



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

Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação
e Relações Públicas

Lara Rita Santos Morais
Fevereiro | 2011

Discente:

Lara Rita Santos Morais

Número: 6267

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Grau: Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Estágio

Professor Orientador: Dr. António Pissarra

Instituição de Estágio: Teatro Municipal da Guarda – Relações Públicas

Tutor de Estágio na Instituição: Carlos Manuel Antunes

Início: 12 de Outubro de 2010

Conclusão: 12 de Janeiro de 2011

Dedicatória

À minha irmã Joana, a ela devo esta etapa maravilhosa da minha vida, e tenho a certeza
que está bastante orgulhosa de mim;

Aos meus pais, só nós sabemos as lágrimas que derramamos na hora da partida, obrigada
por terem tornado este sonho real;

À Patrícia pela amizade, desde o início que se tornou mais do que uma colega de Curso e
juntas passámos magníficos momentos nesta cidade;

A todos que de alguma maneira sempre me apoiaram e nunca me deixaram desistir deste
sonho que hoje se torna real.

“Grandes realizações são possíveis quando se dá importância aos pequenos começos.”¹

Lao Tzu

¹ <http://www.dejovu.com/mensagens/ver/?663>

Agradecimentos

Ao Instituto Politécnico da Guarda, em particular à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto.

Aos professores desta instituição, que de uma maneira ou de outra, me transmitiram ensinamentos, que me acompanharão para a vida e fizeram com que percebesse o quão importante é a presença da Comunicação e Relações Públicas no mundo de hoje.

Ao meu orientador de estágio, Dr. António Pissarra, pelo apoio prestado desde o primeiro minuto e pelos conselhos, mas também pela exigência e rigor que me impôs, o que fará de mim uma pessoa mais profissional.

À Dra. Rita Chaves, pelo apoio que me deu ao longo do estágio curricular, para ela as rápidas melhoras.

À Dra. Paula Carvalhosa, que nos momentos mais difíceis sempre me ajudou e nunca me deixou desamparada.

Ao director do Teatro Municipal da Guarda, Dr. Américo Rodrigues, por me ter dado a possibilidade de estagiar no TMG.

Ao Carlos Antunes, Relações Públicas e meu orientador de estágio. A ele agradeço a oferta do seu conhecimento, a sua paciência, e o seu saber receber mas principalmente a sua ajuda e conduta no desempenho das minhas funções. Pelos momentos alegres e difíceis, um muito obrigada pela sua amizade.

Um agradecimento a todos os funcionários do TMG, pela forma como me acolheram e o carinho que me deram, foram eles que fizeram com que a minha passagem por esta instituição fosse maravilhosa.

Finalmente, a todos aqueles grandes amigos que fizeram com que a minha estadia na Guarda fosse especial, Ana, André, Diana, Dinarte, D. Fátima, Eunice, Francisco, Gilda, Hélio, Marta, Marisa, Joana, Joaquim, João, Luís, Patrícia, Sandra e Vanda. A todos eles, saudações académicas!

A todos um muito obrigada!

Lista de siglas

CMG – Câmara Municipal da Guarda

INE – Instituto Nacional de Estatística

RP- Relações Públicas

SWOT – Strengths weaknesses opportunities threats

TMG – Teatro Municipal da Guarda

UBI – Universidade da Beira Interior

Índice

Introdução.....	1
CAPÍTULO I - CONTEXTUALIZAÇÃO: CIDADE DA GUARDA.....	3
1.1. História.....	4
1.2. Caracterização do concelho	5
1.3. Caracterização económica.....	6
CAPÍTULO II – TEATRO MUNICIPAL DA GUARDA.....	8
2.1. Identificação.....	9
2.1.1. Denominação social	9
2.1.2. Estrutura jurídica.....	10
2.1.3. Ano de constituição e início das actividades	10
2.1.4. Actividade	11
2.1.5. Missão, cultura e valores.....	11
2.1.6. Contactos da organização	12
2.2. Estrutura organizacional	13
2.3. Identidade visual	13
2.3.1. Nome.....	14
2.3.2. Logótipo.....	14
2.4. Política comunicacional	16
2.5. Análise Swot	17
CAPÍTULO III - ESTÁGIO	21
3.1. Plano de estágio	22
3.1.1. Objectivos	22
3.1.2. Estratégias	23
3.1.3. Cronogramas	23
3.1.3.1. Mês de Outubro.....	24
3.1.3.2. Mês de Novembro	25
3.1.3.3. Mês de Dezembro	26
3.1.3.4. Mês de Janeiro.....	27
3.2. Descrição das actividades desenvolvidas.....	28
3.2.1. Acompanhamento de espectáculos	28
3.2.2. Auxílio na orientação dos assistentes de sala	29

3.2.3. Contactos telefónicos	30
3.2.4. Gestão da base de dados	30
3.2.5. Press Book /Clipping	31
3.2.6. Recepção ao público e artistas	31
3.2.7. Protocolos	32
3.2.8. Visitas guiadas ao TMG.....	32
3.2.9. Cartas de Agradecimento	33
3.2.10. Inquéritos de opinião.....	34
3.2.11. Serviço administrativo para a galeria.....	34
3.2.12. Preparação do Jantar de Natal.....	35
3.2.13. Roteiro da agenda TMG.....	35
3.3. Reflexão do estágio	37
Bibliografia.....	39

Índice de Tabelas

Tabela 1- Análise SWOT	18
Tabela 2- Cronograma de Outubro.....	24
Tabela 3 - Cronograma de Novembro	25
Tabela 4 - Cronograma de Dezembro.....	26
Tabela 5- Cronograma de Janeiro.....	27

Índice de Figuras

Figura 1 - Mapa do Concelho da Guarda	5
Figura 2 - Logótipo do Teatro Municipal da Guarda	15

Introdução

Estamos na era da Comunicação, absolutamente indispensável nas relações humanas, já que a nossa sociedade está cada vez mais dependente das informações actualizadas de que depende a dinâmica interpessoal.

Quando se fala em Relações Públicas, vem-nos imediatamente à ideia não só tal área que é perfeitamente contígua ou, digamos, imanente à Comunicação Social, mas também a profissão em si, como alguém especializado nesta actividade que logicamente, é um Relações Públicas, ou seja, um técnico de Relações Públicas.

A especificidade deste sector da comunicação é a promoção do equilíbrio entre a identidade e a imagem de uma organização seja ela pública ou privada, bem como com os grupos aos quais ela está directa ou indirectamente ligada. Para tal, terá de ser bem trabalhada a relação com a opinião pública.

Muitas vezes, é imperativo construir, manter ou reformular a reputação de uma instituição, para o que é chamado o técnico de Relações Públicas, terá que pensar ou antes, repensar, todo o conjunto das relações da organização com todo o seu público, podendo até eventualmente, organizar quaisquer eventos para esse fim e tendo que, em qualquer caso, desenvolver actividades relacionadas com a comunidade, gizando estratégias profícuas, servindo com a maior eficácia o fim que pretende. Como defendia Sam Black, (GARCIA, 1999:67) “a prática das Relações Públicas é a arte e a ciência de conseguir a harmonia com o meio envolvente através da compreensão mútua, baseada na verdade e numa informação completa”.

Todas estas técnicas e afirmações foram apreendidas ao longo do curso, mas este só estaria completo após a realização do estágio curricular, onde pudéssemos aplicar os nossos conhecimentos adquiridos. Decidi aplicar os meus saberes na área das Relações Públicas no Teatro Municipal da Guarda, gerido pela entidade CulturGuarda.

Assim, neste relatório estão relatados três meses de estágio e todas as actividades que desenvolvi durante esse tempo. Decidi dividi-lo em três partes: o primeiro capítulo é dedicado à Cidade da Guarda, o segundo é referente ao Teatro Municipal da Guarda, identificação, denominação social e a estrutura jurídica. Ainda neste capítulo são explicados os diversos elementos que compõem a identidade visual e o organograma da organização.

O terceiro e último capítulo é inteiramente restrito ao estágio, começando por abordar os objectivos e estratégias utilizadas ao longo do percurso, e referindo posteriormente as actividades desenvolvidas.

Para culminar, uma reflexão crítica do estágio, na qual faço referência às dificuldades na realização de algumas tarefas, bem como a minha opinião relativamente à forma como me comportei, dediquei e desempenhei as tarefas que me foram propostas e que eram da minha responsabilidade.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZAÇÃO: CIDADE DA GUARDA

HISTÓRIA

CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO

CARACTERIZAÇÃO ECONÓMICA

1.1. História

“A importância estratégica e militar da cidade patenteou-se através dos tempos. Podemos dizer que a Guarda está ligada a todos os eventos da História de Portugal. Durante a primeira dinastia desempenhou importante papel, especialmente nos reinados de D. Dinis e D. Fernando. Na crise da independência (1383 – 85) foi das primeiras cidades a tomar voz, pelo Mestre. O alcaide Álvaro Gil escreveu aqui uma brilhante página de patriotismo e altivez. Durante os reinados de D. Afonso V e D. João II, patenteia-se de novo essa importância. Na Restauração, a cidade é uma fortaleza onde se abastecem tropas e se mantêm hospitais de sangue” (Rodrigues 2000:79).

A posição de relevo da cidade face ao território envolvente fez com que a Guarda fosse uma cidade destinada à defesa da região e do País. Por esta razão, D. Sancho I, concedeu à Guarda a Carta de Foral no dia 27 de Novembro de 1199.

Guarda, cidade centenária, presenteia-nos com um grandioso espólio histórico, monumental e cultural. Como os troços de muralha e quatro das seis portas primitivas: a Porta Falsa, a Porta da Estrela, a Porta d’El Rei e, a Torre dos Ferreiros.

Conhecida como a cidade dos cinco efes: Farta, Fria, Forte, Formosa e Fiel – descrevendo algumas das suas características primordiais. Farta, pela abundância dos Vales do Mondego; Fria, pois o clima montanhoso assim o determina; Forte, da sua robustez ainda permanecem as portas das muralhas; Formosa, pela beleza natural que a envolve; e por último, Fiel, advêm da história, quando Álvaro Gil Cabral no século XIV se negou a entregar as chaves da cidade ao rei de Castela.

“Do alto da Torre de Menagem desfruta-se um panorama de rara beleza e majestade. Para mostrar que a terra é redonda bastaria subir ao Castelo da Guarda, a 1056 metros, e olhar em volta. O Castelo é o centro do mundo: a periferia termina na linha do horizonte, num vasto círculo. A vista alonga-se por Castela sem encontrar fronteiras, mas esbarra para sueste nos cumes nevados da Estrela” (Rodrigues 2000:80).

Em estilo gótico e manuelino, a Sé Catedral, é um monumento imponente que demorou cerca de dois séculos a construir, situado no centro histórico da cidade. Não podemos deixar de referir também a Igreja da Misericórdia, a Capela do Mileu, a Judiaria e o Museu da Guarda, monumentos também soberbos e que são consideradas atracções turísticas.

1.2. Caracterização do concelho

O concelho da Guarda, composto por 55 freguesias, localiza-se na interioridade de Portugal, é delimitado pela Serra da Estrela e pelo planalto Espanhol. Com cerca de 709 km² de área e segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2008 residiam no concelho 44 121 mil habitantes.



Figura 1 - Mapa do Concelho da Guarda

Fonte: <http://www.mapadeportugal.net/distrito.asp?n=Guarda>

Como podemos observar o Concelho da Guarda, pertence à Beira Interior Norte é limitado a nordeste pelo município de Pinhel, a leste por Almeida, a sudeste pelo Sabugal, a sul por Belmonte e pela Covilhã, a oeste por Manteigas e por Gouveia e a noroeste por Celorico da Beira.

É parcialmente inserido no Parque Natural da Serra da Estrela e compreende três bacias hidrográficas: Mondego, Côa e Zêzere.

A cidade da Guarda é reconhecida pelas suas condições atmosféricas que advêm da sua localização (coordenadas geográficas: latitude 40°32'28"; longitude 7°16'02" e altitude 1 056m).

A Guarda desfruta de bons acessos rodoviários como a A25, auto-estrada que tem ligação à cidade de Aveiro e a Espanha. A A23 que dá acesso desde a Guarda, a Torres Novas, sendo também a principal ligação à Capital (Lisboa).

A nível ferroviário, a Cidade é servida pelas linhas da Beira Baixa e da Beira Alta, permitindo a circulação de comboios regionais, nacionais e internacionais.

1.3. Caracterização económica

A Guarda é um Distrito que vive bastante da agricultura, em termos agro-pecuários os produtos mais comuns estão relacionados com a produção da batata, vinhas e a criação de gado bovino. Resultante disto é o famoso queijo da Serra e os vinhos do Dão e do Douro.

Segundo os dados estatísticos do INE em 2007 existiam 4 mil 438 empresas na Guarda, sendo que 4 mil 295 davam trabalho a apenas 10 pessoas, 123 entre de 10 a 49 pessoas, 19 entre 50 a 249 e finalmente uma única empresa que dava empregabilidade a 250 ou mais pessoas.

Também através do INE podemos verificar que referente ao ano de 2008, a população ganha em média cerca de 750€ mensais.

O distrito da Guarda registou nas últimas décadas perdas significativas da população, consequência das migrações e de baixas taxas de natalidade, resultando numa população envelhecida.

Em 2009 o Observatório para o Desenvolvimento Económico e Social da Universidade da Beira Interior (UBI) realizou um estudo sobre a qualidade de vida dos

municípios do continente, e a Guarda foi apreciada como a segunda melhor cidade para viver na Beira Interior.

CAPÍTULO II

TEATRO MUNICIPAL DA GUARDA

IDENTIFICAÇÃO

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

IDENTIDADE VISUAL

POLÍTICA COMUNICACIONAL

ANÁLISE SWOT

2.1. Identificação

O Teatro Municipal da Guarda é um espaço moderno e luxuoso, distribuído por dois blocos independentes, que se encontram implantados em lugar escondido, de pouca visibilidade.

No primeiro bloco, existem cinco pisos, os pisos -3, -2 e -1 mencionam o parque de estacionamento que tem capacidade para 175 lugares. O Café Concerto, mais conhecido como o CC, encontra-se situado no piso 0. Com capacidade para 125 lugares é um espaço onde se pode desfrutar de alguns eventos (exposições, conferências, música, teatro, entre outros) e consultar livros, revistas e jornais. No piso 1 é a Galeria de Arte, um espaço que recebe exposições de artistas conceituados.

O segundo bloco é composto: por seis pisos; a recepção, entrada de artistas e funcionários, e camarins individuais no piso -2 e camarins colectivos no piso -1. No piso 0 localiza-se o Grande Auditório, local privilegiado para grandes produções culturais, equipado com fosso de orquestra e material para tradução simultânea. Possui uma capacidade de 626 lugares. O Pequeno Auditório situado no 2º piso e com capacidade de 161 lugares, é um espaço que recebe teatro, música e cinema. Neste mesmo piso, o TMG disponibiliza também ao seu público um bar (junto ao pequeno auditório), que se encontra aberto sempre que há espectáculos no Grande e no Pequeno Auditório.

É de salientar que o espaço que hoje dá lugar ao TMG, outrora dera vida à sede e quartel do Regimento de Infantaria nº12.

2.1.1. Denominação social

A denominação social designa o nome empresarial e deve conter uma expressão indicativa do seu objecto social, ou seja, a sua actividade. É preciso ter em conta que, ao dizermos denominação social estamos a generalizar e facilitar a forma de expressão, pois, o nome empresarial é um pouco mais complexo.

Neste caso a denominação social encontra-se correcta pois indica claramente a sua actividade e o seu local de inserção, CulturGuarda.

2.1.2. Estrutura jurídica

Todo o património – jurídico, físico e humano – do TMG está sob a alçada da empresa municipal criada para esse efeito, a “Culturguarda - Gestão da Sala de Espectáculos e Actividades Culturais, E.M.”.

A administração da empresa obedece ao enquadramento legal definido no Regime Jurídico do Sector Empresarial Local (*cf.* Anexo I), o que quer dizer que, apesar de ter a Câmara Municipal da Guarda como accionista maioritário do capital social, dispõe de autonomia administrativa, financeira e patrimonial próprias (Artigo 34.º).

Cumprindo o que está disposto no artigo 5.º do diploma, esta entidade tem como objecto social “a exploração de actividades de interesse geral” e “a promoção do desenvolvimento local e regional”, não havendo, no conjunto de interesses desta organização, objectivos comerciais – embora possa estar sujeita às leis da concorrência (Artigo 10.º).

Tendo como princípio a “gestão de equipamentos e bens educativos, culturais [e] recreativos” (Artigo 21º), a missão que está confiada à Culturguarda passa por “promover o crescimento económico local e regional, apoiando as actividades e as valências próprias, eliminando assimetrias no território nacional”. É prova disso, o amplo reconhecimento, por parte da sociedade civil, da capacidade do TMG em acolher espectáculos e eventos culturais de vária índole que, seja pela complexidade dos meios, seja pela capacidade de atracção de públicos, são muitas vezes reservados às cidades de maior dimensão.

As orientações estratégicas que norteiam a gestão e exploração do *core business* estão sujeitas à aprovação por parte da autarquia, entidade competente para a aprovação dessa matriz (que, segundo a lei, deve ser revista no fim de cada mandato da administração).

2.1.3. Ano de constituição e início das actividades

No dia 24 de Abril de 2005 o TMG recebeu a Profª Dr.ª Isabel Pires de Lima, Ministra da Cultura e a Dr.ª Maria do Carmo Borges, Presidente da Câmara Municipal da

Guarda, que tiveram a honra de inaugurar a maior obra cultural desde sempre realizada no Interior do País.

Mas foi em dia de Liberdade que o TMG foi disponibilizado aos Cidadãos, e desde essa altura deu início às suas actividades culturais.

É de salientar que o espaço que hoje dá lugar ao TMG, outrora dera vida à sede e quartel do Regimento de Infantaria nº12.

2.1.4. Actividade

A principal actividade deste equipamento é a produção cultural e educacional, destina-se a oferecer aos mais variados públicos espectáculos (teatro, música, ópera, dança, cinema, serviço educativo e ciclos e festivais), oficinas, exposições, edições e outras criações que afirmam o TMG como grande motor cultural da Região e do País.

Em pleno centro da Cidade da Guarda, este Teatro vê deste modo reconhecido o seu padrão de qualidade e o seu empenho na garantia da total satisfação dos seus públicos, através de uma melhoria contínua do seu inúmero leque de serviços.

2.1.5. Missão, cultura e valores

O TMG é uma empresa municipal apenas com cinco anos de existência, não contendo nenhuma definição formal e materializada acerca da sua missão, cultura e valores. Depois de três meses de estágio, é possível fazer uma análise destes três vectores.

Assume-se como um teatro cosmopolita, que aposta em artistas internacionais e nacionais, passando a ser um local de “peregrinação” de muitos amantes da cultura.

A sua missão concentra-se na satisfação das preferências do auditório, avultando as suas expectativas. O seu objectivo primordial é a satisfação destes, logo, a programação do Teatro foi pensada de forma a garantir uma abrangência significativa de públicos, o que obriga a uma oferta diversificada e inovadora. Este modelo de qualidade permite aumentar a eficácia e excelência dos serviços, sendo uma mais-valia para todos os públicos deste Teatro.

“A relação entre a missão e a cultura pode chegar a ser interdependente, mas habitualmente é a missão, como reflexo da perspectiva subjectiva dos administradores, que determina alguns dos traços culturais mais fortes de cada organização” (Lisboa et.al., 2008:266).

A cultura de uma empresa é denominada segundo um conjunto de crenças e valores que são cultivados e perpetuados pelas pessoas ao longo do ciclo de vida da empresa.

A antiguidade da maioria dos trabalhadores contribui para uma fortíssima incrementação – cristalização, até – dos valores comuns à organização. Uma atitude perceptível para quem está do lado de fora. As pessoas precisam de “ [...] valores para dar sentido às suas vidas pessoais e profissionais. Se não os têm, ficam com um vácuo no que concerne a divulgação e disseminação, inclusive dos valores considerados menos éticos”(Beirão, et.al., 2008:24).

Todas as actividades são prestadas por uma vontade de fazer com que o público se sinta “em casa” e privilegiado. Por isso, é fundamental que todos os funcionários e colaboradores trabalhem em concordância com os princípios constitucionais e de acordo com a lei e o direito, de forma consciente e competente, tratando os outros com dignidade e respeito; devem desempenhar serviços de forma cortês e rápida; conjuguem um cenário perfeito para que o cliente sinta vontade em voltar.

O profissionalismo, a qualidade, a simpatia, a dedicação e a excelência são pontos determinantes ao bom funcionamento do teatro.

2.1.6. Contactos da organização

Para usufruir dos vários serviços que o Teatro Municipal da Guarda oferece ou para esclarecimento de qualquer dúvida, os clientes e/ou potenciais clientes deverão informar-se através dos seguintes contactos:

Morada: Teatro Municipal da Guarda
Rua Batalha Reis, nº12
6300-668 Guarda

Fax: [+351] 271 205 248

Bilheteira: [+351] 271 205 241

E-mail: geral@tmg.com.pt

Telefone: [+351] 271 205 240

gci@tmg.com.pt

(Gabinete de comunicação e Imagem)

s.educativo@tmg.com.pt

(Serviço Educativo)

URL: www.tmg.com.pt

2.2. Estrutura organizacional

Um organograma é a “representação gráfica formal das relações hierárquicas de uma empresa ou instituição” (Moutinho, 2001: 124).

Como podemos verificar através do organograma oficial (*cfr.* Anexo II), a CulturGuarda é constituído por sete departamentos, compostos por uma equipa de 31 pessoas, sendo que 27 estão contratualmente vinculadas à empresa municipal e quatro funcionários estão destacados dos recursos humanos afectos ao município. Os respectivos funcionários são distribuídos pelas diferentes áreas, e dirigidos por um coordenador ou chefe. Contudo, apesar de existir uma pessoa responsável por cada área, todas as actividades do TMG são executadas sob a dependência directa do Director.

2.3. Identidade visual

De acordo com Jorge Pedro Sousa (Sousa, 2003:36) “a imagem de uma entidade corresponde àquilo que os públicos pensam que a organização é (ou ainda à forma como uma organização se vê a si mesma)”.

Todas as organizações têm uma imagem que as personaliza e as define.

O nome e o logótipo distinguem-nas nos mais diversos pormenores, constituindo uma forma de identidade visual imutável em tudo o que a elas esteja relacionado. Para além da identidade visual, a imagem da empresa é edificada no espírito dos seus públicos, já que se trata também da percepção que os outros têm, a ideia que fazem e a avaliação que emitem sobre ela.

Como refere J. Martins Lampreia “a identidade de qualquer instituição começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logótipo e também pelo seu slogan, que são os elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público” (Lampreia,1998:48).

2.3.1. Nome

O nome de uma empresa é a designação atribuída à mesma. A empresa deverá conseguir comunicar a sua imagem, produtos e serviços através do seu nome, de maneira a poder deixar claro os seus atributos e a sua diferenciação do mercado. Apesar, de existirem nomes empresariais bastante irreverentes que em nada comunicam os seus serviços e/ou produtos, sendo uma simples criação de sucesso.

Segundo o autor Fernando Ramos “os nomes podem ser descritivos, simbólicos, toponímicos, patronímicos, convencionais, arbitrários, aleatórios” (Ramos, 2007:27).

Com base na afirmação deste autor, podemos dizer que o TMG é um nome descritivo, e que a sua proveniência é espontaneamente explicável: Teatro, porque é a sua actividade, espectáculos culturais; Municipal, porque é uma empresa municipal e Guarda, porque está localizada na mesma cidade da Guarda.

Não podíamos deixar de falar da conhecida sigla TMG ou GMT, cujo seu significado é *Greenwich Meridian Time*, que em português significa Hora do Meridiano de Greenwich e é conhecido como o marcador oficial do tempo. É a partir do meridiano de Greenwich que é contabilizado o fuso horário: para Oeste o fuso é negativo, para Leste é positivo.

Podemos dizer que o TMG inspirou-se no Greenwich Meridian Time e criou o “Minuto TMG” e a “Hora TMG”, no primeiro caso, tratava-se de um suplemento no Jornal Terras da Beira e o segundo de uma pequena revista.

2.3.2. Logótipo

O logótipo é um símbolo desenhado que está associado à imagem de uma empresa. Deve ser de fácil compreensão e reconhecimento perante o público, facilitando a sua memorização. Terá de ser de grande clareza em termos de representação gráfica e deverá ser conciso, de forma a facilitar uma rápida associação com a empresa ou instituição que representa.

“É a expressão tipográfica de um nome [...] é considerado o conjunto dos símbolos gráficos que identificam uma marca, um produto ou uma empresa” (Ramos, 2007:27).

O autor J. Martins Lampreia acrescenta que o logótipo “deve falar por si só e ter um efeito evocador da empresa, sem que seja necessário evocá-la de outra forma ou através de outros meios complementares [...] os elementos base que constituem o logótipo são: o nome, o código gráfico, ou seja, o tipo de letra utilizada, as cores e por vezes um símbolo” (Lampreia, 1998: 50).

O logótipo do TMG é ostentado por dois elementos:



Figura 2 - Logótipo do Teatro Municipal da Guarda

Fonte: Teatro Municipal da Guarda

O logótipo é constituído por um rectângulo que interiormente apresenta três letras, o “T”, o “M” e o “G”. Estas letras representam as iniciais do nome do teatro, explicado de que se trata a empresa e onde se localiza, Teatro Municipal da Guarda.

O rectângulo remete para a solidez, estabilidade e fortaleza. Podemos afirmar que a caligrafia das letras coincide com a estrutura do teatro, linhas rectas e de espessura fina, que representam racionalidade, inteligência, luxo, distinção, rigor e confiança, ligadas ao pensamento.

No que respeita às suas cores, o branco é realçado por ser usado nas letras, e segundo o código das cores (Lindon et.al., 2004: 211) remete-nos para a verdade, perfeição e a sabedoria. O preto utilizado no preenchimento do rectângulo e no nome, representa o luxo, a distinção, o rigor e a dimensão artística.

Todos os suportes administrativos, instrumentos de comunicações e publicidades institucionais são representados com o logótipo da empresa.

2.4. Política comunicacional

“A política de comunicação depende dos níveis de organização. Contudo, a eficiência do seu sistema de comunicação e a qualidade das suas comunicações são responsabilidade de todos. Independentemente da imagem que projectam, a qualidade das comunicações está em proporção directa com uma tomada de decisões adequada” (Ramos, 2007:81).

Segundo J. Martins Lampreia, “o homem, como animal social que é, precisa de comunicar com o mundo que o rodeia e, de uma forma especial, com os seus semelhantes. Essa comunicação é feita através dos sentidos, que são como que a porta aberta para a percepção do que se passa à nossa volta. A comunicação é o suporte da vida em sociedade; nenhum grupo poderia sobreviver se não existisse uma troca de comunicações entre os seus elementos” (Lampreia, 1991:21).

Qualquer acto de comunicar é ajuizado no modelo de Harold Lasswell, este modelo foi desenvolvido em 1950 com o objectivo de compreender se os leitores eram influenciados pela propaganda política. Segundo Lasswell, comunicar eficazmente resume-se a responder às seguintes questões: Quem? O emissor; Diz o quê? A mensagem; A quem? Ao receptor; Como? Através de que canal; Com que objectivos? Quais os efeitos.

Os autores Joaquim Caetano e Luís Rasquilha reforçam a ideia quando dizem que a “comunicação humana é pôr ideias em comum, através da compreensão [...] é preciso que os homens se compreendam entre si, que ao fim ao cabo, comuniquem” (Rasquilha et.al., 2007:24).

A comunicação interna é quase sempre feita formalmente. Através de e-mail (para que a informação fique registada e sempre com conhecimento do responsável da secção em questão e, se necessário, da direcção), ordens de serviço (elaboradas pela direcção e colocadas na recepção, para que os funcionários assinem como prova de que tomaram conhecimento), oralmente (telefone e reuniões) e através de eventos realizados com os funcionários (ex. jantar de natal ou comemoração do aniversário do Teatro).

Esta estrutura não possui um manual de acolhimento, embora consideremos esta ferramenta fundamental para uma melhor integração de elementos externos à organização.

Para tal, propomos um modelo de documento apresentado no Apêndice I, visando uma melhor comunicação interna e dando a conhecer aos novos funcionários e/ou

estagiários a organização do ponto de vista institucional, as suas políticas, a sua estrutura e o funcionamento.

A comunicação externa tem como finalidade fazer uma divulgação eficaz, aumentando e fidelizando os clientes. “As diversas organizações podem utilizar vários instrumentos de comunicação, devendo seleccionar aquele que melhor se adapte à mensagem que pretendem difundir e ao tipo de público a que se dirigem” (Rasquilha et.al., 2007:92).

Desta forma, a comunicação externa é difundida através de: serviços Web (página Web e e-mail); Web 2.0 (Blog, Facebook e Twitter); publicidade institucional (*Flyers*, *Outdoors*, Mupi, Agenda, Cartaz mensal e o boletim “*Bis*”); uma rubrica radiofónica semanal, produzida no TMG e emitida na Rádio Altitude todas as Quartas-feiras às 17:30, e finalmente, via telefónica ou SMS.

Sempre que é possível e a direcção considera pertinente, os meios de comunicação social são convidados a ir ao Teatro para tomarem conhecimento das produções.

O TMG dá ainda a oportunidade de conhecer os seus espaços, em visitas guiadas (com marcação prévia).

2.5. Análise Swot

“Uma vez alinhados os factores críticos de sucesso com as competências centrais da empresa, torna-se necessário expandir o conceito de adequação estratégica à totalidade do enquadramento interno e externo da empresa. Nesse sentido, é usual relacionar os pontos fortes e fracos da empresa com as principais tendências do seu meio envolvente, com o objectivo de gerar medidas alternativas para lidar com as oportunidades e ameaças identificadas “ (Freire, 1997:143).

A análise SWOT consiste numa síntese das análises interna e externa. De um lado, apresentam-se os primordiais aspectos que diferenciam a organização dos seus concorrentes no mercado, reconhecendo os pontos fracos e pontos fortes da empresa. Do outro lado, identificam-se as perspectivas de evolução do mercado, as principais ameaças e oportunidades.

A sigla deriva da língua inglesa em que cada letra significa uma palavra:

- S** – *Strengths*: forças ou pontos fortes;
- W** – *Weaknesses*: fraquezas ou pontos fracos;
- O** – *Opportunities* ou oportunidades;
- T** – *Threats* ou ameaças;

Adriano Freire refere também que “para um bom estrategista, as ameaças constituem sempre oportunidades latentes [...] a questão-chave não é pois identificar a natureza do impacto da tendência, mas sim perceber como a tendência pode ser explorada pela empresa em benefício próprio” (Freire, 1997:143).

Seguidamente, iremos apresentar sob a forma de tabela a análise SWOT do TMG, sendo que um dos quadros é para os pontos fortes e fracos, e o outro para as oportunidades e ameaças identificadas.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Localização (Cidade) Moderno Programação Entidade pública	Localização (Interior do País) Disfuncional Elevados custos operacionais Elitista
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Epicentro da vida cultural da Região; Marca TMG – consolidada no País e na Região; Novas linguagens, novas expressões artísticas; Criatividade / indústrias criativas;	Interioridade; Estrutura pesada (Recursos Humanos); Cultura enquanto bem que não produz riqueza; Equipamentos de dimensão similar em cidades vizinhas.

Tabela 1- Análise SWOT

Apontado muitas vezes como a dinâmica cultural pode ser feita fora dos grandes centros urbanos, o TMG conseguiu superar um constrangimento que, à partida, lhe poderia ser desfavorável.

Afirma-se como pólo de centralidade numa região incipiente em actividades culturais de referência, este equipamento acolhe habitualmente públicos de cidades vizinhas, de pequena e média dimensão, distantes a menos de 100 quilómetros: Covilhã, Fundão, Viseu, Castelo Branco ou mesmo Salamanca.

Aliás, a proximidade com a fronteira e as afinidades criadas com agentes culturais espanhóis foram fundamentais para constituir uma rede de teatros transfronteiriça.

O desenvolvimento do trabalho de planeamento com várias equipas é um dos factores que enriquece a programação do TMG, dando espaço a novas criações em áreas de menor visibilidade. Na óptica da programação cultural, as novas linguagens teatrais, a expressão plástica ou a exploração do campo musical e sonoro têm todo o cabimento. Expressões que, pela própria complexidade, são apreciadas por um público preparado, conhecedor, restrito, selectivo e elitista no consumo de bens culturais.

O TMG tem como política o apoio e estímulo à promoção de novos criadores (com ligação à Guarda e não só), em áreas como a literatura, a música, a pintura, a escultura ou as artes performativas.

A CMG, ao compreender a latitude da função social desempenhada por um equipamento desta dimensão e o seu impacto no núcleo urbano, entendeu investir em estruturas culturais nas freguesias de Famalicão da Serra e de Gonçalo: pela necessidade de recolher e conservar o património imaterial e pela premente necessidade de criar espaços de acolhimento para projectos de formação musical e cultural, vocacionados para públicos de todas as faixas etárias.

A arrojada concepção arquitectónica do espaço (arquitecto: Carlos Veloso) onde funciona o TMG (dois cubos separados fisicamente; um de vidro e outro de betão) tornou-se numa imagem de marca e mereceu, inclusive, distinções em revistas da especialidade. Mas é nesse capítulo que reside uma das maiores fraquezas. A inexistência de um canal (interno ou externo) entre os dois edifícios faz transparecer a disfuncionalidade, sobretudo quando é necessária uma deslocação de um pavilhão para o outro em dias de Inverno. Um espectador que, logo na primeira visita, opte por deixar a viatura no parque de estacionamento vai sentir esse incómodo, uma vez que terá de se sujeitar às condições meteorológicas para chegar a um dos auditórios.

Uma estrutura como o TMG, de produção quase exclusivamente simbólica, é extremamente exigente ao nível do financiamento para se manter operacional sem implicar um desequilíbrio, nem da quantidade e nem da qualidade do trabalho final. Os vários relatórios e contas – disponíveis nos meios oficiais, como a página do município da Guarda na Internet – declaram o (previsível) desequilíbrio entre custos e proveitos.

“Em conjugação com a introdução do factor tempo, a eliminação, pura e simples, do conceito de ameaça no modelo da nova análise SWOT implica que as empresas devem concentrar as suas atenções na melhoria das suas competências, para, no *timing* certo, tirar o máximo proveito possível das janelas de oportunidade” (Freire, 1997:145).

CAPÍTULO III

ESTÁGIO

PLANO DE ESTÁGIO

DESCRIÇÃO DAS ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS

REFLEXÃO DO ESTÁGIO

3.1. Plano de estágio

Para finalizar a Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas é necessário realizar um estágio curricular com duração de três meses, cujo objectivo principal é pôr em prática a teoria/prática que se adquire durante os anos do curso.

O meu estágio curricular teve início no dia 12 de Outubro de 2010, apresentando-me no TMG às 09 horas e 30 minutos. O primeiro contacto directo que tive foi com meu tutor de estágio e relações públicas da empresa, Carlos Antunes. Senti-me um pouco mais à vontade, pelo facto de o conhecer, pois já tinha realizado um trabalho de vídeo sobre esta organização (Unidade Curricular: Produção de vídeo e televisão organizacional).

Após me apresentar alguns dos funcionários do teatro e meus colegas ao longo do estágio, foi-me indicado o meu local de trabalho e a minha mesa de trabalho.

Informaram-me quais seriam as principais tarefas que iria desempenhar, e nessa mesma hora dei início ao meu trabalho.

Senti-me inquieta neste primeiro momento, pois não sabia o que me esperava e receava se seria capaz de superar esta prova. Apesar, de me encontrar disposta a dar o meu melhor e a aprender mais.

Os restantes funcionários e as instalações foram descobertas por mim ao longo do estágio, bem como o funcionamento geral do teatro.

3.1.1. Objectivos

Como qualquer estagiário, não sendo a minha pessoa excepção, cheguei ao TMG com muita vontade de inovar e assimilar novos conhecimentos.

O principal objectivo foi, sem dúvida, tentar executar plenamente todas as tarefas do RP, apreendendo rapidamente e da melhor forma possível. Pondo em prática o que aprendi ao longo da minha vida académica, consultando sempre a opinião do meu tutor e de terceiros.

Também foi mesmo objectivo estar sempre a par de tudo, porque um R.P. tem de obrigatoriamente ser uma pessoa polivalente e ter conhecimento do funcionamento de toda

a empresa, assim sendo, poderá estar sempre à vontade com qualquer tipo de acontecimento que emerge e com alguma questão colocada por parte do público.

3.1.2. Estratégias

A principal estratégia foi ser quem sou, simpática e cordial, e isso, fez com que ganhasse notoriedade entre o público e a aceitação por parte dos funcionários.

Optei também por observar, interrogar e muitas vezes investigar, procurando ser persuasiva na abordagem, mostrando uma postura proactiva, humilde e de total disponibilidade para a concretização de qualquer tarefa.

Segundo Caroline Black “um profissional eficiente de Relações Públicas precisa tanto de um número de qualidades pessoais como de competências profissionais [...] bom comunicador, perspectiva/ sentido de humor, calmo sob pressão, criativo, organizado, vontade de aprender, curioso, simpático/ acessível/ prático, seguro, concentrado, prático, energia, entusiasmo, assertivo, resistente e integro (Black, 2006: 37/41).

As competências profissionais são também importantes, tais como por exemplo: as competências de escrita e de oralidade em português e noutras línguas, o trabalho em equipa, a argumentação, a apresentação e tantas outras que, com a experiência profissional, se vão adquirindo.

3.1.3. Cronogramas

O cronograma é um instrumento de planeamento e controlo semelhante a um diagrama, em que são definidas e detalhadas minuciosamente as actividades a serem executadas durante um período estimado.

É, neste caso, um elemento que serve para uma rápida e eficaz visualização das tarefas realizadas, assim como os dias e meses em que foram desenvolvidas.

Como o estágio decorreu durante três meses, seguidamente encontraremos separados e pormenorizados cada um dos meses, acompanhados pelo seu cronograma de actividades.

3.1.3.1. Mês de Outubro

Tal como referi anteriormente, o estágio teve início na segunda semana de Outubro, daí advém o facto de este cronograma começar somente no dia 12.

As minhas folgas/ausências referem-se ao Domingo e à Segunda-Feira, porque trabalhei todos os Sábados.

A nível de produtividade e de desenvolvimento de actividades foi mais fraco que os seguintes meses, pelo facto de ainda não conhecer bem a dinâmica de trabalho do TMG.

ACTIVIDADES REALIZADAS	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Acompanhamento de espectáculos																				
Auxílio na orientação dos assistentes de sala																				
Contactos Telefónicos																				
Gestão da base de dados																				
Press Book																				
Protocolos																				
Recepção ao público e artistas																				
Visita guiada ao TMG																				

Tabela 2- Cronograma de Outubro

Legenda: Folgas / Ausências Actividades Realizadas

3.1.3.2. Mês de Novembro

O mês de Novembro foi bastante mais produtivo que o anterior. O à-vontade com que realizava as actividades era diferente, visto compreender melhor a dinâmica de trabalho realizada no Teatro.

Realizei algumas tarefas sem a presença do meu orientador, o que me deu auto-confiança.

ACTIVIDADES REALIZADAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Acompanhamento de espectáculos																														
Auxílio na orientação dos assistentes de sala																														
Cartas de Agradecimento																														
Contactos Telefónicos																														
Gestão da base de dados																														
Inquéritos de opinião																														
Press Book																														
Recepção ao público e artistas																														
Serviço administrativo para a Galeria																														

Tabela 3 - Cronograma de Novembro

Legenda: Folgas / Ausências Actividades Realizadas

3.1.3.3. Mês de Dezembro

Com o decorrer do estágio sentia-me cada vez mais familiarizada com as actividades que desempenhava, com os funcionários do TMG e mesmo com o público.

Como estagiária de RP solicitei-me para organizar o Jantar de Natal dos funcionários do Teatro.

ACTIVIDADES REALIZADAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Acompanhamento de espectáculos																															
Auxílio na orientação dos assistentes de sala																															
Cartas de Agradecimento																															
Contactos Telefónicos																															
Gestão da base de dados																															
Inquéritos de opinião																															
Preparação do jantar de Natal																															
Press Book																															
Recepção ao público e artistas																															
Roteiro da Agenda TMG																															

Tabela 4 - Cronograma de Dezembro

Legenda: Folgas / Ausências Actividades Realizadas

3.1.3.4. Mês de Janeiro

Este último mês de estágio correu dentro da normalidade e sentia-me um pouco triste por ser o derradeiro.

Como apenas desempenhei actividades durante sete dias, não houve nada de relevante, apenas acções habituais: acompanhamento de espectáculos, recepção ao público e artistas, entre outras.

ACTIVIDADES REALIZADAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Acompanhamento de espectáculos	■	■	■	□	■	□	□	■	■	■	□	■
Auxilio na orientação dos assistentes de sala	■	■	■	□	□	□	□	□	■	■	□	□
Contactos Telefónicos	■	■	■	■	■	□	□	□	■	■	□	□
Gestão da base de dados	■	■	■	■	□	■	■	□	■	■	■	□
Press Book	■	■	■	■	■	■	■	□	■	■	■	■
Recepção ao público e artistas	■	■	■	□	■	□	□	■	■	■	□	■
Serviço administrativo para a Galeria	■	■	■	□	■	■	□	□	■	■	□	□

Tabela 5 - Cronograma de Janeiro

Legenda: ■ Folgas / Ausências □ Actividades Realizadas

3.2. Descrição das actividades desenvolvidas

Todas as actividades realizadas durante o estágio e representadas nos cronogramas anteriormente serão seguidamente expostas com pormenor.

Todas com uma eminente importância, pois sendo mais ou menos complexas, fazendo-as com maior ou menor perfeição, ensinaram-me algo e fizeram com que crescesse a nível profissional e pessoal.

3.2.1. Acompanhamento de espectáculos

“Música, teatro, dança, exposições, cinema, tertúlias e debates, oficinas e formação, numa oferta intensa e diversificada, transversal a todas as classes etárias e sociais. O TMG afirmou-se como uma instituição activa, dinâmica, que trabalha para a comunidade e com a comunidade. Todas as artes cabem nesta casa de cultura que é o Teatro Municipal da Guarda, um dos mais activos equipamentos culturais do país. Foram cinco anos de uma intensa actividade cultural: por aqui passaram mais de 220 mil espectadores, em mais de 1700 actividades” (Guarda, 2010:5).

Antes de cada espectáculo existe uma serie de actividades a realizar, dependendo do tipo de espectáculo, mas nos de maior dimensão, como por exemplo: Rita Redshoes, Moonspell ou The Legendary Tigerman, durante a tarde preparávamos o local de venda de *Merchandising*. Este é “o conjunto dos estudos e das técnicas de aplicação utilizados, separada ou conjuntamente, pelos distribuidores e pelos produtores com vista a aumentar a rentabilidade do local de venda e o escoamento dos produtos, através de uma adaptação permanente dos aprovisionamentos às necessidades do mercado e da apresentação apropriada das mercadorias” (Lindon, et.al., 2004:386).

Todos os espectáculos têm que ser acompanhados pelo RP, em caso de não haver ou não se encontrar o profissional da área, será realizado por um responsável do teatro.

Considera-se indispensável a presença deste funcionário, porque o público sente-se apoiado, pois se alguma coisa correr fora do previsto ou se houver reclamações, é o RP que resolve a situação.

Durante o meu estágio, este acompanhamento era feito por mim e pelo meu tutor. Recebíamos cordialmente o público, ajudávamos em alguma dúvida que as pessoas demonstrassem e durante todo o espectáculo estávamos sempre presentes.

A disponibilidade, a cordialidade, a simpatia e o trato da imagem pessoal são imprescindíveis.

Em todos os espectáculos do TMG facultamos à entrada uma folha de sala, possibilitando ao auditório uma breve leitura sobre os mesmos a que vai assistir (*cfr.* Anexo III).

3.2.2. Auxílio na orientação dos assistentes de sala

Os assistentes de sala têm um papel fulcral em cada espectáculo, são eles que têm o primeiro contacto com o público. Encontram-se à porta para receber o canhoto do bilhete de cada espectador e nesse mesmo momento fornecem-lhe uma folha de sala. São também os assistentes de sala que fornecem às pessoas e lhes solicitam que respondam ao inquérito de opinião.

O principal objectivo dos assistentes de sala é auxiliar o público, encontram-se sempre nas salas (grande e pequeno auditório) onde decorrem os espectáculos. Sempre que o espectáculo se encontra a decorrer, e o espectador necessite de sair da sala, é o assistente que o auxilia com uma lanterna e o acompanha até à porta.

Durante o meu estágio auxiliei os assistentes e quando o RP não se encontrava presente, era eu que os orientava. Porque antes de cada espectáculo o RP informa os assistentes de sala sobre o espectáculo (qual a sua duração; se têm intervalo ou não; se haverá sessão de autógrafos ou não) para que estes possam também informar as pessoas que irão assistir ao acontecimento.

3.2.3. Contactos telefónicos

Ivy Lee “defendia a difusão rápida e honesta de informação em todos os assuntos que tivessem interesse e valor para o conhecimento público”.

Ao longo do meu estágio foram muitas as vezes que contactei com o público do TMG via telefónica. O primordial objectivo era informar os mais diversificados públicos sobre os espectáculos que iam decorrendo, na maioria das vezes as pessoas encontravam-se a par do acontecimento, mas quando as contactava advertia de algumas novidades relacionadas com o evento para lhes “aguçar o apetite”.

Se o espectador que me ouvia do outro lado desejasse reservar bilhete (s), solicitava-lhe o nome e quantos bilhetes desejaria, para então fornecer os dados ao meu colega da bilheteira.

Através de contactos telefónicos também falei com vários espectadores para informar que a validade do cartão Amigo TMG se aproximava do fim (“ser amigo TMG é um modo de viver intensamente a cultura beneficiando de vantagens muito interessantes. O programa amigo TMG contempla três modalidades, para assim poder ir ao encontro de todas as pessoas para quem o Teatro Municipal da Guarda é um espaço de eleição”).

3.2.4. Gestão da base de dados

A gestão da base de dados é uma actividade imprescindível realizada, se possível, diariamente. Na base de dados do TMG temos contactos de diversos públicos: os públicos de teatro, de dança, entre todos os outros.

Estes dados são recolhidos muitas vezes através dos inquéritos de opinião. E adicionados na base de dados. Se a pessoa foi ver um espectáculo de dança, colocamos os dados no público da dança, e assim sucessivamente.

Esta lista de contactos na base de dados tem como objectivo primordial. O contacto com o antigo espectador e potencial assistente, sendo uma maneira de conservar ligações e manter o cliente a par das novidades.

Durante os três meses de estágio fiz uma gestão quase diária da base de dados. Logo no meu primeiro dia foi-me solicitado que a analisasse, porque é um ficheiro a que todos os funcionários têm acesso e às vezes um contacto encontra-se lá duas e três vezes.

3.2.5. Press Book /Clipping

Vários autores falam da importância do *press book/ clipping/* recortes de imprensa, referindo que as notícias que interessam à empresa devem ser seleccionadas e recortadas.

Nos recortes assinalam-se os temas mais importantes e devem ser classificados de acordo com a sua importância para a organização. Permite à empresa descobrir falhas, corrigir erros, estabelecer estratégias e medir o retorno da informação prestada.

No TMG quem desempenha essa função é o RP e, durante três meses, fui eu que desempenhei esta tarefa. Compramos os jornais para disponibilizar no Café Concerto para o público, e depois recolhemo-los para fazer a actualização do *press book*. É uma actualização diária em formato impresso.

Posto isto, lia os Jornais Regionais (Nova Guarda, A Guarda, Terras da Beira, O Interior e Noticias da Covilhã) e Nacionais (Público e Jornal de Notícias), e procurava notícias sobre o TMG e relacionadas com a cultura, da parte do Ministério da Cultura.

Seguidamente, recortava as notícias que me interessavam e colava-as na folha de rosto do clipping e arquivava tudo num dossiê.

Nas minhas propostas (*cf.* Apêndice I) sugeri que na folha de rosto do *press book* acrescentássemos a localização, trata-se de um rectângulo com 24 quadrados que serve para localizar a notícia no Jornal, permitindo entender a visibilidade e a importância que é dada a esta notícia. Aconselhei também a importância de um índice para o mesmo, de modo a permitir uma fácil e breve consulta.

3.2.6. Recepção ao público e artistas

Segundo Rex Harlow as relações públicas são “uma função distinta da direcção, que ajuda a estabelecer e manter linhas mútuas de comunicação, compreensão, aceitação e cooperação entre uma organização e o seu público; implica a orientação de problemas ou assuntos; ajuda a direcção a manter-se informada e a responder perante a opinião pública:

define e exalta a responsabilidade da direcção ao serviço do interesse público; ajuda a direcção a manter-se a par das mudanças efectivas, servindo como sistema inicial de aviso para ajudar a antecipar tendências; e utiliza a investigação e técnicas éticas e são de comunicação como instrumentos principais” (Garcia, 1999:61-62).

Uma outra actividade desenvolvida foi a de estar sempre em contacto directo com o público e com os artistas. Sempre que abríamos as portas para mais um espectáculo lá estava eu para ajudar no que o público necessitasse. O mesmo acontecia com os artistas; assim que eles chegavam ao teatro eu e o RP íamos recebê-los, disponibilizando-nos sempre para qualquer coisa que necessitassem.

A interacção com o público e os artistas é uma actividade interessante, além de que tive o prazer de lidar com várias culturas e de melhorar expressivamente o meu conhecimento de línguas.

3.2.7. Protocolos

“Organizar é a forma de distribuir a autoridade, o trabalho e os recursos pelos elementos da empresa de modo a que estes possam atingir eficientemente os objectivos propostos” (Lisboa et.al., 2008:16).

No meu primeiro e segundo dia de estágio, o gestor do TMG requereu que constituísse um documento que permitisse uma rápida observação da situação dos protocolos do teatro com empresas regionais e nacionais.

Estruturei toda a informação que forneceram e apresentei um documento (*cfr.* Apêndice II) com todos os protocolos actuais, onde constava o nome da empresa/instituição, o âmbito do protocolo, o início e o fim do mesmo, a situação actual e se este seria renovado automaticamente ou não.

3.2.8. Visitas guiadas ao TMG

Estas visitas tinham que ser previamente marcadas com o TMG, normalmente são feitas pelo professor Victor Afonso, que trabalha no Serviço Educativo, ou pelo RP.

A visita tem como objectivo dar a conhecer ao público os espaços físicos, principalmente o grande e pequeno auditório, uma vez que são estes dois locais que fazem com que o TMG seja tão apreciado.

As únicas duas vezes que realizei uma visita guiada foram uma excepção, apesar de acompanhada pelo meu tutor, senti-me um pouco inquieta. Encontrava-me a estagiar a alguns dias apenas e ainda não conhecia o espaço muito bem, sentia-me minimamente informada porque tinha andado a ler sobre o edifício para o caso de ter uma situação destas.

Os senhores que tive o prazer de acompanhar já tinham ouvido falar da estrutura e do potencial deste teatro, comecei então por lhes mostrar os auditórios e fazer uma breve explicação: referir a capacidade, mencionar o sistema de tradução simultânea, o tipo de espectáculo que cada um dos auditórios recebe e como tudo realmente funciona.

Apresentei-lhes também os camarins, tanto os colectivos como os individuais e a sala de ensaios. E, por fim, acompanhei-os ao café do TMG, que se situa no piso 2.

3.2.9. Cartas de Agradecimento

Nos dias 26, 27 e 28 de Novembro o TMG exibiu um espectáculo comunitário Guarda: A República, que marcou o ano em que se comemorou o Centenário da República e o aniversário da Cidade da Guarda.

Este espectáculo contou com o envolvimento de centenas de participantes das colectividades e associações do concelho.

Além de desempenhar o meu papel de RP, acompanhar todo o espectáculo, os actores e o público, também executei todas as cartas de agradecimento para as colectividades, associações, individualidades que participaram e para as empresas que de alguma maneira contribuíram para o espectáculo comemorativo do dia da Cidade.

Inicialmente contactei com alguns dos envolvidos deste acontecimento grandioso, uns pessoalmente, outros via *e-mail*. E como nos refere Manuel Ai Quintas o *e-mail* “constitui o mais eficiente e económico sistema de troca de correspondência ou documentos em qualquer parte do mundo [...] possibilitando uma reacção imediata às oportunidades de negócio, além de oferecer uma grande flexibilidade e de adaptação às alterações em curso” (Quintas, 2006).

Produzi um documento em Excel com todos os contactos, facilitando o meu trabalho e o do RP do teatro, que terá que enviar o vídeo do espectáculo para todos os participantes.

Seguidamente, inseri os novos dados na base de dados do Teatro e iniciei a elaboração da carta para as cerca de 400 pessoas.

Depois de realizar o modelo da carta de agradecimentos (*cf.* Apêndice III), tive que pedir à Direcção o seu parecer, e assim que aprovado, passei à impressão e ao envio das mesmas.

Foi uma actividade um pouco morosa e demorada, visto se tratar de muitas pessoas/entidades.

3.2.10. Inquéritos de opinião

Os inquéritos de opinião ou satisfação (*cf.* Anexo IV) são um dos meios mais importantes para que se possa avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo TMG.

A opinião do público é bastante importante, por isso o inquérito era entregue ao espectador antes do espectáculo e solicitávamos que no final o devolvessem preenchido.

Aquele abordava desde o espectáculo, à divulgação, ao acolhimento e até preço do ingresso, a classificação era feita de modo qualitativo utilizando a seguinte escala: Muito Bom, Bom, Razoável, Mau e Não Sabe.

Uma vez preenchidos os inquéritos, cabia-me a mim fazer a recolha dos mesmos e inserir os novos contactos na base de dados (nome, morada, telefone e *e-mail*).

3.2.11. Serviço administrativo para a galeria

A Galeria é um espaço que se localiza no primeiro edifício do Teatro. Por ela passaram vários artistas nacionais e internacionais de renome, bem como artistas locais com percursos de relevo.

Nos meses de Novembro e Janeiro, foi da minha responsabilidade conceber os documentos necessários para a estatística da galeria e para a contagem do número de catálogos vendidos de cada exposição (*cf.* Apêndice IV).

3.2.12. Preparação do Jantar de Natal

“As relações públicas internas, também chamadas relações humanas na empresa, funcionam como elo de ligação entre a administração e o pessoal, visando uma boa comunicação interna e a criação de um bom ambiente de trabalho” (Lampreia, 1991:86).

Como estagiaria de RP, exercendo relações públicas externas e também internas, decidi organizar um jantar de natal dos funcionários do TMG.

Primeiramente sondei todos os empregados sobre esta hipótese, relativamente à qual obtive uma resposta positiva. Então, contactei com o Hotel Vanguarda para que me pudessem fornecer ementas para o respectivo acontecimento.

Seguidamente questionei um a um sobre qual a ementa que desejavam e assinalei num documento (*cf.* Apêndice V) para que quando chegasse o dia nada falhasse.

Como o TMG é uma empresa municipal, convidei para este evento alguns responsáveis da CMG, o Eng. Joaquim Valente (Presidente da CMG), o Dr. Virgílio Bento (Vice-presidente da CMG) e o Dr. Victor Santos (Vereador da CMG), recebendo apenas resposta positiva por parte do Exmo. Sr. Presidente.

No dia 20 de Dezembro às 20 horas encontrava-me no Hotel Vanguarda para receber os meus colegas e convidados para o Jantar de Natal do TMG.

Desempenhei sempre o meu papel de RP e como prova disso também propus ao Eng. Joaquim Valente que nos presenteasse com um discurso.

3.2.13. Roteiro da agenda TMG

É com a entrada de um Novo Ano que o TMG apresenta uma nova agenda cultural, sempre com uma programação de qualidade e um equipamento cultural de referência, este novo ano não será excepção.

A Direcção e os restantes coordenadores do TMG decidiram inovar, proporcionando à população Egitanense e vizinha um roteiro da agenda, ou seja, disponibilizá-la em vários pontos comerciais da Cidade e da Covilhã.

Para tal, foi necessário entrar em contacto telefónico com bares, pastelarias, cafés, lojas, entre outros, solicitando a generosidade destes empresários, pedindo que apoiassem o

nosso roteiro. Ou seja, que disponibilizassem nos seus estabelecimentos comerciais agendas TMG para o público.

3.3. Reflexão do Estágio

É importante referir que o estágio curricular é realmente determinante para qualquer estudante, sendo notória a diferença entre a realidade do mercado de trabalho e tudo aquilo que se aprende na teoria durante três anos de Licenciatura. É um momento marcante, primeiro pela responsabilidade que acarreta e segundo pela experiência que proporciona, tanto a nível pessoal como profissional.

Relativamente ao estágio, estou bastante contente com a minha escolha. Mas esta selecção não foi fácil, talvez devido à variedade de locais para o fazer, uma vez que o curso assim o permite.

Sentimentos como o nervosismo, a insegurança, a desconfiança das minhas capacidades e o medo de errar, intimidaram-me durante o desempenho das primeiras actividades a que me propus e para as quais fui destacada, mas com o passar do tempo e com exposição das minhas aptidões e competências, fui-me sentindo mais à-vontade trabalhando com o profissionalismo que me foi exigido desde o início e com a rápida integração que tive na equipa.

Pela primeira vez estava numa situação real, onde os problemas são encarados com naturalidade, tendo de existir sempre uma solução rápida e eficaz.

No início da caminhada deparei-me com algumas dificuldades, como o facto de não ser natural da Guarda, não saber falar Inglês de uma forma corrente, o medo de não saber responder a algo que me fosse questionado por parte do público e o facto de por ali passarem imensas pessoas de culturas e línguas maternas diferentes.

O contacto com o público é maravilhoso, é bastante gratificante quando uma pessoa nos retribui com um sorriso pelo serviço que lhe prestamos.

Mesmo não tendo realizado tudo o que desejaria, posso afirmar que dei o meu melhor em tudo o que fiz e desenvolvi, dediquei-me a cem por cento ao TMG. Já dizia Aristóteles “o prazer no trabalho aperfeiçoa a obra”.

Tenho a certeza que o estágio foi benéfico e que contribuiu muito para o meu sucesso profissional com a certeza que em termos futuros conseguirei conjugar os saberes desenvolvidos ao longo da licenciatura e do estágio.

Descobri que um teatro é um espaço de descoberta, discussão, aprendizagem e convívio. Naquele teatro fui feliz, pois quando uma pessoa faz o que gosta, é maravilhoso.

Depois de quatro anos, tenho a certeza que a minha escolha profissional foi a acertada. Hoje, amanhã e futuramente, quero ser Relações Públicas.

“Eles não sabem, nem sonham
que o sonho comanda a vida
Que sempre que um homem sonha
o mundo pula e avança
como bola colorida
entre as mãos de uma criança”.
(GEDEÃO, 1956, p. 31)

Bibliografia

BEIRÃO, et.al., (2008). *Manual de Comunicação Empresarial* . Corroios: Plátano Editora, Lda (1ª Edição).

BLACK, C. (2006). *Guia Prático do Profissional de RP*. Mem Martins: Publicações Europa-América, Lda.

CAETANO, J., & RASQUILHA, L. (2007). *Gestão e Planeamento da Comunicação*. Lisboa:: Quimera Editores, Lda.

FREIRE, A. (1997). *ESTRATÉGIA , SUCESSO EM PORTUGAL*. Lisboa: Editorial Verbo.

GARCIA, M. M. (1999). *As relações públicas*. Editorial Estampa, colecção chaves do éxito;.

GEDEÃO, A. (1956). *Movimento Perpetuo*. Coimbra: s/e.

Guarda, T. M.G. (23 de Abril de 2010). Resumo dos cinco anos de actividades do TMG.

LAMPREIA, J. M. (1998). *Comunicação Empresarial: as R.P. na gestão*. Lisboa: Texto Editora, Lda (2ª Edição).

LAMPREIA, J. M. (1991). *Técnicas de Comunicação: Publicidade, Propaganda e Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa América, Lda, 6ªedição.

LINDON, et.al., (2004). *MERCATOR XXI - TEORIA E PRÁTICA DO MARKETING*. Lisboa: Publicações Dom Quixote. (10ª Edição) .

LISBOA, et.al.,(2008). *Introdução à Gestão de Organizações*. Barcelos: Companhia Editora do Minho, S.A.

MONTEIRO, Ana Cristina (2006) – *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Sílabo. (1ª Edição).

MOUTINHO, A. V. (2001). *Dicionário de R.P*. Porto: Campo de Letras (1ª Edição).

QUINTAS, M. (2006). *Organização e Gestão Hoteleira*. Euro-Tom, Lda.

RAMOS, F. (2007). *Estratégias e Protocolo para a Comunicação Corporativa*. Lisboa: MEDIA XXI - Formalpress.

RODRIGUES, A. V. (2000). *Guarda - Pré - História, História e Arte*. Guarda: Santa Casa da Misericórdia da Guarda.

SCOTT, David Meerman (2007) – *As Novas Regras de Marketing e R. P.* Porto: Porto Editora, Lda.

SOUSA, J. P. (2003). *Planeamento da Comunicação (na perspectiva das R.P.)*. Porto.

APÊNDICES

Lista de apêndices

Apêndice I – Propostas apresentadas ao Teatro Municipal da Guarda

Apêndice II – Protocolos

Apêndice III – Cartas de Agradecimento

Apêndice IV- Serviço administrativo para a Galeria

Apêndice V – Jantar de Natal do Teatro Municipal da Guarda

APÊNDICE

I

PROPOSTAS APRESENTADAS AO TEATRO
MUNICIPAL DA GUARDA

APÊNDICE

II

PROCOLOS

APÊNDICE

III

CARTAS DE AGRADECIMENTO

APÊNDICE

IV

SERVIÇO ADMINISTRATIVO PARA
A GALERIA

APÊNDICE

V

JANTAR DE NATAL DO TEATRO

MUNICIPAL DA GUARDA

ANEXOS

Lista de anexos

Anexo I – Regime jurídico do sector empresarial local.

Anexo II – Organograma do Teatro Municipal da guarda

Anexo III – Folhas de sala

Anexo IV- Inquérito de opinião

ANEXO I

REGIME JURÍDICO DO SECTOR
EMPRESARIAL LOCAL

ANEXO II

ORGANOGRAMA DO TEATRO
MUNICIPAL DA GUARDA

ANEXO III

FOLHAS DE SALA

ANEXO

IV

INQUÉRITO DE OPINIÃO