



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

Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação
e Relações Públicas

Patrícia Alexandra Pinheiro Fernandes
Fevereiro | 2011

Ficha Técnica

Nome: Patrícia Alexandra Pinheiro Fernandes

Número de Aluna: 6603

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

Curso: Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Docente Orientador: Doutora Regina Gouveia

Organização Facultadora do Estágio: Localvisão Tv

Morada: Av. Almirante Reis, 228 S/Lj 1000 - 056 Lisboa

Telefone: 210 149 780

E-mail: info@localvisao.tv

Site: <http://www.localvisao.tv>

Coordenador de Estágio: Dr. Lino Galvão

Data de Início: 06-Setembro-2010

Data de conclusão: 06-Dezembro-2010

Agradecimentos

“Citar é sempre injusto. Enumerar é esquecer. Não quero esquecer ninguém de quem não me lembre.” (Silva, 2009: 21)

Agora que estou prestes a concluir um dos desafios mais importantes da minha vida, quero agradecer a todos aqueles que contribuíram para a minha formação a todos os níveis, mormente ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, a todos os docentes que me acompanharam e, particularmente, à Professora Regina Gouveia pela sua orientação.

Agradeço à Localvisão o acolhimento que me proporcionou e a disponibilidade das “ferramentas” necessárias para a concretização do estágio, bem como todo o apoio que o Dr. Lino Galvão e o Dr. Carlos Ramalho me deram. Agradeço também à Cátia Gaudêncio a ajuda que me deu durante o estágio, assim como às restantes companheiras de Delegação.

Agradeço à minha família, e aos meus amigos em geral, todo o apoio que me prestaram nesta caminhada e por todas as alegrias partilhadas, especialmente aos meus pais, porque sem eles não poderia ter alcançado mais esta meta na minha vida.

Índice Geral

Introdução.....	1
Capítulo 1	2
1.1 Historial	3
1.2 Missão.....	4
1.3 Identidade visual.....	5
1.3.1 Nome	5
1.3.2 Logótipo	5
1.3.3 Slogan.....	6
1.4 A delegação de Castelo Branco	6
1.4.1 O Meio.....	7
1.4.2 Recursos Humanos	8
1.4.3 Recursos Materiais e Tecnológicos.....	9
1.4.4 A Comunicação	9
✓ Comunicação Interna.....	9
✓ Comunicação externa	10
1.4.5 A Concorrência	10
1.5 Análise SWOT.....	11
Capítulo 2	13
2.1 Objectivos.....	14
2.2 Estratégias.....	15
2.3 Cronogramas.....	15
2.4 Actividades e propostas	17
2.4.1 Pesquisas no interior.....	17
2.4.2 Actualização da agenda	18
2.4.3 Transcrição de <i>vozes-off</i>	18
2.4.4 Edição de imagens de conteúdos para a Zon.....	18
2.4.5 Acompanhamento em reportagens	19
2.4.6 Edição de imagem	19
2.4.7 Elaboração de vozes - <i>off</i>	20
2.4.8 Recolha de imagens	20
2.4.9 Pesquisas no exterior	21

Reflexão final	22
Bibliografia.....	23
Outras fontes.....	24
Sitiografia	24
Listagem de Anexos	25

Índice de Figuras

Figura 1 - Logo da Localvisão.....	5
Figura 2 - Organigrama da Delegação da Localvisão Tv de Castelo Branco.....	8

Índice de Quadros

Quadro 1 - Análise Swot	11
Quadro 2 - Cronograma de Setembro.....	15
Quadro 3 - Cronograma de Outubro.....	16
Quadro 4 - Cronograma de Novembro	16
Quadro 5 - Cronograma de Dezembro	17

Introdução

Quando transitei para o último ano do curso de Comunicação e Relações Públicas, confrontei-me com a dúvida sobre qual das saídas profissionais que o curso possibilitava deveria seguir, pois pretendia estagiar naquela em que futuramente poderia enveredar como carreira profissional. Nunca ponderei o projecto, pois queria colocar em prática conhecimentos aprendidos ao longo do curso em contexto profissional, adquirindo experiência de trabalho na área.

Assim sendo, escolhi como local de estágio a Localvisão Tv de Castelo Branco, pois, através das aulas de Comunicação Vídeo e de Produção de Vídeo e Televisão Organizacional, a minha curiosidade por este tipo de conteúdos surgiu, levando-me a questionar se desejaria trabalhar nesta área, o que, conseqüentemente, levou à preferência por esta Organização. O motivo principal era saber como funcionava uma televisão *online* e qual a sua finalidade, como se escolhem os conteúdos e como se organizam os mesmos. A minha experiência como estagiária viria a subdividir-se por pesquisa de conteúdos, acompanhamento em reportagem, filmagens, edição de imagem e gravação de vozes - *off*, além da transcrição.

O presente relatório, que constitui o registo final do estágio realizado, com o devido enquadramento ao nível do contexto em que a Organização acolhedora se integra e a necessária fundamentação teórica, está estruturado em três capítulos: o primeiro apresenta a entidade que me acolheu, a Localvisão e a sua delegação em Castelo Branco, a sua imagem e comunicação, assim como o meio em que se insere. O segundo respeita propriamente ao estágio.

Como metodologia de trabalho para a elaboração do presente relatório utilizei maioritariamente os livros leccionados nas unidades curriculares, assim como efectuei alguma pesquisa online.

Capítulo 1

A
Organização e
o Meio

A Localvisão surgiu como um projecto de televisão multi-plataforma, de forma a acompanhar as notícias de cada região em que se encontra inserida. Através de equipas próprias, produz e exhibe conteúdos de proximidade, dinamizando as regiões e promovendo a informação e a comunicação de interesse local/regional.

O seu principal objectivo é o de dar a conhecer a comunidade e informar sobre o que de positivo ocorre no espaço regional, tentando criar uma narração local em que a mesma é a protagonista. Constitui, enfim, um projecto que se propõe eliminar as barreiras geográficas da informação e da comunicação nos espaços locais e, até, destes para o nacional.

O formato adoptado para plataforma *web tv* veio permitir a utilização de vários recursos, difundindo a televisão local, assim como os seus conteúdos, levando estes a alcançarem um público mais abrangente. Por ser uma plataforma *Web*, permite ao utilizador a replicação dos conteúdos que visualizou, levando a que as partilhe e as referencie com amigos e conhecidos.

Esta estrutura foi criada tendo em conta a grande procura de conteúdos georeferenciáveis conduzindo a um sem fim de vantagens informativas, turísticas e culturais. Veio trazer novos meios de informação às pessoas que vivem na região, permitindo às que dela são naturais mas não residentes estarem sempre informadas e sentirem-se, de certa forma, mais perto de casa.

1.1 Historial

A preparação do projecto Localvisão teve início em Abril de 2007, em que decorreu a sua Fase Zero. Em Outubro de 2007, foram feitas as apresentações a potenciais clientes ou representantes, nomeadamente, a agências de meios, centrais de compra de publicidade, entre outros.

A fase de testes nos distritos de Bragança e Guarda começou em Janeiro de 2008. Em Outubro do mesmo ano, teve lugar a apresentação pública das equipas, numa conferência de imprensa, e deu-se o arranque oficial do projecto no distrito de Bragança. O mesmo aconteceu no distrito da Guarda no mês de Dezembro.

Em Março de 2009, o projecto foi apresentado publicamente em Castelo Branco, a que se seguiram os de Vila Real, Viseu e Portalegre em Julho e Porto, Braga, Viana do Castelo e Aveiro em Setembro.

Já em Fevereiro de 2010, tinham lugar apresentações públicas nos distritos de Faro e Beja e, em Setembro, eram criadas as equipas para os distritos de Santarém,

Leiria, Lisboa, Setúbal, Évora e Coimbra. Ainda durante o mesmo ano, no mês de Outubro, concretizava-se a implantação da plataforma Cabo/IPTV, com disponibilização de conteúdos.

Actualmente, tem activas onze delegações: Bragança, Guarda, Castelo Branco, Vila Real, Braga, Viana do Castelo, Porto, Aveiro, Viseu, Portalegre e Faro.¹

1.2 Missão

A missão da Localvisão enquadra-se no espaço a que cada uma das suas delegações respeita, visando a consecução dos seguintes objectivos:

- **Debater a informação local e regional**

As delegações destacam, única e exclusivamente, à informação local e regional, levando a uma proximidade com o cidadão.

- **Promover do desporto e da cultura**

Ao contemplar a informação local e regional, valoriza factores fundamentais para o desenvolvimento da região, nomeadamente no âmbito do desporto e da cultura.

- **Dar voz ao autarca e ao cidadão**

Ao contrário das televisões nacionais que dão voz a alguns autarcas apenas em época de eleições ou quando algo de maior destaque acontece nessa autarquia, a Localvisão permite que exista uma maior interacção entre o autarca e o cidadão sempre que necessário e não só em ocasiões especiais.

- **Ligar com emigrantes e imigrantes**

A Localvisão serve como ponto de proximidade com a terra natal, um meio para os emigrantes matarem as saudades e estarem sempre informados sobre as notícias da Região. Do ponto de vista dos imigrantes, mostra os lugares onde vivem aos familiares que estão longe.

- **Promover o turismo**

A Localvisão ocupa-se da cobertura de eventos, assegurando a divulgação de informação cultural, de lazer e de turismo. Como procedimento normal, produz uma peça em que expõe quando o evento irá acontecer e, posteriormente, acompanha-o para que as pessoas que não possam estar presentes possam ver como o mesmo decorreu.

¹ Baseado no historial da Localvisão por documento facilitado pela organização

1.3 Identidade visual

A identidade visual desempenha, na actualidade, um papel muito importante na comunicação da missão, da vocação e dos valores de uma organização, contribuindo para a sua afirmação junto dos públicos. J. Martins Lampreia (1998: 48) defende que “a identidade de qualquer instituição começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logótipo e também pelo seu *slogan*, que são os elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público”.

1.3.1 Nome

O nome é a designação que a organização atribuiu a si mesma. Este tem como objectivo identificá-la, podendo fornecer mais ou menos informação sobre a sua missão ou actividade, o lugar em que está implantada, quem são os seus fundadores, entre outros aspectos.

Existem as mais variadas categorias de nomes, mas, segundo J. Martins Lampreia (1998: 49), podemos dizer que a Localvisão é um nome descritivo, uma vez que “a actividade da empresa é de imediato deduzida”, ao remeter para uma televisão localizada, sendo de fácil memorização.

1.3.2 Logótipo

O logótipo é o símbolo da empresa, a que está associado um design gráfico com uma ou mais cores, que permite transmitir uma mensagem específica e/ou o nome. Este deve ser de fácil percepção, grande clareza, de fácil associação para com a empresa e de boa memorização. No fundo, o logótipo funciona como o bilhete de identidade visual da empresa.

Segundo J. Martins Lampreia (1998: 50), uma empresa, «para subsistir, tem de sair do anonimato e um logótipo singular será, entre os demais, um sinal de distinção e a sua primeira arma visual que lhe permitirá distinguir-se das suas concorrentes”. O logótipo da Localvisão apenas contém o nome e uma forma que o circunda quase totalmente, destacando-se como signos plásticos, além da forma e linhas, as cores



laranja, preto e branco.

Figura 1 - Logo da Localvisão

Segundo Denis Lindon *et al* (2008:211), a cor laranja dá-nos a ideia de energia, actividade e ambição; já o preto passa uma ideia de luxo, distinção e o rigor; por último, o fundo branco, para além de funções técnicas, conota perfeição, sabedoria e verdade. As suas linhas e formas são de conexão moderna e dinâmica, transmitindo informalidade e proximidade com o público. A forma aberta remete ainda para a ideia de liberdade de expressão das pessoas entrevistadas.

Os principais suportes em que o logótipo aparece, no caso da Localvisão, são:

- Suportes administrativos ou estacionários: papel de ofício, envelopes, cartões-de-visita, facturas.
- Veículos que a empresa possui;
- Suportes de comunicação como brochuras, folhetos, material promocional e anúncios publicitários.

1.3.3 Slogan

O slogan era utilizado nos tempos antigos como palavra de ordem pelos escoceses, na exortação da luta contra os ingleses. Tornou-se, porém, universal, para representar os valores, a missão e objectivos da entidade a que se refere. Deve estimular e suscitar o interesse por parte de quem o ouve. Deve ser sintético, de fácil memorização e compreensão e objectivo, no sentido de transmitir uma mensagem o mais precisa possível.

O slogan da Localvisão é “*A nossa terra mais perto de si*”. Este retrata a filosofia da empresa, difundindo a ideia de uma televisão local e singular. Significa também o conceito de uma televisão de proximidade, que passa uma mensagem única para os que vivem em Portugal e para os que residem no estrangeiro e que dá «tempo de antena» a todas as “terras” do País. É de fácil percepção e memorização.

1.4 A delegação de Castelo Branco

Tal como referi anteriormente, a delegação de Castelo Branco existe oficialmente desde Março de 2009, localizando-se no Largo do Município, ex-Quartel da Devesa, nas instalações do Cybercentro da Cidade.

Os temas que integram a sua agenda são, entre outros, Política, Sociedade, Economia, Desporto, Cultura, *Media*, Etnografia, Comunidades, Internacional/Cooperação e Lusofonia. Desde a entrada em funcionamento, já produziu

um número considerável de peças de diferentes tipos, tais como documentários, reportagens e notícias, de âmbito local e regional.

1.4.1 O Meio

O distrito de Castelo Branco é um museu ao ar livre, onde se podem ver vários vestígios do passado de Portugal, assim como algumas tradições que ainda hoje caracterizam o país. Na cidade-capital, podem ser visualizadas duas áreas bastantes distintas: a zona medieval, onde se percorrem as antigas ruas estreitas e íngremes, e onde se podem admirar as muitas portadas manuelinas, e a grande zona moderna, que ainda se encontra em expansão, resultado de uma cidade em desenvolvimento. A sua fundação tem por base uma lenda:

“A fundação de Castelo Branco, sobre a qual divergem historiadores, tornou-se lendária. Segundo a tradição oral, houve em tempos remotos, na Granja dos Belgaios, situada entre as capelas de Santa Ana e de Nossa Senhora de Mércules, a cidade de Belcagia, cujos habitantes foram dizimados por uma epidemia. Refere ainda a lenda que alguns bois, ao serem soltos nos viçosos pascigos circunvizinhos da cidade, prestes os abandonavam, encaminhando-se para o monte da Cardosa, onde pasciam, e nutrindo-se estes bois maravilhosamente ao passo que os restantes pereciam, foi esta a circunstância considerada pelos habitantes sobreviventes como uma indicação providencial que eles decidiram acatar, abandonando as casas e os campos infectados e indo estabelecer-se naquele monte onde deram origem à povoação de Castelo Branco.”²

As mais importantes atracções desta Cidade são as internacionalmente reconhecidas colchas de bordado de Castelo Branco, os queijos regionais, o azeite e o vinho. No que respeita ao património arquitectónico e histórico, destacam-se o Paço Episcopal, onde se encontra o museu Francisco Tavares Proença Júnior e o Jardim do Paço, bastante conhecido pela escadaria dos reis; Largo e Cruzeiro de S. João; Palácio dos Viscondes de Portalegre (actual Governo Civil do distrito de Castelo Branco); Ermida de Nossa Senhora de Mércules; Igreja de S. Miguel (Sé da Cidade); Capela de Nossa Senhora da Piedade; Solar dos Viscondes de Oleiros (Edifício da Câmara

² SANTOS, Manuel Tavares dos, *Castelo Branco na História e na Arte*, Edição de autor, Castelo Branco, 1958, p.13.

Municipal de Castelo Branco); Castelo e muralhas de Castelo Branco; Portados quinhentistas e a Casa do arco do Bispo.

É “um dos maiores municípios portugueses, com 1 438,16 Km² de área e 53 9090 habitantes (2008), subdividido em 25 freguesias.”³ Castelo Branco localiza-se na Beira Baixa, ocupando uma posição central entre o norte e o sul de Portugal. Situando-se entre a fronteira com Espanha, o rio Tejo, os distritos da Guarda, Coimbra, Leiria, Santarém e Portalegre, está precisamente no cimo de uma colina isolada, com 472 metros de altura.

1.4.2 Recursos Humanos

A delegação de Castelo Branco, aquando do meu estágio, contava com quatro trabalhadores, a tempo inteiro, e com um quinto colaborador que apenas trabalhava a meio tempo. Ainda tinha ao seu dispor mais duas estagiárias, para além de mim.

A estrutura organizacional das empresas é, segundo o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, um “gráfico da estrutura hierárquica dum organização social complexa, representando simultaneamente os diversos elementos do grupo e as suas relações respectivas”. No caso da delegação da Localvisão-Tv de Castelo Branco, esta divisão é muito simples, dado o número de trabalhadores que a integram.

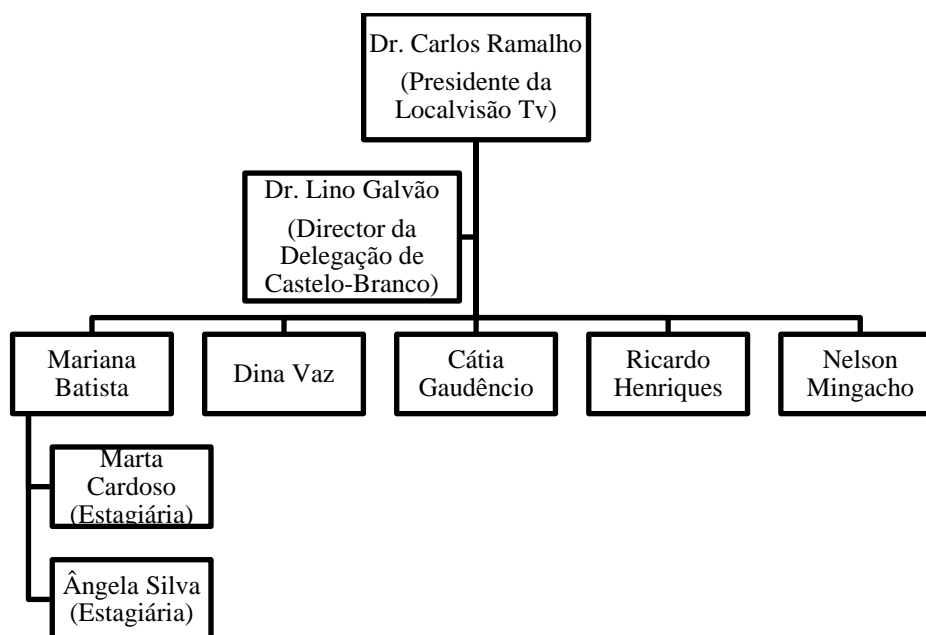


Figura 2 - Organograma da Delegação da Localvisão Tv de Castelo Branco

³ http://pt.wikipedia.org/wiki/Castelo_Branco, consultado no dia 5 de Janeiro de 2011, às 21h e 05m.

1.4.3 Recursos Materiais e Tecnológicos

Sendo a delegação de Castelo Branco de reduzida dimensão, com poucos colaboradores, como já foi explicado anteriormente, tem também escassos recursos materiais e tecnológicos.

A Delegação está dividida por duas salas, a *reggie* e o estúdio. A primeira é a mais utilizada, por ali se encontrarem os equipamentos de trabalho: seis computadores, quatro com ligação à internet; um telefone; duas câmaras de vídeo; mala de transporte; dois tripés; um microfone de mão e um microfone de lapela; um disco externo onde estão guardadas todas as peças antigas. No estúdio, usado para a gravação de *off's*, encontra-se a mesa de gravação; um computador com acesso à internet; e um microfone.

1.4.4 A Comunicação

A comunicação desempenha um papel fundamental no contexto organizacional, permitindo a consecução de objectivos em todas as áreas. Porém, “estamos longe de ver a comunicação empresarial como filosofia de gestão, e bem assim, longe de ver gestores que compreendam a importância de gerir a comunicação” (Santos, 1996: 5).

Segundo Joaquim Caetano e Luís Rasquilha (2004: 20-21), “comunicar é pôr em comum uma informação, é partilhar uma opinião, um sentimento, uma atitude, um comportamento. Tudo isto com o objectivo de convencer ou persuadir (de mudar de opinião, adoptar um comportamento diferente)”. Este objectivo assenta na consecução de outros como informar, formar, motivar e integrar.

Genericamente, há dois contextos principais em que a comunicação empresarial se processa, o interno e o externo, não sendo estes estanques, mas interdependentes.

✓ Comunicação Interna

A comunicação interna tem o objectivo de manter os trabalhadores informados acerca da empresa, pois estes poderão ser os líderes de opinião junto do público, ao terem mais probabilidades de transmitir mensagens determinantes para o exterior. A comunicação interna contribui para que os trabalhadores percebam o seu papel, incentivando a uma comunicação ascendente, levando a que todos participem com ideias e opiniões, uniformizando comportamentos.

No caso da Localvisão, a comunicação interna tem um carácter menos formal, visto que o número de trabalhadores por delegação é baixo, levando a um clima familiar. Mesmo assim, os suportes de comunicação interna utilizados são: a internet, mais especificamente o e-mail, usado pelos trabalhadores para comunicarem entre si e com a direcção e entre delegações; as reuniões, quando algo de mais importante tem que ser debatido; e, por último, as conversas informais, devido à proximidade que há na delegação.

✓ **Comunicação externa**

A imagem institucional é a opinião causada nos diferentes públicos. É determinada por um conjunto de ideias que podem advir da estratégia da comunicação, da qualidade dos produtos/serviços e da identidade da organização. “A identidade deriva da sua cultura, da organização nas suas raízes, da sua personalidade, da sua força e das suas fragilidades” (Rasquilha, 2004:52).

A comunicação externa é, obviamente, determinante na imagem pública de uma organização. Ao contrário da comunicação interna, que se baseia nas Relações Públicas, também denominadas a esse nível de Relações Humanas, a comunicação externa articula um conjunto diversificado de técnicas em que se incluem as Relações Públicas e outras como Publicidade, *Merchandising*, Marketing Directo, Patrocínio, Mecenato e Promoção de Vendas.

A comunicação externa da Localvisão é feita, maioritariamente, através de Publicidade e Marketing Directo: anúncios publicitários em rádios, imprensa local e nacional e no *sapo*, visto que é nesta página que o projecto se encontra inserido; divulgação por e-mail das peças feitas para Câmaras Municipais e pessoas individuais que estejam ligadas às mesmas e através das redes sociais, mais concretamente o *facebook*, pois permite a difusão de conteúdos e a interacção com o público.

1.4.5 A Concorrência

No distrito de Castelo Branco, estão presentes os três meios de comunicação social mais conhecidos, sendo eles: os jornais, a televisão e a rádio.

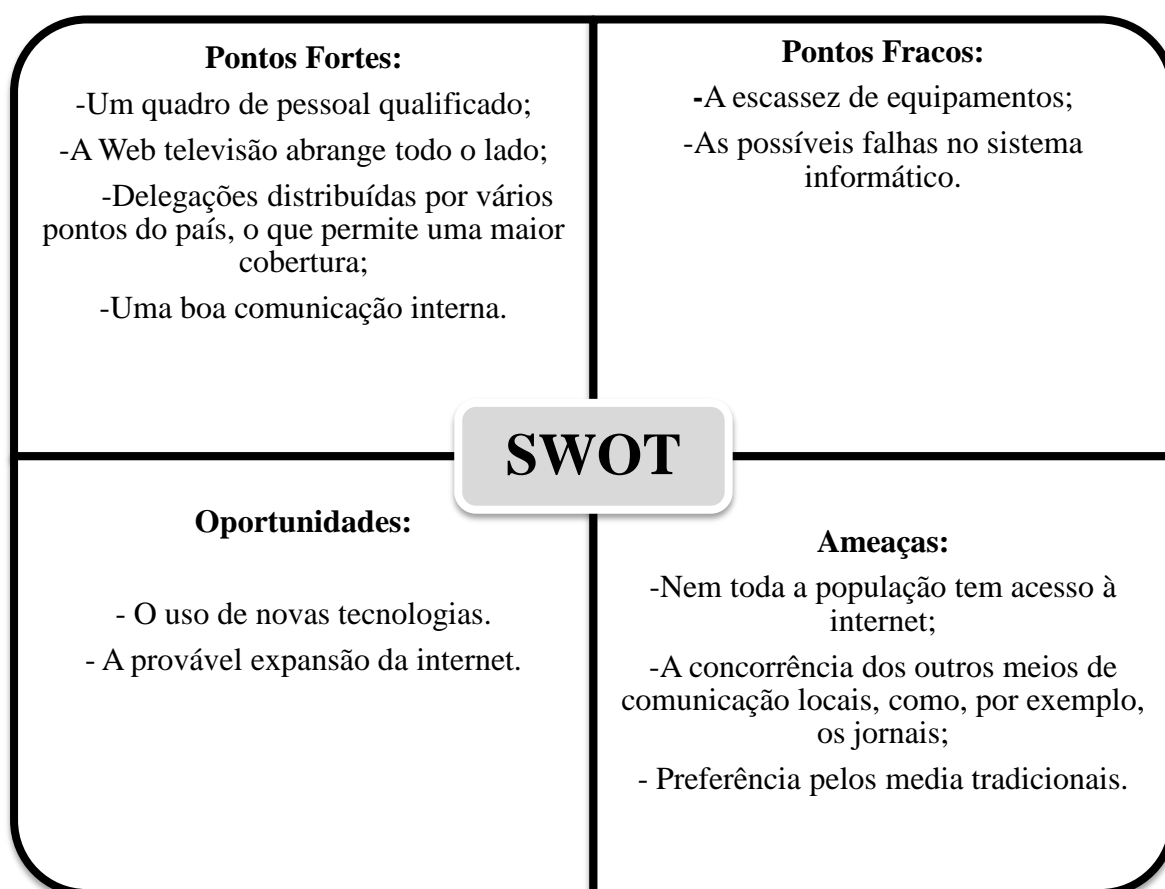
A Localvisão tem como concorrência directa a RTP Castelo Branco e a Beira Tv. A primeira difunde imagens via televisão estatal e a segunda via internet, sendo concorrente principal da Localvisão.

Quanto a concorrência indirecta, enfrenta três jornais semanários, a Reconquista, a Gazeta do Interior e o Povo da Beira, e três rádios, a Rádio Beira Interior, a Rádio Juventude e a Urbana Fm.

1.5 Análise SWOT

O objectivo de uma análise SWOT é analisar qual a viabilidade de uma organização, a sua capacidade de sobrevivência no mercado actual e a sua competitividade quanto à concorrência. Esta análise é feita através de factores que se diferenciam por serem opostos: ao nível interno, analisam-se os pontos fortes e os pontos fracos; a análise do ambiente externo estrutura-se em oportunidades e ameaças. A reunião de todos os factores resulta na sigla SWOT, equivalente a: *Strengths* ou pontos fortes; *Weaknesses* ou pontos fracos; *Opportunities* ou oportunidades; e *Threats* ou ameaças.

A análise SWOT que apresento no quadro seguinte é muito básica e, daí, o facto de se aplicar não só à delegação de Castelo Branco, mas à Localvisão em geral.



Quadro 1 - Análise Swot

Dos factores especificados no quadro anterior, saliento a oportunidade que reside na utilização da internet. Esta veio revolucionar a comunicação e, graças à sua evolução, tornou-se um grande mercado para empresas em que é vital, tendo algumas destas crescido determinantemente graças às vantagens que proporciona de modo crescentemente mais eficaz e aos baixos custos que implica. O caminho mais rápido para difundir informação e alcançar um vasto número de pessoas em simultâneo, a um custo mais baixo, é, sem dúvida, a internet.

“A explosão tecnológica registada veio permitir chegar de forma mais directa e participativa a públicos-alvo muito bem definidos. À partida, a taxa de sucesso nesta abordagem é superior, pois a mensagem está perfeitamente segmentada...” (Póvoas, 2009:142).

Como Caroline Black (2006:220) refere, “o seu sítio na internet permite-lhe transmitir notícias rapidamente, reactivamente enquanto canal para refutar assuntos e proactivamente para fazer passar boas notícias o mais rapidamente possível aos seus principais alvos”.

A Localvisão reconheceu que a internet é o meio de comunicação mais adequado para alojar um projecto audaz e ambicioso. Dependendo a sua difusão da internet, está mais próxima do público, sendo-lhe também mais fácil a partilha dos seus conteúdos (vídeos).

Capítulo 2

O

F. / .

Como referi na introdução, fui estando atenta ao longo do curso às várias unidades curriculares, a fim de averiguar qual seria a área que deveria seguir aquando da sua conclusão. Unidades curriculares como Teoria da Comunicação, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Comunicação Social, entre outras, sempre me interessaram, mas foram as cadeiras como Comunicação Vídeo e Produção de Vídeo e Televisão Organizacional as que mais me atraíram. Daí, a escolha da Localvisão - Tv, delegação de Castelo Branco.

“A televisão é, até aos nossos dias, o mais poderoso meio de comunicação de massas.” (Simão e Fernandes, 2007:9)

O meu primeiro dia como estagiária foi uma confusão, primeiro, porque quando cheguei à delegação ainda não estava lá ninguém. O primeiro colaborador a chegar nem sequer sabia que estava previsto eu começar o meu estágio naquele dia. Quando, finalmente, chegaram mais alguns membros da equipa, disseram-me que estavam a preparar-se para ir para o exterior, deixando-me durante algum tempo sozinha, na redacção, à espera das restantes colegas.

Naquele mesmo dia, ainda fui apresentada a todos os colaboradores, sem que nenhum me tenha explicado o funcionamento da Localvisão. Mas houve ainda tempo para me ser pedido o meu primeiro trabalho: retirar a *voz-off* de peças que já estavam *online* para papel, tarefa que viria a cumprir durante alguns dias. O funcionamento, assim como as instalações da delegação, foram sendo descobertos ao longo do estágio.

2.1 Objectivos

A realização de um estágio que me permitisse vir a concluir com sucesso a licenciatura não foi o único objectivo da minha entrada na Localvisão, ainda que constituísse uma meta fundamental. Além de compreender o funcionamento de uma organização concreta e de me integrar na mesma, pretendia aplicar e desenvolver conhecimentos, aperfeiçoar e adquirir competências, na área do jornalismo e da edição de imagem.

2.2 Estratégias

A minha estratégia, inicialmente, centrou-se na observação do trabalho desenvolvido pelos colegas, tendo como objectivo melhorar e aprender novas técnicas. Passado pouco tempo, comecei a aplicar as técnicas e as teorias que adquiri no âmbito do Curso, assim como o que já tinha aprendido anteriormente observando os colegas. A vontade de aprender foi muito importante, uma vez que me ajudou a desempenhar as actividades propostas e a ultrapassar as dificuldades.

2.3 Cronogramas

Antes da descrição das actividades realizadas, pretendo aqui mostrar a sua distribuição ao longo dos três meses de estágio, recorrendo à apresentação dos respectivos cronogramas, “representações gráficas do calendário de um plano ou projecto” (Priberam: 2010).

O cronograma do mês de Setembro começa no dia seis, por ter iniciado o estágio nessa data, o que explica igualmente que o de Dezembro só contemple os primeiros seis dias.

Actividades realizadas	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	
Observação																										
Pesquisa																										
Actualizar a agenda																										
Transcrever a voz-off																										
Acompanhamento em reportagens																										
Edição de imagem de conteúdos para a Zon																										
Edição de imagem																										
Elaboração de off's																										
Recolha de imagem																										
Pesquisa no exterior																										

Quadro 2 - Cronograma de Setembro

Legenda: Dias de folga:  Actividades realizadas: 

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	
Observação																																
Pesquisa																																
Actualizar a agenda																																
Transcrever a voz-off																																
Acompanhamento em reportagens																																
Edição de imagem de conteúdos para a Zon																																
Edição de imagem																																
Elaboração de off's																																
Recolha de imagem																																
Pesquisa no exterior																																

Quadro 3 - Cronograma de Outubro

Legenda: Dias de folga:  Actividades realizadas: 

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		
Observação																																
Pesquisa																																
Actualizar a agenda																																
Transcrever a voz-off																																
Acompanhamento em reportagens																																
Edição de imagem de conteúdos para a Zon																																
Edição de imagem																																
Elaboração de off's																																
Recolha de imagem																																
Pesquisa no exterior																																

Quadro 4 - Cronograma de Novembro

Legenda: Dias de folga:  Actividades realizadas: 

Actividades realizadas	1	2	3	4	5	6
Observação						
Pesquisa						
Actualizar agenda						
Transcrever voz-off						
Acompanhamento em reportagens						
Edição de imagem de conteúdos para a Zon						
Edição de imagem						
Elaboração de off's						
Recolha de imagem						
Pesquisa no exterior						

Quadro 5 - Cronograma de Dezembro

Legenda: Dias de folga:  Actividades realizadas: 

2.4 Actividades e propostas

Neste ponto, procurarei explicar todas as actividades e propostas, sendo que as últimas respeitaram a possíveis peças a realizar. Algumas das ideias de peças foram concretizadas pelas colegas, uma vez que, maioritariamente, só podiam sê-lo ao fim-de-semana, em que me eram atribuídas as folgas. Contudo, devo dizer, em minha defesa, que, apesar de ter manifestado interesse em abdicar de fins-de-semana para as poder realizar, foi-me negada essa opção.

2.4.1 Pesquisas no interior

Para se saber o que poderia ou não vir a ser peça jornalística da Localvisão, era necessário realizar-se uma pesquisa, podendo esta ser *online* ou em jornais regionais e locais.

Assim, neste âmbito, lia jornais e tirava notas para, posteriormente, ir pesquisar na internet, principalmente pelos *sites* das Câmaras Municipais do Distrito, de forma a perceber se o tema ou evento era ou não viável como notícia, assim como para descobrir

eventuais temas e eventos a divulgar. Pesquisava também antes de acompanhar as reportagens ou da recolha de imagens, de modo a estar informada e a poder efectuar um melhor trabalho, pois, segundo Simão e Fernandes (2007:32), “procurar informações acerca do tema abordado é essencial, um bom conhecimento do mesmo é fundamental para a realização de um bom trabalho. Para tal, é fundamental a pesquisa do tema, seja através da leitura de jornais, pesquisas com recurso a livros ou Internet.”

2.4.2 Actualização da agenda

Esta é a actividade que mereceu da minha parte a apresentação de uma proposta. Não consistiu em propor a agenda em si, pois ela já existia antes de eu começar a estagiar, mas sugeri que nela se inserissem as novas ideias de possíveis reportagens.

A agenda era *online* e todos os membros da Delegação tinham acesso a ela. O meu trabalho, após a pesquisa, era passar para ali tudo o que seria importante para os restantes elementos saberem. Nela colocava o título da notícia, o sítio, a hora e mais algumas informações para que, se não fosse eu a elaborá-la, a pessoa responsável pela sua elaboração pudesse saber o mais importante.

2.4.3 Transcrição de *vozes-off*

Quando iniciei o meu estágio, a Localvisão estava a expandir o seu projecto para a televisão por cabo, mais concretamente a *Zon*. Para tal, era necessário unir peças que já estariam *online*, mas que tivessem o assunto em comum, pois no cabo as peças não poderiam ser de quatro a cinco minutos, mas de doze a vinte minutos. Para isso, era preciso transcrever de novo os *offs* dessas peças, a fim de se gravar um único que aglutinasse as peças em questão com a mesma voz e com união de texto entre elas. Foi esse o meu trabalho ao longo de Setembro, visto que esse era o mês inicial do projecto via televisão por cabo.

2.4.4 Edição de imagens de conteúdos para a *Zon*

Após a transcrição da *voz-off*, era necessário unir as peças, sendo que muitas delas já não estavam no arquivo em peça, mas, sim, em bruto, o que exigia voltar a fazer tudo de maneira igual ao que estava *online*. Normalmente, tinha que juntar cinco ou mais peças semelhantes e, para que fizesse sentido, como expliquei no ponto anterior, era necessário alterar o *off*, aumentando-o, o que muitas das vezes dava mais “peça falada” do que imagens, o que obrigava a que eu tivesse de juntar novas imagens de

acordo com o texto e com o que tinha em bruto. Sendo assim, o trabalho era simples, bastando visualizar as peças *online* e fazer mais ou menos igual.

Esta tarefa não está documentada com anexos, porque as imagens foram enviadas automaticamente para a sede, dada a urgência da recepção das mesmas. Assim sendo, não tive como guardar os mesmos.

2.4.5 Acompanhamento em reportagens

Primeiramente, comecei por acompanhar os meus colegas nas suas reportagens, a fim de poder observar e reter algumas técnicas que pudessem usar e que eu desconhecesse. Posteriormente, passei a auxiliá-los na recolha de informação, assim como no transporte do material necessário à recolha de imagens.

2.4.6 Edição de imagem

Estando a estagiar numa televisão *online*, o trabalho principal era, sem dúvida, a edição das imagens que integravam as notícias. Apesar de não ter recolhido muitas imagens e terem sido poucas as peças em que eu fui a jornalista, ajudei os meus colegas a editar peças sempre que me foi pedido. “A história para ser perfeitamente contada, além dos vivos esclarecedores, dos pormenores que enriqueçam o texto, deve ter imagens que sirvam para pintar de forma a permitir contar a história.” (Simão e Fernandes, 2007:39).

Não tive dificuldades em me adaptar ao programa informático utilizado para a edição de imagens, porque este era o mesmo que utilizava nas aulas de Comunicação Vídeo e de Produção de Vídeo e Televisão Organizacional, ou seja, era o *Adobe Première Pro*.

Ao editar as imagens, tinha de ter em conta se o texto e as imagens não eram contraditórios, pois tem que haver um fio condutor entre os mesmos para que o telespectador o siga e o perceba. Porque “uma boa peça é aquela que conta a história no tempo certo” (Simão e Fernandes, 2007:36), tinha de ter em conta que os planos parados não deveriam durar mais de três segundos, podendo as panorâmicas e os *tilts*⁴ ter um pouco mais de tempo. No início e no fim, deve-se sempre deixar uns segundos só com imagem, ou seja, sem voz.

Os meus trabalhos de edição de imagem constam em anexo (anexos I a X).

⁴ Plano conseguido por um movimento de câmara semelhante ao da panorâmica, normalmente efectuado de baixo para cima.

2.4.7 Elaboração de vozes - *off*

Primeiramente, era necessário escrever-se o *off*, tendo em conta que este deve ser simples e conciso, uma vez que é para ser ouvido, ou seja, tem que ser perceptível à primeira; que o texto deve corresponder à imagem e não o contrário; que se devem evitar as palavras repetidas, assim como cortar-se as ideias que possam estar repetidas.

De seguida, era realizada a gravação do *off*, momento em que teriam que ser considerados vários factores, entre eles: o timbre e a voz, devendo-se usar um tom de voz modulado, pois este vai transmitir confiança; a velocidade, pois um bom ritmo faz com que se capte a atenção do público e que este perceba a mensagem; as pausas na leitura, pois, se utilizarmos bem a pausa, esta permite que o espectador reflecta sobre o que está a ouvir e absorva melhor a mensagem que se pretende transmitir; a ênfase, para ajudar a ligar ainda mais o texto às imagens.

2.4.8 Recolha de imagens

Tive a oportunidade de recolher imagens para as minhas peças, assim como de auxiliar as minhas colegas sempre que necessário. Esta foi uma actividade muito enriquecedora, visto que ainda só tinha tido a oportunidade de utilizar as câmaras da Escola, que nada têm a ver com as profissionais. Não só aprendi, como pude pôr em prática conhecimentos que adquiri nas unidades curriculares de Comunicação Vídeo e Produção de Vídeo e Televisão Organizacional.

Na recolha de imagens, deve-se optar por planos que se encaixem na peça e que ajudem a contar a história, para que o telespectador a perceba, uma vez que “filmagem é contar uma história, não é apontar a câmara e carregar no botão.” (Simão e Fernandes, 2007:39). Para tal, é necessário um conhecimento aprofundado do trabalho que se vai fazer.

Os planos mais usados foram: o *Zoom*, que consiste na aproximação ou afastamento de um determinado objecto, a realizar sobre o tripé para que a câmara esteja equilibrada, não devendo ser nem muito rápido nem muito lento; panorâmicas, que é o movimento normalmente feito da esquerda para a direita, ainda que possa ser no sentido contrário, com a câmara equilibrada, não devendo ser, tal como o *Zoom*, nem muito rápido nem muito lento; e o *Tilt*, que é um movimento parecido com a panorâmica, normalmente efectuado de baixo para cima, apesar de também se poder realizar no sentido oposto, também com a câmara equilibrada, e, tal como os anteriores, não deve ser nem muito rápido nem lento.

Durante a filmagem, deve-se ter em atenção a iluminação do local, evitando locais com pouca luz, a não ser que se ilumine com luz artificial, e não filmando contra o sol, a ficar sempre nas costas do repórter de imagem. Não se deve ter nem um espelho, nem um fundo branco como fundo, para não prejudicar a imagem.

2.4.9 Pesquisas no exterior

Este ponto vem no seguimento do acompanhamento em reportagem e da recolha de imagens, pois, enquanto um dos meus colegas recolhia imagens ou efectuava entrevistas, eu observava, ouvia e recolhia material informativo que auxiliasse no trabalho da edição de imagem. Também consistia em observar folhetos informativos que se encontrassem na via pública, para que depois pudesse analisar se podiam ou não gerar notícias.

Reflexão final

Os três meses de estágio passaram muito rapidamente. Desta experiência enriquecedora guardo os ensinamentos que, no futuro, acredito, poderão ajudar-me a lutar por uma carreira profissional. Retenho, também, o engrandecimento pessoal que me proporcionou.

O estágio é a unidade curricular que mais nos aproxima do mundo do trabalho, que funda no estudante o sentido de responsabilidade que um emprego implica. Apesar de muito motivadora, constitui uma fase também complicada, pois ao longo dos anos de estudo, apesar dos inúmeros trabalhos práticos, nunca conseguimos estar suficientemente preparados para o estágio em si. Penso que o curso poderia e deveria ser mais prático, não no sentido de ter mais trabalhos, mas de poder ter pelo menos um pequeno estágio, nem que fosse no segundo ano, só para observar um relações públicas ou outro profissional da área no seu trabalho, a fim de nos sentirmos mais capazes para enfrentarmos a realidade.

O estágio representa efectivamente a primeira grande oportunidade de aplicarmos os ensinamentos adquiridos, se bem que muitas das vezes não o conseguimos, porque, como estagiários, não nos dão o devido o valor ou não aceitam as nossas ideias. Normalmente, não esperam de nós conhecimentos relevantes e a capacidade de sugerir boas opções.

Do estágio realizado ficou-me a convicção de que a área do jornalismo e da televisão não é a mais acertada para mim, pois não consegui ao longo dos três meses sentir aquele «bichinho» pela carreira jornalística, tão sublinhado pelas minhas colegas. Contudo, tenho a noção de que a edição de imagem continua a ser uma actividade de que gosto muito.

Este desafio tornou-me uma pessoa mais independente e responsável. Sinto orgulho do que fiz, mas assombra-me alguma desilusão por não ter realizado uma entrevista ou um vivo, devido a falta de oportunidade, ou por não terem acreditado na minha competência para as realizar.

Bibliografia

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

CAETANO, Joaquim, RASQUILHA, Luís (2004), *Gestão da Comunicação*, Lisboa: Quimera.

CAETANO, Joaquim, RASQUILHA, Luís (2007), *Gestão e Planeamento da Comunicação*, Lisboa: Quimera.

FIDALGO, António; GRADIM, Anabela (2004/2005), *Manual de Semiótica*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.

GRADIM, Anabela (2000), *Manual de Jornalismo*, Covilhã: Universidade da Beira Interior;

JOLY, Martine (2007), *Introdução à Análise da Imagem*, Lisboa: Edições 70.

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

LAMPREIA, J. Martins (1998), *Comunicação Empresarial: as relações públicas na gestão*, Lisboa: Texto Editora.

LAMPREIA, J. Martins (1999), *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*, Mem Martins: Publicações Europa América, LDA.

LINDON, Denis, et al (2008), *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa: Publicações Dom Quixote.

LLOYD, Herbert (1988), *Relações Públicas – as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa*, Lisboa: Editorial Presença.

KEENAN, Kate (1996), *Dicas Úteis Para... Comunicar*, Cacém: Texto Editora.

KOVACH, Bill, ROSENSTIEL, Tom (2005), *Os Elementos do Jornalismo – O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.

PÓVOAS, Renato (2009), *Relações Públicas sem croquete*, Lisboa: Gestão Plus Editores.

RASQUILHA, Luís (2009), *Publicidade – Fundamentos, Estratégias, Processos Criativos, Planeamento de Meios e Outras Técnicas de Comunicação*, Lisboa: Gestão Plus.

SILVA, Paulo Neves da (2009), *Citações e Pensamentos de Fernando Pessoa*, Alfragide: Casa das Letras.

SIMÃO, João, FERNANDES, Nuno (2007), *Manual do Jornalismo Televisivo – UTAD – TV*, Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Outras fontes

MONTEIRO, Guilherme (2004), *Noções Elementares de Marketing e Publicidade*, (Sebenta), Guarda: Escola Superior de Educação da Guarda.

Sitiografia

http://pt.wikipedia.org/wiki/Castelo_Branco (acedido a 21 de Dezembro de 2010).

<http://www.cm-castelobranco.pt> (acedido a 21 de Dezembro de 2010).

<http://www.portugal-live.net/P/places/castelo-branco.html> (acedido a 23 de Dezembro de 2010).

<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=cronogramas> (acedido a 6 de Janeiro de 2011).

Listagem de Anexos

Exposição – Natureza em Festa (9/Set./2010)
Da Vinha ao Vinho – 55 Anos de História (15/Set./2010)
Na Rota das Praias Fluviais (27/Set./2010)
Exposição: No Acaso (12/Out./2010)
Portados com Séculos de História (02/Nov./2010)
Fórum Internacional de Engenharia Civil (10/Nov./2010)
Projecto Ai!! És!! (15/Nov./2010)
Gourmet Solidário na Beira Interior (16/Nov/2010)
Profissões Tradicionais (24/Nov./2010)
Ciência Viva vai à escola (26/Nov./2010)
Suporte Digital do Relatório

Anexos