou 20h00, dependendo do conteúdo. É um programa que promove conversas, momentos marcados pelo drama e emoção, de modo a dar a conhecer as histórias dos convidados.

Este é um programa apresentado por Fátima Lopes e na ausência da mesma pela Iva Domingues. A emissão deste programa é garantida pela entoação cordial, animada e viva, de momentos bons que são partilhados entre todos. As histórias e os temas são centrados em várias áreas da sociedade: família, afetos, saúde, figuras públicas, apelos, polémicas da atualidade, e também de futilidades.

Em todas as conversas entre os convidados e a Fátima Lopes, pretende-se, principalmente, que o final de cada conversa faça suceder o lado positivo da experiência de cada convidado, tendo como finalidade assumir uma lição moral, ou seja, um exemplo a seguir, um exemplo de vida.

A produção do programa decorre em três espaços diferentes. O estúdio, ou *set* principal, é onde estão presentes os convidados, *cameramans*, pessoal técnico, figurantes e apresentadora. Na *régie* é onde são controladas câmaras, introduzidas as peças de vídeo no ar, grafismo, controlo áudio, entre outros momentos e constituintes do programa a

Relatório de estágio – Maria Murta

decorrer ao vivo. E, por fim, a redação é onde é feito todo o trabalho de pré-produção, antes do programa acontecer.

Foi na redação do programa “A Tarde é Sua” que estagiei durante quase 3 meses. Contudo, para entender como trabalho deveria ser executado, as primeiras semanas foram de simples acompanhamento, de análise e a perceber de perto como o trabalho era realizado na sua globalidade, e assim, muitas vezes estava no estúdio, na *régie* ou no gabinete de produção a acompanhar os trabalhos.

4.1. A redação do programa

A redação do programa é constituída por três espaços: a redação, a sala de reuniões, e o gabinete de pós-produção vídeo. A redação é um espaço bastante grande (Imagem nº5), ao género *open space*, que tem distribuídas as mesas e computadores ao longo da sala, que proporcionam um bem-estar para as pessoas que lá trabalham, pois cada um tem o seu cantinho de trabalho.

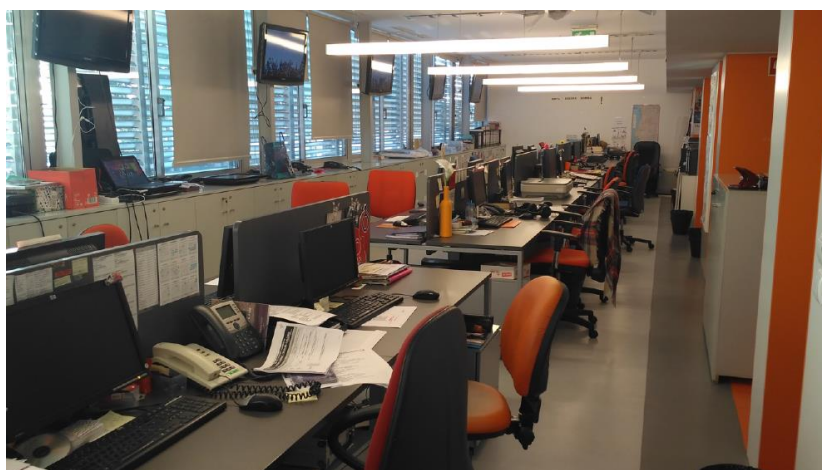


Imagem nº4 Redação

Fonte: Própria

No fim da sala, temos a equipa de pesquisa onde começa o processo de procura de uma história para o programa, e que vai progredindo ao longo da sala para a equipa de reportagem, coordenação e produção, respetivamente. A sala de reuniões (anexo III), que se encontra no mesmo espaço que a redação, porém dividida por vidros, é usada todos os dias para uma reunião regular, que ocorre três horas antes do começo do programa, e onde se avalia os resultados de audiências do programa do dia anterior e onde se discutem pormenores relativos ao programa do próprio dia. Esta sala é, por vezes, também usada para receber os convidados em situações específicas ou para conversar com eles de forma mais privada, ou também outras reuniões entre as equipas.



Imagem nº5 Sala de reuniões

Fonte: Própria

Por toda a redação existem computadores para todos trabalharem e televisões para acompanhar o decorrer do programa, e o que está a acontecer nos canais concorrentes. Existe um servidor onde todas as estações de trabalho podem aceder e partilhar trabalho, e há ainda lugar para a adrecista guardar as roupas, e armários para os acessórios necessários para cada programa.

Por último, está o gabinete de pós-produção vídeo (imagem), que é uma sala no mesmo recinto da redação, mas completamente isolada de som. Aqui temos um espaço que, apesar de ser o mais pequeno, tem todas as comodidades necessárias para cumprir o propósito, editar vídeo.

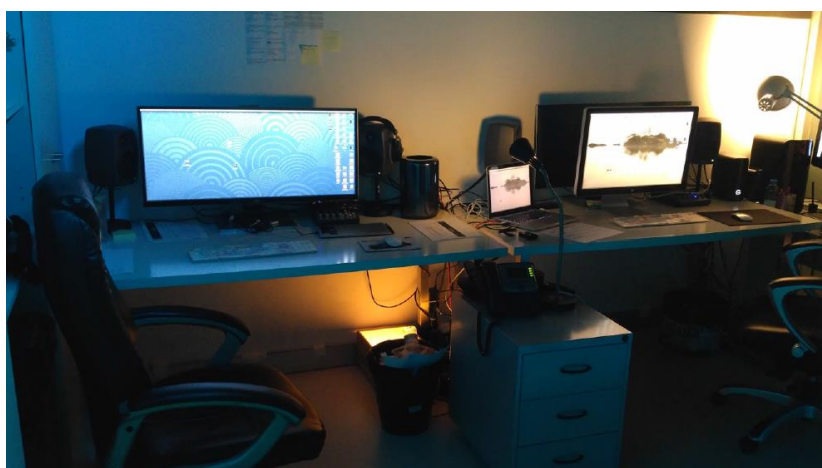


Imagem nº6 Gabinete de pós-produção de vídeo

Fonte: Própria

4.2. O gabinete de edição do programa

Neste gabinete existem duas estações de trabalho (Imagem), o que permite estarem dois editores a trabalhar ao mesmo tempo. Cada estação tem um computador Apple Mac Pro, preparados para trabalhar nas mais variadas resoluções, e ecrãs secundários, que são TVs a que chamamos de *previews* e que servem para visualizar o resultado final das peças de vídeo quando forem para o ar. Cada computador tem o seu próprio minisservidor, e ambos estão ligados a um servidor maior central. Estes servidores, com vários discos e imenso espaço de armazenamento, são todos acessíveis e partilhados entre os dois computadores. Tudo o que é criado é armazenado nestes servidores, de forma a que se um computador avariar ou for necessário desmontar, os ficheiros permanecem imediatamente disponíveis, sem necessidade de andar a transferir quantidades imensas de ficheiros de um computador para outro ou correr o risco de perder algo na ocorrência de uma avaria. Existe ainda um microfone de gama profissional sempre pronto e ligado a um dos computadores, para gravar áudio para as peças.

Grande parte das paredes são isoladas com placas de espuma acústica, não só para melhorar o som dentro da sala quando estão a editar vídeo, como para proteger o resto da redação do barulho, enquanto os editores estão a trabalhar e ouvir o áudio das peças, mas, sobretudo, para que quando a Fátima Lopes vai gravar o áudio para os genéricos ou uma repórter um *voz off*, que a qualidade do áudio seja superior e não exista eco. A sala tem ar condicionado constante, pois, mesmo no inverno, é uma sala bastante quente. Os computadores e servidores produzem algum calor, que, numa sala de dimensões pequenas, rapidamente se acumula e se torna difícil de trabalhar.

Foi nesta sala que passeia várias horas do meu estágio. Gostava de acompanhar uma reportagem minha do início ao fim e também de perceber todo o trabalho por detrás de um programa, por isso era normal encontrarem-me nesta sala a acompanhar as montagens das minhas reportagens ou das histórias que eu mais gostava.

Aproveitei ainda para assistir a várias reportagens das gravações da Fátima Lopes para os genéricos e da minha coordenadora para o *voz off* de algumas reportagens. Todas as outras rúbricas eram também gravadas nesta sala, porém a rúbrica “Máquina da Verdade”, quando gravada no dia anterior ao seu lançamento, o João Patrício que além de realizador também dá voz a esta temática, em vez de gravar nesta sala ia diretamente ao local onde é editado o som, isto é, em estúdios que a própria TVI tem.

4.3. Estúdio

Outro dos sítios que eu mais gostava de estar era o estúdio, onde tudo acontecia! Aqui podíamos encontrar a Fátima Lopes e os convidados. Muitas vezes, saía da minha secretária e ia cumprimentar os convidados que eu tinha entrevistado ou quando o trabalho acabava mais cedo, era para aqui ou para a *régie* que eu gostava de ir.

Em casa, parece um lugar enorme, mas não é! Todas as pessoas que vemos lá são figurantes, todos contratados através da Plural.

O estúdio (Imagem nº8) é dividido em duas partes, de um lado tem a plataforma do programa da manhã e do outro lado o de “A Tarde é Sua”. O local da gravação do programa, designado por *set*, é dividido em algumas partes como o *set* principal, peanha e o *set* passatempo. No *set* principal é onde encontramos a apresentadora a conduzir a entrevista com o convidado, a peanha é o local onde a Fátima dá introdução à próxima história ou dá a conhecer todas elas e faz a divulgação do passatempo do programa “A Bomba” e no *set* passatempo a apresentadora apenas aparece no final de cada programa, quando o prémio do dia está a ser entregue. Contudo, todas as quintas-feiras, acontece “As ricas quintas” e aqui podemos encontrar dois apresentadores, que normalmente são o João Montez, Olívia Ortiz ou o Santiago Lagoá, e quando estes estão a fazer a divulgação do passatempo aparecem sempre no *set* passatempo a fazer divulgação do mesmo.

No estúdio, podemos encontrar além da apresentadora e dos figurantes, os assistentes de realização que apoiam o trabalho do realizador na *régie*, os *cameramans* e o responsável pelo som do estúdio.



Imagem nº7 Estúdio

Fonte: Própria

4.4. *Régie*

Sem o estúdio, um programa também poderia acontecer, como já se tem visto com os programas como o “Somos Portugal”. Contudo, sem uma *régie* isso não aconteceria, pelo menos de uma forma “ao vivo”, em tempo real.

A *régie* (Imagem nº9) tem o controlo de grande parte do que se passa no estúdio e é composto por vários profissionais e o realizador é aquele que por norma controla toda a equipa que está na *régie* e dá orientações para a equipa do estúdio.

O realizador é quem indica em tempo real ao “misturador” qual a câmara que deve estar no ar, orienta os *cameramans* no estúdio para onde os mesmos devem direcionar as câmaras e dá informações à Fátima.

O misturador é a pessoa que tem como função mudar a câmara que está no ar, aplicar efeitos de transição nas mudanças ou sobreposições de várias câmaras ou imagens estáticas.

A seguir ao misturador, encontramos a anotadora, que faz como o próprio nome diz anotações, mas não só. Esta pessoa também controla os vídeos e genéricos do programa. Ela é a pessoa que coloca, a mando do realizador, as peças de vídeo editadas na redação, o genérico de entrada e saída de imagens estáticas. Em suma, é a pessoa que controla o que está disponível, o que entra no momento e a seguir. E só então depois o misturador é que coloca no ar, obviamente como referido anteriormente, após ordem do realizador.

Relatório de estágio – Maria Murta

Orientador de grafismo é a pessoa que coloca tudo o que seja oráculos. Desde títulos de temas, nomes das pessoas, frases de contextualização, citações e ficha técnica no final do programa.

No início da *régie*, podemos encontrar um profissional que controla e mantém as câmaras com cores e iluminação corretas, ou seja, tem que manter a imagem de todas as câmaras equivalentes. Esta pessoa tem que tentar compensar a diferença de uma câmara para a outra, para que nada seja transmitido de forma errada para o telespectador, mas em casa, vemos a imagem sempre com as cores iguais e corretas. Ao lado deste, encontramos um técnico que tratar da iluminação do estúdio.

Atrás do realizador, podemos encontrar o editor que tem como função orientar a Fátima nos tempos, nos temas ou no seguimento da conversa. Em suma, esta é a pessoa que orienta a equipa e a Fátima, conforme os objetivos do programa e do guião do programa desse dia.

Ao fundo da *régie*, encontramos um pequeno gabinete, que é designado por gabinete de som, e tem mais duas pessoas a trabalhar lá. Estas duas pessoas controlam tudo a nível de som, desde colocação de músicas, microfones dos convidados, da Fátima, entre outros.



Imagem n°8 Régie

Fonte: Própria

4.5. Da pesquisa à edição de vídeo

A vinda de um convidado ao programa para contar a sua história começa na equipa de pesquisa. Esta equipa tem o objetivo de pesquisar histórias de vida para levar ao programa. Por vezes, as histórias chegam até esta equipa por carta ou *email*, diretamente pelos espectadores, outras vezes os membros desta equipa procuram uma história dentro do tema que se pretende abordar e contactam as pessoas. Depois, a história, contactos e informação adquirida até ao momento, é passada à equipa de reportagem que, em conjunto com a parte de produção da redação, combinam com os convidados para realizar uma entrevista pessoalmente ou para fazer uma peça de imagens/fotos.

A repórter encarregada da história vai com o *cameraman* realizar a entrevista e recolher imagens que, por sua vez, são trazidas até à redação e descarregadas para um servidor onde fica disponível tanto aos repórteres da redação como para gabinete de edição de vídeo. Seguidamente, a repórter analisa o vídeo gravado, faz uma análise e triagem da informação dada pelo convidado e escolhe a melhor forma de contar a história à audiência, criando um guião para entregar ao gabinete de Pós-Produção Vídeo (PPV).

Este guião contém informação do que foi gravado, detalhes sobre a história, sugestões de como esta deve ser contada em vídeo, e que tipo de imagens foram captadas pelo *cameraman*, para que os editores de vídeo possam ter uma noção do que foi gravado e que tipo de conteúdo existe para editar a peça final de vídeo (Anexo IV). Por vezes, não é possível realizar uma entrevista com o convidado, pelas mais variadas razões, tais como o convidado não autorizar ou não ter disponibilidade. Nesta situação, pede-se ao convidado que envie algumas fotos em formato papel ou digital relacionadas com a sua história e com as pessoas envolvidas, a repórter faz um pequeno resumo (as chamadas peças de imagens/fotos) e, no gabinete PPV, é feita uma peça de exibição de fotos em vídeo com voz da repórter a contar a história.

Uma das características deste processo, dividido por equipas e fases, é que, enquanto no gabinete de vídeo, por norma, se está a trabalhar para o programa do dia seguinte ou do próprio dia, na secção de pesquisa estão a trabalhar para a semana seguinte e, por vezes, até duas semanas para frente. Na secção onde estagiei, a reportagem, podemos estar a trabalhar para o dia a seguir ou ter tempo e estarmos a trabalhar para daqui a três dias, uma semana ou até mais tempo. Na reportagem tudo pode mudar, dependendo da disponibilidade do convidado e isso pode afetar as outras secções.

4.5.1. Pesquisa

A equipa de pesquisa era coordenada pela Liliana Pacheco e pela Marta Tomé e conta com mais sete jornalistas, que tinham a missão de encontrar ou escolher histórias de vida, consoante os temas escolhidos. As histórias eram escolhidas através de recortes de jornais ou revistas que todas as manhãs viam e *e-mails* ou cartas recebidas.

O trabalho desta equipa requer muita paciência, nem sempre é fácil encontrar as histórias desejadas e muitas vezes quando encontradas é muito difícil entrar em contato ou até mesmo convencer o convidado a falar sobre o assunto.

Normalmente, as entrevistas são feitas através do telefone e em casos raros, como vi acontecer, podem ser através de *e-mails* ou mandando a história de forma resumida.

Esta equipa, após tudo acordado com o convidado, ficava responsável por pedir fotografias ao mesmo e de entregar posteriormente tudo à equipa de reportagem.

Não fazia parte desta equipa, mas tive a oportunidade de apoiar, ajudar e de ver de perto o seu trabalho. Portanto, cheguei a ajudar algumas vezes na pesquisa de histórias, sobre os sobreviventes dos fogos em determinadas regiões específicas e também sobre emigrantes de sucesso. E com isso percebi que as capas com os recordes e as cartas que a equipa reservava de forma bem distribuída era de extrema importância, assim como também o Google e o *facebook*, para efetuar uma pesquisa com sucesso. É muito difícil, mas é um trabalho que me deu muito gosto em fazer. Com eles pude perceber, que o desistir nem sequer faz parte do dicionário.

4.5.2. Reportagem

Esta foi a equipa onde estagiei, sendo repórter por três meses. É uma equipa coordenada pela Cristiana Neves e contava com mais duas repórteres/jornalistas, a Sofia Durães e a Rita Rodrigues.

Não há um número específico de reportagens por semana, o número irá depender da quantidade de histórias e os temas das mesmas e a duração vai depender da importância, ou seja, do tema, e assim pode variar entre os 45 segundos aos 3 ou 3,50 minutos.

Inicialmente, comecei a fazer VTs de fotos, ou seja, pequenos resumos das histórias que lia sobre as histórias, estas entregues pela equipa de pesquisa. Após a montagem da peça, esta teria de ser entregue à equipa de PPV.

O mesmo acontecia nas reportagens, tínhamos que ler a história entregue e após isso tínhamos de propor um plano de reportagem à Cristiana. Ela analisava e ajustava e assim tínhamos a autorização de ir para o terreno.

Antes de viajar, era muito importante ler todos os pormenores e acima de tudo falar com a jornalista responsável pela história, para perceber quais as dificuldades ou imprevistos que poderíamos encontrar. Por exemplo, uma doença num estado muito avançado, problemas de linguagem, uma pessoa bastante tímida ou informações mal justificadas, entre outros.

No terreno, é muito importante deixar a conversa fluir com o convidado seja à frente das câmaras ou atrás. É necessário fazer com que o convidado sinta confiança, fazê-lo sentir que ele não está à frente de apenas mais um jornalista, mas sim de um amigo que está lá a conversar com ele para o ajudar. Só assim ele vai falar tudo aquilo que deve e até mesmo expressar-se da melhor maneira.

É de extrema importância a forma como nos dirigimos ao convidado. A primeira dúvida é que tipo de linguagem devemos utilizar para deixar o mesmo o mais relaxado possível. Tendo em atenção a idade, os mais velhos preferem o tratamento por “você” e os mais jovens por “Tu”, porém também temos de ter atenção à região do país, em alguns sítios “você” é utilizado até mesmo quando nos dirigimos a crianças.

Comecei primeiramente por acompanhar reportagens e recordo-me que a primeira que acompanhei foi para a rúbrica da Doutora Rosa Bastos, uma rapariga com pouco menos idade que eu com uma depressão. Outras rúbricas que acompanhei foram a do “Sr. Doutor”, “Doutora Rosa Basto – Hipnoterapia” e a “Máquina da Verdade”. Estruturas diferentes e formas de questionamentos também diferentes.

Quando alguma informação está em falta, temos que andar à volta com as perguntas ou até mesmo fazer perguntas bastante diretas sobre determinado assunto.

Uma coisa que aprendi que é bastante importante, é o trabalho de equipa com o *cameraman*. No terreno, podemos encontrar muitos imprevistos e é com ele que

conversamos para resolver o problema. O trabalho de equipa não começa só no local de gravação, mas sim desde a redação, a ajudar a carregar todos os equipamentos, até ao final quando chegamos à redação.

Durante a viagem, é importante deixar o *cameraman* a par do que foi planeado e no terreno ajudá-lo a escolher os planos de corte, como por exemplo: a pessoa a caminhar, a fazer alguma tarefa de casa, a ler, a pensar ou a ver televisão, entre outros.

No início ou no final de todas as reportagens, era obrigatório a entrega e assinatura de papéis sobre a permissão de cedência de imagens (anexo II).

Após todo o trabalho de terreno feito, deve-se descarregar tudo para o servidor, assim fica tudo disponível para nós passarmos para o próximo passo e também para os do gabinete de edição de vídeo terem acesso a todas as gravações.

Depois de todas as gravações guardadas, é necessário começar a transcrever tudo o que foi dito durante a conversa, marcando sempre o *timecode*. Estes *timecodes* são a hora, minutos e segundos onde determinada fala, ou parte do vivo, começa.

Depois de tudo transcrito e analisado, é elaborado um guião de como queremos que a história seja contada, com sugestões de cortes de imagens, música e respirações (Anexo VII).

Tenhamos como exemplo uma mãe que está a descrever os tratamentos pelos quais o filho tem que passar devido à sua doença rara. Nesse momento, pedimos para que sejam colocados planos de imagens do filho a passar por esses tratamentos, enquanto continuamos a ouvir a voz da mãe a narrar a história. Neste processo há várias coisas a ter em conta, como pequenas “respirações” entre partes da história. Estas são partes onde se para de ouvir a história narrada pela entrevistada por alguns segundos, e apenas continuamos a história mostrando imagens ilustrativas. Tudo pronto, o trabalho da repórter acaba por aqui e envia toda a informação ao PPV.

Outros trabalhos que fiz como repórter era ir à redação de informação e através do programa “QCut” procurar vídeos através dos códigos disponibilizados e enviá-los para o PPV ou ir ao repositório de imagens, ver cassetes antigas de programas pedidos e pedir para cortarem determinados minutos (imagens nº 9)

DOCUMENTO PARA INGEST DE CASSETE			
Data: 11/09/2017	Hora:		
Nome do camara:			
Nome do jornalista: Ana Rita			
Editoria: A tarde e sua			
Nome do arquivo (10 caracteres): Proença			
Time codes para ingest:		Nome Clips (5 caract.)	Numero da cassete:
TC IN: 00:20:28:	TC OUT: 00:24:12:	TS-Proença	51106228
TC IN: : : :	TC OUT: : : :		
TC IN: : : :	TC OUT: : : :		
TC IN: : : :	TC OUT: : : :		
TC IN: : : :	TC OUT: : : :		
TC IN: : : :	TC OUT: : : :		
Tempo conservação (se supera 24 h):			
Observações jornalista:		Arquivar cassete Motivo:	Reciclar cassete:
Colocar em FTP, para "A tarde e sua" obrigada! Ana Rita			

Imagem nº9 Documento para ingest de cassete

Fonte: Própria

Algo que era elaborado também pelo repórter era as *Vox Pop*. Durante os meses que estive em estágio, apenas foram gravadas duas. Não era algo muito recorrente, nem muito simples de se elaborar. Aqui não eram necessárias cedências de imagens, apenas a repórter tinha que andar pelas ruas a fazer perguntas.

4.5.3. Pós-produção Vídeo - PPV

No gabinete de PPV são feitos regularmente cinco tipos de conteúdos diferentes. Peças de vídeo, chamadas como as VT, que deriva do inglês *Vídeo Tape*, do tempo em que as peças iam para o ar em cassetes em vez de formato digital. Temos as VT de Fotos, que são peças de vídeo em que se apresentam fotos dos convidados, acompanhado, de uma voz *off* da repórter com resumo da história. As VTs variam de dia para dia, pois poderá haver um dia que vão para o ar várias peças, sejam elas de fotos ou de vídeo, como poderá haver dias em que há apenas de fotos ou vídeo ou até, mais raro, não haver nenhuma peça para esse dia. Derivado das VTs, temos os blocos de imagens que, por norma, são pequenos *clips* de vídeo, entre os 45 segundos e os 2 minutos. Têm excertos da peça de vídeo que contam a história dos convidados, onde podemos ver, por exemplo, o convidado nas suas tarefas diárias, mas sem áudio, pois estas imagens são passadas

durante a entrevista da Fátima ao convidado, para ilustrar a conversa. Temos outros dois conteúdos que entram todos os dias no ar e que, por norma, são feitos no próprio dia ou, no máximo, no dia anterior a ser exibido na televisão. São eles os genéricos de entrada e saída das partes do programa, que promovem o tema e o convidado da parte seguinte do programa, e os “*pop-ups*”, que são exibidos de forma a promover os temas do próprio dia, enquanto a Fátima fala com convidados.

5. Peças de Vídeo – VTs

As peças vídeo (VT) são baseadas no guião (anexo X) entregue pela jornalista que foi para o terreno gravar com o *cameraman*. Este guia contém várias informações: onde se encontram os ficheiros necessários nos servidores da empresa, quem gravou, quem entrevistou, nomes das pessoas que participam, sugestões e ideias, assim como avisos ou limitações, como por exemplo pessoas que não deram autorização para aparecer, entre outras informações que possam ser pertinentes para os editores.

No entanto, o principal são os *timecodes* sugeridos onde cortar, o que chamamos de o “vivo”, a parte onde as pessoas falam diretamente em resposta à repórter e contam a sua história. Para que os editores não tenham que rever, por exemplo, mais de uma hora de imagens, e andarem para trás e para a frente à procura do conteúdo certo, o que levaria o triplo do tempo a editar.

A parte em que as pessoas contam a sua história serve de linha guia para editar a peça, sendo essa a primeira parte a montar. Após alinhado o vivo, é escolhida uma música apropriada ao tema da peça ou ritmo da história, começam a “pintar” a peça, consoante o guião entregue pela repórter. Contudo, obviamente o editor pode fazer as suas alterações.

O editor tem que ter a noção se não está a esticar demasiado o tempo de determinado plano, devido ao tempo que a reportagem deve ter e também criar coerência na ação, por exemplo: se uma pessoa está a entrar para casa, não se pode no plano imediatamente a seguir mostrar a pessoa a passear num jardim na rua.

Nos casos de haver gravações de outras câmaras ou estas estarem mal configuradas, o editor também tem a responsabilidade de efetuar as correções necessárias de cores nos planos, para obter uma imagem igual ou similar. Contudo, em algumas peças poderá haver intenção de alterar as cores para um estilo mais quente ou mais frio a favor do tema da peça, para dar uma maior intensidade a determinada leitura emocional.

6. Peças de fotos em vídeo – VTs

As peças de fotos em vídeo são baseadas inteiramente na voz da repórter a narrar a peça. Numa primeira fase, grava-se a voz da repórter no microfone que existe no gabinete para o efeito. Existem pequenos erros ou partes a ser cortadas dessa narração, depois a voz é alinhada com música escolhida pela equipa do PPV ou sugerida pela repórter.

Foto a foto, no *software*, o editor vai distribuindo as fotografias ao logo da narração segundo o guião entregue pela repórter, podendo este fazer as alterações que quiser. Atribui também movimentos nas fotografias para dar animação ou focar a atenção em determinado detalhe da imagem. O objetivo é que as fotos tentem ilustrar e dar mais sentido à história do convidado.

Muitas vezes isso não é possível, pois estamos dependentes das fotos que os convidados enviam e que, na maioria das vezes, não são diretamente relacionadas com a história.

7. Blocos de Imagens

As imagens retiradas do programa “QCut” ou das cassetes das gravações de programas anteriores, normalmente são apenas usadas para blocos de imagens. Após a repórter tratar de ir seleccionar todas as imagens que serão utilizadas, o PPV faz uma peça de vídeo com as mesmas.

A peça de vídeo, consiste em imagens que usamos para ilustrar (ou pintar) e através das mesmas é feito um bloco de 45 segundos a 2 minutos, com seleção apenas dessas imagens, sem o vivo e sem som.

Estas imagens são passadas num ecrã no estúdio durante a conversa entre o convidado e a Fátima, para dar mais contexto ao que os convidados vão falando. Nem sempre são usados todos os blocos de imagens, e os que usam nem sempre passam na totalidade, é uma decisão tomada na *régie* no decorrer do programa.

8. Pré-Genéricos

Os pré-genéricos de entrada e saída aparecem cada vez que o programa começa uma parte ou entra em intervalo para outra parte. Entra o genérico de grafismo de “A Tarde é Sua” e, logo em seguida, algumas imagens respetivas ao assunto ou convidado que se vai

abordar na parte que estamos a entrar, ou na parte seguinte se estivermos a entrar para um intervalo.

Estas imagens são sempre acompanhadas da voz da Fátima a narrar, e servem para oferecer um pouco de informação sobre o que se vai falar ou sobre quem é o convidado, de forma a cativar atenção e curiosidade dos espectadores.

9. *Pop-ups*

Os *pop-ups* são como os blocos de imagens, mas mais curtos. Têm cerca de 15 a 20 segundos, sem áudio e, sejam fotos com movimentos ou vídeo, são sempre apresentados em grande plano fechado. Este último requisito é essencial, pois estes *pop-ups* vão para o ar em caixa, ou seja, o que aparece na televisão do espetador é a imagem do ecrã dividida: de um lado temos as imagens em estúdio com a Fátima, e do outro lado aparece um pequeno quadrado a passar estas imagens, a promover os temas dos próximos programas, ou seja *pop-ups* era algo realizado todos os dias.

10. Rúbricas do Programa

O programa promove diferentes histórias, desde a superação ao drama e à emoção, pretendendo dar a conhecer pessoas de exemplo, caminhos a seguir, sejam estas pessoas comuns ou famosos. Contudo, também podemos encontrar frivolidades e coscuvilhices.

Este é um programa com diferentes conteúdos, mas com um único propósito, o de dar entretenimento e o de fazer companhia às pessoas lá de casa. As rúbricas que podemos encontrar são:

10.1. *À conversa com Joaquim Aletria*

Todas as segundas-feiras encontramos o jornalista Joaquim Aletria, a abordar e a comentar assuntos da sociedade, ou seja, notícias recentes que tenham ou não passado nos órgãos de comunicação social.

10.2. *Receitas do Marco*

Esta rúbrica é apresentada pelo Marco todas as segundas-feiras. Aqui consiste em o Marco elaborar uma receita e explicar como o telespectador a pode fazer em casa. Por norma, é a rúbrica do Marco que encerra o programa.

10.3. Rúbrica das Gordas

Normalmente era exibida todas as terças-feiras e era apresentada pela Kaluxa. Este foi um programa que começou *online* e chamou à atenção de “A Tarde é Sua”. Este consiste em ajudar pessoas com excesso de peso e com problemas de personalidade. A Kaluxa ajuda estas pessoas a sentirem-se melhor com elas próprias e a mudarem de estilo.

As gravações destas rúbricas não têm a ver com a equipa de reportagem nem de edição do programa.

10.4. Doutora Rosa Basto – Hipnoterapia

Por norma, esta rúbrica acontece todas as terças. Apresentada pela Doutora Rosa Basto, esta, através da hipnoterapia, tenta ajudar a enfrentar fobias ou outro tipo de problemas.

Pude acompanhar tratamentos ao vivo e realmente isto acontece. Acompanhei os momentos em que o convidado era submetido ao medo e também os do tratamento e pós-tratamento. Era algo incrível de se acompanhar de perto!

Normalmente, o tratamento era gravado com a câmara principal e mais duas domésticas.

10.5. Sr. Doutor

Esta rubrica é exibida todas as quartas-feiras, apresentada pelo Doutor João Espírito Santo, especialista em medicina dentária. Tem como objetivo ajudar pessoas que precisem de uma intervenção no que diz respeito à saúde oral.

O papel da repórter é bastante importante, pois é ele que comanda toda a reportagem e cria uma história, desde o momento de surpresa até ao final do tratamento. A surpresa acontece mesmo, não é algo fingido.

Quando esta rubrica era gravada, eram necessário duas câmaras principais, mais as domésticas e um editor de som no local de gravação.

10.6. Cabaz Surpresa

Esta rubrica acontece todas as quintas-feiras e podemos encontrar os famosos a cozinhareem durante vinte a trinta minutos, sem saberem quais os ingredientes principais que irão encontrar dentro da cesta do programa.

10.7. Pedro Proença

Todas as sextas-feiras podemos encontrar o advogado Pedro Proença a falar sobre leis ou problemas do país, onde ele comenta e explica sobre as mesmas e propõe soluções. É uma rubrica bastante importante, pois ajuda a prevenir problemas ou furtos.

10.8. Máquina da Verdade

Esta era uma rubrica que era exibida todas as sextas-feiras, na última parte do programa. Todas as sextas, por norma o programa acabava uma hora mais tarde.

Aqui, as pessoas enviam a sua candidatura para provar algo e durante o programa eram submetidos a um detetor de mentiras.

Estas respondem a várias perguntas feitas pela apresentadora e posteriormente é confirmado se o mesmo está a dizer a verdade ou não.

Apesar de ser feito um teste verdadeiro durante o programa, o que pouca gente sabe, e isso inclui o convidado, é que o teste oficial é feito durante a manhã quando se diz que se está a testar a máquina. Assim é evitado que haja qualquer “batota” no resultado devido ao possível consumo de substâncias como calmantes.

Aqui o papel da jornalista é muito importante para explicar ao professor, o dono da máquina, toda a história, além que é a mesma que elabora as perguntas que serão feitas ao convidado. A gravação da reportagem da mesma era realizada com câmara principal e mais duas domésticas.

11. Situações Vividas

Várias foram as situações caricatas, algumas boas outras menos boas. Todas elas me ensinaram algo.

Determinado dia, vi-me a confrontar um dos meus maiores medos, que era abordar o tema sobre o cancro. Aos meus quinze anos perdi o meu pai, e por coincidência do destino a primeira reportagem que acompanho era sobre uma menina com depressão aos 16 anos, a mesma idade em que me foi diagnosticada uma devido à minha perda. Ajudei a rapariga a ultrapassar este problema, através de conselhos e conversas. E pouco tempo depois, graças ao empenho que mostrava, fui então confrontada com o problema que sempre tive, o de estar perto de pessoas em estado terminal.

Relatório de estágio – Maria Murta

Aqui, infelizmente errei, senti-me uma má profissional! Sempre aprendi que a vida profissional deveria ser separada da pessoal e por esse mesmo motivo resolvi aceitar o desafio. Tudo tida corrido bem, plano de peça aprovado à primeira, porém no terreno a reportagem não me correu como deveria, senti-me bloqueada, parecia um *robot*.

Recordo-me que chorei o caminho todo até à redação e aí nesse momento pude contar com a minha colega de equipa Rita e o *cameraman* que me acompanhavam, foi dos piores dias do meu estágio. Era uma reportagem muito importante para mim, estava a combater um medo e ao mesmo tempo sentia muita pressão, porque aquela pequena reportagem serviria como forma de apelo para angariação de fundos para ela tentar um tratamento.

Não conformada com a minha falha, trabalhei horas e horas à volta do guião da peça e aí percebi que apesar do meu lado *robot*, tinha feito todas as perguntas necessárias e que tinha o essencial para conseguir uma ótima reportagem. E ainda trabalhei para conseguir realizar um sonho dela que era dar um novo sorriso à imagem e preparar ideias para defender a surpresa para que esta não fugisse ao tema, ao dar a ideia para acontecer um *Talking head*.

Uma reportagem muito emocionante do início até ao fim da entrevista e, por isso, apesar do puxão de orelhas no início, recebi os parabéns no final pelo meu trabalho.

Trabalhei ainda em temas enriquecedores culturalmente, como por exemplo sobre quem é o campeão de natação sénior, hidroginástica na terceira idade, a temas mais profundos e sérios de abordar, pois normalmente estes precisam de ajuda, como por exemplo a Beatriz, uma doente com escoliose infantil que precisava de reformar a casa ou a Sílvia que infelizmente precisava de operar os olhos devido a uma alergia que a afetou a vários níveis. Neste programa, encontramos das mais poderosas histórias e temos que ter uma grande capacidade psicológica para assistir e ver coisas de perto. Não é fácil por vezes saber todos os pormenores de uma história, mas é muito bom ver o final delas e ainda melhor é saber que ajudamos pessoas. É um sentimento que não tem explicação.

Aqui aprendi, que tudo é possível, basta acreditarmos em nós!

12. Sugestões

No curto espaço de tempo que estive a estagiar na Coral Europa, foi-me possível identificar alguns problemas que julgo que se fossem resolvidos, poderiam melhorar o

desempenho geral da redação. A empresa tem alturas em que conta com 3 a 4 estagiários na redação, apesar de isto ser bom para quem está a estagiar, por vezes sente-se que não existe pessoal sénior suficiente a trabalhar na empresa ou que, grande parte dessa mão de obra sénior, gasta parte do seu tempo a ensinar os estagiários que estão sempre a entrar e a sair. Isto foi algo que senti nos diferentes sectores, é como se apenas houvesse a oportunidade de aprender e depois as portas seriam “fechadas”.

Outro grande problema são as burocracias para libertar orçamento para *software* e *hardware* necessário. Podemos encontrar no gabinete PPV dois computadores recentes com menos de um ano, no entanto com um *software* de edição com cerca de 8 anos de idade, que já tem *updates* ou assistência técnica da marca há vários anos. Esta situação cria incompatibilidades e problemas nos computadores. Era raro o dia em que algum computador não bloqueasse ou o *software* não desse erro e fechasse subitamente. O mesmo se aplicava na redação, com computadores diferentes e câmaras diferentes com formatos de vídeo incompatíveis de ser reconhecidos de forma direta nos *softwares*. Era necessário fazer conversões para formatos aceites pelo programa que era usado, o que adiciona mais processos e trabalho, aumentando a possibilidade de algo correr mal.

Este tipo de atitude, “se funciona não se compra novo”, é prejudicial a longo prazo, pois atrasa o trabalho das pessoas. Funcionar é diferente de ser eficiente, algo que creio não estar a ser tomado em consideração.

Grande parte da redação faz troca de informação entre as secções através de papel e documentos impressos, documentos estes que se encontram disponíveis também nas pastas partilhadas.

Em forma de estimativa, todos os dias era gasta pelo menos uma resma de papel. Muitos destes processos podiam ser feitos de forma digital, sendo que quase todos na redação trabalham com computador, não só iriam otimizar o fluxo de trabalho como poupar em papel e o ambiente.

13. Reflexão Final

“A excelência do jornalismo é a reportagem. Continuo a ser repórter, mas gosto muito deste trabalho que estou a fazer no Jornal 2. Claro que há muitos jornalistas que chegam à televisão apenas com o sonho de “aparecer”. Dificilmente serão completos e verdadeiramente bons se não dominarem todas as áreas, começando na reportagem”

João Fernando Ramos¹³

Para mim, o estágio é essencial numa licenciatura, independentemente da área ou duração do curso. Permite que o aluno tenha oportunidade de entrar em contacto com mundo do trabalho, aprender algo mais na sua área e criar contactos. O meu estágio superou as minhas expectativas. Não porque foi um estágio fácil ou porque correu bem, mas sim porque tive oportunidade de passar pelo bom, pelo mau e pelo muito mau desta área de trabalho.

Vi coisas a correr mal, trabalhei sobre pressão, vi trabalho que eu fiz a ser abandonado à última da hora por um imprevisto, senti o meu trabalho a ser apreciado, mas também a ser criticado.

Vi o lado bonito de trabalhar na televisão e o lado feio e injusto. Tive oportunidade de conviver com várias pessoas da área televisiva, não só as que trabalham à frente das câmaras como as que trabalham atrás das mesmas.

Conseguir perceber que a televisão não se faz do que se vê dentro da caixa mágica, mas das pessoas que estão atrás do que vemos nela. São imensas, muitos processos, muito gabinetes diferentes, muito trabalho e mão de obra humana que é necessária para produzir um programa *day-time*.

Enquanto estamos sentados em casa, descansados e a admirar o trabalho de quem está à frente das câmaras, poucas ou nenhuma vez paramos para pensar na quantidade de pessoas que construíram o programa e o fazem acontecer todos os dias. Por todas estas razões, e porque sinto que tive direito ao conjunto completo de experiências de trabalhar nesta área, para mim o estágio superou as expectativas, não abalou a minha motivação no setor, apenas me deu mais motivação para o futuro.

¹³ <https://espalhafactos.com/2015/10/23/texto-pivots/>

Bibliografia

- AAKER, D. A. (1996) - *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- ADONI, H. e MANE, S. (1984) - *Media and the social construction of reality. Toward and integration of theory and research*. *Communication Research*, 11(3): 323-340.
- ADORNO, T. (1954) – *Television and the patterns of mass culture*. *Quarterly of Film, Radio and Television*, 8: 213-235.
- AGÊNCIA LUSA (1992) - *Livro de Estilo e Prontuário da Lusa*. Lisboa: Agência Lusa.
- ALBERTOS, J. L. (1988) - *Efectos de la tecnología electrónica sobre la comunicación periodística*. *Revista de Ciencias de la Información*, 5: 77-91.
- ALSINA, M. R (2001) - *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas*. Barcelona/Castelló de la Plana/Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, de la Universidad Jaume I, de la Universidad Pompeu Fabra y de la Universidad de Valencia.
- ALSINA, M. R. (1993) - *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós.
- ALSINA, M. R. (1995) - *Los Modelos de la Comunicación*. Segunda edición. Madrid: Tecnos.
- ÁLVAREZ, J. T. (1992) - *Historia y Modelos de la Comunicación en el Siglo XX*. El Nuevo Orden Informativo. 2a edición. Barcelona: Ariel.
- BLACK, Caroline (2006) – *Guia Prático do Profissional de RP*. Publicações Europa-América.
- BEIRÃO, Inácio et al. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Porto: Editora Plátano
- BELTRÃO, L. (1960) – *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir.
- Costa, J. d. (2011). *Comunicação Pública, Assessoria de Imprensa e Compromisso com a cidadania: O caso IFPE*.
- CUTLIP, S. M.; CENTER, A. H. e BROOM, G. M. (2000) - *Effective Public Relations*. 8th edition. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Relatório de estágio – Maria Murta

DENICOLI, Sérgio. (2011) *TV Digital: Sistemas, Conceitos e Tecnologias*. Coimbra: Grácio.

Empresa Ágil – Comunicação e Negócios (2014). *Comunicação Empresarial: conceito, importância e aplicação*. Empresa Ágil – Comunicação e Negócios

FENAJ. (2007). *Manual de Assessoria de Imprensa*.

FRUTINGER, Adrian. *Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado*. 1ª. Edição. São Paulo: Martins Fontes, 1999, 334 p.

GOUENHEIM, I., e HÉROUVILLE, Y. (2003). *A Televisão*. Mem Martins: Editorial Inquérito.

Hoineff, Nelson: A nova televisão. *Desmassificação e o impasse das grandes redes*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1996.

KELLNER, D. (2001). *A Cultura da Mídia*. São Paulo: Edusc.

LAMPREIA, Martins (1998). *Comunicação Empresarial: As Relações Públicas na Gestão*. Lisboa: Texto Editora.

LLOYD, Herbert et al. (1985) *Relações públicas as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa – uma abordagem introdutória*. Editora presença.

MACHADO, Arlindo: *A televisão levada a sério*. São Paulo, Ed. Senac, 2000.

MCLUHAN, M. (1995). *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Editora Cultrix.

MCLUHAN, M. (2002). *Visão, Som e Fúria*, In L.C. Lima (Ed.), *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra.

PÓVOAS, Renato. (2009) *Relações Públicas sem croquete*. Lisboa: Gestãoplus edições;

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes (1995). *Aprender telejornalismo: produção e técnica*. 1ª. Reimpressão. São Paulo: Brasiliense.

STRUNCK, G. L. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

WOLTON, D. (1999). *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel.

Webgrafia

A grande expansão da Televisão. Consultado em 5 de Outubro de 2017. Disponível em <http://www.ipv.pt/forumedia/5/24.htm>

A Tarde é Sua | Tvi Player. (2017) Consultado em 15 de Junho de 2017. Disponível em <http://tviplayer.iol.pt/programa/a-tarde-e-sua/53c6b3883004dc006243ce59>

“*A Televisão Portuguesa é o espelho do país*”. (2014) Consultado em 5 de Outubro de 2017. Disponível em <http://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/a-televisao-portuguesa-e-o-espelho-do-pais>

BERNO, Geovani. *Televisão, educação e sociedade: uma visão crítica*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/berno-geovani-televisao-sociedade.pdf>. (Consultada: 24 de Outubro de 2017).

BORGES, Gabriela: *Televisão e cidadania: a participação da sociedade civil na 2: portuguesa*. [en linea]. CICCOMA/FCHS/Universidade do Algarve/FCT, Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/borges-gabriela-televisao-e-cidadania.pdf> (consultada: 23 de Outubro de 2017).

AZEREDO, Bárbara (2015). *O Planeamento Estratégico como instrumento de melhoria da Comunicação Organizacional Interna: Um Estudo de Caso*. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Disponível em: http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/7780/1/Dissertacao%20Mestrado_final.pdf. (Consultada: 1 de Novembro de 2017).

Livro Verde da Comissão Europeia (n.d.). *Promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social das empresas*. Disponível em http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm#2001. (Consultado em 10 de Dezembro de 2017).

Facebook | Coral Europa. (2017) Consultado em 2 Julho de 2017. Disponível em https://www.facebook.com/CoralEuropa/?ref=br_rs

Facebook | A Tarde é Sua. (2017) Consultado em 15 de Agosto de 2017. Disponível em https://www.facebook.com/atardeesuatvioficial/?ref=br_rs

Filme “Jacinta” gravado em Fátima estreia nos cinemas a 13 de abril. (2017) Consultado em 14 de Setembro de 2017. Disponível em <http://www.mediotejo.net/fatima-filme-jacinta-gravadoem-fatima-estrela-nos-cinemas-a-13-de-abril-ctrailer/>

Relatório de estágio – Maria Murta

KAREN, Cristina et al. *História e Tecnologias da Televisão*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>.

(Consultada: 23 de Outubro de 2017)

KRUSSER, Renata. *CEAD/UDESC: Um processo de identidade visual*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/krusser-renata-cead-identidade-visual.pdf>. (Consultada: 1 de Novembro de 2017)

Media Capital (2017). Consultado em 22 de Outubro de 2017. Disponível em <http://www.mediacapital.pt/>

Pós-Graduação em Jornalismo | Media Capital. (2017) Consultado em 22 de Outubro de 2017. Disponível em <http://ipps.iscte-iul.pt/index.php/pt/formacao/proximos-cursos/cursos/1-categoria-padrao/50-pos-graduacao-em-jornalismo>

“Qual o papel de um Pivot num Jornal Televisivo?” (2015) Consultado em 5 de Outubro de 2017. Disponível em <https://espalhafactos.com/2015/10/23/texto-pivots/>

RASLAN, Eliane (2014). *Posicionamento, identidade e visibilidade da marca*. Rizoma, Santa Cruz do Sul. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/viewFile/4467/3442>. (Consultada em: 11 de Novembro de 2017)

RESENDE, Lopes et al. (2013) *A Televisão e sua influência como meio: uma breve historiografia*. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/a-televisao-e-sua-influencia-como-meio-uma-breve-historiografia> (Consultada: 1 de Novembro de 2017).

SANTOS, D. S. dos. “*A televisão e a sociedade*”. Disponível em: <http://dssdesign.planetaclix.pt/trabalhos/TV.pdf>. (Consultada: 1 de Novembro de 2017)

SILVA, Andreia. *Os meios de comunicação social enquanto elementos de regulação cultural – breve apontamento*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-andreia-regulacao-cultural.pdf>. (Consultada: 24 de Outubro de 2017)

SOUSA, Jorge (2016). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto. Disponível em: <http://www.infocambiouniversitario.com.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-peqquisa-comunicacao-media.pdf>. (Consultada em: 11 de Novembro de 2017)

Relatório de estágio – Maria Murta

STEVANIM, Luiz. *Sentidos para a cultura na televisão: uma análise a partir do programa “Re(corte) Cultural”*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-stevANIM-.pdf>. (Consultada: 24 de Outubro de 2017)

“Televisão Portuguesa vence um Emmy pela primeira vez com uma novela da TVI”. (2010) Consultado em 22 de Outubro de 2017. Disponível em <https://www.publico.pt/2010/11/23/culturaipilon/noticia/televisao-portuguesa-vence-um-emmy-pela-primeira-vez-com-uma-novela-da-tvi-1467671>

TILBURG, João. *A Televisão e o Mundo do Trabalho – o poder de barganha do cidadão-telespectador*. Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/tilburg-joao-televisao-trabalho.pdf>. (Consultada: 23 de Outubro de 2017)

ANEXOS

Anexo I – Plano de Estágio

	PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.04
Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio/Ensino Clínico.		
Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECO <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH Tipologia de Estágio/Ensino Clínico: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____ Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim, Qual? _____		
1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO		
Estudante: <u>Maria Murta</u> N.º _____ Docente orientador(a): <u>Luís José Silva Felício</u> Supervisor(a): _____		
2. PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO		
<p> Pretende-se que a Estagiária Adquira os conhecimentos e a prática enquanto relativas um programa de aula de televisão. as funções e as responsabilidades de um repórter neste tipo de produção passará por: - saber manusear os conteúdos dos textos feitos nos relatórios; - trabalhar um plano de reportagem sobre o caso; - acompanhar o processo de trabalho no terreno apurando as ideias de imagens / Planos de ação para a reportagem; - selecionar os "vivos" de uma reportagem para elaborar um texto; escolher os Planos de ação para "fazer" a reportagem; - acompanhar e apoiar o editor na elaboração da peça; - saber trabalhar com o texto de acordo com o texto de ação; - ter autonomia como repórter, saber trabalhar e elaborar sozinho um texto para televisão. </p>		
3. ASSINATURAS		
O(A) Estudante _____ Data: _____ (assinatura)	O(A) Docente Orientador(a) <u>23/10/2011</u> Data <u>Luís Felício</u> (assinatura)	O(A) Supervisor(a) _____ Data: _____ (assinatura e cargo de Estágio)

Anexo II – Modelo de Peça

A TARDE É SUA | PGM 9 | EMISSÃO 2017

História: “Nasci para brilhar”- Martim tem apenas 9 anos e é um apaixonado pelo fado. Quando ficava com a avó que adorava fado, tinha por costume, ouvir fado e o menino com toda a atenção possível decorava as músicas. A paixão é tanta, que todos os fins-de-semana canta no restaurante da avó, onde todos ficam encantados. Um menino que nasceu para cantar fado (Montijo)

IMAGEM	Plano de peça	NOTAS
	<p>Catarina Saragaço</p> <p>Catarina como era e é o Martim?</p> <p><i>“No início tem sempre aquela vergonha miudinha mas assim que apanha um pouco de confiança, não se cala [risos]. É um menino fantástico. Que orgulho que tenho no meu filho!”</i></p> <p>→ Boa memória para decorar</p> <p>Porque decidiram colocar o Martim com pequenino no conservatório?</p> <p>→ 3 anos os pais colocaram-no no conservatório</p> <p>→ “Eu e o pai víamos o gosto que ele tinha pela música, era algo mágico. Tinha e tem, sem dúvida, vocação!”</p> <p>→ “Nós não devemos proibir os nossos filhos de seguir os seus sonhos, o nosso papel como pais é ajudá-los a alcançar o que mais desejam e estarmos cá para se alguma coisa correr mal. E foi isso que fizemos, dar asas ao Martim, se desde muito pequeno o que ele gostava era de música então somos os primeiros a apoiar e a fazer os possíveis.”</p> <p>O que sente quando vê o Martim a cantar?</p> <p>→ “A entrega que o meu filho tem quando canta é indescritível, é um misto de emoções, vejo nos olhos dele que é aquilo que ele mais gosta!”</p>	

	<p>Martim:</p> <p><i>Como começou o amor do Martim pelo fado?</i></p> <p>→ “Era incrível, um menino tão novo ficava fascinado a ouvir fado. Quando o ia buscar, lá estavam os dois a ouvir fado, felizes como se estivessem numa festa e a forma como o meu filho parecia que entendia as músicas era muito engraçado.”</p> <p>→ “<i>A minha mãe foi, sem dúvida, a impulsionadora do Martim gostar tanto de fado</i>”</p> <p>Antes de entrar no palco tens alguma superstição ou ritual?</p> <p>→ 3 coisas que não atua sem: cachané, camisa branca, sapatos</p> <p>O que o fado significa para ti?</p> <p>→ “Adoro cantar, sinto-me tão bem! Quero fazer isto para sempre. O fado é o que eu realmente gosto e é em cima do palco que eu me sinto bem! Quando for grande quero ser futebolista, mas ter sempre o fado na minha vida. ”</p> <p>Como um jovem de 9 anos, consegues conciliar os concertos com escola?</p> <p>Queres seguir esta vida artística?</p>	
--	--	--

Anexo III – Excerto de um bruto

Brutos Paula Brito (Visto pelo VLC)

00:00:25 No dia que eu ao programa, que decidi lá ir e que 00:00:29 e entretanto quando apareceu o professor Eugénio. Na altura em que o professor entrou, 00:00:33 não estava à espera que fosse para ajudar 00:00:37 e quando me apercebi que foi, foi um dia que ficou pa pa minha história 00:00:42.

00:00:47 Porque é a esperança que a gente tem 00:00:51

00:01:21 Hoje, o dia de hoje é importante pra mim porque isto é um abrir, é umas novas portas 00:01:27, é uma nova vida para mim, sem dúvida alguma 00:01:31

00:01:40 Os últimos anos, não têm sido nada fáceis 00:01:43, é uma questão de ir habituando à nova pessoa que me tornei, não é 00:01:50. Mas que a mesmo tempo não me quero habituar a ela... e é isso 00:01:55.

00:02:10 essa parte não sei se consigo falar 00:02:12

00:02:32 É uma mudança muito muito grande 00:02:35, o facto de ter dois filhos e terem que me acompanhar nisto e estão super contentes 00:02:44 porque eu estou aqui hoje, o meu filho mais novo nem se lembra de ver a mãe sem o penso 00:02:48 nem tem, só por fotografias mesmo 00:02:51. São, é uma mistura de sentimentos muito fortes mesmo 00:03:00.

00:03:07 Eu, desta cirurgia de hoje, eu espero voltar a ser eu novamente 00:03:12 como eu disse à Fátima, no dia que lá fui, olhar me ao espelho e a reconhecer-me 00:03:18 e tenho a certeza que, a partir de agora quando me olhar ao espelho e a reconhecer-me 00:03:18 e tenho a certeza que, que a partir de agora, quando me olhar ao espelho, vou-me reconhecer, vou-me lembrar de vocês todos 00:03:25 porque sem vocês não tinha sido possível 00:03:30.

Anexo IV – Um exemplo de uma peça final

A TARDE É SUA | PGM °1644|18 Julho EMISSÃO 2017

Tema: “Não Desisto”

História: Tem apenas 21 anos e tem um cancro que afeta os ossos / os médicos não lhe dão esperança mas Beatriz não quer deixar de lutar (Cartaxo)

Pesquisa: Patrícia Chen

Jornalista: Maria Murta | Rita Rodrigues

Repórter de Imagem: Nuno Modesto

Fotos na Pasta de Patrícia Chen / Fotos Agrupadas

IMAGEM	Peça única	NOTAS
B01 B06 B05 B10 00:26:40/00:27:21 Beatriz na varanda vista de baixo + 00:27:21/00:27:47 + 00:28:12/00:28:35	<p><i>Beatriz Coelho nasceu em Santarém há 21 anos. Como qualquer jovem desta idade...tinha uma mão cheia de sonhos...um deles passava por viver em Inglaterra, o outro, tirar uma licenciatura...mas quando achava que estava no caminho certo, depara-se com a pior notícia...</i></p> <p>Beatriz Coelho</p> <p>00:08:44/00:09:05 (21’)</p> <p>00:08:44 eu descobri a minha doença à cerca de 15 meses 00:08:46, estava em Inglaterra 00:08:48, aaa 00:08:50 foi-me diagnosticado sarcoma de ewing 00:08:53 andei cerca de quatro meses no vai e vem de ir ao hospital 00:08:58 aaa 00:09:00 e só há 15 meses é que foi diagnosticada então sarcoma de ewing 00:09:05</p> <p>+</p> <p>00:09:28/00:10:07 (39’)</p> <p>00:09:28 Quando me diagnosticaram esta doença aaa eu estava sozinha em Inglaterra 00:09:36 eee isso foi muito mau porque eu não tinha a minha família comigo 00:09:41, não sabia como como havia de dizer e tinha essa esses dois problemas porque não sabia como explicar 00:09:50 e ao mesmo tempo tinha que lidar com o facto que tinha uma doença que não tinha cura</p>	<p>Sugestão de Música:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=fE8r1Nq6Dk</p>

<p>Beatriz na varanda vista da varanda</p> <p>B11 (com irmã)</p> <p>+</p> <p>00:21:52/00:25:08 Com a família a ver fotografias</p> <p>00:26:12/00:26:40 Beatriz com o gato</p>	<p>00:09:55 provavelmente ia morrer e foi, tempos que andei mesmo muito mal 00:10:01. Eu chorava muito, eu eu sentia-me sozinha aaa pronto foi muito mau 00:10:07</p> <p>+</p> <p>00:10:36 / 10:57 (21)</p> <p>A primeira pessoa, que eu contactei foi a minha irmã, assim que eu soube o resultado 00:10:42 que era cancro, eu disse: olha mana é cancro, mas não contes nada à família porque quero ser eu a contar 00:10:46 aaaa só que ela tava sozinha também cá a lidar com o facto que eu estava lá sozinha 00:10:52 foi muita pressão e ela acabou por contar à minha família toda</p> <p style="text-align: center;">Curta Respiração</p> <p>00:12:31/00:12:51 (20')</p> <p>fiz cerca de 8 tratamento da quimio mais agressiva 00:12:31 que durava 9horas e meia aaa e ai o cancro manteve-se estável 00:12:36 depois mudei de quimio para uma mais fraquinha aaa entretanto com essa quimio fiz também radioterapia e o cancro na omoplata diminuiu 00:12:48 mas na coluna manteve-se na mesma coisa 00:12:51.</p> <p>+</p> <p>00:13:42/00:13:54(12')</p> <p>00:13:42 Entretanto à cerca de 4 semanas fiz uma nova ressonância magnética 00:13:47 com contraste e descobriram que o cancro alastrou para o coro cabeludo e para a costela 00:13:54</p> <p>+</p> <p>00:14:01/00:14:04(3')</p> <p>00:14:01 Realmente a quimioterapia não estava a fazer efeito 00:14:04</p> <p style="text-align: center;">Curta Respiração</p>	
--	---	--

<p>00:21:52/00:25:08 Com a família a ver fotografias</p> <p>+</p> <p>29:44/00:30:19 A ler</p>	<p>00:14:05/00:14:22 (17')</p> <p>00:14:05 E ai eu comecei a mobilizar-me porque não podia tar mais quieta, tinha que fazer alguma coisa 00:14:11 por mim e também não só por mim mas também pela minha família que também está a sofrer comigo 00:14:17 e decidimos então contactar um neuropata 00:14:22</p> <p>+</p> <p>00:16:02/00:16:22(20')</p> <p>00:16:02 O naturopata disse que realmente poderia ajudar que isto iria fazer aaa 00:16:09 iria fazer efeito aaa explicou-nos como é que era o tratamento aaa e que realmente se eu quisesse iria-me ajudar 00:16:22</p> <p>+</p> <p>00:17:41/00:17:59(18')</p> <p>00:17:41 e espero realmente conseguir fazer algo pela minha vida porque ninguém quer morrer aos 21 anos de idade 00:17:49 e se existe esta esperança quero lutar para aaa ter uma vida melhor 00:17:56 eee não ter o cancro 00:17:59</p> <p style="text-align: center;">Respiração final</p>	
---	---	--

Anexo V – Exemplos de pesquisas feitas para a equipa de pesquisa

→ <https://www.publico.pt/2017/06/20/sociedade/noticia/quando-historias-de-sobrevivencia-em-pedrogao-1776238>

O final feliz para dois desaparecidos na rota do Zêzere

O destino prega piadas sem graça. Confunde as palavras para lhes dar o destino que quer. Suelen e Yuri tinham começado o sétimo trilho da Grande Rota do Zêzere no sábado, aquele que tem como nome “o regresso da serenidade”, que começa em Bouçã e termina em Prudência. “O primeiro sinal foi quando notámos o céu estranho, tinha muito fumo e a cor era diferente”, conta Yuri. Não conseguiam associar a estranheza a nenhuma informação porque no sítio onde estavam não tinham rede de telemóvel e, por isso, não sabiam dos incêndios.

Passaram 30 minutos e com o tempo chegou o fumo e as chamas. “Sentimo-nos cercados pelo fogo.” E foi aí que pegaram nas mochilas e começaram a correr pelo único caminho que sabiam, o de regresso a Bouçã, no concelho de Figueiró dos Vinhos. Mas faltavam uns três quilómetros.

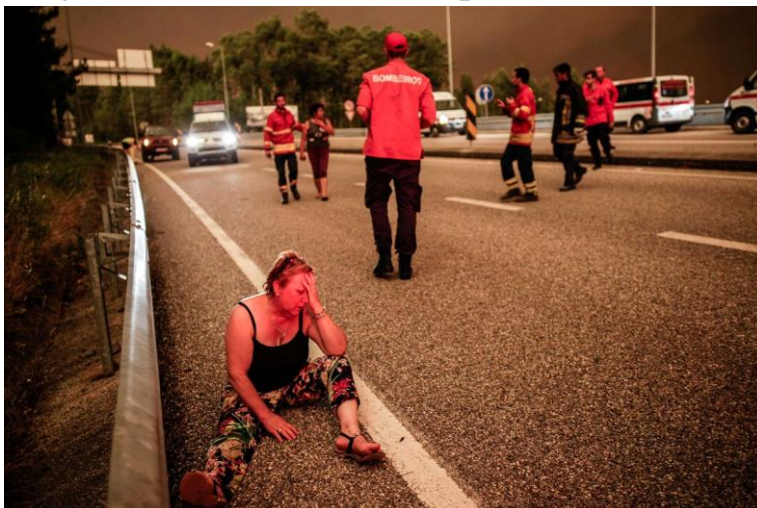
Ainda resistiram a ficar só com a roupa e uma *t-shirt* na cara para tapar o fumo. Mas os pulmões pediam descanso ao corpo e tiveram de abandonar tudo para sobreviverem. “Quando alcançámos a estrada vimos que estávamos muito cansados, muito fumo. Estávamos a sentir-nos sufocados”, por isso abandonaram tudo e correram os últimos mil metros até Bouçã.

Lá, encontraram quem lhes desse boleia até ao hospital de campanha que está montado no gimnodesportivo de Figueiró, com apoio médico e psicológico.

Ficaram sem documentos e sem telefones. Não sabiam que havia quem os procurasse. Os amigos que estudam com Suelen e Yuri em Coimbra tinham avisado amigos e os amigos chegaram a dois deputados, que os foram dar como desaparecidos na tarde de sábado em Pedrógão Grande. O percurso destes dois amigos de 26 anos confunde-se com o percurso do fogo em versão inversa: foram dados como desaparecidos em Pedrógão. Foram encontrados perto de Figueiró.

→ <http://www.dn.pt/sociedade/interior/reportagem-pedrogao-grande-maria-cravo-escapou-da-nacional-236-agora-falta-lhe-ter-a-vida-de-volta-8619403.html>

"A gente vai morrer? Disse que não". A história de Maria e de Matilde



Maria Cravo, de 63 anos, e Matilde, de sete anos, terão sido das últimas pessoas a escapar da estrada nacional 236, na zona de Pedrógão Grande, onde morreu a grande maioria das 64 vítimas do fogo de 17 de junho. Agora, tentam encontrar a normalidade perdida.

Maria, sentada no chão e apoiada na barreira metálica do IC8, tapa parte da cara com a mão esquerda. Parece chorar, enquanto um bombeiro, com um garrafão de água ao seu lado, tenta confortar a mulher que vive há mais de 50 anos em Pedrógão Grande.

É uma das primeiras fotografias da agência Lusa naquela noite de 17 de junho e capta o desespero de Maria, muito antes de o secretário de Estado da Administração Interna, Jorge Gomes, anunciar que tinham sido registadas 19 mortes - o número viria depois a subir para 64.

Relatório de estágio – Maria Murta

Momentos antes de ser fotografada, avisou os bombeiros: "Eu disse: 'estou bem, mas vão acudir àquela gente, que estão todos a morrer nos carros'. As pessoas não tinham noção do que estava a acontecer", frisa.

A 17 de junho, já depois de ter estado numa unidade de turismo rural a tentar combater as chamas, recebe a chamada da filha a avisar que na terra onde os seus pais viveram, Troviscais, "está tudo a arder à volta".

Pega no seu pequeno jipe e põe-se a caminho, mas no nó dos Troviscais não a deixaram passar e indicaram-lhe o caminho para Vila Facaia.

Com Maria Cravo, vai uma bombeira, que "não estava de serviço".

Às 18:30, a aldeia já arde à volta e procuram a casa de uma colega de Maria, chamada Susana Neves.

"Quando chegámos ao quintal, já estava em chamas e a bombeira saiu do carro para ajudar" no combate, conta Maria Cravo.

Entretanto, aparece Matilde, filha de Susana Neves, apenas com uma t-shirt e uns chinelos, que trazia indicações da bombeira: "Disse para me levares daqui para fora".

As duas deixaram para trás uma aldeia praticamente cercada, com quintais a arder, a ouvirem-se estrondos de botijas e de carros, como recorda a mãe de Matilde, que, na altura, olhando para as chamas e "bolas de fogo", apenas se lembrava daquilo que tinha ouvido na catequese quando era criança: "Começámos com água, haveremos de acabar com fogo".

Com a criança de sete anos no carro, Maria Cravo acelera em direção à nacional 236-1. Corta para Castanheira de Pera, mas as chamas, da altura dos eucaliptos, obrigaram-na a dar a volta e tentar Figueiró dos Vinhos, no sentido contrário.

Pouco depois, encontra aquilo que diz ser "um inferno autêntico".

Vários carros enfaixados, "fogo por cima, dos lados, sem hipótese de saída", um barulho ensurdecedor do vento, das chamas e um calor que fez derreter parte dos retrovisores do jipe.

À sua frente, estava um carro. Lembra-se de vultos a caírem nas bermas assim que tentavam sair do carro para fugir e recorda-se do veículo do seu lado esquerdo que, com quatro pessoas dentro, começou a arder.

Nisto, sofre uma pancada por trás, que com o fumo a visibilidade era pouca, e o seu jipe acaba por embater no veículo da frente que se desvia para a esquerda e lhe deixa a estrada livre.

Matilde perguntou-lhe: "A gente vai morrer? Disse que não", relembra.

"Pensei: tenho que sair daqui, nem que rebente com os 'rails'", conta, sublinhando que foi 'prego a fundo' e que se valeu da memória que lhe dizia que naquela zona era tudo a direito, que, mesmo com Matilde a tentar encontrar "a risquinha branca" da estrada, pouco se via.

"Se fico lá mais um minuto, rebentava tudo - o depósito e os pneus", frisa.

Relatório de estágio – Maria Murta

"No momento em que estive parada, ainda me passou pela cabeça desistir, ficar ali. Mas, depois, olhei para o lado e vi a Matilde. Tive vários anjos da guarda, um chama-se Matilde", realça.

Logo a seguir, rebenta um pneu do jipe, mas segue com o carro, corta no IC8 em direção a Ansião e apenas trava quando avista os bombeiros. Assim que abre a porta do veículo, cai para o chão - desmaia.

"Eu estava ali e não sabia se estava viva ou se estava morta, se estava acordada ou a dormir", diz Maria Cravo.

Seguiu para Avelar e, durante a noite, a mãe de Matilde ficou a saber que a sua filha estava bem.

Nas primeiras semanas após o fogo, Maria tentou adiar sempre o sono, para tentar escapar às imagens que lhe surgiam dos vultos que viu naquela estrada.

Muitos dias depois, conseguiu usar pela primeira vez o fogão. Até aí, nem um fósforo acendeu.

O risco preto nos olhos de Maria vai-se desfazendo enquanto fala à agência Lusa do que viu na estrada nacional 236-1. Não consegue conter o choro, assusta-se quando ouve uma sirene e as imagens ainda a atormentam.

"Tenho um peso grande que não sai", conta a cozinheira, de 63 anos, que trabalha na escola de Pedrógão Grande.

No outro dia, um dos alunos da sua escola perguntou-lhe quando é que voltaria a pôr "aquele sorriso" a que as crianças estavam "habituidas há anos".

"Eu não sei se vou voltar a ser aquilo que era", explica, sublinhando que, na vila, as pessoas poderão esquecer, mas nas aldeias as marcas estão mais vincadas. Há mães, pais, irmãos, filhos, avós, tios e primos enlutados, em que é transversal "o olhar ausente".

"Fui-me abaixo, mas acho que me vou conseguir erguer. Mas isto são como as imagens de guerra - nunca vão desaparecer. Eu queria ver se conseguia viver normalmente. Quero ter a minha vida de volta, quero seguir com a minha vida em frente, mas vai ser muito complicado e nem sei se o caminho vai ser longo ou vai ser curto. Mas esse peso grande vai ficar".