



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Inês Lúcia Zamora Trovisco

dezembro | 2019





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CMTV

Inês Lúcia Zamora Trovisco

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO
EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro de 2019

Ficha de Identificação

Nome do Discente: Inês Lúcia Zamora Trovisco

Número do Aluno: 5009041

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Grau: Licenciado em Comunicação e Relações Públicas

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Diretor de Curso: Professor Doutor Handerson Engrácio

Docente Orientador: Professor Doutor Handerson Engrácio

Local de Estágio

Instituição Acolhedora de Estágio: Cofina Média S.A.

Endereço: Rua Manuel Pinto de Azevedo, 80, 1º 4100-320 Porto

Telefone: 225322300

Website: <https://www.cm-tv.pt>

Supervisor: Manuel José Ferreira Encarnação

Cargo/Função: Coordenador Imagem Norte

Grau académico: Licenciado em Tecnologias de Comunicação Multimédia

Data de Início: 23 de setembro de 2019

Data de Finalização: 23 de dezembro de 2019

Agradecimentos

Findando esta etapa no meu percurso académico não posso deixar de agradecer a quem o tornou possível.

Ao Instituto Politécnico da Guarda.

À Escola Superior de Educação, Comunicação e Deporto do Instituto Politécnico da Guarda. Aos professores que me acompanharam ao longo da minha licenciatura.

Obrigada ao meu orientador de estágio. Professor Doutor Handerson Engrácio.

Ao meu supervisor, Manuel Encarnação.

A todos os profissionais que me acolheram durante este projeto de três meses, Grata pela disponibilidade, entreaajuda e pela amizade criada. Ágata Rodrigues, Vítor Pinto, Laura Gonçalves, Vasco Coimbra, Mark Silva, João Cravo. Muito obrigada por me fazerem sentir em casa.

Aos meus pais. Pela vida. Obrigada por todos os sacrifícios, dores de cabeça e por nunca desistirem de mim.

À minha irmã, Sofia, que sempre foi um marco maternal na minha vida. Obrigada pela coragem e perseverança. Será sempre o meu pilar.

Ao meu irmão pelas dores de cabeça. Serás sempre o meu menino.

À Marisa. Ao amor da minha vida. À mulher que me fez crescer enquanto pessoa. Àquela que nunca deixarei de amar.

À minha tia. Maria Zamora. Estarás sempre no meu coração.

Aos meus Avôs. Pelo amor.

Às minhas primas. Isabel e Marina.

À Andreia e à Matilde. Amizade para a vida.

Às minhas madrinhas. Tanto da academia da Guarda como às da academia de Coimbra. À Cavaca, à Cristiana, à Ana Batista e à Natércia.

À Egitúnica, Tuna Feminina do Instituto Politécnico da Guarda, por todos os momentos, pelas memórias, pela música e acima de tudo por serem a minha família da Guarda.

Ao João Pessoa e à Tania Christel, irmãos não de sangue, pelo companheirismo e pela camaradagem.

Ao Tiago. Pelo companheirismo e pela coragem.

Às minhas ovelhas negras. Lígia Borba, Susana Matias, Ana Fragoso, Maria Gonçalves. Ao José Borba, Vasco e Pedro Borba. Gratidão pelos ensinamentos, amizade e pelos conselhos.

Por fim, a todos aqueles que contribuíram durante este processo. Obrigada pelo percurso inesquecível.

De coração aberto,

Gratidão!

Resumo

O presente relatório marca a reta final do culminar de um processo de três meses marcantes da minha vida, pois este determina o findar da minha licenciatura. Este está dividido em dois capítulos devidamente desenvolvidos e identificados.

Na CMTV realizei inúmeras tarefas. Na parte inicial do estágio acompanhei os repórteres de imagem seniores nos variados temas. Desde leituras de acórdão, acidentes, homicídios, trânsito, eventos sociais. Foi com estes profissionais que adquiri conhecimento para poder exercer o trabalho de repórter de imagem sozinha. Todos os dias aprendi algo novo e diferente. Para além destas atividades ainda realizei trabalho de arquivo que implica recolher excertos das diversas peças para criar uma sequência comprimida entre um a dois minutos. Houve durante o período de estágio entrevistas de emprego para o cargo de jornalista. Nestas entrevistas ajudei na gravação de um falso direito, gravação de *off* e realização de um *script* para cada um dos entrevistados. Posteriormente foi-me confiado a realização de inúmeros trabalhos jornalísticos sozinha.

Palavras-chave: CMTV, repórter de imagem, planos de imagem, televisão, edição.

Abstract

This report marks the final stretch of the culmination of a remarkable three-month process of my life, as it determines the end of my degree. This is divided into two properly developed and identified chapters.

At CMTV I performed numerous tasks. In the early part of the internship I followed the senior image reports on various subjects. From judgment readings, accidents, homicides, traffic, social events. It was with these professionals that I gained knowledge so that I could do the job of image reporter on my own. In addition to these activities I also performed archival work that involves collecting excerpts of the various pieces to create a compressed sequence between 1 minute and two. During the internship there were job interviews for the position of journalist. In these interviews I helped in recording a fake direct, recording off and writing a script for each of the interviewees.

Keywords: CMTV, image reporter, image shots, television, editing.

Índice Geral

Ficha de Identificação do Estágio Curricular	I
Agradecimentos	II
Resumo	IV
Abstract	V
Lista de acrónimos e de siglas	IX
Introdução	11
Capítulo I - Identificação e caracterização da instituição	2
1.1 Caracterização da organização: Cofina Media.....	3
1.1.1 O projeto CMTV.....	4
1.2 Missão e valores	6
1.3 Estrutura orgânica.....	8
1.4 Identidade Visual.....	9
1.4.1 Nome.....	10
1.4.2 Logótipo.....	20
1.4.3 <i>Slogan</i>	11
1.5 Mercado e concorrência.....	12
1.6 Análise Swot.....	13
1.7 Comunicação	15
1.7.1 Comunicação interna	15
1.7.2 Comunicação externa.....	16
Capítulo II - Atividades Realizadas	17
2. Descrição das atividades elaboradas.....	18
2.1 Integração na empresa	18
2.2 Diretos televisivos	19

2.3 Edição de vídeo	22
2.4 Gravação de notícias.....	24
2.5 Entrevistas	27
2.6 Investigação CM.....	28
2.7 Exemplos de peças elaboradas	29
Reflexão Final	31
Bibliografia.....	32
Anexos	
Apêndices	

Índice de Figuras

Figura 1 - Ornograma do grupo Cofina S.A.....	8
Figura 2 - Logótipo CMTV	11
Figura 3 - Análise SWOT da CMTV	14
Figura 5 – Direto do trânsito no Porto com Ágata Rodrigues.....	20
Figura 6 - Direto de estúdio.....	21
Figura 7 – Programa EDIUS	22
Figura 8 – Filtro <i>Panpot&Balance</i>	23
Figura 9 – <i>Software</i> FTP.....	24
Figura 10 - <i>Frame</i> iluminação natalícia do Porto.....	25
Figura 11 – <i>Frame</i> Rui Moreira	26
Figura 12 – <i>Frame</i> Jovem Braga	25
Figura 13 - Entrevista Rui Caetano	27
Figura 14 - Entrevista Sá Pinto.....	27
Figura 15 - ICM sobre amianto	28
Figura 16 - ICM sobre amianto	28
Figura 17 - Gravação do programa "Pata na Poça"	29
Figura 18 - Vivo tribunal S. João Novo.	30

Lista de acrónimos, siglas, abreviaturas e termos técnicos

CMTV Correio da Manhã TV

SIC Sociedade Independente de Comunicação

TVI Televisão Independente

MEO Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.

SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

IP *Internet Protocol*

TV Televisão

WEB *World Wide Web*

DNA Ácido desoxirribonucleico

PT Portugal Telecom

ICM Investigação CM

CM Correio da Manhã

XLR Cabo de microfone

MIC Microfone

LINE Linha

XMF Formato de vídeo

FTP Programa de envio de dados

Frame Unidade mínima de vídeo

Vivo Filmagem com recurso à regra dos 2 terços

Teradek Codificador de rede

Introdução

O estágio teve a duração de três meses e decorreu no período de 23 de setembro a 23 de dezembro de 2019, na redação multiplataforma do Correio da Manhã/CMTV. O estágio curricular, com componentes profissionalizante, serviu para pôr em prática conhecimentos adquiridos longo dos três anos de licenciatura.

A instituição de acolhimento foi a Cofina Media. Esta é um dos maiores grupos no setor dos media em Portugal e tem como objetivo liderar o mercado da imprensa nacional e internacional.

A principal razão pela qual escolhi esta instituição foi o facto de esta ser extremamente proativa. Assim pude consolidar os conhecimentos teórico-práticos adquiridos ao longo da licenciatura.

A certeza de querer realizar estágio na redação norte da CMTV aconteceu desde o início do meu percurso académico. Soube imediatamente que queria ser repórter de imagem, queria ter contacto com pessoas e ambientes desafiantes. Desde o início que fiz pressão para que tal sonho se pudesse realizar.

O presente relatório está dividido em dois capítulos. Inicialmente o primeiro capítulo identifica e caracteriza a instituição – a Cofina Media. Neste é realizado uma abordagem sintetizada e clara da história e evolução da instituição. O segundo capítulo denota e explica vários ensinamentos adquiridos ao longo da licenciatura de Comunicação e Relações Públicas. Aborda temas como as técnicas de comunicação audiovisual e multimédia assim como etapas de realização de jornais. Apresento ainda a descrição e explicação das atividades realizadas ao longo dos três meses na redação da CMTV.

Para finalizar este relatório apresento a reflexão final em relação ao meu estágio curricular.

Para produzir este trabalho foi imperativo o recurso a métodos e técnicas específicas, entre elas, investigações. Tanta documental como pesquisas de *internet*. Também foram necessária a persistência e a observação muito atenta de todo o ambiente envolvente.



Capítulo I

Identificação e caracterização da instituição

O objetivo deste capítulo é identificar e caracterizar a instituição onde se rea o estágio curricular.

1.1 Caracterização da organização: Cofina Media

O Grupo Cofina é um grupo editorial, fundado em 1995, não sendo um grupo exclusivo de imprensa desde o início da sua fundação. No seu início e até à atualidade, tinha negócios no ramo da pasta de papel, aço, entre outros sectores. Seguidamente, passou a ser exclusivo de imprensa, o que permitiu ao grupo atingir a liderança neste segmento de mercado.

De acordo com o *site* do grupo Cofina, atualmente a empresa é líder de mercado em Portugal no domínio da imprensa, ambicionando deter a liderança no panorama dos media.

Deste modo, esta organização encontra-se vocacionada para o crescimento, e para que isso aconteça, esta trabalha por duas vias distintas: a via orgânica e a via de aquisições. Relativamente à primeira, a sua preocupação é o reforço da rentabilidade dos ativos já existentes, com um investimento de capital em jornais e revistas e um enfoque no segmento dos *New media*. Também sobre os custos, a estratégia passa pela otimização da estrutura funcional e pelo controlo dos gastos.

Em relação à via de aquisições, o grupo aposta no aumento da sua dimensão, quer no plano editorial, quer no aspeto da sua solidez financeira, apostando assim noutros segmentos dos *media* e na consolidação do grupo editorial e na internacionalização para mercados naturais como os países de Língua Oficial Portuguesa.

De acordo com o *site*, atualmente, o grupo possui cinco jornais, sete revistas e um canal de televisão, a CMTV. Dá-se o principal destaque ao jornal diário Correio da Manhã, líder de vendas em Portugal.

Podemos, segundo o *site* oficial no seu segmento, destacar algumas datas importantes para a organização, tais como:

- 1995- Formação da Cofina, que se iniciou com um capital social de 5 milhões de Euros;

- 1999- Aquisição da Investec (*holding de media*);
- 2000- Aquisição do “Correio da Manhã” (jornal diário);
- 2002- Aquisição da “TV Guia”;
- 2004- Lançamento da revista “Sábado” (grande informação semanal);
- 2006- Aquisição do “Destak” (jornal diário gratuito);
- 2007- Lançamento do “Destak São Paulo” (jornal diário gratuito no Brasil);
- 2009- Aquisição da edição portuguesa do "Metro" (jornal diário gratuito);
- 2009- Lançamento do "Destak Rio de Janeiro" (Brasil);
- 2010- Lançamento do "Destak Brasília" (Brasil);
- 2011- Lançamento do "Destak Campinas" (Brasil);
- 2013- Lançamento do "CmTV" (canal de televisão por cabo);

1.1.1 O projeto CMTV

A 6 de Fevereiro de 2013 foi apresentado o projeto da CMTV, a pouco mais de um mês de arrancar.

Visto pelo Presidente do grupo Cofina, Paulo Fernandes, como uma "*antiga aspiração*", o canal televisivo do Correio da Manhã propôs-se como uma alternativa no mercado televisivo português, principalmente no que competia à informação.

Aprovado pela Entidade Reguladora da Comunicação como um canal generalista, a CMTV delineou desde logo o seu DNA como um canal "*cem por cento português*".

Como objetivo principal, o diretor Octávio Ribeiro afirmou que se trataria de uma estação onde a notícia teria primazia, apesar da presença de entretenimento.

Foram várias as personalidades da televisão que se aliaram ao projeto, vindas de várias estações. O jornalista José Carlos Castro, que durante 18 anos trabalhou na TVI, e o jornalista Carlos Rodrigues, que entre outros cargos que ocupou, chegou a ser subdiretor de informação da SIC, juntaram-se à direção do projeto.

Durante os meses que antecederam o lançamento do canal, foram várias as transferências que agitaram o mercado do audiovisual. Entre outras figuras, destacam-se as contratações de Francisco Penim (fundador dos canais temáticos da SIC), Pedro Mourato (colaborador da área da produção da TVI), Andreia Vale (jornalista da SIC),

Nuno Graciano e Maya (antigos apresentadores da SIC), João Ferreira (jornalista da SIC e Económico TV) e Tiago Rebelo (editor da TVI).

Com o objetivo de operacionalizar e consolidar a CMTV, a Cofina fez uma parceria com a Portugal Telecom e, a 17 de Março de 2013, deu-se o arranque do canal na posição 8 da plataforma MEO. Diogo Lopes (2013). Relatório para obtenção do grau de mestre. Consultado no dia 10/12/2019 em https://run.unl.pt/bitstream/10362/13508/1/Relatório%20de%20Estágio_Diogo%20Torres.pdf

Citando uma entrevista dada à edição 12 075 do jornal da Correio da Manhã, Zeinal Brava, presidente executivo da PT, concluiu que esta parceria *“é um investimento a médio e longo prazo”* e entende que este canal será visto por *“quem quer conhecer e ver o país na televisão”*, e mantém a posição do futuro canal no ‘segredo dos deuses’, afirmando apenas que estará nos primeiros 20 canais da operadora. Já Octávio Ribeiro, director do jornal Correio da Manhã e grande mentor deste projecto, afirma que este *“não será só um canal de informação, mas também um canal de entretenimento, humor e de produção dos nossos valores da cultura portuguesa”*.

Após 3 anos em exclusivo na oferta do operador MEO, a 14 de janeiro de 2016, o canal da CMTV passa a estar também presente na NOS, ocupando a posição 8. Com esta novidade, o canal passou a estar disponível em cerca de 85% das casas portuguesas que têm televisão por subscrição.

Em dezembro de 2017, a CMTV passou a estar disponível em todas as operadoras portuguesas de televisão por subscrição, assinalando presença na Nowo no dia 18/12/2017, e na Vodafone no dia 21/12/2017.

Com a CMTV, a Cofina Media pretende lançar-se com um canal generalista de pendor informativo, disponibilizado através do cabo. A estação resulta de um esforço conjunto entre os funcionários que já pertenciam ao jornal Correio da Manhã e a novos profissionais que foram contratados propositadamente para reforçar a equipa. Uma sinergia que é possível constatar no facto de o jornal e o canal serem produzidos pela mesma equipa e no mesmo espaço. A CMTV dispõe de sete delegações regionais, distribuídas pelo território de Portugal continental, sendo a sua sede em Lisboa. Consultado no dia 10/12/2019 em

https://run.unl.pt/bitstream/10362/13508/1/Relatório%20de%20Estágio_Diogo%20Torr.es.pdf

1.2 Missão e valores

Tal como qualquer órgão de comunicação, a CMTV rege-se por um conjunto de valores e objetivos, presentes no seu estatuto editorial, que se encontra no seu site oficial e que está exposto de seguida:

“A Missão, a Visão e os Valores são as bases para se estabelecer a direção e orientação para uma organização, mas, para se tornarem realidade, têm que se traduzir em objetivos e orientações estratégicas” (Daychoum, 2009: p.35).

“O Correio da Manhã TV é um canal de televisão que tem os seus espectadores como único universo a servir. Com respeito pelas normas deontológicas que regem a profissão nas democracias avançadas, empenho, boa-fé e humildade no reconhecimento de eventuais erros, falhas ou imperfeições no exercício constante da atividade Jornalística.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV acolhe o dever de informar. Defende o valor absoluto da notícia, como componente essencial da transparência democrática, e a necessária independência da atividade jornalística perante todas as formas de poder, sejam elas políticas, económicas, religiosas ou outras.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV defende uma sociedade livre e plural e a economia de mercado, aberta à iniciativa privada e ao génio individual, como forma de criação de riqueza mas em que os necessários mecanismos de regulação sejam independentes, eficazes e escrutinados.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV acolhe o dever de informar. Defende o valor absoluto da notícia, como componente essencial da transparência democrática, e a necessária independência da atividade jornalística perante todas as formas de poder sejam elas políticas, económicas, religiosas ou outras.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da

transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV defende uma sociedade aberta, plural e a economia de mercado, aberta à iniciativa privada e ao génio individual, como forma de criação de riqueza mas em que os necessários mecanismos de regulação sejam Independentes, eficazes e escrutinados.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV cultiva o jornalismo de investigação, para o necessário escrutínio da vida pública e como forma de controlo pelos cidadãos contra eventuais abusos de poder, autoridade ou posição dominante.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV bate-se pela efetiva separação dos poderes legislativo, executivo e judicial, como modo de equilíbrio das sociedades e pelo essencial ao progresso, criação de riqueza e redistribuição do bem-estar no espaço soberano do Estado Português.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV combate e denuncia todas as formas de exclusão social. Dedicar especial atenção aos direitos das crianças, mulheres, minorias e dos mais desfavorecidos.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV busca um olhar português sobre o pulsar contínuo do País e do Mundo. Escolhe o espaço global da língua portuguesa como principal foco do seu desígnio de informar.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV respeita o valor do pluralismo e não se verga a interesses particulares que procurem prevalecer sobre o interesse da comunidade.”

Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

“O Correio da Manhã TV elege a Declaração Universal dos Direitos do Homem e a Constituição da República Portuguesa como pilares jurídicos fundamentais da sua ação jornalística.” Correio da Manhã TV (2019). Lei da transparência do canal CMTV. Consultado dia 12/11/2019 em https://www.cm-tv.pt/lei-da-transparencia/detalhe/lei_da_transparencia

Podemos concluir que este canal promete isenção e exatidão do jornalismo, dando lugar, em televisão, ao debate e ao esclarecimento da atualidade.

1.3 Estrutura orgânica

A estrutura organizacional define-se “nas relações formais entre os colaboradores que constituem a organização, as suas funções e os modos de colaboração entre a empresa” (Teixeira, 2005: p.91).

Podemos observar na imagem seguinte o organograma do grupo Cofina Media:

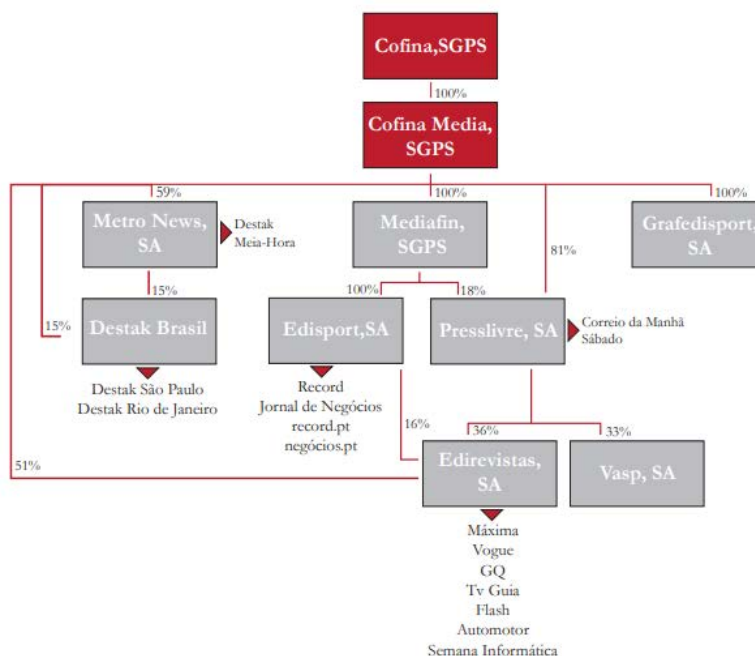


Figura 1 - Organograma do grupo Cofina S.A.

Fonte: Site oficial da Cofina SA

No topo temos o Conselho de Administração da Cofina, SGPS, que é composto por seis elementos:

Presidente: Paulo Jorge dos Santos Fernandes, foi um dos fundadores da empresa.

João Manuel Matos Borges de Oliveira, mais um dos fundadores da Cofina.

Macedo Pinto de Mendonça, Domingos José Vieira de Matos, Ana Rebelo de Carvalho Meneres de Mendonça Mariz Fernandes e Pedro Miguel Matos Borges de Oliveira são os restantes elementos do Conselho de Administração.

A *sub-holding* Cofina Media também detém de uma vasta equipa que é constituída por: Paulo Fernandes, sendo o CEO, João Borges de Oliveira, Pedro Mendonça, Laurentina Martins, Luís Santana.

No que concerne ao CMTV, o mesmo é composto por:

Diretor-Geral: Octávio Ribeiro

Diretor-Geral Adjunto: Armando Esteves Pereira e Alfredo Leite

Diretor-Executivo: Carlos Rodrigues

Diretores-Adjuntos: José Carlos Castro, Eduardo Dâmaso e Paulo João Santos

Diretor de Produção e Programação: Pedro Mourato

Diretor TI: Rui Taveira

Coordenador Realização: Rui Quartim Costa

Como é verificado a empresa Cofina media é composta por uma equipa multidisciplinar o que leva também a este Grupo ter o nível que tem e que continua a elevar o grupo.

1.4 Identidade Visual

A identidade visual de uma instituição é o que contribui para o seu reconhecimento, identificação e diferenciação. De acordo com Lampreia (1998), “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: p.48).

Para a definição da identidade visual da organização é necessário, em primeiro lugar, uma avaliação crítica da presente imagem da organização. Após esta avaliação há que seleccionar os “atributos corporativos” inerentes a esta e, numa terceira fase, a criação da identidade visual da organização, seguindo um “teste de nome” antes do definitivo, (Villafañe, 1998: pp.136-139). “Para concluir esta criação há que analisar a eficácia e funcionalidade da identidade visual determinada, aplicando-a à organização” (Villafañe, 1998: pp.130-143).

1.4.1 Nome

A escolha do nome de uma organização é fundamental, dado que representa a mesma, interna e externamente, tanto a nível verbal, como visual. A escolha de um bom nome pode levar a que a entidade cresça mais rápido do que o esperado e atinja mais facilmente os seus objetivos.

De acordo com Lampreia (2003), o nome possui sete categorias: nome individual, associação por nome, nome descritivo, nome abreviado, iniciais, nome fabricado, nome por analogia.

Quanto à CMTV, o nome manteve o nome do jornal impresso, que o recuperou de um jornal que foi destruído na Primeira República por publicar ideais monárquicos. Segundo a classificação de Lampreia descrita acima, pode-se categorizar o nome da instituição como nome abreviado.

1.4.2 Logótipo

O logótipo trata-se de um símbolo único que torna a empresa reconhecível e diferenciada no mercado. Normalmente, é uma imagem desenhada com o nome da instituição e considerado “como ponto de partida da (...) política de comunicação institucional” (Lampreia, 2003: pp.49-50) de uma empresa. É a partir do logótipo que a organização formula o seu discurso e a sua personalidade perante os diversos públicos.

Deve ser distinto dos restantes, mas simples, de forma a ser reconhecido com maior facilidade, não sendo esquecido ou baralhado com outros de empresas da mesma área e setor.

Ao desenhar o logótipo é importante saber que formas geométricas usar, que tipo de letra usar e as cores vão fazer toda a diferença. As próprias cores que são utilizadas simbolizam e transmitem sensações diferentes. A conjugação de todos estes fatores, assim

como o tipo de letra irão transmitir uma melhor imagem do que quer transmitir ao seu público alvo.

No logótipo da CMTV (figura 2), apresentado na figura em epígrafe, podemos ver o nome do canal, devido ao facto de a instituição querer transpor os mesmos valores que o jornal dispunha e dispõe.



Figura 2 - Logótipo CMTV. Fonte: Site oficial da CMTV

No logótipo da CMTV podemos observar a predominância do vermelho e do preto. A primeira cor significa energia e ação. A cor preta representa o respeito e a seriedade. Todos estes adjetivos representativos das cores utilizadas no logótipo deste canal televisivo representam, de certa forma, os valores sobre os quais este meio de comunicação social se rege.

1.4.3 Slogan

De acordo com Lampreia (2003), o *slogan* correspondia a um grito de guerra celta que se destinava a incitar os guerreiros ao ataque e à vitória. No entanto, com o passar dos tempos, acabou por se tornar num texto de fácil memorização que tem como objetivo o incentivo à compra pelo consumidor através da publicidade comercial ou de reforçar a mensagem inerente no logótipo da empresa. Tendo isto em conta, o *slogan* “deve seguir a lei publicitária da simplificação, de forma a facilitar a memorização, deve ser rápido, claro e sempre positivo” (Lampreia, 2003: pp.49-50).

No caso da CMTV, o slogan é “CM mostra primeiro”, que remete para o facto de um dos objetivos da instituição ser o pioneiro da vinculação da informação para os consumidores. Como se pode observar, o *slogan* do canal cumpre os requisitos de um “bom” *slogan*, ou seja, claro, conciso e de fácil memorização, seguindo a lei da simplificação da publicidade, e sempre positivo

1.5 Mercado e concorrência

O grupo Cofina media não é o único grupo editorial no país, sendo que tem quatro principais concorrentes. São eles o Controlinveste, o Grupo Impresa, o Grupo Media Capital e o Impala.

A instituição Controlinveste foi fundada em 1984, atualmente Global Media, é um dos maiores grupos de media em Portugal, sendo constituída por 6 setores diversos:

- Publicações de jornais e revistas (jornais diários: Jornal de Notícias, Diário de Notícias, O Jogo, Diário de Notícias Madeira, Açoriano Oriental; revistas mensais: Volta ao Mundo, Evasões);
- Televisão e Rádio (TV por cabo e satélite: SPORTTV; Rádio, TSF);
- Outros Media (multimédia e internet: Sportinvest Multimédia, Benfica Multimédia, Sporting Multimédia, Porto Multimédia; agência de notícias: Lusa);
- Agências de Viagens (Cosmos, Global Viagens).

Relativamente ao Grupo Impresa, empresa que se formou em 1972, por Francisco Pinto Balsemão, é um grupo diversificado, constituído por diversas áreas, tais como:

- Publicações (Expresso, Exame, Courier, JL, Visão, Visão Júnior, Visão História, Exame Informática, Caras, Caras Decoração, Activa, TeleNovelas, Tvmais, Blitz);
- Televisão (SIC, SIC Notícias, SIC Mulher, SIC Caras, SIC Radical, SIC Internacional, SIC K);
- Customer Publishing (Mística Revista Oficial do Benfica, Sirius Magazine, Ageless);
- Entre outros (Bloom Graphics, gmts, ActingOuts, InfoPortugal, Impresa Serviços, Olhares, Gesco).

No que concerne à Media Capital, trata-se de um dos principais grupos media em Portugal, criado em 1992, com a sua atividade assente na imprensa, iniciada em 1989 com o jornal “O Independente”. Este grupo expandiu-se após a aquisição da Rádio

Comercial e da Rádio Nostalgia. O grupo neste momento tem negócios em diversos setores dos media, tendo na sua posse diversas marcas como:

- Na televisão: TVI, TVI24, TVI Internacional, TVI Ficção, +TVI, Plural Entertainment;
- Na Rádio: Rádio Comercial, Star fm, Cidade fm, M80, Best Rock fm, Vodafone fm, Mix fm, Cotonete;
- Na Imprensa: Lux, Lux Woman, Maxmen;
- Na Internet: iol, Portugal Diário, Agência Financeira, MaisFutebol);
- Na Música: farol;
- No Cinema e Vídeo: clmc.

Para além disto, a grupo da Media Capital está muito presente noutros negócios relacionados com os media, como a produção de conteúdos para televisão, através da multinacional Plural Entertainmet, a edição discográfica, realização de eventos relacionados com a música e a cultura, e também a distribuição de direitos cinematográficos com a marca Castello Lopes Multimedia.

Por último, o Grupo Impala possui atualmente uma forte implementação no mercado, em virtude da enorme variedade de publicações que abrangem as mais variadas áreas, desde publicações generalistas a revistas mais específicas. O grupo detém as seguintes revistas: *Vip*, *Nova Gente*, *Tv 7 Dias*, *Maria*, *Ana*, *Mulher Moderna na Cozinha*, *Nova Gente Soluções*, *Segredos de Cozinha*, *Especial Crescer*, *Especial Boa Forma*. O grupo Impala está também no mercado dos livros que se dividem em seis categorias diferenciadas: Infantil e juvenil, escolares, culinária, saúde e beleza, gravidez e bebé, e genéricos.

1.6 Análise *SWOT*

De acordo com Lindon *et. al.* (2008), para o estudo da concorrência entre organizações, utiliza-se um método denominado análise SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities and treats*). Este processo tem como objetivo a preparação para as decisões operacionais e estratégicas da organização, através das análises interna e externa. De um lado, encontram-se os principais aspetos que diferenciam a organização dos seus concorrentes no mercado no qual está inserida, identificando os pontos fortes e fracos da empresa. Do outro lado, identificam-se perspetivas de evolução de mercado, as principais

ameaças e oportunidades. Os pontos fortes e fracos estão relacionados com fatores internos, passíveis de alteração, enquanto as oportunidades e as ameaças são fatores externos, que não podem ser alterados.

Podemos aplicar este estudo à CMTV, como apresentado na imagem nº 3 e explicado posteriormente:

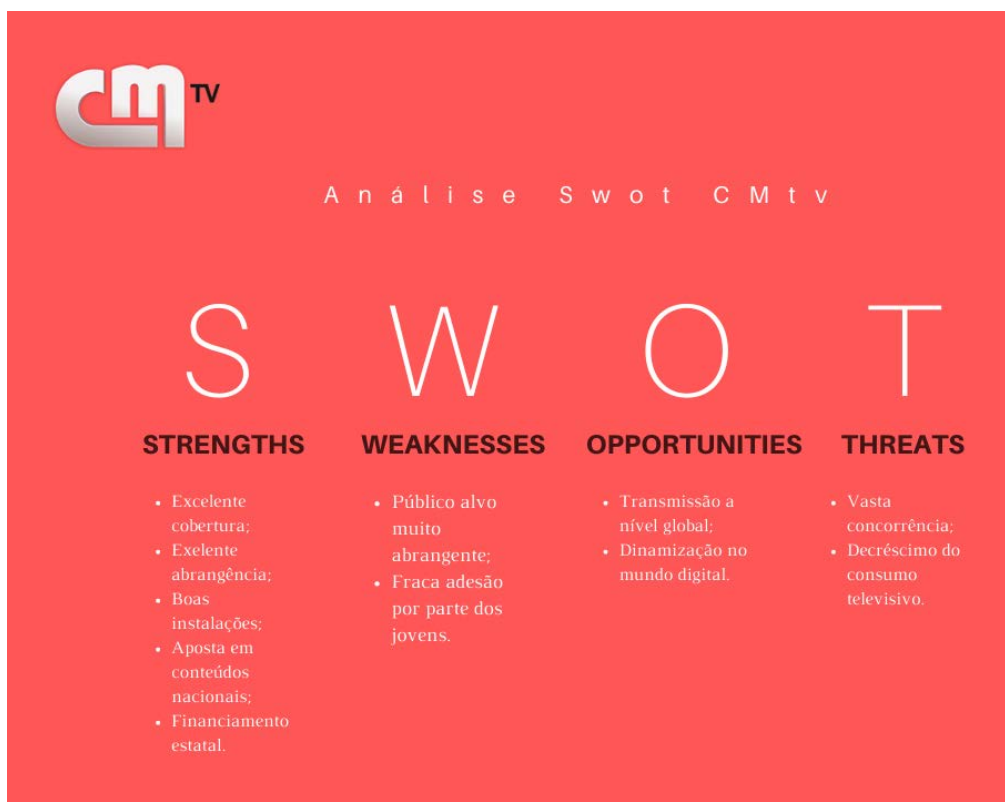


Figura 3 – Análise SWOT da CMTV. Fonte: Própria

Excelente cobertura e abrangência geográfica a nível nacional, boas instalações, aposta em conteúdos nacionais, financiamento estatal são os principais pontos fortes que podemos associar a esta instituição.

Pelo contrário: nos pontos fracos, temos o facto de abarcar um público-alvo muito abrangente, tornando complexa a tarefa de criar conteúdos que agradam a um leque alargado correspondendo às necessidades dos consumidores e a fraca adesão por parte dos jovens.

Em relação às oportunidades, podemos destacar a transmissão para mais países, acabando por tornar o canal mais internacional e a dinamização no mundo da Internet,

como por exemplo, a aposta nas redes sociais emergentes, tais como, o *instagram* e o *twitter*.

No lado das ameaças, temos a vasta concorrência dos diversos grupos e o decréscimo do consumo televisivo face ao novo mundo digital.

1.7 Comunicação

Um bom sistema de comunicação interno e externo permite à criação de uma boa imagem que proporcionará um ambiente favorável entre os trabalhadores, investimentos e relações de e com os públicos exteriores à empresa, tal como uma maior visibilidade dos serviços proporcionada pela organização.

É fundamental que a CMTV crie canais e utilize ferramentas que facultem uma comunicação eficaz e direta entre o público interno – os colaboradores - e o público externo – ouvintes e clientes. “Independentemente da sua dimensão ou do sector de atividade em que se insere, a imagem de uma empresa é o resultado de múltiplas ações de comunicação, e desempenha um papel fundamental na prossecução dos seus objetivos comerciais” (Lindon, *et al.*, 2010: p.352).

Deste modo, a estratégia comunicacional encontra-se dividida em dois parâmetros: a comunicação interna e a comunicação externa.

1.7.1 Comunicação interna

A comunicação interna assume uma importância estratégica e decisiva na gestão das empresas. A presença desta é fundamental para otimizar o funcionamento de qualquer organização, quer seja empresa ou instituição. “Colaboradores satisfeitos são a melhor imagem de uma empresa” (Beirão, *et. al*, 2008: p.45). Assim, deve haver um equilíbrio eficaz dos tipos de comunicação (formal e informal), permitindo à organização a criação de um ambiente interno favorável que se transmite para o exterior como uma boa imagem da empresa ou instituição através da sua solidez e credibilidade.

São vários os instrumentos que aumentam a eficácia da comunicação interna. Na CMTV, como há um número ilimitado de elementos, a comunicação interna é realizada maioritariamente através de chamadas, *emails*, cara-a-cara. Relativamente às informações sobre os clientes são feitas por correio eletrónico, telefone ou cara-a-cara. Há uma seleção inclusiva de conteúdos ditos interessantes ou não. A CMTV dispõe uma rede interna, ou

seja, uma rede privada a que só os funcionários da empresa têm acesso, podendo esta conter documentos da empresa.

1.7.2 Comunicação externa

A comunicação externa corresponde àquela que se desenvolve fora da empresa, tendo por finalidade a obtenção ou consolidação de um clima de receptividade entre todos os públicos fora desta e que tenham algum interesse para a vida e para o progresso da própria organização.

Na CMTV, a comunicação com os cliente e/ou espectadores é feita diretamente pela televisão por cabo. Esta também pode ser vista através do *site* oficial e do *Facebook* da CMTV. Possui uma aplicação para o sistema operativo da *Apple (IOS)* e *Android* que disponibiliza ao segundo as principais notícias e alertas. Esta é chamada de: “CM”.

As reportagens televisivas podem ainda ser lidas no jornal físico *Correio da Manhã*. A CMTV realiza ao longo do ano duas galas. A primeira é a chamada “*Sexy Vidas*” em que as várias personalidades da *Cofina S.A* “competem” pelo prémio do mais *sexy*. Existe ainda a “*Vida a vida*” que é uma gala realizada em *Viseu* com o objetivo de homenagear as diversas pessoas, protagonistas, etc.

Capítulo II

Atividades Realizadas

2. Descrição das atividades elaboradas

Ao longo do estágio desenvolvido na CMTV foram realizadas inúmeras atividades, que tiveram como base o plano de estágio (Anexo I), elaborado em conjunto com o supervisor da instituição, Manuel Encarnação. Entre elas, temos a transferência das filmagens para o computador, edição de “peças”, recolha de *frames*, manutenção do material. Todo este processo é imprescindível para a elaboração de uma reportagem jornalística.

Para a realização de uma peça jornalística é necessário recorrer a vários passos. É através de várias técnicas de filmagem que se cria o efeito visual pretendido. O conjunto de vários planos e elementos formam a chamada “peça jornalística”. É necessário ter consciência do espaço e lugar para que assim as imagens e o texto possam coincidir de maneira a que seja estabelecida uma simbiose entre ambos. Posteriormente à recolha de imagem procedemos à edição das imagens obtidas. A CMTV possui uma sala específica com equipamentos próprios para este processo. Chegando à redação é essencial descarregar as filmagens obtidas no local, identificar devidamente cada reportagem feita pelo repórter ou jornalista. Na sala de edição procede-se à gravação de *Off* e à edição no programa Edius. Neste local realizam-se todas as atividades feitas posteriormente à captação de imagens. Procede-se à montagem da peça, ao tratamento da imagem, aos planos de corte e outros eventuais ajustamentos necessários para a realização de uma peça jornalística.

Antes de fazer um direto temos que entrar em contacto com os técnicos de continuidade. São eles que tratam de atribuir um endereço IP, testes de imagem e de som. Em direto é necessário ter controlo absoluto nas imagens, ouvir a produção e respeitar as normas impostas pela CMTV.

2.1 Integração na empresa

Inicialmente a Cofina S.A trata de apresentar e familiarizar o novo elemento da equipa com a restante equipa de redação. Ao longo de três semanas, a estagiária, acompanhou diversas equipas de reportagem. Durante este período de tempo esta

aprendeu técnicas diversas, enquadramentos necessários para a realização de uma reportagem televisiva. Inicialmente os repórteres de imagem experientes realizaram diversas filmagens enquanto que a estagiária posteriormente realizava filmagens sobre o mesmo assunto com o intuito de absolver competências através de uma linha de aprendizagem. De modo a ver a evolução da estagiária, esta editava as filmagens de modo a que o supervisor fizesse um processo de comparação entre os primeiros dias e os seguintes. Numa fase final do estágio, o estagiário iniciou a sua formação com o objetivo de ser um elemento da equipa com mais um jornalista, tendo como responsabilidade a realização de imagens e se necessário diretos sobre os diversos assuntos.

2.2 Diretos televisivos

Durante o estágio fez três tipos diferentes de diretos televisivos, o direto no terreno, o direto de conferência e o direto de estúdio. Cada um muito semelhante e, por alguns pormenores, incrivelmente distintos.

A CMTV prima por realizar diversos diretos sobre notícias relevantes. O direto no terreno tem essa essência bem predefinida. Este consiste em mostrar aos telespectadores atos relevantes sob a notícia em averiguação. O repórter de imagem tem que ter um cuidado extremo de mostrar o que está a acontecer assim como também não ter comportamentos que comprometam o direto. O direto só é possível através de um elemento fulcral chamado de teradek. O teradek é um codificador que recebe imagens da câmara, encripta a imagem e envia via 4G para um recetor situado na régie para que se possa ter as imagens em direto. O teradek é uma forma de o repórter de imagem estar em escuta com a realização. É através dos técnicos de continuidade que obtemos um IP para que este possa transmitir uma imagem em direto. Estes são responsáveis pela disponibilidade de imagem em direto em qualquer tipo de direto.

Todos os dias a CMTV dá conhecimento ao público sobre o estado do trânsito. A repórter de imagem em formação formou equipa por várias vezes com Ágata Rodrigues para realizar vários diretos em locais estratégicos para mostrar o estado do trânsito aos espectadores, como se pode observar nas figuras 4 e 5.



Figura 4 - Direto do trânsito no Porto. Fonte própria.



Figura 5 - Direto do trânsito no Porto com Ágata Rodrigues. Fonte própria.

O direto de estúdio possui as mesmas características que o anterior, mas varia pelo facto que a câmara é fixa. Normalmente o direto de estúdio na redação norte da CMTV só é usado para o programa “Mercado” e para convidados que não possam deslocar-se a Lisboa. O estúdio possui uma luminosidade estrategicamente localizada, um fundo verde, uma televisão com retorno de imagem e vários elementos de som. Um dos exemplos foi a notícia sobre quatro espeleólogos portugueses que ficaram presos numa gruta de Cueto-Conventosa, em Espanha. A estagiária em conjunto com um elemento da equipa da CMTV (Figura 6) expôs o ponto de situação.



Figura 6 - Direto de estúdio. Fonte própria.

Por fim e não menos importante, os diretos de conferência. Estes são muito populares no campo da política e no futebol. A grande diferença deste direto é o facto de que por norma existe uma mesa de som. O repórter de imagem tem que assegurar *a priori* o cabo XLR para receber o som diretamente da mesa. É necessário alterar a saída de som de MIC para LINE. Nestes diretos é preciso ter cuidado específico com o som, já que poderá haver ruídos que danifiquem a qualidade deste. Se houver uma situação constante de ruído no som, o repórter de imagem deve utilizar o microfone.

2.3 Edição de Vídeo

Até chegarmos ao ponto de ter uma reportagem pronta a passar na televisão nacional há imensos caminhos anteriores. A edição é o momento em que o repórter de imagem seleciona as imagens recolhidas do local de filmagem e faz a seleção. As imagens recolhidas são devidamente identificadas pelas iniciais do repórter de imagem. A CMTV utiliza o programa Edius, representado na figura 7.



Figura 7- - Programa Edius. Fonte: Própria

Enquanto a estagiária não tinha conhecimento do programa Edius já que o programa que tinha lecionado tinha sido o *Adobe Premiere*. Foi com bastante prontidão que aprendeu a trabalhar com o Edius, uma vez que este é muito parecido ao *Premiere*. Após carregar as imagens para o programa Edius, a repórter de imagem em formação tem como objetivo, selecionar as filmagens, cortar os planos anteriormente filmados, tratar do áudio e por fim exportar a reportagem. O Edius possui bastantes recursos para melhoria de imagem e até som. Por vezes é necessário animar imagens para que o espectador não veja uma fotografia estática. Aquando desta situação é aplicado um filtro de *zoom* para criar a sensação de dinamismo da imagem. O som é um elemento importantíssimo da

reportagem. Na CmTV utiliza-se o filtro de edição “*Panpot&Balance*”, como se pode observar na figura 8.

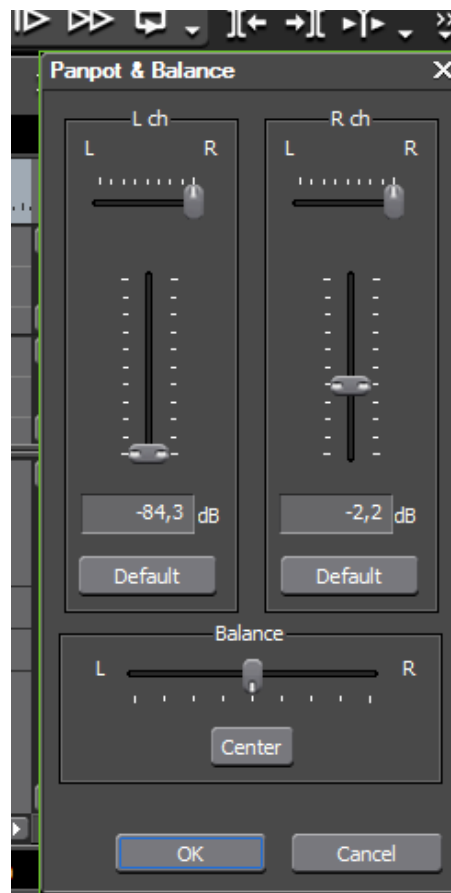


Figura 8 - Filtro *Panpot&Balance*. Fonte: CMTV

Este filtro permite selecionar o canal onde o som vai ser transmitido. É também através deste filtro que podemos aumentar ou diminuir o som obtido na reportagem.

A *voz off* tem como objetivo primordial “contar a histórias da imagens”. É através do *off* que se faz a ligação com as imagens. Este é captado através de um microfone devidamente equipado com filtros de modo a que obtenha o mínimo de ruído possível. A *voz off* fica imediatamente disponível na *timelime* de edição, no Edius. Os “vivos” e o som ambiente devem estar no canal direito e *voz off* no canal esquerdo. Saber qual o canal a utilizar faz parte da competência do repórter de imagem. Após o tratamento sonoro realiza-se a exportação. Este processo é assinado com as iniciais do editor. A peça está neste momento pronta para ser exportada em formato XMF. Este formato torna a

transferência muito mais acessível pois torna os ficheiros mais “leves”. Todas as reportagens feitas na redação norte da CMTV são encaminhadas através do FTP para a produção, em Lisboa. O FTP (imagem 9) é um *software* de envio de ficheiros através de servidores. Aquando do envio de reportagens é necessário estar atento à luz indicadora do processo. Luz verde implica que foi recebida, luz vermelha declara um problema. Caso haja um problema no envio da peça jornalística é necessário recorrer à informática com prontidão. Os técnicos de informática tendem resolver este tipo de problemas assim como por vezes problemas de teradek. Findando o envio da peça jornalística através do FTP é só esperar que esta apareça na emissão.

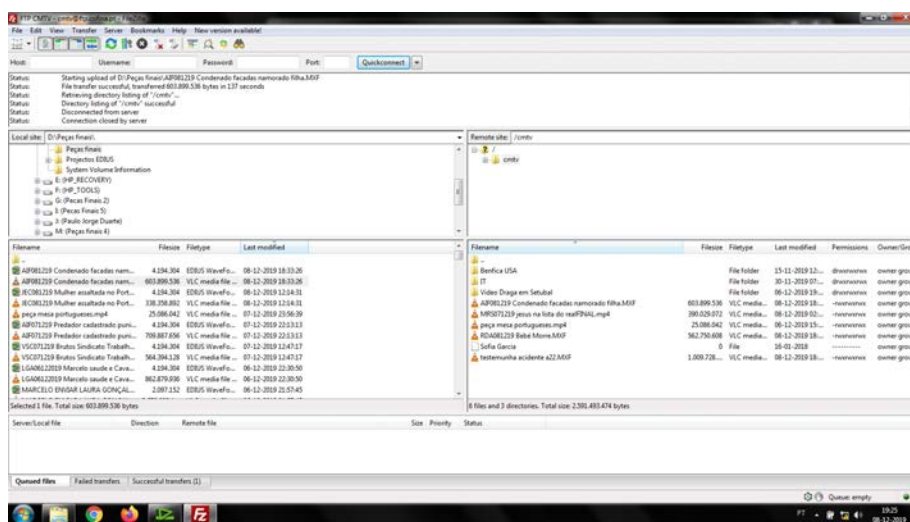


Figura 9-- Software FTP. Fonte: CMTV

2.4 Gravação de notícias

Ao longo do estágio, a estagiária acompanhou e realizou inúmeras gravações que posteriormente iriam para o ar. À chegada ao local do acontecimento, tanto o jornalista como o repórter de imagem trabalham numa primeira abordagem, a nível individual. Enquanto o jornalista procura informações sobre o que aconteceu através de testemunhas, dos envolvidos e das autoridades localizando os espaços da ação e quais as pessoas a entrevistar, o repórter de imagem vai gravando imediatamente o que vai vendo, «tomando notas» com a sua câmara. Ganz (1995, pp. 30, 39,40) destaca que o objetivo comum (do jornalista e do repórter) é a gravação de “uma sucessão de planos que relatem uma história” idealmente “unicamente em imagens, sem ter que acrescentar, um comentário.” No entanto, o repórter de imagem sabe que há planos-chave para a abertura e o fecho da

reportagem. Essas regras fazem parte de uma sintaxe da imagem que é do conhecimento do repórter e do editor.

Um dos exemplos foi a inauguração da iluminação de natal da cidade do Porto, representada na figura 10. A estagiária foi incumbida de proceder à gravação do acendimento das luzes de Natal no Porto. Num ambiente familiar e natalício, a avenida dos Aliados ficou iluminada. Este evento juntou milhares de pessoas. Pela primeira vez a estagiária filmou de noite o que envolveu um estudo prévio sobre a temperatura da luz e abertura de diafragma.



Figura 10 - Frame iluminação natalícia do Porto. Fonte própria.

Neste evento marcou presença o atual presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira (figura 11). No apêndice III podemos ver o resultado final da peça jornalística.



Figura 11 - Frame Rui Moreira. Fonte própria

Outro exemplo foi a queda de uma jovem de um prédio em Braga. A rapariga tentava tirar uma foto panorâmica da iluminação natalícia que envolve a praça central da cidade de Braga. A estagiária deslocou-se ao local acompanhada pelo jornalista Paulo Jorge. Recolheu imagens, como se pode ver na imagem 12, e procedeu à execução de um direto, como se pode observar no apêndice II.



Figura 12 - Frame do Braga shopping. Fonte própria.

2.5 Entrevistas

Neste relatório destaco duas entrevistas realizadas pela repórter de imagem. a primeira a Rui Caetano (figura 12), ao abrigo do Jornal Record. A repórter de imagem em formação foi fazer recolha de imagens e a entrevista na íntegra a Rui Caetano, representado na figura 10. O visado, atual jogador do Paços de Ferreira, contesta um falso contrato feito pelo clube. Rui Caetano contestou muito a posição do clube, uma vez que, perdeu um ano de competição pois o contrato feito foi inválido.



Figura 13- Entrevista Rui Caetano. Fonte própria.

Para segundo exemplo, temos a entrevista a Sá Pinto, onde a repórter de imagem em formação seguiu até Braga para entrevistar o ex jogador e atual treinador do Sporting Clube de Braga, representado na imagem 13. Num ambiente familiar e confortável a repórter em formação recolheu imagens, e a entrevista na íntegra sob os planos do Braga F.C para as atuais competições em que está inserido. No apêndice I, podemos observar parte da entrevista ao atual treinador do Sporting de Braga.



Figura 12 - Entrevista a Sá Pinto. Fonte própria.

2.6 Investigação CM

As investigações CM servem para explicar sucintamente algum assunto polémico. Durante o período de estágio a estagiária recolheu imagens sobre a investigação de Manuel Bento. Acompanhando a equipa de investigação, a estagiária operou como segunda câmara, filmando apenas planos de corte (imagens 15 e 16). O tema desta investigação remete-nos sobre o problema do Amianto em Portugal.



Figura 15 - ICM sobre amianto. Fonte própria.

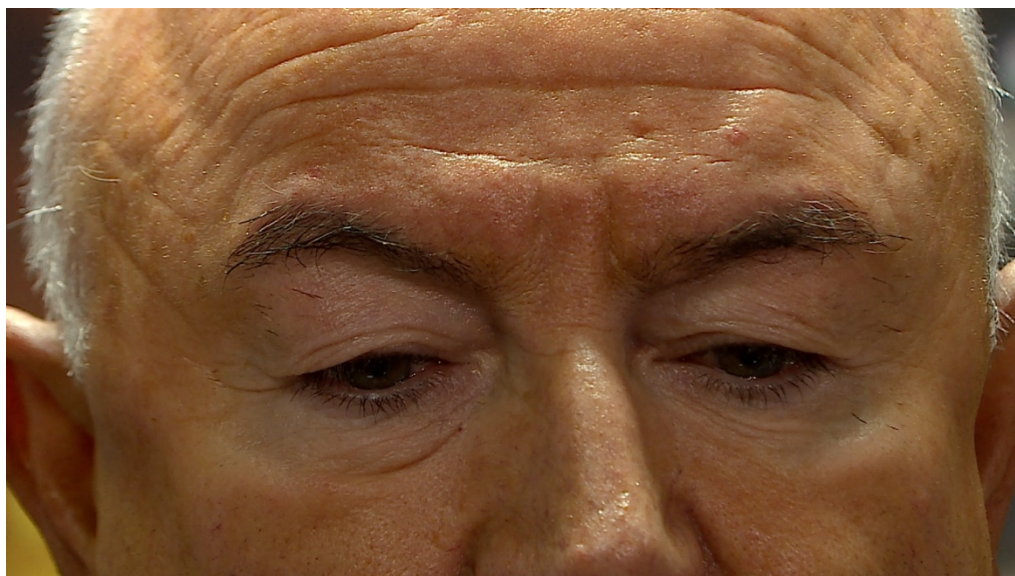


Figura 16 - ICM sobre amianto. Fonte própria.

2.7 Exemplos de peças elaboradas

Neste capítulo, irei dar exemplos e descrever algumas das peças que mais gozo me deram.

- Peça para o programa “Pata na poça” com Nuno Eiró e Ana Arriscado

A CMTV possui vários programas de entretenimento, entre eles temos o “Pata na poça”. Este é apresentado por Nuno Eiró e Ana Arriscado (figura 17). Os apresentadores deslocaram-se à cidade Invicta para proceder à gravação da apresentação dos conteúdos do programa. A repórter de imagem em formação acompanhou o colega, João Cravo, de modo a funcionar como equipa de apoio.



Figura 17 - Gravação do programa "Pata na Poça". Fonte própria.

O segundo exemplo é sobre as alegações finais de um caso de tribunal. É muito comum na CMTV acompanhar vários processos judiciais. Neste dia a jornalista Ana Monteiro, representada na figura 18, fez a cobertura das alegações finais sobre o caso da Laura Argentina. Este caso consiste em uma senhora na casa dos 40 ter tentado roubar um recém-nascido do hospital de S. João, no Porto. Num ambiente hostil a repórter de imagem em formação fez um direto e um falso direto.



Figura 18 - Vivo tribunal S. João Novo. Fonte própria.

Por fim, destaco a peça sobre o – perfil de um homem encontrado morto no Nó de Francos. Um homem na casa dos 50 anos, foi encontrado morto no Nó de Francos, no Porto. Este apresentava o rosto desfigurado. A repórter de imagem em formação não acompanhou a equipa de reportagem, mas participou na edição desta, procedendo à gravação de dados obtidos através do *Facebook* do defunto.

Reflexão Final

O poder da imagem nos meios de comunicação é tão ou mais importante do que aquilo que ouvimos. É a partir dela que a informação passa para o telespectador. De uma maneira crua e isenta. O estágio curricular numa empresa como a CMTV, possibilitou-me um contacto direto e real com o mercado de trabalho, com as suas exigências e com as várias maneiras de apresentar o poder da imagem nos meios de comunicação é tão ou mais importante do que aquilo que ouvimos. É a partir dela que a informação passa para o telespectador. O estágio curricular numa empresa como a CMTV, possibilitou-me um contacto direto e real com o mercado de trabalho, com as suas exigências e com as várias maneiras de apresentar o resultado final. Colocou-me à prova no campo do trabalho e naquilo que depois é apresentado ao público.

A criação de uma reportagem noticiosa tem vários patamares, e com este estágio percebi que não é possível saltar nenhum deles. É necessário perceber qual o foco da notícia, perceber quem é o nosso colega de trabalho (neste caso o jornalista) e reconhecer que os dois juntos são fundamentais para um trabalho de excelência.

Este meu percurso na CMTV deu para perceber que todos os pormenores contam. É necessário olhar para o local onde se desenrola a ação e perceber o que é importante mostrar e que todos os objetos, por mais pequenos que possam parecer, podem fazer toda a diferença na leitura da imagem e na forma como se vai contextualizar a peça.

O estágio curricular possibilitou a aquisição de novas técnicas e mesmo softwares. Para terminar, salientar que durante esta formação, fiquei mais consciencializada que nos meios de comunicação ninguém trabalha sozinho e que é necessário saber resolver os problemas e encontrar soluções em conjunto. De um modo geral, este estágio deu-me a possibilidade de aprender a trabalhar em grupo, a resolver os problemas que ocorrem de forma rápida e simples e a pôr em prática o que aprendi nestes três anos da licenciatura de Comunicação e Relações Públicas. De referenciar que a estagiária ficou a trabalhar efetivamente na CMTV pós estágio curricular.

Bibliografia

Abreu, Joana (s.d). *Correio da Manhã: 33 anos depois*. Relatório de Estágio para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Editorial, Instituto Politécnico de Tomar, Tomar, Portugal.

Beirão, I., et. al (2008). *Manual de Comunicação Empresarial* (1ª ed.). Corroios: Plátano Editora, S.A

Cofina Media, Grupo (2019). Página oficial do Grupo Cofina Media. Consultado a 06/12/2019 em <http://www.cofina.pt/>

CMTV (2019). Página oficial do canal televisivo. Consultado a 06/12/2019 em <https://www.cm-tv.pt/>

Curran, J. et al. (1997) *Imprensa, Rádio e Televisão. Poder sem Responsabilidade*. Lisboa: Instituto Piaget.

Duarte, Andreia (2014). *Correio da Manhã: A realidade de um jornal diário sensacionalista*. Relatório de Estágio para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Editorial, Instituto Politécnico de Tomar, Tomar, Portugal.

Ganz, Pierre. (1995). *A Reportagem em Rádio e Televisão*. Mem Martins. Editorial

Inquérito.

Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação Empresarial – As Relações Públicas na Gestão*. Lisboa: Texto Editora.

Lampreia, J. M. (1999). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas* (2ª ed.). Mem Martins: Publicações Europa-América, Lda.

Lampreia, J. M. (2003). *Comunicação Empresarial - As Relações Públicas na Gestão* (2ª ed.). Lisboa: Texto Editora.

Lampreia, J. M. (2006). *Técnicas de Comunicação - Publicidade, Propaganda e Relações Públicas* (6 ed.). Mem Martins: Publicações Europa-América, Lda.

Lindon, D. et al. (2010). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing (14 ed.)*. Alfragide: Dom Quixote.

Lopes, Diogo (2013). *Relatório para obtenção do grau de mestre*. https://run.unl.pt/bitstream/10362/13508/1/Relatório%20de%20Estágio_Diogo%20Torres.pdf

Ramos, F. (2007). *Estratégias e Protocolo para a Comunicação Empresarial – Um valor acrescentado para empresas e instituições (1ª ed.)*. Lisboa: Formalpress - Publicações e Marketing, Lda.

Surge (2012). *Simbologia das cores na comunicação*. Consultado a 06/12/2019 em <https://surge.pt/simbologia-das-cores-na-comunicacao/>

Teixeira, S. (2005). *Gestão das Organizações (2ª edição)*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España S.A.U.

Villafañe, J. (1998). *Imagem Positiva - Gestão Estratégica da Imagem das Empresas (1ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Anexos

Listagem de Anexos

Anexo I – Plano de estágio

Anexo I

Plano de Estágio



Politécnico da Guarda
Polytechnic of Guarda

PLANO DE TRABALHO

Ensino Clínico
Estágio
Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO
GESP.004.05

Ano Letivo

2018/2019

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia: Curricular Extracurricular Outro: _____

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

Informação adicional: (se aplicável)

Designação: _____

Ano curricular: _____ **Semestre:** _____ 1.º período 2.º período 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES

Estudante: Juã Inês Fátima Traveso **N.º de estudante:** 9209041

Docente orientador(a): Mendonça Eugénio

Supervisor(a)/Tutor(a): Manuel José Fátima Encarnação

2. PLANO DE TRABALHO

- Cooperar na dinâmica do trabalho da empresa;
 - Contacto com o público externo;
 - Desenvolver competências de filmagens;
 - Criar conteúdo e criativo para a empresa;
 - Ajudar nos processos necessários para a realização de reportagem;
 - Criar uma base de dados com as reportagens elaboradas;
 - Ter contacto com as diferentes tipos de situações;
 - Aprender através dos reportagens de imagens seniores competências e técnicas de filmagem específicas.
 - Auxiliar na edição de imagens e posteriormente obter competências próprias para o efeito.
 - Apresentar competências sociais implícitas para a dinamismo de equipa e posteriormente com o público externo.
- Podem existir outras tarefas mais específicas.

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante

2 3 0 9 2 0 1 9
D D M M A A A A

Juã Traveso
(assinatura)

O(A) Docente Orientador(a)

2 3 0 9 2 0 1 9
D D M M A A A A

[Assinatura]
(assinatura)

O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):

COFINA MEDIA, S.A.
Delegação Porto
Rua Manuel Pinto de Azevedo, 80 - 1.º
4100-320 PORTO
Capital Social - 22.523.420,40 Euros
NIF - 508038002
(assinatura e selo)

Apêndices

Listagem de Apêndices

Apêndice I – Parte da Entrevista a Sá Pinto

Apêndice II – Direto da notícia sobre a Queda de uma jovem em Braga

Apêndice III – Resultado final da peça jornalística sobre a iluminação Natal do Porto

Apêndice IV – Registo fotográfico

Apêndice I

Entrevista a Sá Pinto

Apresentado no CD e no seguinte *link*:
https://www.record.pt/multimedia/videos/detalhe/sa-pinto-nao-percebo-como-se-consegue-falhar-com-var?fbclid=IwAR1OHdmB0fnQbEAnb5qp_ZmY2bR4sRUk-rjOxCrOr7zqgzo3iCeqGR-Fbvw

Apêndice II

**Direto da notícia sobre a Queda de uma jovem em
Braga**

Apresentado no CD.

Apêndice III

**Resultado final da peça jornalística sobre a iluminação
Natal do Porto**

Apresentado no CD e no seguinte *link* https://www.cmjornal.pt/portugal/detalhe/luzes-de-natal-no-valor-de-375-mil-euros-brilham-no-porto?fbclid=IwAR2r1K9TsbFtyJSQo3qiaLqzWTySmIwJ4ihppqj6fHajvBLScNoNgE_QnA

Apêndice IV

Registo fotográfico

Bombeiros e um idoso entre os cinco feridos **EMBATE** Viatura em serviço há um
 hora de urgência para hospital e foi abalroada por uma carrinha num cruzamento

cor-
 e foi
 NEM
 Vo-
 eça.
 lho
 al-
 nta
 um
 uia
 pra
 ue
 os,
 ro
 s-
 as



1 Ambulância atribuída aos Bombeiros de Matosinhos-Leça capotou após a violenta colisão num cruzamento, em Perafita 2 Mário Rocha testemunhou acidente e ajudou um bombeiro a sair do veículo

BARCEL SENA MARQUES/OTV

INÉS TROVISCO

gra a substancial parte dos projetos

e em
 es de
 nos
 idos
 ide-
 Lara
 ado-
 eu-
 setor
 Cruz,
 J.E.C.



Protesto foi no porto da Póvoa

INÉS TROVISCO

PO
 M
 cl
 do
 U
 Foz
 tru
 pisc
 tur
 pelo
 na f
 na