



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Andreia Teixeira Lopes

dezembro | 2019





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ANDREIA TEIXEIRA LOPES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro/19

Para ti, Tia.

E oiço o eco da tua voz, da tua voz que nunca poderei ouvir. A tua voz calada para sempre. E, como se adormecesses, vejo-te fechar as pálpebras sobre os olhos que nunca mais abrirás. Os teus olhos fechados para sempre. E, de uma vez, deixas de respirar. Para sempre. Para nunca mais.

José Luís Peixoto

Ficha de identificação

Nome do Discente/Estagiário: Andreia Teixeira Lopes

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Nº de Aluno: 5008861

Coordenador de Estágio: Handerson Aguiar Engrácio

Grau Académico: Doutorado em Ciências da Comunicação

Instituição Formadora: Instituto Politécnico da Guarda/ Escola Superior de Educação,
Comunicação e Desporto

Endereço: Av. Dr. Sá de Carneiro 50, 6300-559 Guarda

Telefone: 271220135; **Fax:** 271220111; **E-mail:** ipg@ipg.pt

Diretor da ESECD: Rui Formoso Nobre Santos

Diretor de Curso: Handerson Aguiar Engrácio

Instituição de Estágio: Rádio e Televisão de Portugal

Endereço: Rua Conceição Fernandes, n.º 755, 4434-510 Vila Nova de Gaia

Telefone: 217947667 **E-mail:** estagios@rtp.pt

Site: <https://www.rtp.pt/>

Supervisora de Estágio: Maria de Fátima Faria

Grau Académico: Licenciada em Comunicação Social

Período de Estágio: 08 julho 2019 – 08 outubro 2019

Agradecimentos

Aprender é sinónimo de vírgula, nunca deve ser suficiente e nunca tem um fim. Por isso gratifico individualmente todos aqueles que contribuíram para o meu crescimento:

Ao Instituto Politécnico da Guarda por conseguir fazer com que me sentisse em casa ao longo dos três anos, por me ter proporcionado experiências enriquecedoras, destacando o período de Erasmus e pela formação profissional que disponibilizou.

Ao Professor Doutor Handerson Engrácio pelo conhecimento que me transmitiu e apoio que me deu ao longo do meu percurso académico. Acreditou nas minhas competências, incentivou-me a melhorar e a realizar várias atividades e tarefas na área. Para além de um diretor de curso presente e predisposto a resolver problemas foi, também, um coordenador incansável, atento e disponível para desfazer qualquer dúvida existente. Admiro a sua exigência, profissionalismo e a capacidade que tem em resolver conflitos. Em ambiente de sala de aula consegue ensinar e cativar os alunos, é igualmente extraordinário ver a preocupação que teve com a turma no período decisivo que foi a atribuição de estágios.

À RTP pelos três meses de estágio curricular que me presenteou. Foram dias de aprendizagem que me permitiram ampliar os conhecimentos na área que admiro, o jornalismo.

À minha supervisora, Fátima Faria, pela disponibilidade que demonstrou em me ensinar e ajudar no local de estágio. Admiro o seu profissionalismo e a forma acolhedora com que me recebeu e ajudou no seu local de trabalho. Aos meus colegas de redação, jornalistas, repórteres de imagem e editores, por terem contribuído para a minha formação profissional e pessoal. O contributo que todos tiveram no meu período de estágio transmitiu-me a motivação necessária para não desistir dos meus objetivos e para querer fazer mais e melhor.

À minha família, Maria Olinda, José Lopes e Pedro Lopes pelo suporte que me deram, pelos incentivos e por todo o apoio incondicional que demonstraram ao longo dos três anos. À Egitúnica por ter sido, para mim, uma família na Guarda, pelos prémios que conquistamos e por me terem permitido ver-vos crescer enquanto tuna. À Matilde Lopes pela amizade incondicional desde o primeiro dia, por toda a ajuda e pelos bons conselhos



e à Raquel Teixeira por não me deixar desistir e me dar força para continuar, principalmente nos momentos mais difíceis.

A vitória só se alcança em equipa e seria egoísmo não agradecer aos membros que formaram a minha. A todos, muito obrigada!

Resumo

O presente relatório tem como objetivo descrever e apresentar todas as atividades realizadas ao longo dos três meses de estágio curricular. Com o intuito de aplicar os conhecimentos adquiridos durante a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas foi possível exercer funções de jornalista na redação do jornal da *Rádio e Televisão de Portugal*.

Primeiramente, foram apresentados os diferentes departamentos que compõem a redação e em seguida foi proposto realizar um jornal com as notícias escritas ao longo dos três meses. Durante o estágio foi possível exercer as funções de um jornalista, participar nas saídas dos jornalistas para reportagens no exterior, realizar falsos diretos, pesquisar em diferentes agências, como por exemplo na Lusa, para a elaboração de notícias. Escrever notícias e editar peças e *off's* que constituíram o jornal, bem como textos de *pivot*.

Assim, ao longo deste período houve a oportunidade de exercer as funções de um profissional de jornalismo que ajudaram a cimentar os conhecimentos adquiridos na licenciatura e beneficiaram para a experiência profissional.

Palavras-chave: Comunicação; Relações Públicas, Jornalista, Rádio e Televisão de Portugal.

Abstract

This report aims to describe and present all activities carried out during the three months of the internship. In order to apply the knowledge gained during my degree in Communication and Public Relations, I worked as a journalist in the writing of the newspaper *Rádio e Televisão de Portugal*.

Firstly, the different departments that compose the newsroom were presented and then it was proposed to create a newspaper with the news written over the three months. During the internship it was possible to perform the duties of a journalist. Participate in journalists' outings for reporting abroad, perform false directs, research different agencies, such as Lusa, for news writing. Write news and edit pieces and offs that made up the newspaper, as well as pivot texts.

Thus, during this period, there was the opportunity to exercise the functions of journalism professional, which cemented the knowledge acquired in the course and benefited from professional experience.

Key words: Communication, Public Relations, Journalist, Rádio e Televisão de Portugal, Newspaper, News, Pieces, Off's, Pivot.

Índice

Ficha de identificação	III
Agradecimentos	IV
Resumo	VI
Abstract	VII
Índice de Figuras	IX
Índice de Tabelas	IX
Glossário	X
Introdução	1
Capítulo I: Enquadramento Organizacional da RTP	3
1 Rádio e Televisão de Portugal	4
1.2. Missão, Visão e Valores	5
1.3. Estrutura Organizacional	7
1.4. Identidade Visual	9
1.5. Públicos e Comunicação direcional	14
1.6. Comunicação Interna e Comunicação Externa	15
1.7. Análise SWOT	16
Capítulo II: Estágio Curricular	19
1. Plano de Estágio	20
1.1 Redação	21
1.2. Notícia	23
1.3 Falsos Diretos	27
1.3. Projeto Final, gravação do jornal televisivo	30
Reflexão Final	33
Bibliografia	35
ANEXOS	
APÊNDICES	

Índice de Figuras

Figura 1. Infografia do Concelho de Vila Nova de Gaia.....	5
Figura 2: Evolução da Identidade Visual da RTP	10
Figura 3: Identidade Visual da RTP,2018. Versão Reduzida.....	11
Figura 4: Identidade Visual da RTP, 2018. Versão Extensa.....	11
Figura 5: Logótipos do grupo RTP.....	12
Figura 6: Símbolo do grupo RTP	13
Figura 7: Jornalistas da redação	23
Figura 8: Edição da Peça- Cultura.....	24
Figura 9: Corte do Vivo de Sérgio Conceição- Desporto.....	25
Figura 10: Edição da Peça- Sociedade	26
Figura 11: Edição da Peça- Desporto	26
Figura 12: Primeiro Falso Direto	27
Figura 13: Falso Direto no Canil, na Maia	28
Figura 14: Falso Direto no Festival das Francesinhas.....	28
Figura 15: Falso Direto na Feira do Livro.....	28
Figura 16: Reportagem no Mosteiro de Arouca	29
Figura 17: Reportagem Portugal Direto no Mosteiro de Arouca.....	29
Figura 18: Reportagem sobre STCP.....	29
Figura 19: Regi da RTP de Gaia	30
Figura 20: Estúdios da RTP de Gaia	30
Figura 21: Pivot VS Falso Direto.....	31
Figura 22: Título	32
Figura 23: Título e Subtítulo	32

Índice de Tabelas

Tabela 1: Análise SWOT da RTP.....	18
---	----

Glossário

Bocas: Linguagem jornalística. Sinónima de “VIVO”. Frase, expressão ou texto, que o jornalista corta e edita, do entrevistado.

Grafismos: Forma de representar ou escrever as palavras de uma língua; grafia; ortografia

Inputs: Do inglês input, <entrada>

Know How: Do inglês know-how, <idem>; saber-fazer

Offs: Informação particular. Informação noticiosa curta, feita pelo jornalista. Normalmente acontece quando não há informação suficiente que ocupe uma peça e em últimas horas.

Outputs: Do inglês output, <saída>

Pivots: (rádio, televisão) texto introdutório de uma peça jornalística

Reportagem: Atividade que compreende a recolha, análise e preparação da informação sobre um dado tema, de forma a poder ser transmitida num órgão de comunicação social

Nota: Teros os significados foram retirados do dicionário infopédia. da Língua Portuguesa (infopedia.pt)

Introdução

A Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas, do Instituto Politécnico da Guarda, proporciona aos estudantes a realização de um estágio curricular, que está contido no plano de estudos do segundo semestre do terceiro ano, com o nome estágio. No meu caso em particular, realizei esta unidade curricular na redação da RTP e teve a durabilidade de três meses.

A minha escolha provém do conceito de globalização. Vivemos na era da sociedade global, conhecer o outro lado do mundo está à distância de um clique. “A comunicação em rede transcende fronteiras, a sociedade em rede é global, é baseada em redes globais. Então, a sua lógica chega a países de todo o planeta e difunde-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia” (Cardoso, 2005, p. 18), seguindo esta ordem de ideias é fundamental, nos dias de hoje, optar por aprofundar os conhecimentos em áreas que estejam a crescer no país onde vivemos e no mundo. A magia da comunicação fez com que decidisse estagiar na área do jornalismo. Uma profissão que está em fase de adaptação, está a sair dos meios tradicionais para a internet e o online. Esta mudança faz com que tudo aquilo que estudei ao longo dos três anos curriculares a somar ao que aprendi no estágio, na RTP, resulte numa capacidade de adaptação positiva.

No entanto, ao longo do meu percurso académico deparei-me com a área das relações públicas e o seu crescimento na sociedade onde estou inserida. Assim, no início do meu 3º ano não descartei qualquer uma das vertentes possíveis, mas continuei a dar especial destaque ao jornalismo. Apesar do vasto número de opções, selecionei aquelas que ficavam mais próximas da minha residência, uma vez que o estágio carece de apoio financeiro. A minha primeira opção foi a redação da RTP, em Gaia, que depois de alguma espera e persistência me aceitou.

Numa primeira fase, no decorrer deste processo, foi realizado o plano de estágio, em conjunto com a tutora, conforme o Anexo I, que teve como objetivo primordial a integração no contexto de trabalho. O estágio curricular é o culminar de três anos de teoria, que tem como intuito desenvolver e aplicar os conhecimentos adquiridos. Esta vertente prática que é o estágio torna-se fundamental para o sucesso de um profissional de comunicação e relações públicas.

O presente relatório descreve sucintamente todas as atividades concretizadas na instituição onde decorreu estágio, no meu caso em particular, a RTP. Com o objetivo de assumir as funções de jornalista de uma redação, para além de conhecer todo o processo de elaboração de um jornal, como por exemplo, o alinhamento, foi explorada toda a vertente da área jornalística. Ao longo dos três meses, foi possível sair com os jornalistas e repórteres de imagem, em reportagem e de aceder às informações fornecidas pelas agências. Estas atividades serviam de mote para a posterior notícia, ou seja, redigir um texto sobre a reportagem ou sobre os assuntos cedidos pelas agências que culminavam numa notícia. Após escrever os textos, era feita a seleção de imagens e os vivos mais importantes, todo este processo findava na realização de uma peça jornalística. Para além dos textos para as peças, era possível escrever *Pivots* e *offs* e editar as imagens que embelezavam o texto lido pelo *pivot* aquando a um *Off*. O estágio terminou com a elaboração do próprio jornal. Este projeto tinha como objetivo a realização do alinhamento, onde estavam inseridas todas as peças editadas, todos os textos que escritos para os *pivots* e para os *offs* e um dos falsos diretos que gravados.

O relatório em questão enquadra o estágio nas competências que adquiridas ao longo do período académico. Deste modo, a estrutura do relatório define-se em dois capítulos. O primeiro enquadra a organização, no caso a RTP. Neste parágrafo, é feita a contextualização da cidade de Vila Nova de Gaia e uma análise organizacional da RTP. No segundo capítulo, o objetivo central é explicar todas as atividades realizadas durante o estágio paralelamente à explicação da teoria, aprendida em contexto de aula. Por último, na reflexão final, uma apreciação crítica, retratando as dificuldades enfrentadas e uma abordagem a todas as aprendizagens que desenvolvidas.

Para a elaboração do relatório foram utilizadas técnicas metodológicas de pesquisa e recolha de informação, particularmente, a pesquisa bibliográfica, a consulta e recolhas de informação na *internet* e a observação participante.



Capítulo I:

Enquadramento Organizacional da RTP

No presente capítulo está disposta sucintamente toda a informação sobre a Rádio e Televisão de Portugal. O objetivo primordial é analisar a contextualização e enquadramento da instituição de estágio, tendo como ponto de partida um breve contexto sobre o local onde está situada a redação, a cidade de Vila Nova de Gaia. Os restantes pontos que compõem este capítulo centram-se na instituição, neste caso, apresento o meu local de estágio, a sua missão, visão e valores, a sua ergonomia, a sua estrutura organizacional, a identidade visual, os públicos, a comunicação interna e externa e, por fim, a análise SWOT da RTP.

1. Rádio e Televisão de Portugal

A evolução das tecnologias permitiu que em Portugal nascesse, em 1935, a Emissora Nacional de Radiodifusão (atual Antena 1). As palavras são a descrição perfeita, bem como, a construção simples e eficaz das frases. “A rádio ensonada acorda, desperta e agita-se; rejeita a rotina e a imunidade aos imprevistos do dia-a-dia. Com enfoque na cobertura informativa, o programa explora quer o direto quer o diferido, este último em esmeradas montagens. A rádio entrega-se à vida.” (Cristo, 2005, p. 23). Numa época de censura a rádio foi a esperança dos portugueses e, inclusive, ajudou na revolução do 25 de abril. Passados 22 anos surgem as imagens, no dia 7 de março de 1957 a RTP lança o seu primeiro programa, que fez parar o país. Os portugueses viram pela primeira vez, aquilo a que hoje facilmente dispomos, televisão. As imagens passaram a dizer mais do que as palavras, apesar de ainda serem a preto e branco. Portugal pode ver em primeira mão a ida à Lua, em 1969 e muitos outros acontecimentos grandiosos, no país e no mundo. A RTP marcou Portugal e tem em arquivo toda a sua história.

A estação dos portugueses atualizou-se no online e em 2003, a rádio, a televisão e o online da RTP fundem-se numa só empresa e nasce em 2004 a Rádio e Televisão de Portugal S.A..

1.1. Rádio e Televisão de Portugal, em Gaia

O concelho de Vila Nova de Gaia, tal como refere Castro, s/ d, no Hino de Gaia, “Debruça sobre o Douro,/ Presa dum encanto mouro,/Mea Villa gloriosa, / Ao teu colo acaricias/ Um colar de frequências,/ Qual mais rica e mais formosa”. No dia 28 de junho de 1984

Vila Nova de Gaia foi elevada a cidade, conta com cerca de 186 502 habitantes, segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística de 2013, espalhados pelas 15 freguesias, representadas na figura 1. Na imagem identificamos, também, a localização da cidade que se encontra na margem sul da foz do Rio Douro.



Figura 1. Concelho de Vila Nova de Gaia

Fonte: <http://www.e-dicas.pt/>; <https://www.idealista.pt/>

Vila Nova de Gaia apoia a criação artística e cultural, a somar a isto a cidade, mais conhecida como Gaia, abarca a maior indústria de vinhos do Porto e do Douro, a automóvel, vidreira e componentes eletrónicas. A sua ligação à cidade do Porto, seja física ou não, acarreta vantagens à cidade de Vila Nova de Gaia. Ainda na cidade de Gaia está implementada uma das principais sedes da RTP, onde são produzidos alguns programas que fazem parte do alinhamento diário da estação. A cidade tem fáceis acessos e foge à confusão do grande Porto, vantagens suficientes para fidelizar a RTP durante 60 anos.

1.2. Missão, Visão e Valores

No momento de criação de uma empresa ou organização importa saber o propósito que está implícito na mesma e entender o meio em que está inserida. Estes conceitos orientam

a organização, na construção da sua identidade, e servem de guia de comportamento entre os colaboradores da empresa e as diretrizes fundamentais que a regem.

O termo missão corresponde à razão de ser de uma empresa e neste caso para definir a missão da empresa “deverá responder algumas questões: qual é o nosso negócio?; como está a nossa empresa atualmente?; onde a nossa empresa está?; onde queremos chegar?; quais os nossos clientes?; quais os produtos/serviços oferecemos?; quais são as necessidades dos nossos clientes?; qual é o nosso diferencial em relação à concorrência?; qual é a nossa imagem no mercado?; qual é a nossa imagem perante os funcionários?” (Terence & Filho, 2015, p. 7). Após analisar as questões é possível definir concretamente a empresa em questão, uma vez que se responde a perguntas pormenorizadas sobre o negócio e os diferentes públicos.

O futuro da empresa é medido através da visão que a mesma estabelece aquando da sua criação ou ao longo do tempo. A visão indica os objetivos e metas propostos a longo prazo, quando são alcançados substituem-se pela nova etapa pré-definida pela organização. Neste caso, as perguntas que devem ser feitas variam das anteriores, “O que esta empresa quer ser?; onde queremos chegar?; o que pretendemos construir?” (Dicionário Financeiro, s.d.) mas têm como intuito responder com previsões feitas pela organização.

Os valores são a personalidade de uma empresa e como tal devem ser partilhados pelos públicos. Transmitir uma crença ou um valor é extramente difícil e importante, pois quando é mal interpretado pode assumir uma conotação nefasta da empresa perante a sociedade/público externo. Para além disso, é importante para a empresa que os valores dos seus colaboradores se assemelhem ao seu, “Os valores devem representar aquilo no que a empresa acredita e que, para ela é negociável. E quando os empregados se identificam com esses valores e os adotam na sua vida pessoal, os resultados são imensuráveis” (Closs, 2019). Identificar o certo e errado e o justo e o injusto, de igual forma auxilia positivamente a empresa e as tomadas de decisões.

1.2.1. Missão, Visão e Valores da Rádio e Estação de Portugal

A RTP tem uma história insubstituível em Portugal e na vida dos portugueses. A sua missão passa por descrever um pouco aquilo que é a RTP. É uma operadora de serviço público de qualidade e referência na televisão, na rádio e *online*. Atualmente, “é a única

no reforço da coesão e identidade nacionais, afirmando a língua, os valores e costumes de forma transversal” (Rádio e Televisão de Portugal, s.d.). A sua estratégia centra-se na comunicação das suas marcas e produtos e o seu principal objetivo é ligar “Portugal e os portugueses a si, entre si e ao mundo” (Rádio e Televisão de Portugal, s.d.). A sua diversidade de oferta e imparcialidade faz com que abranja um público vasto e heterogéneo. A RTP caracteriza a sua imagem com seriedade e rigor. É uma operadora de informação, formação e entretenimento, “É relevante e cria valor” (Rádio e Televisão de Portugal, s.d.).

A visão da RTP responde detalhadamente aquilo que a operadora ambiciona ser no futuro, onde quer chegar e o que irá construir. As suas ideias modernas aplicadas à sociedade portuguesa vão além da necessidade do público. A RTP quer ser parceira cultural e ajudar no desenvolvimento das indústrias criativas e tecnológicas. Num futuro próximo o objetivo é aumentar as audiências e afirmar a empresa como uma referência no setor, para isso, enumerou sete prioridades: “Investir na qualidade e inovação dos conteúdos”; “Colocar o digital no centro da estratégia”; Reforçar o contributo para a cultura e para as Indústrias Criativas”; “Potenciar e qualificar a presença da RTP no mundo”; “Ser disruptiva na oferta e mais apelativa para as novas gerações”; “Ser uma empresa com uma gestão exemplar e transparente”; Ser uma empresa de *Media* muito atrativa para trabalhar” (Rádio e Televisão de Portugal, p. 29).

Os valores da RTP enquanto estação de rádio, televisão e *online* cimentam aquilo que a organização descreve como sendo a sua missão e visão. Assim sendo, as palavras chave que a caracterizam são “Independência, Acessibilidade, Pluralismo, Cultural Nacional, Interesses de Minorias, Variedade, Inovação e Desenvolvimento” (Rádio e Televisão de Portugal, pp. 7,8 e 9). A somar a estes valores éticos da RTP existem outros mais específicos e criados particularmente para o seu público mais exigente. O nome dado a estas características é *know how* e enquadram-se palavras que adjetivam a operadora como: “qualidade, inovação, responsabilidade, seriedade, confiança, competência w profissionalismo” (Rádio e Televisão de Portugal , s.d.).

1.3. Estrutura Organizacional

O conceito de organização não é unânime. Apesar de existirem centenas de organizações no nosso núcleo social, e de todas elas serem importantes para o decorrer da nossa vida com normalidade, é difícil fazer um estudo que permita obter uma definição concreta.

Existem escolas, universidades, centros hospitalares, centros comerciais e empresas. A diversidade das organizações faz com que seja difícil encontrar a definição concreta de organização. “Apesar desta inevitabilidade na vida atual de todos nós, existem múltiplas dificuldades na definição deste conceito” (Chambel & Curral, 2008, p. 11).

Deste modo, segundo os mesmos autores o significado de organização é dividida: os indivíduos que participam na organização e que a influenciam, por exemplo, na aceção dos valores; os objetivos da organização que permitem que esta se distinga de outras “unidades sociais, nomeadamente a família, a classe ou o Estado, que possuem objetivos mais globais” (Chambel & Curral, 2008, p. 19); a tecnologia, que no caso, é idêntica em todas as organizações, uma vez que todas elas têm “um processo de transformação de *inputs* em *outputs*” (Chambel & Curral, 2008, p. 21); a permanência mutável diz respeito ao período de durabilidade de uma organização; por fim, a estrutura da organização que é determinada pela empresa.

A estrutura de uma organização permite saber “os meios por si utilizados para atingir os seus objetivos” (Chambel & Curral, 2008, p. 20). A repartição estrutural de uma empresa é feita segundo a divisão do seu trabalho e a sua coordenação. No caso, podemos diferenciar funções e estruturar de forma hierárquica, a organização. Relativamente à coordenação do trabalho, podemos afirmar que se tratam dos meios utilizados pelas partes anteriormente diferenciadas.

A RTP, desenhou a sua estrutura organizacional e representou-a sob a forma de organograma, (Anexo II). No gráfico podemos observar a divisão feita, na estação, das funções hierárquicas de cada indivíduo trabalhador. Repare-se que o organograma está dividido em colunas, à exceção de quatro dos elementos do conselho de administração. Nesta divisão vertical encontramos o centro corporativo (financeira, recursos humanos, jurídica, compras e património), o suporte à atividade (marketing estratégico e comunicação, comercial, aquisição, conteúdos e controlo grelha, multimédia), operação (Produção, direitos e produção desportiva, centro produção norte, emissão) e conteúdos (Informação televisiva, informação rádio, desenvolvimento conteúdos, RTP 1, RTP2, RTP3, RTP Internacional, RTP África, RTP Memória, RTP Madeira e RTP Açores, Antena1, Antena2, Antena 3, RDP África, RDP internacional, RDP Madeira e RDP Açores.). Apesar da divisão vertical é de salientar, que para o bom funcionamento organizacional, todas estas funções relacionam-se entre si no momento da emissão, no entanto é importante fazer distinções dos departamentos.

1.4. Identidade Visual

Vivemos num planeta onde a imagem deve formar opinião, opinião essa que deve ser escolhida pela organização de forma consciente, pois irá determinar a sua credibilidade. “As conotações são multilaterais: da identificação de objetos simples ao uso de símbolos e da linguagem para conceituar, do pensamento indutivo ao dedutivo. O número de questões levantadas por esta única pergunta: ‘Quantos de nós vêm?’” (Dondis, 2003, p. 5). Para além de sermos uma sociedade global, somos agora capitalistas. As marcas rodeiam-nos e identificá-las, através sua imagem, faz parte do nosso quotidiano.

A identidade visual é a junção de dois ícones, o logótipo e o símbolo, que formam a imagem representativa da marca e a perceptível à sociedade. “Com uma identidade visual mais fraca, o objeto é pouco notado por seu aspeto visual, ou então é tão corriqueiro que não memorizamos esta identidade e nos esquecemos dele. Já uma identidade visual forte leva a nossa atenção ao objeto e, principalmente faz com que nos lembremos dele quando o virmos de novo” (Peón, 2001 , p. 11). A perceção da sociedade é deveras importante para a organização, portanto, é impossível criar uma marca sem ter com consideração o meio envolvente. Deste modo, a identidade visual deve ser simples e de fácil leitura “A abundância de sinais distintos, todavia, prejudica a leitura da marca e a compreensão do consumidor” (Lindon et al, 1999, p. 177). Contudo, a definição de identidade visual carece de uma opinião única. Para outros autores, a identidade visual é caracterizada por outros termos e definições “A assinatura visual é a combinação de *design* específica e inegociável da marca comercial e do logótipo” (Wheeler, Design de Identidade da Marca, 2008, p. 116).

A análise feita à RTP rege-se pelo autor González, que integra na identidade visual a conceção de marca, logótipo e símbolo. A RTP é uma marca de prestígio e de credibilidade, ao longo dos anos a sua identidade visual sofreu alterações significativas, mas que mantiveram sempre em linha de conta o público-alvo.

A imagem abaixo apresentada (figura 3), exhibe todas as identidades visuais que o grupo RTP teve até aos dias de hoje. Em 1957, a RTP representava conceitos nacionalistas e patriotas, daí a semelhança ao escudo da bandeira nacional e a cor vermelha. Em 1959, a RTP torna-se membro da União Europeia de Radiodifusão e opta por alterar a sua imagem, tornando-a numa esfera armilar oval como orla envolvente do conjunto. As mudanças sociais, como o 25 de abril de 1974, provocaram momentos controversos à

estação, que em 1980 regula as emissões a cores e estreia as primeiras telenovelas. Todos estes factos serviram de catapulta para a alteração da identidade visual em 1990. Oito anos depois a parceria com a Novodesing fez com que a RTP voltasse a alterar a sua imagem. Em 2003 a identidade visual foi redesenhada, uma vez que já se perspetivava, para 2004, a fusão da rádio, televisão e *online*. A atual imagem da empresa mostra a diferença e audácia, torna a marca com mais visibilidade e modernidade, homogeneizaram-se os símbolos de todos os canais do grupo RTP e a estação apresentou também um novo grafismo.



Figura 2: Evolução da Identidade Visual da RTP

Fonte: Facebook da RTP Memória

Nos dias de hoje, o grupo RTP assume a sua identidade visual, em formatos variados, como podemos ver na figura abaixo representada.

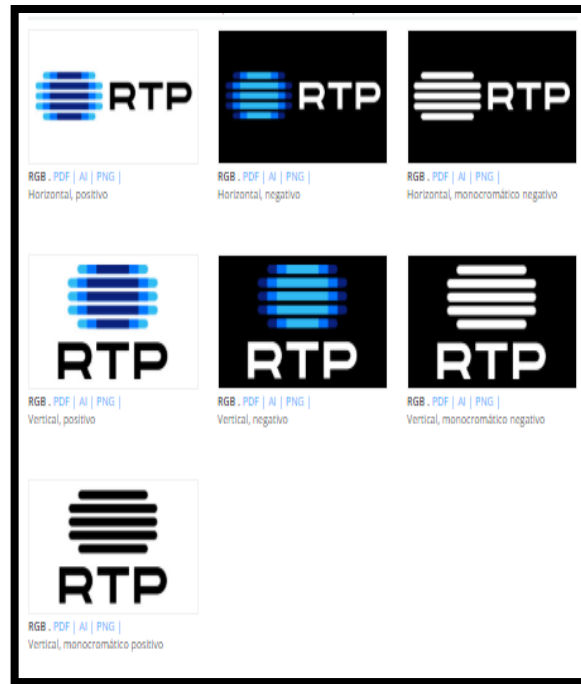


Figura 3: Identidade Visual da RTP, 2018. Versão Reduzida

Fonte: Site RTP:

Para além da versão reduzida (figura 4) a RTP completou a sua imagem com uma versão extensa, representada na figura 5. Estas opções fazem com que a sua identidade visual seja versátil.

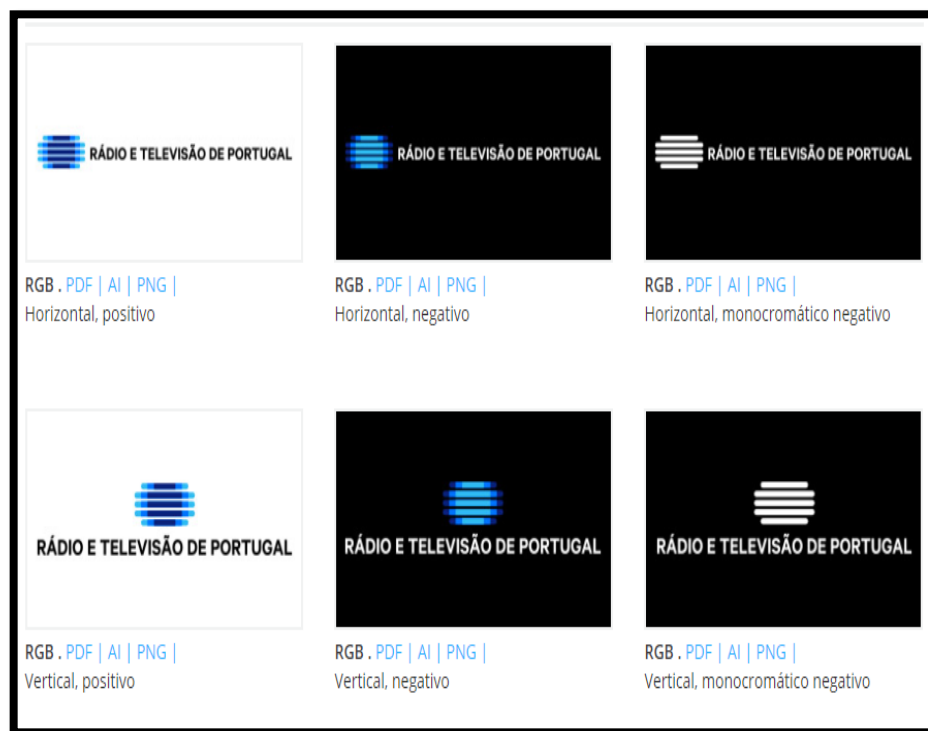


Figura 4: Identidade Visual da RTP, 2018. Versão Extensa

Fonte: Site RTP:

As mudanças na RTP e na sua identidade visual surgiram associadas às alterações que existiram no meio envolvente, na sociedade. Podemos analisar a imagem segundo três componentes, a marca, o logótipo e o símbolo.

A marca “Nome comercial do produto, da empresa e do serviço que se oferece ao público” (González, 2010, p. 77). Segundo este autor, a marca deverá ter um nome de fácil leitura e compreensão, isto requer que atente às necessidades do público e a um estudo alongado do mesmo, como por exemplo, a sua faixa etária e o seu nível de conhecimento. Caso a marca não o tenha tido em consideração poderá fazer com que haja uma má interpretação que dificulta a transmissão de informação. “As comunicações genéricas, que tentam chegar a todos, chegam só a uns poucos, particularmente quando se tenta afetar as atividades e o comportamento das pessoas.” (Frascara, 2000, p. 9) . Neste caso o nome da marca é Rádio e Televisão de Portugal. Após a fusão da rádio, televisão e online, em 2004, a empresa passou a ser única e a sua marca é o nome da organização e não de um produto ou serviço.

O logotipo da organização em estudo é RTP ou Rádio e Televisão de Portugal. “Nome da empresa e da marca, mas com os seus próprios atributos de seleção tipográfica” (González, 2010, p. 77). Para este autor, o logótipo deve ser simples, de fácil interpretação e com tipos de letra claros. Neste caso, alteram-se os tipos de letra e as cores consoante as necessidades. Houve uma preocupação, por parte do grupo, em criar uma identidade visual vertical e horizontal, e por este motivo existem dois logótipos, um com o nome escrito na sua totalidade e outro com a sigla. Na imagem seguinte (figura 6), podemos ver a diferença de cor (branco ou preto) e de tamanhos, permitindo utilizar a identidade visual em qualquer contexto.



Figura 5: Logótipos do grupo RTP

Fonte: Site RTP:

O símbolo “Elemento gráfico, figurativo ou abstrato, que constituiu uma representação da identidade da empresa” (González, 2010), é bastante importante para caracterizar a organização. Mesmo de forma abstrata, o símbolo representa a empresa e é a identidade da mesma. Deste modo, deve ser coerente com tudo aquilo que o grupo quer passar para a sociedade. No caso, o símbolo da estação de televisão foi criado no momento que a RTP1 apresentou o seu novo grafismo. O intuito era tornar a imagem mais moderna e com mais visibilidade, ou seja, mostrar ao público a sua homogeneidade, uma vez que todos os canais do grupo têm o símbolo em comum, incumbir na sociedade conceitos como credibilidade e transparência. Mais uma vez a organização mostra preocupação e desenha símbolos com cores diferentes, para que se adaptem ao meio onde serão utilizados, como se pode observar na imagem (figura 7) abaixo inscrita.

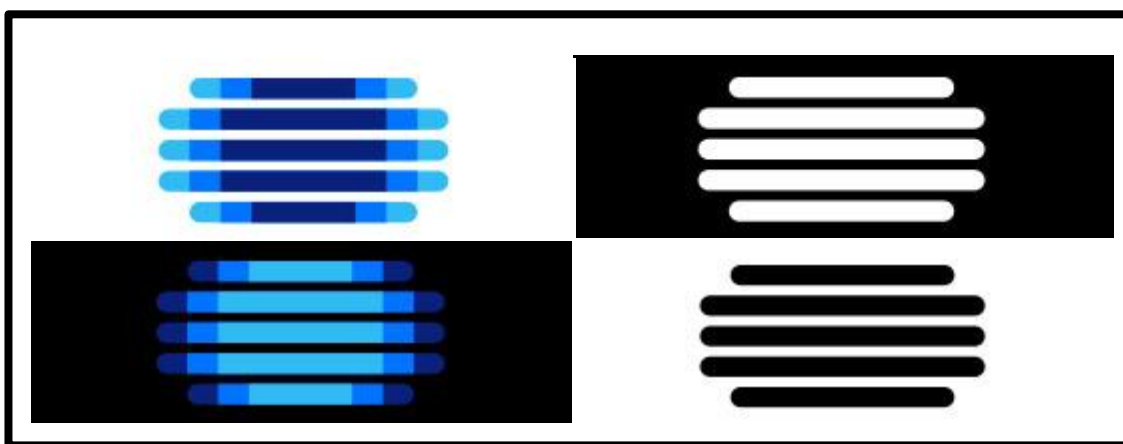


Figura 6: Símbolo do grupo RTP

Fonte: Site RTP

A RTP é uma estação que acarreta responsabilidade social na informação e nos conteúdos que transmite ao público, deste modo, a análise da identidade visual permitiu concluir que o perfeccionismo, profissionalismo, preocupação, transparência e credibilidade estão presentes em todos os documentos oficiais. É possível dizer com exatidão que a organização se preocupa com todos os conteúdos que transmite sobre outrem e o que escreve sobre si mesma.

Para além de todos os ícones que fazem parte da identidade visual do grupo RTP, é importante referir que existem dois conceitos com o mesmo grau de importância. A cor e a forma. A cor possui uma linguagem única e complexa, quando combinada com outras o seu significado altera-se. As cores são um meio de comunicação ímpar e capaz de provocar emoções, de expressar personalidade e transmitem à sociedade uma mensagem

oculta. “A cor é utilizada para provocar emoções e expressar personalidades. Estimula as associações da marca e acelera a diferenciação” (Wheeler, *Diseño de marcas*, 2018, p. 166). A cor azul que identifica o grupo RTP simboliza “Conhecimento, frieza, paz, masculinidade, contemplação, lealdade, justiça, inteligência” (Marioka, 2006, p. 26). Alguns destes conceitos estão iminentes dos valores da organização, referidos anteriormente. Um outro fator relevante e a ter em consideração é a forma. O grupo RTP optou por um símbolo circular “O círculo é uma figura geométrica onde um ponto se move a uma distância constante de um outro determinado ponto do plano... O círculo gera uma sensação de relaxamento e movimento suave” (Itten, 2002, p. 75), segundo este último autor o círculo remete o consumidor à ideia de tempo, movimento, invariabilidade, concentra em si toda a simbologia de perfeição e homogeneidade. O seu ponto central possui a mesma distância até a qualquer ponto que pertença à linha circular envolvente, neste caso, podemos dizer que a RTP é o ponto central e que se encontra à mesma distância de tudo aquilo que a envolva, a sociedade. Para além disto, existe uma ligação entre o círculo e a cor azul, que para este autor, os dois devem existir juntos e significam movimento e relaxamento.

A junção das cores e da forma permite interpretar o símbolo e associá-lo ao grupo RTP. A organização preocupou-se em transmitir à sociedade ideais como profissionalismo, seriedade, inteligência, perfeição, harmonia e homogeneidade.

1.5. Públicos e Comunicação direcional

O projeto estratégico da RTP até 2020 dá conta de que a estação se rege pela máxima da universalidade. “Há que chegar a todos, dar voz a todos” (Rádio e Televisão de Portugal, p. 16). O grau de importância dado aos cidadãos é visível, atender à sua dinâmica e às suas necessidades é relevante para reforçar o papel da RTP enquanto serviço público.

De facto, a RTP é uma estação pública, ou seja, está ao serviço do cidadão, pelo que tem deveres e princípios pelos quais se deve reger, “princípios da boa-fé, da qualidade, da proteção de confiança, da comunicação eficaz e transparente, da simplicidade, da responsabilidade e da gestão participativa” (Que deveres têm os serviços públicos para com os seus utentes?, 2019). Para além disto, enquanto serviço público o seu público-alvo é toda a sociedade, pois todos os utentes têm direito a serem informados e a aceder a todo o tipo de conteúdos. Assim, seguindo esta perspetiva, o grupo RTP formado por

um conjunto de cada marca de televisão, rádio e multimédia cumpre “as obrigações que lhes estão atribuídas e retribuiu valor à sociedade” (Rádio e Televisão de Portugal, p. 18).

A estação em estudo está repartida em três partes, a televisão, a rádio e o digital. Para além desta divisão é feita uma separação de conteúdos a serem transmitidos, ou seja, existe uma preocupação em direcionar os conteúdos aos respetivos públicos. No caso da televisão podemos exemplificar com a RTP 1 e a RTP 2, em que um é de vocação e ambição generalista e outro dá especial atenção ao público jovem e infantil, respetivamente. A rádio é uma compilação de sete estações em que todas elas disponibilizam conteúdos diferentes, a Antena 1 é generalista, com forte incidência na Informação enquanto que a Antena 3 se foca no seu público jovem e, promovendo a música pop portuguesa. Por fim, a RTP direcionou-se para o digital, captando o público virtual, com as suas plataformas de informação, (RTP Notícias) e redes sociais. É de referir, os serviços alternativos que a RTP dispõe, como a RTP + (marca do grupo, que abraça projetos solidários), os núcleos museológicos (seleção de objetos e conteúdos organizados num espaço físico ou no Museu Virtual) e edições RTP (auxílio à promoção da cultura portuguesa).

1.6. Comunicação Interna e Comunicação Externa

Comunicar é a atividade mais antiga do ser humano, por gestos ou por palavras, os nossos ancestrais precisavam de comunicar entre si e até hoje essa é a máxima do ser humano. Um bom comunicador consegue mover plateias e cativar audiências. Uma má comunicação oferece más interpretações e pode gerar guerras. “Comunicar é pôr em comum uma informação, é partilhar uma opinião, um sentimento, uma atitude, um comportamento. Tudo isso, frequentemente, com o objetivo de convencer, persuadir.” (Caetano & Rasquilha, s.d., p. 20).

No grupo RTP a comunicação é feita através do email da empresa e de programas concretos cedidos pela organização. Toda e qualquer informação está na plataforma digital podendo ser acedida por qualquer membro trabalhador. A comunicação interna, começa a partir do momento que o utilizador, funcionário da RTP, inicia sessão no computador da empresa. Quando faz qualquer pesquisa já tem o nome associado, o mesmo acontece quando liga o email da empresa ou qualquer instrumento de comunicação. Nos programas de edição ou no alinhamento do jornal, a comunicação é específica, como por exemplo a comunicação que fazia tinha sempre as letras Est, que

significam estagiária. Relativamente ao alinhamento, o jornalista coloca o título da notícia e as iniciais do seu nome, no momento de gravar qualquer conteúdo, e faz-se acompanhar por siglas que comunicam ou que a peça está pronta, que foi para legendar ou que está incompleta. Deste modo, o coordenador sabia se podia ou não transmitir a peça ao telespectador. Internamente, uma outra forma de comunicar é através dos profissionais de relações públicas que recebem todos os convidados e fazem a comunicação entre hierarquias.

A comunicação externa é feita de forma transparente e coerente, de modo a facilitar a compreensão do público. É possível aceder a qualquer conteúdo informativo da empresa, no site ou em documentos oficiais. Relativamente à programação, esta encontra-se disponível no site da internet. A evolução é notória, alcançar as gerações futuras e permanecer fiel às passadas é algo que caracteriza o grupo RTP. Em anexo (Anexo III) estão representados exemplos desta comunicação evolutiva da estação. O grupo RTP investiu nas plataformas digitais, redes sociais e o *site* oficial, bastante completo e onde se encontram as informações sobre o grupo ou as notícias atualizadas ao minuto. Além disto, tem à disposição de todos as aplicações gratuitas e atualizadas para *iPhone* e *Android*. Um aspeto fundamental desta estação é o facto, como referido anteriormente, de que a RTP se preocupa com os públicos, independentemente da faixa etária. Esta afirmação é corroborada com as aplicações que disponibilizou à sociedade, das quais, RTP notícias, onde coloca as atualizações das notícias, minuto a minuto, RTP play, ao qual cidadão tem todos os programas e séries disponíveis e ainda pode ver a RTP em direto, RTP arquivo que se trata de uma plataforma de informações, onde estão disponíveis todas as histórias e assuntos em arquivo e a RTP ZigZag, direcionado aos mais novos com todos os programas de entretenimento infantil disponível.

1.7. Análise SWOT

As organizações são planeadas para que tenham sucesso a curto ou a longo prazo. Para planear e estruturar uma empresa são necessárias burocracias e perspetivas daquilo que será o futuro. A análise SWOT é vista, em muitos casos, como a impulsionadora de um plano de marketing e trata-se de uma avaliação daquilo que são as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dos meios externos e internos da empresa. “definir análise SWOT como uma ferramenta que permite

fazer um diagnóstico estratégico da empresa” (Análise SWOT: o que é e para que serve? , 2017).

A prospeção de mercado é feita após uma análise dos consumidores e do meio externo à empresa, neste caso avaliam-se as oportunidades e as ameaças. As oportunidades consistem numa análise daquilo que a empresa tem para oferecer, e existem três fontes principais “oferecer algo cuja oferta seja escassa...oferecer um produto ou serviço existente de uma maneira nova ou superior...criação de um produto ou serviço totalmente novo” (Kotler & Keller, 2012 , p. 49). De igual forma, as ameaças compõem a análise feita ao exterior de uma organização. Neste caso estão incluídos fatores de instabilidade política, económica e cultural do meio que envolve a organização, bem como, condições de insanação. Em contrapartida, existem as forças e as fraquezas que estão incluídas internamente na empresa.

A tabela que se segue apresenta sucintamente a análise SWOT da RTP, para a elaboração deste estudo, tive ajuda da supervisora Fátima Faria.

Oportunidades	Pontos Fortes
<ul style="list-style-type: none">• Existência das redes sociais que permite um contacto direto e fácil com o espectador;• O apoio e financiamento do Estado por ser uma empresa pública;• A globalização abre novas fronteiras e, conseqüentemente, novos mercados, servindo de catapulta para o surgimento dos canais da RTP, como RTP internacional.• Aumento de produção nacional e a sua aceitação por parte do público.	<ul style="list-style-type: none">• Muitos anos de experiência nos meios de comunicação e entretenimento.• Uma vasta gama de produtos e serviços;• Posicionamento forte e cultural na sociedade;• Abertura de novas plataformas resulta num aumento dos meios de comunicação;• Forte tradição televisiva;• Quando se ligam as televisões antigas, o primeiro canal a aparecer é a primeira frequência (RTP1);• Controlo diário das várias variáveis de segmentação e das audiências;

	<ul style="list-style-type: none"> • Rede de distribuição com cobertura a nível nacional.
<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pouca fidelização do cliente no mercado da televisão; • Concorrência elevada; • Os públicos, televisivos e radiofónicos, são atraídos pela faceta popular. • Redução do investimento publicitário no sector. • Possível privatização e transferência de programas 	<p style="text-align: center;">Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagem tradicional e envelhecida; • Tem uma base de telespectadores muito específica (maioritariamente a faixa etária mais envelhecida); • Estudos de audiência demonstram que a faixa juvenil é pouco afetada pela comunicação e conteúdos dos canais RTP

Tabela 1: Análise SWOT da RTP

Fonte Própria



Capítulo II:

Estágio Curricular

No segundo capítulo está disposta toda a informação acerca do estágio curricular. Após todo o enquadramento necessário disposto no capítulo anterior, segue-se a apresentação de todas as atividades realizadas ao longo dos três meses. Em primeiro lugar é feita uma análise ao plano de estágio e em seguida são exibidas todas as atividades desenvolvidas nesta unidade curricular, o estágio.

1. Plano de Estágio

O estágio curricular é uma preparação para o mercado de trabalho, apesar da licenciatura de comunicação e relações públicas ser bastante completa, o suporte de um estágio é uma mais valia para um futuro profissional.

As relações públicas são um método de comunicação nas empresas, um profissional da área faz a correlação entre os vários públicos da organização, ou seja, mantém uma ponte de ligação entre o coletivo interno e entre o interno e o externo. “As relações públicas têm se manifestado como uma atividade comunicativa entre uma organização e os seus públicos, na busca de compreensão e benefício mútuo.” (Castillo, 2010, p. 61). Todavia, apesar desta ser uma ciência importante para a comunicação, para as empresas e abordada, também, em contexto de aula durante o curso de comunicação e relações públicas, o meu plano de estágio focou-se, na sua totalidade, numa outra vertente, o jornalismo. O jornalismo pertence à área da comunicação e insere-se na panóplia de disciplinas que compõe a licenciatura em questão.

O jornalismo é uma “atividade de recolha e análise de informações da atualidade com o objetivo de as transmitir ao público através de meios de comunicação social” (Dicionário infopédia da Língua Portuguesa, 2003-2019). Esta definição prática do conceito de jornalismo descreve aquilo que é a atividade de um jornalista. Contudo é uma profissão de máximo rigor. Deste modo, existem fatores a ter com consideração, como é o caso da ética. Este influenciador irá formar a ideia social de um jornalista, ou seja, irá dar-lhe ou não credibilidade.

O plano de estágio, anexado no relatório (Anexo I), foi elaborado em conjunto com a supervisora Fátima Faria, que dividiu o plano de trabalho em três etapas: em primeiro lugar, os objetivos centraram-se na minha adaptação e em conhecer a redação e as funções de cada membro que a constitui, bem como os outros setores importantes que formam o

jornalismo televisivo; Em seguida no contacto com o processo de elaboração de notícias televisivas, com as agências e com as reportagens no exterior; a última etapa focou-se na prática, ou seja, no desenvolvimento das atividades exercidas por um profissional de jornalismo da RTP. Nomeadamente, as saídas (acompanhadas) em reportagem a redação de textos noticiosos; a edição de peças televisivas; a prática de falsos diretos e prática de entrevistas no terreno. Aquando à elaboração do plano, a supervisora Fátima Faria propôs que gravasse um jornal, que seria uma compilação de todos os trabalhos e uma oportunidade de experienciar todos os possíveis papéis de um jornalista.

1.1. Redação

A redação compõe toda a estrutura de um jornal, ou seja, é o suporte daquilo que é transmitido para o telespectador e está dividido para facilitar a comunicação. A disposição da sala é feita de acordo com as suas funções, a direção, a direção de produção do jornal da tarde e do jornal da RTP 3, o jornalismo internacional, o jornalismo desportivo, jornalismo da agenda, jornalismo de produção e o jornalismo de cultura.

Na primeira semana de estágio conheci todos os departamentos e tive contacto direto com os mesmos. Comecei por acompanhar as tarefas do jornalismo de agenda. Estes profissionais leem todos os jornais que saem no dia em questão e sublinham as notícias que podem resultar em reportagens, são responsáveis pelo *Portugal Direto* (programa da RTP1), pelo que fazem uma pesquisa sobre temas noticiosos que podem resultar em falsos diretos e marcam a agenda do dia seguinte. Este último ponto é feito em conjunto com a direção e nele faz-se a marcação das reportagens ou diretos, selecionam-se os jornalistas e repórter de imagem para a mesma, estabelece-se o contacto com o local e pedem-se autorizações caso seja necessário, como por exemplo nos jogos de futebol. Nesta secção recebem-se *press-release* (anexo IV), este exemplo é de uma reportagem para o *Portugal Direto*, onde o jornalista grava falsos diretos que são transmitidos como se de diretos se tratassem. Contudo, ao jornalista que faz a reportagem chega, para além desta informação, um outro documento síntese (anexo V) que contém um resumo daquilo que é relevante para a reportagem.

Adaptar-me foi sinónimo de conhecer e saber como funciona, por isso acompanhei dois departamentos que se complementam aquando à gravação de um jornal televisivo. Em anexo (anexo VI e VII) está representado um alinhamento do jornal da tarde da RTP 1, o

primeiro (anexo VI) trata-se do esboço feito na reunião, ao início da manhã. Nesta reunião estão presentes, o *pivot*, o coordenador do jornal e um jornalista de produção, estes elementos decidem as notícias que irão estar no alinhamento e os diretos que devem ser feitos. Contudo, podemos verificar que no momento em que o jornal é transmitido sofre alterações, por vários fatores, ou as reportagens ainda não estão concluídas, ou o tempo de direto excedeu o previsto ou foi impossível de realizar, estas alterações estão em amostra no anexo VII. De modo a complementar esta comparação dos alinhamentos e para entender a comunicação que é feita entre os jornalistas aquando da gravação do direto de um jornal, fui entender como funciona o jornalista de produção. Neste departamento trabalha-se toda a parte técnica de um jornal, como por exemplo, os canais utilizados para se fazerem os diretos, se em carrinha satélite ou fibra. No caso, se a comunicação estiver comprometida é colocado em questão todo o alinhamento, ou seja, se existir algum problema técnico o coordenador terá de realinhar o jornal tendo em conta os valores noticiosos (que notícia tem mais importância no dia em questão?).

A última atividade de adaptação e apresentação foi o acompanhamento do trabalho de um *pivot*. O *pivot* é o nome dado ao jornalista que apresenta o jornal televisivo. No entanto as suas funções são variadas. Para além de entender e acompanhar as notícias da atualidade, deve ler todos os jornais do dia, analisar todas as imagens e informações que chegam através dos repórteres de imagem e das agências, ler os *pivot's* (texto que passa no teleponto) corrigindo-os e alterando-os caso haja novas atualizações da notícia ou de modo a facilitar a sua leitura. Aquando à gravação do jornal, o *pivot* tem o alinhamento e as notícias no computador da secretária do estúdio e está sempre em contacto com a régie, através do auricular, e com os restantes jornalistas da redação, através do programa de comunicação da RTP. Tudo isto serve para ajudar, caso haja notícias de última hora, algum erro no jornal ou em atualizações de informação.

A redação é tudo aquilo que está atrás das câmaras, é todo o trabalho de equipa que sustenta a informação de um jornal televisivo. Para além da redação existe o gabinete de edição, a régie e o estúdio. Todos estes departamentos estruturam e sustentam uma estação de informação. Na fotografia que se segue está parte da equipa que compõe a redação da RTP, em Gaia, à qual fiz parte.



Figura 7: Jornalistas da redação

Fonte: RTP

1.2. Notícia

O jornalista cria notícias e atenta nas suas características, veracidade, atualidade e capacidade de interessar. Para além destes conceitos existem fatores que as influenciam, a atualidade, a verdade, a proximidade com o telespectador, a importância, o conteúdo humano e a originalidade.

A notícia televisiva difere da escrita e da radiofónica, pois faz-se acompanhar da imagem e por isso deve ser simples e sem alguns conectores usados nos outros casos. Todavia, todas as tipologias de notícia devem responder às perguntas o quê? ; quem? ; Quando? ; Onde? ; Como? ; Porquê?, e devem cativar os públicos com os títulos e subtítulos e com o conteúdo. Na televisão para além disto, é importante chamar a atenção do telespectador com a imagem e com aquilo que é dito pelo *pivot*, que normalmente é o jornalista que escreve e só é alterado, pelo *pivot*, se este achar importante fazê-lo.

Em apêndice (apêndice I, II, III, IV, V, VI, VII) estão algumas das notícias escritas ao longo do estágio. Selecionei as sete que editei e que compõe o projeto final de estágio, o jornal. A edição das mesmas foi feita pelos profissionais da RTP, os editores. Enquanto jornalista tinha que escrever, organizar a estrutura da notícia, escolher “as bocas” (aquilo que é dito de mais relevante pelo entrevistado) e selecionar as imagens em bruto. As ideias originais da edição eram feitas por mim, como por exemplo as músicas que compõe as peças de cultura (Apêndices 6 e 7).

A escrita destes textos, que eram gravados na edição, normalmente têm falhas de pontuação, uma vez que a leitura é diferente da escrita. O jornalista tem tendência a escrever tal e qual como irá ler para lhe ser mais fácil gravar, ou seja, simplifica a escrita para não se esquecer de como pretende ler e entoar a notícia. Esta é apenas uma técnica que pode ou não ser usada, não se trata de uma regra irrefutável.

O objetivo do meu estágio era melhorar enquanto jornalista e na elaboração de notícias, no contexto televisivo e profissional. Deste modo, esta foi a grande fatia e o principal foco dos meus três meses de estágio. Todos os dias escrevia sobre alguma temática (trabalho de redação) que semanalmente eram corrigidas pela Fátima Faria.

A primeira peça que editei foi sobre cultura, a exposição de Graça Morais (Apêndice 6) e a última, coincide com a temática da primeira, mas varia o assunto abordado (Apêndice 7), que fala sobre uma peça de teatro. Nestes dois casos é possível verificar uma evolução na leitura, ao nível da dicção, na escrita e na estrutura da notícia. Na figura abaixo está uma fotografia da primeira edição.



Figura 8: Edição da Peça- Cultura

Fonte: RTP

Para além de cultura, as notícias que compõe o jornal abordam todas as temáticas (desporto, cultura, política, economia, internacional e sociedade). Nas peças sobre o internacional, a imagens e as informações chegavam à redação pelas agências. Neste caso, o jornalista recebe um documento idêntico ao anexo VIII, as entrevistas ou conferências de imprensa, corta aquilo que acha ser o mais importante e seleciona as imagens em bruto

que melhor embelezam a notícia. No caso do internacional, “as bocas” cortadas das entrevistas ou conferências são enviadas para a legendagem e só depois é que o jornalista pode editar. Na imagem que se segue, estou a ouvir pela segunda vez a conferência do treinador do Futebol Clube do Porto e a cortar “a boca” do Sérgio Conceição, ou seja, aquilo que ele disse de mais relevante para colocar na notícia e, por sua vez, a escrever.

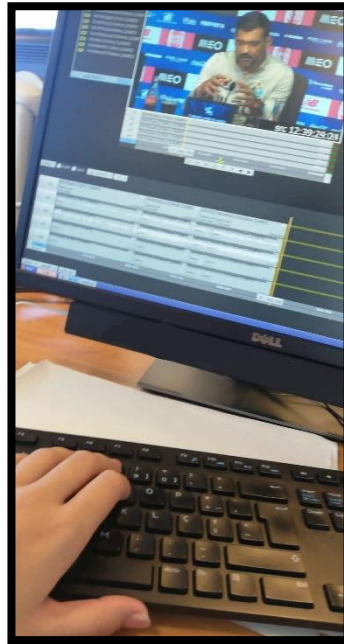


Figura 9: Corte do Vivo de Sérgio Conceição- Desporto

Fonte: RTP

Após estruturar e escrever a notícia, edito as reportagens, como é possível ver nas imagens que se seguem.



Figura 11: Edição da Peça- Desporto

Fonte: RTP



Figura 10: Edição da Peça- Sociedade

Fonte: RTP

A produção de notícias teve uma maior percentagem de atividades durante o estágio. A ordem dos anexos está de acordo com a disposição do jornal gravado e não consoante a ordem de gravação. Assim, após gravar sobre cultura, os trabalhos que se seguiram foram as reportagens sobre sociedade, economia, desporto, política, internacional e terminei com cultura, tal e qual como comecei. Esta ordem simboliza evolução na minha capacidade de escrita e estruturação das reportagens, bem como na dicção e em toda a leitura.

No projeto final, a gravação do jornal, escrevi e editei os dois *off's* iniciais. Este estilo de notícia segue uma outra estrutura, diferente das reportagens em formato peça. Neste caso, editei as imagens que embelezam a escrita, escrevi e estruturei. Este tipo de notícia é usado quando não existe material suficiente para compor uma peça jornalística ou em caso de últimas horas. Os *off's* são lidos em direto pelo *pivot*, deste modo, a edição é rápida e os textos curtos, com linguagem simples para que o *pivot*, não têm dificuldade na leitura, nem o telespectador na interpretação.

1.3. Falsos Diretos

As notícias que são transmitidas na televisão nem sempre são nos formatos anteriormente explicados, ou sob a forma de peça jornalística ou em formato *off*. No alinhamento de um jornal existem momentos de direto, nesse caso existe uma equipa no terreno onde ocorre a ação que é contactada e entra em direto no jornal. As comunicações são feitas pela produção para que o *timing* seja o adequando.

Para além dos diretos existem os falsos diretos, que como o próprio nome indica são realmente falsos, ou seja, são gravados previamente e transmitidos sob a forma de diretos. Neste caso o jornalista grava a entrevista ou o momento que está previsto ser transmitido, no entanto esse conteúdo só entra no ar horas depois. Um exemplo é o programa *Portugal Direto*, da RTP, onde todas as reportagens são gravadas em formato direto. O jornalista sabe que tem que gravar três momentos, um de vinte segundos e dois de cinco ou seis minutos, por isso, cabe ao jornalista decidir aquilo que acontece em cada um deles, gravar e escrever o *pivot*. Esta reportagem é normalmente gravada de manhã ou ao início da tarde para que possa ser transmitida ao fim do dia.

A fotografia que se segue é do meu primeiro falso direto, com a minha primeira entrevistada, este momento aconteceu em Famalicão, precisamente no dia da reportagem expressa em anexo (anexo IV). O repórter de imagem foi o Manuel Salselas, uma figura importante no decorrer do meu estágio, devido aos conselhos que me deu. Neste momento estava bastante nervosa e com pouco “a vontade” com a câmara e o microfone.



Figura 12: Primeiro Falso Direto

Fonte: RTP

Ao longo do estágio surgiram outras oportunidades, nas fotografias que se seguem estão alguns dos momentos em que gravei falsos diretos.



Figura 14: Falso Direto no Festival das Francesinhas

Fonte: RTP



Figura 13: Falso Direto no Canil da Maia

Fonte: RTP



Figura 15: Falso Direto na Feira do Livro

Fonte: RTP

Os falsos diretos devem ser bem preparados e estudados, a informação deve estar decorada em forma de tópicos, o jornalista deve saber como quer começar, as perguntas que vai fazer ao entrevistado e a maneira como irá terminar. Paralelamente a isto, é importante estar confortável com a câmara e o microfone, pois são adereços que embora pareçam insignificantes, assumem um grau de extrema importância.

Todo o meu estágio foi passado maioritariamente em reportagens no exterior e na redação. Todas as pessoas com quem me cruzei me ensinaram e tiveram um papel

fundamental nos três meses de estágio curricular. Posto isto, as imagens seguintes são a representação de algum dos momentos vividos em reportagem.



Figura 16: Reportagem no Mosteiro de Arouca

Fonte: RTP



Figura 17: Reportagem sobre STCP

Fonte: RTP



Figura 18: Reportagem Portugal Direto no Mosteiro de Arouca

Fonte: RTP

A figura 8 é uma representação do fecho do jornal, esta imagem mostra o fim de uma etapa, o estágio curricular, e o culminar de sentimentos, para além do nervosismo estava realizada e feliz.

A preparação do meu jornal, nas vésperas de ser gravado e após ter todas peças feitas e editadas, começou pelo alinhamento, onde foi possível escolher as notícias que compunham o jornal e estruturar todo o alinhamento. Assim, o jornal começou com dois *off's* (notícias curtas, onde o jornalista não tem informação para editar uma peça, ou últimas horas, as imagens que estão a ser transmitidas aquando à leitura dos *off's*, é feita por um jornalista de redação, no caso do jornal de estágio, foram editadas por mim), em seguida estão dispostas as peças editadas ao longo dos três meses e o falso direto. O jornal teve peças de todas as áreas (política, economia, desporto, internacional, sociedade e cultura) e o falso direto foi gravado em dia de eleições, representado na fotografia abaixo (Figura 9).



Figura 21: *Pivot VS Falso Direto*
Fonte: RTP

Os *Pivots* foram escritos diretamente no alinhamento, bem como os *off's*, os títulos e subtítulos. Em baixo podemos ver, nas fotografias (Figuras 10 e 11), aquilo que são os títulos e subtítulos. Os títulos descrevem o tema da notícia, os subtítulos acrescentam informação aquilo que é dito pelo *Pivot* e no título



Título

Figura 22: Título

Fonte: RTP



Título

Subtítulo

Figura 23: Título e Subtítulo

Fonte: RTP

O vídeo completo do jornal está em anexo (Anexo 14), e nele podem ser analisados a escrita e a leitura dos textos do *Pivot*, as edições dos *off's*, e as peças completas. Para além disso é a representação visual de três meses intensivos de estágio.

Reflexão Final

A vida é uma compilação de momentos positivos e negativos, mas que têm como intuito ajudar e ensinar a crescer, quase como nos livros de histórias infantis, onde no final existe sempre camuflada a moral do conto e aquilo que, de bom, se deve reter.

Os três anos na cidade dos 5f's (farta, fiel, fria, formosa e forte) foram de estudo, mas também de folia, aproveitar a vida académica da melhor forma e assumir o estatuto, pré-concebido pela sociedade, de adulta é ter que escolher prioridades e gerir, da melhor forma, o tempo disponível. No decorrer destes anos, o curso de Comunicação e Relações Públicas cedeu conteúdos relevantes tanto a nível profissional como a nível pessoal. Ambos os conceitos assumem um caráter essencial para o ser humano e para a vida. Ao longo do estágio curricular foi possível verificar que os valores humanos são extremamente importantes para os profissionais de jornalismo e para a sua autorrealização.

O estágio curricular não se trata apenas de uma preparação para o mercado de trabalho, mas caracteriza-se sim, por ser uma alavanca importante e capaz de inserir um cidadão ao mundo de trabalho, preparando-o para todas as adversidades, sejam elas profissionais ou pessoais. É difícil manter a distância da vida pessoal, mais ainda quando se trata de uma profissão que coloca os próprios valores em questão todos os dias, mas é essencial separar os dois mundos, uma vez que esta divisão permite ao jornalista estar completo e realizado.

A Rádio e Televisão de Portugal caracteriza-se por receber os estagiários de forma calorosa e bastante profissional. Esta não foi uma exceção, para além de encontrar jornalistas atenciosos, eles mostraram-se, também, predispostos a ajudar e a ensinar. É importante referir que foi uma segunda escola. Todavia, os três meses de estágio foram um aglomerado de momentos mais e menos positivos. Ser jornalista é estar disposta a tudo, aprender e saber de tudo um pouco, pesquisar e referir todas as fontes, analisar as várias perspetivas e ser imparcial a todos os temas retratados. Estas características não são regra e nem todos os jornalistas as seguem. Numa redação existem várias personalidades e vários exemplos de profissionais, nem sempre estamos de acordo com determinadas atitudes ou ações.

Refletir na nossa autorrealização enquanto jornalista é importante para manter, não só o foco, mas também o empenho e a vontade de ser melhor todos os dias. Não é fácil estar num mundo mais exposto às críticas e onde ser o melhor nem sempre é o suficiente. Para

além de contactar com pessoas mais reservadas e com menos vontade de ajudar, é também viver com outras cujo adjetivo se trata da inveja. No entanto, é de realçar que, de facto, foram mais os jornalistas que estiveram sempre predispostos a ajudar, a tirar dúvidas e a ensinar.

Em modo de conclusão, deixo a minha nota de agrado à estrutura do curso de Comunicação e Relações Públicas, todas as unidades curriculares foram relevantes pra o estágio. Algumas tiveram influência direta como o caso das unidades curriculares voltadas para a comunicação (jornalismo, edição e tratamento de imagem e rádio). No entanto todas as outras serviram de estrutura, uma vez que a área do jornalismo está em contacto direto com as relações públicas e os assessores e, deste modo é importante ver e saber a posição de cada um ocupa no meio. Contudo, gostaria, ainda de deixar uma mensagem de melhoria ao curso que frequentei. Apesar de se tratar de uma licenciatura bastante prática e completa. A vertente comunicativa, após findarem os três anos, tem como opção de trabalho, o jornalismo, e por isso deve ser explorada de forma diferente. Poderiam existir unidades curriculares direccionadas para a televisão, algumas das sugestões passam por: acrescentar um outro contacto com o Operador de Câmara e o estudante para além de gravar e editar, faria também ele de *pivot*; criar notícias televisas; criar notícias de rádio; aprender a aceder às agências que fornecem a informação para os meios sociais.

Bibliografia

- Análise SWOT: o que é e para que serve?* . (06 de março de 2017). Obtido de Economias:
<https://www.economias.pt/analise-swot-o-que-e-e-para-que-serve/>
- Caetano, J., & Rasquilha, L. (s.d.). *Gestão da Comunicação*. Quimera.
- Cardoso, M. C. (2005). *A Sociedade em Rede Do conhecimento à Acção Política* . Centro Cultural de Belém: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).
- Castro, J. A. (s/ d). *Hino de Gaia* [D. J. Pereira gravado]. Porto, Portugal.
- Chambel, M. J., & Curren, L. (2008). *Psicologia Organizacional*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Closs, D. (Fevereiro de 2019). *Missão, Visão e Valores de uma Empresa- Conceitos, Exemplos e Como Comunicar*. Obtido de Endomarketing.tv:
<https://endomarketing.tv/missao-visao-e-valores/#.XcMDgzP7TIW>
- Cristo, D. (2005). *A Rádio Em Portugal e o Declínio do Regime de Salazar e Caetano (1958-1974)*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- Dicionário Financeiro. (s.d.). *Missão, Visão e valores de uma empresa*. Obtido de Dicionário Financeiro: <https://www.dicionariofinanceiro.com/missao-visao-valores/>
- Dicionário infopédia da Língua Portuguesa*. (2003-2019). Obtido de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Jornalismo>
- Dondis, D. A. (2003). *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito .
- González, P. P. (2010). *Teoría y Práctica de la Publicidad Impresa*. València : Campgràfic.
- Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Grafismos>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Input>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/know-how?express=KnowHow>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Off>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Output>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/pivot>

Infopedia.pt (2019). Infopedia. Consultado a 20 de novembro de 2019, em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Reportagem>

Itten, J. (2002). *Arte del Color*. Editorial Limusa, S.A. .

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Lindon et al. (1999). *Marcator XXI- Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote.

Marioka, A. (2006). *Color Design*. Rockporr Publishers INC.

Peón, M. L. (2001). *Sistemas de Identidade Visual*. Rio de Janeiro: 2AB.

Que deveres têm os serviços públicos para com os seus utentes? (12 de novembro de 2019). Obtido de Direitos e Deveres dos Cidadãos: <https://www.direitosedeveres.pt/q/o-cidadao-o-estado-e-as-instituicoes-internacionais/servicos-publicos/que-deveres-tem-os-servicos-publicos-para-com-os-seus-utentes>

Rádio e Televisão de Portugal . (s.d.). *História*. Obtido de Rádio e Televisão de Portugal : <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/historia/>

Rádio e Televisão de Portugal. (s.d.). *Código de Ética* . Obtido de http://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/codigo_etica.pdf

Rádio e Televisão de Portugal. (s.d.). *Com os olhos Postos no Futuro*. Obtido de Projeto Estratégico RTP 2018/2020: <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/5f2/5f2d4699d08b425d7548b4a1fce9b39b1.pdf>

Rádio e Televisão de Portugal. (s.d.). *Missão*. Obtido de Rádio e Televisão de Portugal: <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/missao/>

Ruiz, J. C. (02 de novembro de 2019). *Si no verificas no es periodismo*. Obtido de EL Día.ES: <https://www.eldia.es/opinion/2019/11/03/verificas-periodismo/1021777.html>

Terence, A. C., & Filho, E. E. (2015). As Particularidades das Pequenas Empresas no Planamento Estratégico: A elaboração de um Roteiro Prático. Em *ANAIS DO II EGEPE* (pp. 592-602). Londrina.

Wheeler, A. (2008). *Design de Identidade da Marca*. Porto Alegre : Bookman.

Wheeler, A. (2018). *Diseño de marcas*. Madrid: espaciodesign.



ANEXOS

Lista de Anexos

Anexo I- Plano de Estágio

Anexo II- Estrutura Organizacional

Anexo III Comunicação Externa

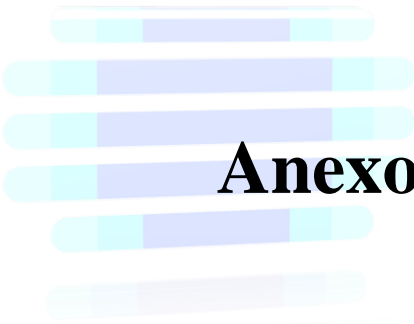
Anexo IV- Press- Release

Anexo V- Informação enviada pela Agenda ao Jornalista




Anexo VI- Alinhamento do Jornal da Tarde 2019-11-07 = 10:20h

Anexo VII- Alinhamento do Jornal da Tarde 2019-11-07 = 13h

Anexo VIII- Exemplo dos documentos enviados pelas Agência- Agência Lusa



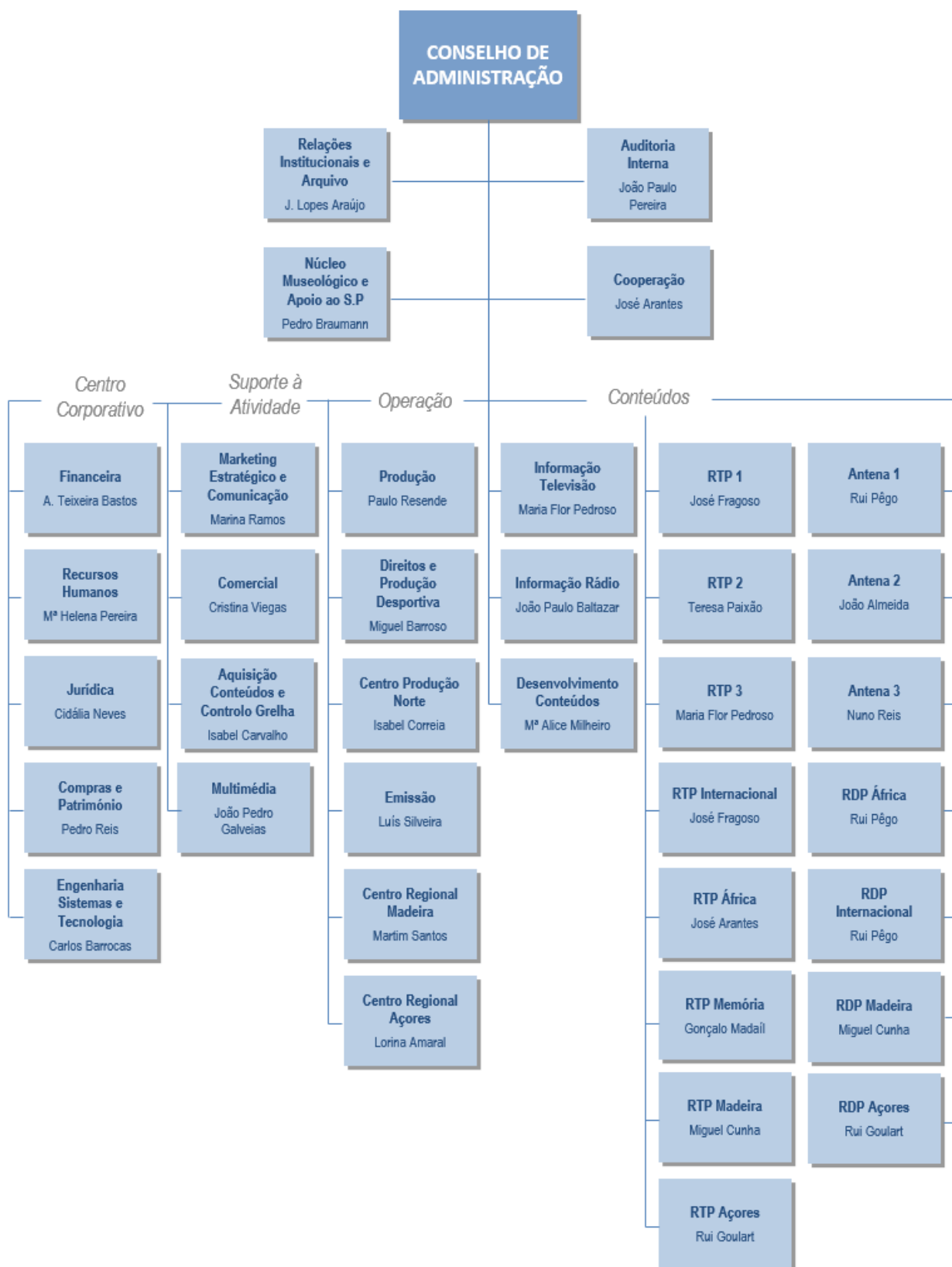
Anexo I: Plano de Estágio

	PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.03 Ano Letivo ____/____																														
Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.																																
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Escola:</td> <td><input type="checkbox"/> ESECD</td> <td><input type="checkbox"/> ESS</td> <td><input type="checkbox"/> ESTG</td> <td><input type="checkbox"/> ESTH</td> </tr> <tr> <td>Tipologia:</td> <td><input type="checkbox"/> Curricular</td> <td><input type="checkbox"/> Extracurricular</td> <td><input type="checkbox"/> Outra</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Outros _____</td> </tr> <tr> <td>Informação adicional (se aplicável):</td> <td colspan="4">_____</td> </tr> <tr> <td>Designação:</td> <td colspan="4">_____</td> </tr> <tr> <td>Ano curricular:</td> <td>_____</td> <td>Semestre:</td> <td>_____</td> <td> <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período </td> </tr> </table>			Escola:	<input type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH	Tipologia:	<input type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outra	_____		Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Outros _____				Informação adicional (se aplicável):	_____				Designação:	_____				Ano curricular:	_____	Semestre:	_____	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período
Escola:	<input type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH																												
Tipologia:	<input type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outra	_____																												
	Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Outros _____																															
Informação adicional (se aplicável):	_____																															
Designação:	_____																															
Ano curricular:	_____	Semestre:	_____	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período																												
1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES																																
Estudante: <u>Andara Teixeira Lopes</u> N.º de estudante: <u>5100821</u> Docente orientador(a): _____ Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Fátima Garcia</u>																																
2. PLANO DE TRABALHO																																
<p>1. Apresentação e introdução ao funcionamento da redação passagem breve por vários setores importantes para um jornal televisivo (coordenação do jornal, acompanhamento do trabalho de piloto, produção de informação, agenda)</p> <p>2. Primeiro contacto com processo de elaboração de notícias televisivas contacto com uma das agências noticiosas, acompanhamento da elaboração de texto noticioso, acompanhamento de reportagens no terreno, acompanhamento de edição de peças</p> <p>3. Prática Surtos (acompanhados) para reportagens; Peças de textos no terreno; edição de peças televisivas. Prática de falsos directos; Prática de entrevistas no terreno Elaboração de jornal de fim de estágio (escolha das reportagens, criação de conteúdos, textos de piloto e gravação de notícias (simulação de jornal televisivo em directo))</p>																																
3. ASSINATURAS																																
O(A) Estudante _____ <u>Andara Lopes</u> <small>(Assinatura)</small>	O(A) Docente Orientador(a) _____  <small>(Assinatura)</small>	O(A) Supervisor(a)/Tutor(a): _____  <small>(Assinatura e rubrica)</small>																														



Anexo II: Estrutura Organizacional

Organograma da RTP



Fonte: Site da RTP: <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/organograma-2/>



Anexo III: Comunicação Externa

Comunicação Externa

RTP.pt



Media.rtp.pt



RTP Play



Arquivos.rtp.pt



Aplicações Moveis RTP

RTP Play



RTP Notícias



RTP Arquivos



RTP ZigZag





Anexo IV: *Press- Release*

Anexo VII

Untitled

Press- Release

ARTE | CULTURA | SOCIEDADE

FAMALICÃO: 60 CRIANÇAS VÃO VIVER QUATRO SEMANAS EM RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS PARA POTENCIAR A CRIATIVIDADE E CAPACIDADES ARTÍSTICAS

ARTcamp 2019 começa este domingo, dia 7, e estende-se até 31 de Junho, com múltiplas atividades assentes num conceito de vocação pedagógica, aliando a educação artística ao lazer e diversão.

Famalicão, 04 de julho de 2019 – É já neste domingo, dia 7, que arranca em Vila Nova de Famalicão a edição de 2019 do ARTcamp, um projeto inovador no campo da educação artística em Portugal que, até 31 de julho, vai acolher um residências artísticas instaladas numa quinta na freguesia de Requião, um total de 25 crianças, do 7 aos 13 anos de idade, para potenciar a criatividade, a expressão individual e a capacidade de representação gráfica.

Da autoria do centro artístico ‘ A Casa ao Lado’, o projeto assenta num conceito de vocação pedagógica que, através de diferentes formas de expressões artísticas, pretende estimular a capacidade de inovar, experimentar e criar dos mais jovens, aliando o processo de educação artística ao lazer e diversão.

“O programa de ARTcamp 2019 vai ocupar estas crianças durante as manhãs, tardes e inícios de noite, introduzindo a experimentação de atividades tão diversas como a produção de cinema de animação, pintura de murais, modelação de peças em barro, escultura em gesso, azulejaria, pirogravura, entre outras, mas sempre numa lógica aplicada à arte urbana” explica Joana Brito, diretora artística d 'A Casa ao Lado'.

A mesma responsável acrescenta que “os materiais didáticos a utilizar nas diversas atividades terão de ser recolhidos pelas próprias crianças que, sobre monitorização, vão sair da quinta, percorrendo um trilho de geocaching, à descoberta dos elementos que vão trabalhar durante a semana”.

Recorde-se que 'A Quinta da Casa', o espaço onde vai decorrer o ARTcamp 2019, é também um local onde, desde o passado dia 1 de Abril, abriu portas o Labirinto das Artes, um projeto com vida os visitantes a dar a “volta ao mundo” da História do Grafismo, ao longo de 10 salas em forma de labirinto criativo, proporcionando uma viagem por diferentes épocas – deste a arte rupestre até à arte do século XXI - , conhecer costumes e descobrir técnicas guardadas como segredo durante séculos.

“Muitas das atividades do ARTcamp 2019 vão estar ligadas ao labirinto das artes e à representação gráfica, como a construção da maquete de uma caverna alusiva ao paleolítico, a pirogravura em muro de madeira de figuras da Grécia Antiga, a escultura em gesso de bustos alusivo à Antiga Roma ou a gravura em placas de cera de iluminuras medievais”, conta Joana Brito.

Regira-se que, além do conjunto de atividades artísticas a decorrer na 'Quinta da Casa', o programa do ARTcamp 2019 prevê ainda visitas ao Museu do Vale do Côa e ao Núcleo de Arte Rupestre de Penascosa, ambos em Foz Côa, ao Mosteiro de São Martinho de Tibães, em Braga, e ao Núcleo de Arqueologia de Famalicão.

DOWNLOAD DO PRESS-RELEASE EM FORMATO EDITÁVEL (WORD):
em anexo;

LINK PARA DOWNLOAD DE FOTOGRAFIA: em anexo;

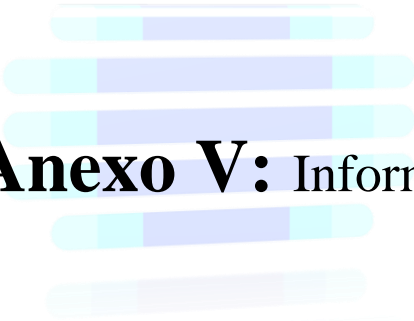
LINK PARA VÍDEO/PROMO ARTcamp: <https://www.youtube.com/watch?time_continue=12&v=fb_eIFtcBnk>

Press Contacts:

Francisco Quintas Serrano News@Work

M.+351 916 669 291

E. fqs@newsatwork.pt



Anexo V: Informação enviada pela Agenda ao

Jornalista

Anexo VI

Data	
Título	New Row 40 Paula Jorge
Sumário	<p>A Suíça será o próxima destino de João Pedro Freitas, aluno de Ent'Artes – Escola de Dança! O jovem bracarense tem sido notícia nos últimos 4 anos devido ao seu fantástico percurso no mundo do ballet! Durante a sua formação na escola de dança bracarense, foram várias as competições internacionais e nacionais em que o jovem se apresentou tendo, em todas elas, sido premiado na categoria de solista. É de destacar, de entre os vários prémios já alcançados, a medalha obtida nas grandes finais do Youth American Grand Prix, em Nova York, em 2018. Prestes a completar 14 anos, João Freitas tem já os seus objetivos bem definidos! Foi no concurso internacional de bailado do Porto, em abril deste ano, que o seu talento voltou a saltar à vista tendo-lhe sido atribuída uma bolsa de estudos completa, e até 2022, para a Ballett Schule Theater Basel na Suíça. # contacto no local Diana Sá Carneiro 964693247 ####CONFIRMADO</p>
Hora	10:30
Local	Braga/Ent'Artes-Escola de Dança (R. Costa Gomes, Real)
Jornalista	
Jornalista	
Rádio	
Jornalista	Raquel Gomes (SSC) – vai tb a estagiária Andreia Lopes
TV	(FMF)
Programa	
Status	
Confirmado	
Reporter	Pedro Amarajás
Imag	
Hora saída	9:30

Hora Chegada	
Cassetes	
Modificado por	Fátima Faria
Última Modificação	12:00:00
Produção	
Obs	



Anexo VI: Alinhamento do Jornal da Tarde

2019-11-07 = 10:20h

Anexo III

A1- Diretos JT

A2- Síntese 12.59.04

B0- Genérico Inicial

B1- Relatório de Saúde

B2- Medicamentos Inovadores

B3- Ministra da Saúde

B4- Cola Promo 1 – bebé Gaia

B5- >>>Palco Retrato

B6- Cola Retrato Potugal

B7- Cadeia de Santa Cruz Bispo

B8- OFF bebé droga Gaia

B9- Cola Promo 2 Grécia Mau Tempo

B10- António Costa Visão

B11- Jantar Deputados PS

B12- GE Pedro Nuno Santos

B13- Reportagem Debate

B14- OFF Resgate Gerês

B15- >>> Direto Algarve???

B16- Operação Pégaso´

B17- OFF Corrupção Braga

B18- Cola Boca Artur Marques

B19- Cola Promo 3 – Benfica

B20- Mortos Grécia

B21- Morte Lambert

B22- Tensão Estreito Ormuz

B23- Protestos Brasil

B24- OFF Comboio Paquistão (acidente)

B25- EUA Jeffrey Epstein

B26- Cola Promo 4

B27-Pivot lança INTERVALO

C0- Intervalo

C1- P6 Estúdio

C2- Benfica x Anderlecht

C3- Homenagem Jonas

C4- Boca Salvio

C5- Sporting Manhã

C6- Rapperswill x Sporting

C7- Boca Adjunto Sporting

C8- FC Porto Luís Díaz

C9- Académico de Viseu

C10- Boca Cajuda sobre Viseu

C11- Boca Carvalhal-Rio Ave

C12- Campeãs do Mundo

C13- >>> Pica Direto Tour

C14- OFF Medalhas Universíadas

C15- OFF GYMNAESTRADA

C17- Racing Days

C18- Cola Promo 5- Serralves

C19- >>> Direto Algés- Nós Alive

C20- Marionetas

C21- Coleção 30 anos Serralves

C22- Despedida

C23- Plano Final- Ficha Técnica

C24- Cartão Ajuda

C25- Cartão 1

C26- Cartão 2

C27- Cartão 3

C28- Cartão 4

D0- Saída >>>> 14:10h

Z1- António Costa Visão

Z2- Bocas Neto e Varanidades

Z3- Boca Proença sobre Viseu

Z4- Boca Tiago João Félix

Z5- Embargos

Z6- HD 38 Neutros

Z7- Cartões + Cenários

Z8- HD'S Programas



Anexo VII: Alinhamento do Jornal da Tarde

2019-11-07 = 13h

Anexo IV

A1- Diretos JT

A2- Síntese 12:59:04

B0- Genérico Inicial

B1- Relatório de Saúde

B2- Boca REAX Ministra

B3- Medicamentos Inovadores

B4- REAX Saúde

B5- Ministra da Saúde

B6- Cola Promo 1- bebé Gaia

B7- OFF Militares no terreno

B8- OFF resgates Gerês

B8- Operação pegaso

B9- Cadeia Santa Cruz Bispo

B10- OFF bebé Droga Gaia

B11- OFF corrupção Droga

B12- Cola Boca Artur Marques

B13- Cola Promo 2 Grécia Mau Tempo

B14- OFF Maré Calma

B15- Jantar Deputados PS

B16- GE Pedro Nuno Santos

B17- Reportagem Debate

B18- Palco Retrato

B20- Cola Retrato Portugal

B21- Cola Promo 3- Sporting

B22- Mortos Grécia

B23- Morte Lambert

B24- Cola Promo 4- FC Porto

B25- PIVOT lança Intervalo

C0- Intervalo

C1- PG estúdio

C2- Protesto Brasil

C3- OFF tensão estreito Ormuz

C4- Boca Londres

C5- EUA Jeffrey Epstein

C6-Acidentes Paquistão

C7- Taxa França

C8- Cola Prono Serralves

C9- Benfica x Anderlecht

C10- Homenagem Jonas

C11- Sporting manhã

C12- Rapperwill x Sporting

C13- Boca Neto e Varandas

C14- OFF Varandas e Infantino

C15- FC Porto

C16- Pica TOUR volta

C17- OFF Medalhas universiadas

C18- OFF gymnaestrada

C19- >>> Direto Alges Nos Alive

C20- Boca conselho de Ministros

C21- Coleção Serralves

C22- Despedida

C23- Ficha Final *Ficha Técnica

C24- Cartão Agenda

C25- Cartão 1

C26- Cartão 2

C27- Cartão 4

C28- Cartão 5


D0- Saída >>> 14:10h

Z1- Boca Conselho de Ministros

Z2 Boca Adjunto Sporting

Z3- Embargos

Z4- HD 38 Neutros



Anexo VIII: Exemplo dos documentos
enviados pelas Agência- Agência Lusa

Anexo VIII

Lusa URGENTE OE2018: Défice revisto em baixa uma décima

11:16:09 0:

NewsSubjects: - Economia, Negócios e Finanças - Política – Macroeconomia – Estatísticas (Economia) – Orçamento do Estado e impostos – finanças públicas – governo

URGENTE/OE2018: Défice revisto em baixa uma décima para 0,4% do PIB

Lisboa, 23 set 2019 (Lusa) – O Instituto Nacional de Estatísticas (INE) reviu hoje em baixa o défice orçamental de 2018, de 0,5% para 0,4% de Produto Interno Bruto (PIB).

DF // CSJ

Lusa/ fim



APÊNDICES

Lista de apêndices

Apêndice I- Reportagem Brexit - Internacional

Apêndice II-- Reportagem Apresentação do Programa Eleitoral do PAN - Política

Apêndice III - Reportagem PME - Economia

Apêndice IV-Reportagem Doseador de Sal – Sociedade

Apêndice V - Reportagem FCPorto – Desporto

Apêndice VI - Reportagem Graça Morais – Cultura

Apêndice VII - Reportagem Teatro – Cultura

Apêndice VIII – Jornal – Vídeo



Apêndice I: Reportagem Brexit - Internacional

Apêndice 1

Brexit- Internacional

<TEXTO>

Já falta pouco para o dia 31 de outubro... E o acordo de saída da União Europeia ainda está longe.

Após 5 semana de férias, os deputados regressam ao trabalho... Boris Johnsons reuniu o governo de surpresa e anunciou que não vai pedir uma nova extensão do prazo a Bruxelas.

VIVO BORIS#####

O parlamento prepara-se para negociar o adiamento e há quem fale da hipótese de uma coligação entre os trabalhistas e 20 deputados não alinhados do partido conservador.

Jeremy Corbyn pede um adiamento para 30 de janeiro e insiste em eleições antecipadas.

VIVO JEREMY#####

Esta será a semana do Tudo ou Nada. As possibilidades são imensas.

Boris Johnson poderá conseguir um acordo que o parlamento aprove...


.... Ou uma autorização dos deputados para sair da União Europeia sem acordo...

Em último caso, o líder do partido conservador, teria que mudar de ideias e pedir um novo adiamento do Brexit ou convocar eleições antecipadas.

A União Europeia prepara-se para todos os cenários.

Caso o Reino Unido saia sem acordo, Bruxelas pode declarar o estado de desastre natural na União Europeia e desbloquear 500 milhões de euros...

Uma verba prevista para fazer face a terremotos, inundações ou incêndios... Mas que seria distribuída pelos Estados Membros mais afetados pelo Brexit.



Apêndice II: Reportagem Apresentação do
Programa Eleitoral do PAN - Política

Apêndice II

Apresentação do Programa Eleitoral do PAN - Política

<TEXTO>

A campanha começa daqui a 3 semanas e o PAN aponta as prioridades: saúde, educação e combate às alterações climáticas.

O porta-voz do PAN diz estar disponível a possíveis coligações

#####VIVO André Silva #####

O PAN quer melhores ligações ferroviárias em todo o país, mais verbas de orçamento para a cultura e maior investimento na agricultura biológica.

VIVO André Silva

Com a campanha eleitoral quase a começar o PAN continua sem se colocar em qualquer posição de esquerda ou de direita.

#####VIVO André Silva #####

O PAN prepara-se para fazer uma campanha eleitoral em transportes públicos ou de baixo consumo e com refeições com produtos sem origem animal.

(terminar com o vídeo da selfie)



Apêndice III: Reportagem PME - Economia

Apêndice III

PME- Economia

<TEXTO>

#####VIVO Fortunato Fernandes#####

Em Portugal, o sector têxtil e o sector do caçado estão indignados com a lei em vigor.

A legislação europeia criou 3 critérios a ter em conta para que uma empresa deixe de ser PME...

A empresa não pode ter mais de 250 trabalhadores,

Não pode ter um volume máximo de negócios superior a 50 milhões de euros

Ou uma faturação anual global superior a 43 milhões...

No entanto, apenas o número de trabalhadores é tido em consideração....

#####VIVO Cezar Araújo#####

A perda de competitivada nas empresas portuguesas é a princial consequência.

#####VIVO Luís Onofre#####

Os empresários já levaram o problema a instituições nacionais, ao governo e aos partidos políticos representados em assembleia.

O caso está agora em Bruxelas.

#####VIVO Cezar Araújo#####

Essa discussão ainda não tem data macada.



Apêndice IV: Reportagem Doseador de Sal -
Sociedade

Apêndice IV

Doseador de Sal - Sociedade

<TEXTO>

(Imagem a encher o saleiro)

#####VIVO Carla#####

Não tem fios, ou uma grande tecnologia, é apenas um saleiro inteligente.

Um projeto inovador e que poderá mudar os hábitos alimentares.

#####VIVO Carla#####

Um projeto que poderá ajudar a vida das famílias portuguesas....

#####VIVO Carla#####

(imagens)

#####VIVO Carla#####

A família da Almerinda foi das primeiras de 250 a testar este protótipo.

#####VIVO Almerinda#####

A dose correta de sal é agora um hábito e uma mais valia para a saúde.

#####VIVO Silvia#####

O projeto está ainda em fase de teste mas as investigadores acreditam que o saleiro inteligente poderá estar à venda em 2023.



Apêndice V: Reportagem FCPorto- desporto

Apêndice V

FCPorto- desporto

<TEXTO>

Ainda só se jogaram duas jornadas, mas o Futebol Clube do Porto conta com uma derrota frente ao Gil Vicente e o afastamento da Liga dos Campeões.

Pinto da Costa mostra descontentamento em relação ao calendário e não poupa críticas à Liga de Clubes.

#####VIVO Pinto da Costa#####

Sérgio Conceição prepara a equipa para a terceira jornadas, um clássico, num momento em que, para o treinador, o Benfica está confiante.

#####VIVO Sérgio Conceição#####

O treinador dos dragões tem duas baixas no plantel.

Sérgio Oliveira continua lesionado e Nakajima está no Japão a acompanhar o nascimento do filhos.

Ainda assim, Sérgio Conceição está positivo e confiante em relação ao jogo disputado na Luz.

#####VIVO Sérgio Conceição#####

O clássico Benfica- Porto tem pontapé de saída amanhã, às 19h.



Apêndice VI: Reportagem Graça Morais-
Cultura

Apêndice VI

Graça Morais- Cultura

<TEXTO>

As diversas interpretações da humanidade (...) o alerta das consciências (...)

#####VIVO1#####

Há uma necessidade em mostrar a alma das personagens, que a autora assemelha aos gafanhotos (:..)

#####VIVO2#####

A fragilidade da humanidade está, ainda, representada na alma das figuras presentes nos desenhos (...)

#####VIVO3#####

O desenho é também um refúgio aos ruídos que encontra na vida (...) A necessidade de transmitir, de forma inconsciente, aquilo que observa fazem com que esta seja uma série inédita (...)

#####VIVO4#####

Metamorfoses da Humanidade é uma seleção de 1 ano de trabalho (...) e pode ser visitada no Museu Soares dos Reis, no Porto, até ao final de Setembro.



Apêndice VII: Reportagem Teatro- Cultura

Apêndice VII

Teatro- Cultura

<TEXTO>

(começar com as imagens do Teatro)

É aqui , o Teatro Nacional São João que o diretor artístico Nuno Cardoso, realiza o desejo antigo de trazer ao palco um clássico na dramaturgia mundial.

O retrato feito por Georg Büchner de um período de instabilidade, revolta, convulsão e decomposição do povo francês, a revolução de 1794.

#####VIVO Nuno Cardoso#####

A vida de um político revolucionário, morto na guilhotina.

Danton, protagonizado por Albano Jerónimo, tem várias interpretações e rodeia-se por questões da atualidade.

#####VIVO Ator#####

13 atores em palco a representarem 40 personagens e a fragilidade de uma época. A mudança, as ideias levadas ao extremo, a coragem ou a grandeza humana... “A Morte de Danton” em cena até ao dia 29 de setembro.



Apêndice VIII: Reportagem Jornal

Apêndice VIII

Vídeo- nome: JornalEstAndFinalBpe 0810FD