

Relatório de Estágio

Duarte João Morgado Tomás

Comunicação Multimédia

dez | 2022

GUARDA
POLI
TÉCNICO



POLI TÉCNICO GUARDA

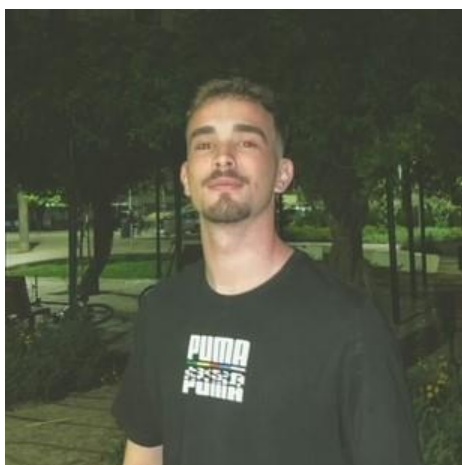
Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RELATÓRIO
PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM COMUNICAÇÃO
MULTIMÉDIA

Duarte João Morgado Tomás
dezembro / 2022

Ficha de Identificação



Nome: Duarte João Morgado Tomás

Nº de Aluno: 1701737

Instituição de ensino: Insituto Politécnico da Guarda

Escola: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Unidade Orgânica: Comunicação Multimédia

Orientador: Professor Doutor Vitor Manuel Gomes Roque

Entidade de estágio: FUEL TV

Morada: Ed.Prime, Av. Q.ta Grande 53, 2610-156 Amadora

Supervisor: João Nuno da Camâra Valente Perfeito

Grau Académico: Frenquência do 3º ano da licenciatura em Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa

Telefone: 918 407 448

E-mail: joao.valente@fuel.tv

Período de estágio: 19 de setembro a 25 de novembro

Horas: 400 horas

Agradecimentos

Primeiramente não poderia deixar de fazer os meus agradecimentos a todas as pessoas que me apoiaram nesta caminhada, e que me proporcionaram uma boa experiência.

Começar por agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda e à ESECD, pela oportunidade que tive em ser o primeiro estagiário no FUEL TV, bem como todo o suporte que me deram ao longo do decorrer da minha licenciatura.

A todos os docentes que me ajudaram, e apoiaram, sem eles não teria adquirido competências fundamentais. Através da experiência e do conhecimento deles, tornei-me uma pessoa muito mais preparada para o mundo profissional.

Ao professor Vitor Roque por me ter orientado durante estes meses do meu estágio curricular, bem como todo o suporte durante a realização do relatório.

Ao FUEL TV por me terem disponibilizado boas condições, um excelente ambiente de trabalho e principalmente pela oportunidade e o voto de confiança que me deram. A todas as pessoas que me ajudaram e me ensinaram, enriqueci bastante as minhas competências técnicas. Ao meu supervisor João Valente, por me ter integrado na empresa e por me ter dado todo o suporte necessário durante o estágio.

A todos os amigos que fiz na cidade da Guarda, sem eles este percurso não teria sido mágico. Conheci pessoas que irei levar para a vida e a essas só tenho a agradecer por todos os momentos felizes que vivi e que ficaram eternizados na minha memória.

Em último mas em especial à minha família, que mesmo estando longe me fizeram não perder o foco. Aos meus pais por me terem feito acreditar em mim próprio, sem eles nada do que estou a viver era possível, eles são o principal motivo de eu ter embarcado nesta aventura e não existem agradecimentos suficientes por toda a confiança depositada em mim.

Obrigado a todos!

Abstract

Este relatório foi realizado com o propósito de descrever o estágio curricular, inserido na licenciatura do curso de Comunicação Multimédia.

O relatório apresenta o descritivo de todas as atividades realizadas ao longo das 400 horas do estágio curricular, realizada na entidade FUEL TV, que é um canal de televisão de desportos de ação, que se encontra localizada em Alfragide, Lisboa.

Foram desenvolvidos essencialmente conhecimentos técnicos na área da pós-produção de vídeo e *metadata*.

O relatório contém dois capítulos, no primeiro descrevo a entidade e no segundo todos os projetos desenvolvidos durante o estágio.

Alguns dos projetos que efetuei no FUEL TV, foram a realização da *metadata* da série “*The Daily Habit*” que foi produzido pelo próprio canal. Criação e edição de vídeos para serem transmitidos no canal, como por exemplo *teasers* de programas, vídeos para as redes sociais, os vídeos dos atletas do *World Rookie Tour*, entre outros.

Também marquei presença num evento de surf e skateboard, o Board Market, do qual o FUEL TV foi *media partner* e que decorreu na Ericeira.

Consegui adquirir mais experiência e novos conhecimentos no *software Adobe Premiere*, bem como conhecimentos na área da comunicação e da *metadata*.

Palavras-chave: Desportos de ação, Pós-produção, Metadata, Teasers, Adobe Premiere

Índice Geral

Ficha de Indentificação	I
Agradecimentos.....	II
Abstract	III
Glossário de Termos Técnicos	VIII
Introdução	1
CAPÍTULO 1.....	1
1. A Entidade: FUEL TV	3
1.1. Serviços	4
1.2. Localização	5
1.3. Identidade Visual.....	6
1.3.1. Nome	6
1.3.2. Logótipo	6
1.3.3. Slogan.....	7
1.4. Estrutura Organizacional.....	7
1.5. Comunicação Organizacional	14
1.5.1. Comunicação Interna.....	15
1.5.2. Comunicação Externa	16
1.6. Análise SWOT	17
CAPÍTULO 2.....	3
2. Estágio.....	20
2.1. Plano de estágio.....	20
2.2. <i>Metadata</i>	21
2.3. Software	21
2.4. Atividades desenvolvidas.....	21
2.4.1. <i>Metadata</i> da série “The Daily Habit”	22
2.4.2. <i>Metadata</i> do “Master Content Library”	24
2.4.3. Promoção da série “Snowbound”	25
2.4.4. <i>Teaser</i> do primeiro episódio da série “Frequency”	26
2.4.5. Vídeo de destaque da “Rayssa Leal”	28
2.4.6. Vídeo de atletas do <i>World Rookie Tour</i>	30
2.4.7. Vídeo de parabéns ao Steve Caballero	32
Reflexão Final.....	34
Bibliografia	35
ANEXOS	

APÊNDICES

Índice de Figuras

Figura 1 - Logótipo FUELTV	3
Figura 2 - Plataformas de streaming	4
Figura 3 - Site do FUELTV+	5
Figura 4 - Edifício Prime.....	5
Figura 5 - Logótipo principal do FUELTV	7
Figura 6 - Logótipo versão horizontal.....	7
Figura 7 - Departamento Content.....	9
Figura 8 - Departamento Creative & Production	11
Figura 9 - Departamento de IT	12
Figura 10 - Departamento de Payout	13
Figura 11 - Departamento de Strategy & Marketing e Revenue	14
Figura 12 - Sala de convívio e de briefing	16
Figura 13 - Sala de reuniões.....	17
Figura 14 - Metadata "The Daily Habit"	23
Figura 15 - Grelha "The Daily Habit"	23
Figura 16 - "Master Content Library"	24
Figura 17 - Sequências de timeline do projeto Snowbound.....	25
Figura 18 - Timeline do projeto Snowbound	26
Figura 19 - Frame do primeiro episódio de "Frequency"	27
Figura 20 - Timeline do teaser do primeiro episódio de "Frequency"	28
Figura 21 - Rayssa Leal.....	29
Figura 22 - Timeline do vídeo da Rayssa Leal.....	29
Figura 23 - James Kanzler.....	30
Figura 24 - Evy Poppe.....	31
Figura 25 - Timeline do vídeo do atleta James Kanzler.....	32
Figura 26 - Timeline do vídeo da atleta Evy Poppe	32
Figura 27 - Steve Caballero.....	33
Figura 28 - Timeline do vídeo do Steve Caballero	33

Lista de Acrónimos e Siglas

SWOT – Strong, Weak, Opportunities, Threats

CEO – Chief Executive Officer

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

WRT – World Rookie Tour

Glossário de Termos Técnicos

Briefing – Reunião na qual se partilham instruções e informações para um determinado projeto ou contexto.

Frame – É uma imagem estática retirada de um projeto audiovisual.

Software – É um programa, que permite a interação de um ser humano com um computador.

Timeline – É a linha do tempo do *software*, onde se realiza a edição de vídeo ou áudio.

Streaming – É uma forma de distribuição digital.

Media partner – Um parceiro de mídia, têm o seu espaço de publicidade de algum evento ou projeto.

Glitch – Uma falha repentina de algum equipamento ou programa.

Teaser – É uma técnica usada em marketing, é uma prévia de algum tipo de conteúdo, com o objetivo de atrair o público.

Zoom – É alterar levemente um ângulo mais longe para um mais perto ou vice-versa.

Feedback – É a reação do recetor a mensagem partilhada pelo emissor.

Clip – Um excerto de um vídeo.

Vídeo – É a composição de uma sequência de *frames*.

Introdução

A realização deste relatório têm como finalidade a conclusão da unidade curricular do 3ºano, Estágio, inserido na licenciatura do curso de Comunicação Multimédia.

Sou o primeiro estudante do IPG a estagiar no FUEL TV, sempre foi o meu objetivo estagiar na área de edição e pós-produção de vídeo, e ter essa oportunidade num canal de televisão foi crucial para o meu desenvolvimento como profissional da área de multimédia.

O meu estágio decorreu entre 19 de setembro a 25 de novembro.

Realizei trabalho de metadata, onde inseri todos os dados necessários dos conteúdos transmitidos pelo canal, e aprendi a importância da mesma para a organização de toda a programação que é transmitida. Criei e editei vídeos para serem transmitidos no canal e vídeos exclusivos para as redes sociais.

O FUEL TV posiciona-se no mundo dos desportos de ação, é um canal de televisão bastante reconhecido e com muita história dentro desse mundo.

No primeiro capítulo irei descrever a entidade, a sua história, a estrutura da empresa, o escritório, os serviços, os seus valores, a sua missão, a sua identidade visual e finalizo com uma análise *SWOT*.

No segundo capítulo irei descrever todas atividades realizadas ao longo do estágio, que explico detalhadamente, nomeadamente a criação de *metadata* e edição de vídeo.

Por fim apresento uma reflexão final acerca da minha experiência de estágio, um balanço do que correu bem e do que poderia ter corrido melhor, e do impacto da mesma para o meu futuro profissional.



CAPÍTULO 1

A ENTIDADE DE ACOLHIMENTO

1. A Entidade: FUEL TV

O FUEL TV é um canal de televisão português presente em mais de cento e cinquenta países, posicionado no mundo dos desportos de ação. É o único canal focado nos desportos BMX, wakeboard, surf, skateboard, mountain bike, snowboard e ski. O canal transmite inúmeros programas, séries e filmes relevantes desta indústria, como também produz conteúdo exclusivo. Como diz o *slogan* do FUEL TV (Figura 1), “The Global Home of Action Sports”, ou seja a Casa Global dos Desportos de Ação, e por essa razão acompanham os maiores eventos e os melhores atletas. Desde entrevistas exclusivas a transmissão de campeonatos e eventos, o FUEL TV têm uma presença destacada no meio.



Figura 1 - Logótipo FUELTV

Fonte: Manual de normas FUELTV

O FUEL TV existe há dezanove anos e conta com um passado e uma história bastante feliz. Fundado em dois mil e três nos Estados Unidos da América, pela a empresa FOX, o FUEL TV rapidamente tornou-se bastante conhecido no mundo inteiro, em especial pelos amantes de desportos radicais. Em dois mil e sete, a empresa potuguesa Fluid Youth Culture chega a acordo com a FOX para representar o canal em Portugal. Em dois mil e catorze o canal é adquirido à FOX pela Fluid Youth Culture e desde aí o FUEL TV conta com presença em mais de cento e cinquenta países.

1.1. Serviços

O FUEL TV oferece aos seus parceiros um valor único de distribuição, pois alcança um público bastante vasto, derivado à sua presença em múltiplas plataformas de *streaming* (Figura 2), como por exemplo a NOS (canal cento e quarenta e cinco), Vodafone (canal quarenta e sete), MEO (canal cento e oito), entre outras plataformas.

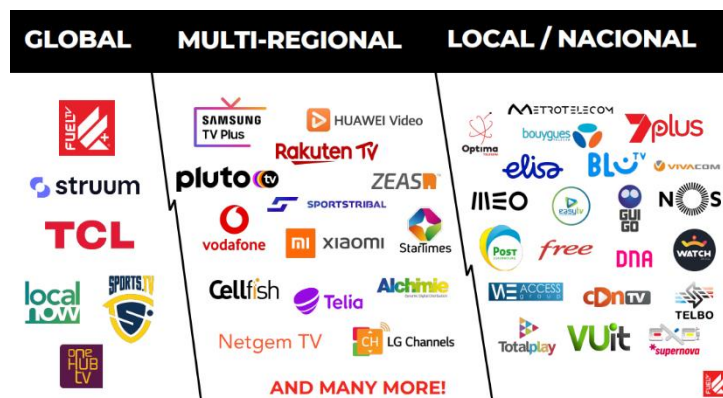


Figura 2 - Plataformas de streaming

Fonte: Manual de normas FUELTV

Para além de prestar serviços como *media partner*, o FUEL TV produz também conteúdo exclusivo.

O FUEL TV disponibiliza também uma subscrição paga, o FUEL TV+, que é um serviço *video on demand* que contém mais de duas mil horas de séries, filmes, eventos e muito mais do mundo dos desportos de ação. Com o FUEL TV+ os subscritores têm acesso a toda a biblioteca digital, sem os anúncios patrocinados (Figura 3).



Figura 3 - Site do FUELTV+

Fonte: Site do FUELTV+

1.2. Localização

A sede do FUELTV está situada na capital, Lisboa, na freguesia de Amadora. Os escritórios estão no sexto andar do Edifício Prime, localizado na Avenida da Quinta Grande em Alfragide. O Edifício Prime contém diversas empresas.



Figura 4 - Edifício Prime

Fonte: Bprime

1.3. Identidade Visual

A identificação visual é o conjunto de elementos gráficos, que permite ao público identificar a entidade, bem como o seus serviços, valores, significados e outros aspetos. Segundo Dowling (1994), a identidade visual contém cinco componentes: **nome, logótipo, símbolo, gama cromática e o slogan**. Nem todos as identidades visuais contém todos os componentes.

A identidade visual têm vários propósitos, de acordo com Vásquez (2007) os principais são: **identificação, diferenciação, associação e o reforço de imagem**.

Podemos afirmar que a identidade visual é dos aspetos mais importantes de uma empresa, pois é o conjunto dos vários elementos que vai permitir o reconhecimento e a visibilidade da entidade. É com esta identidade que a empresa consegue desenvolver um significado, e posicionar-se no mercado consoante os seus objetivos.

No caso do FUELTV, não existe uma análise do significado da identidade visual, por isso decidi realizar a minha própria análise.

1.3.1. Nome

O nome da empresa, a meu ver contém um significado muito específico. O nome “FUEL”, uma palavra inglesa cujo o significado em português é combustível.

Podemos fazer uma análise bastante precisa e clara, um dos desportos de ação, acompanhado pelo FUELTV é o motocross, logo é necessário combustível para as motas andarem. Ao vermos desta perspetiva, podemos usar a palavra combustível como uma metáfora para os outros desportos, ou seja, podemos equiparar a palavra a um sentimento, como por exemplo a adrenalina, coragem, foco, entre outros.

1.3.2. Logótipo

Existem duas versões do logótipo do FUELTV, a principal (Figura 5) e uma versão horizontal (Figura 6). A cor principal do logótipo é o vermelho, pois é uma cor associada ao perigo e à paixão, e ambos remetem aos desportos de ação visto que são desportos onde o risco de perigo é muito grande e quem pratica têm uma forte ligação com este mundo, já o símbolo e o *lettering* são brancos. Nunca se pode utilizar o símbolo ou o *lettering* separados. O símbolo é abstrato, ou seja, não têm um conceito concreto.



Figura 5 - Logótipo principal do FUELTV

Fonte: FUELTV



Figura 6 - Logótipo versão horizontal

Fonte: FUELTV

1.3.3. Slogan

O *slogan* do FUELTV é “The Global Home Of Action Sports”. O *slogan* refere a posição que o canal ocupa no mundo dos desportos de ação. O FUELTV é a casa global dos desportos de ação.

1.4. Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional de uma empresa é crucial para um bom funcionamento da mesma. Esta organização estrutural depende muito dos objetivos que a empresa pretende atingir. É a partir desta organização que se define os departamentos da empresa, quais serão as funções de cada colaborador, bem como a sua hierarquização para que seja possível uma interligação coerente nos processos da empresa.

O FUEL TV contém cinco departamentos principais: *Content, Events, Finance, Revenue, Creative & Production, Strategy & Marketing e Tech Ops*. O FUELTV conta com vinte e seis colaboradores dos diversos departamentos. O CEO da empresa é o Fernando Figueiredo.

Contudo dentro dos departamentos de *content*, *creative & production*, *strategy & marketing* e *Tech Ops*, existem departamentos com determinadas tarefas.

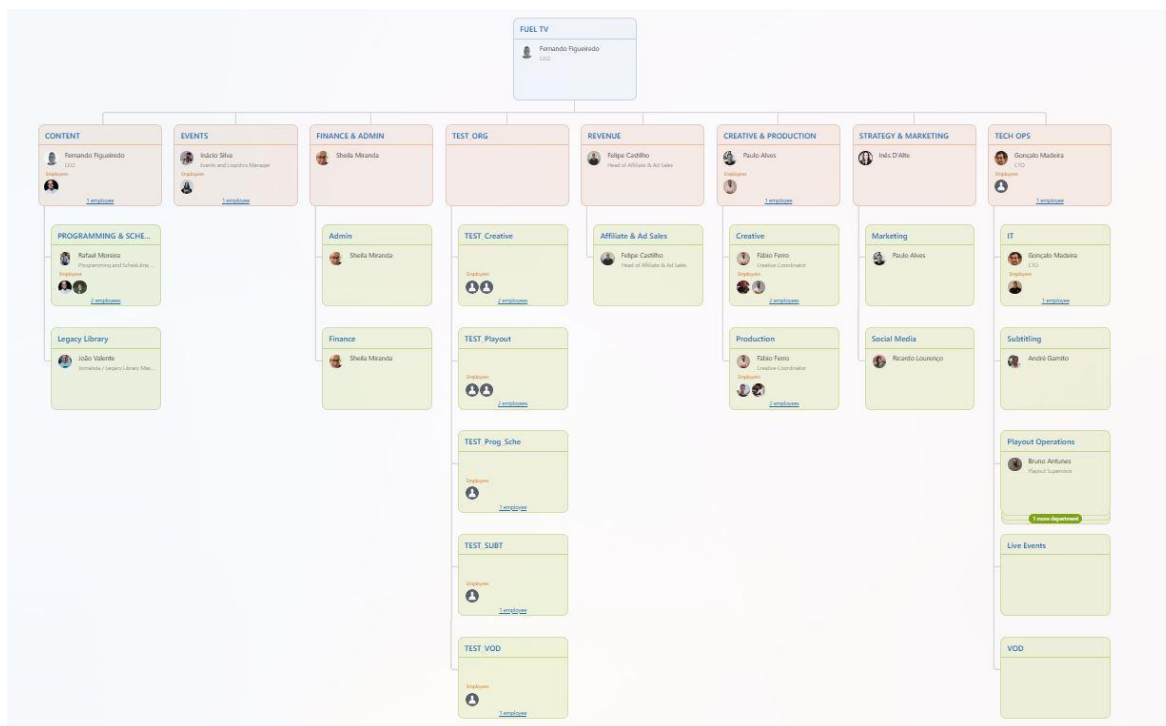


Figura 7 - Organograma FUELTV

Fonte: Registo Próprio

1.4.1. Departamento de *Content*

O responsável do departamento de *content* é o CEO da empresa, Fernando Figueiredo. É responsabilidade deste departamento controlar todo o conteúdo do canal. Dependente deste temos os departamentos de *programming & scheduling* e a *legacy library & journalism*.

Programming & Scheduling

O responsável é o Rafael Moreira. Neste departamento controla-se toda a programação do canal, o horário dos programas, o contacto com os parceiros de distribuição, entre outras tarefas.

Legacy Library & Journalism

O responsável é o João Valente. Neste departamento cria-se narrativas, sinopses, controla-se a biblioteca digital do canal, entre outras tarefas.



Figura 8 - Departamento *Content*

Fonte: Registo Próprio

1.4.2. Departamento de *Events*

Este departamento foca-se na realização de eventos. O responsável deste departamento é o Inácio Silva, e do qual faz parte também a Mariana Cardoso, ambos fazem parte da empresa de realização de eventos, Xtreme, que trabalha para o FUELTV, ou seja, têm o seu departamento fora dos escritórios do FUELTV.

1.4.3. Departamento de *Finance*

O responsável deste departamento é a Sheila Miranda, e do qual faz parte também o André Milho. Este departamento gere as finanças da empresa e realiza a faturação.

1.4.4. Departamento *Revenue*

O responsável deste departamento é o Felipe Castilho, e têm duas funções, de realizar vendas e aumentar as receitas da empresa.

1.4.5. Departamento *Creative & Production*

O responsável deste departamento é o Paulo Alves. Divide-se no departamento de *creative* e *production*.

Creative

O responsável é o Fábio Ferro, e faz parte o Fábio Carvalho que têm a função de designer gráfico e o Bruno Nunes, a função de designer de motion. Neste departamento realiza-se todo o trabalho de edição de imagem, vídeo, design gráfico e *motion*.

Production

O responsável é também o Fábio Ferro, e faz parte o Paulo Roque e o Tomás Borrvalho. Neste departamento realiza-se tarefas de filmagem, edição de vídeo, entre outras tarefas.



Figura 9 - Departamento *Creative & Production*

Fonte: Registo próprio

1.4.6. Departamento de *Tech Ops*

O responsável por este departamento é o Gonçalo Madeira. Neste departamento dá-se todo o suporte informático, e contém três departamentos.

IT

O responsável é o Gonçalo Madeira e faz parte o André Inácio. Neste departamento realiza-se todas operações das informações da empresa, bem como distribui a rede de computadores e resolve possíveis avarias em hardwares e softwares.



Figura 10 - Departamento de *IT*

Fonte: Registo Próprio

Subtitling

O responsável é o André Gamito, têm como função fazer a tradução e a legendagem de todo o conteúdo da empresa. O próprio trabalha em regime de teletrabalho.

Playout

O responsável é o Bruno Antunes e fazem parte o Guilherme Fragoso, Fábio Alberto, João Meireles, Rodrigo Pedro e o Gentil Rebelo. Neste departamento realiza-se a monitorização do canal, trabalham por turnos pois é necessário sempre que esteja alguém presencialmente no escritório. Realizam também relatórios sobre o conteúdo do canal e inserem a toda programação para ser transmitida com os horários definidos.



Figura 11 - Departamento de *Playout*

Fonte: Registo Próprio

1.4.7. Departamento de *Strategy & Marketing*

O responsável por este departamento é a Inês D'Alte. Neste departamento define-se a estratégia e os objetivos traçados para a fazer crescer a exposição da empresa. Divide-se em dois departamentos.

Marketing

O responsável é o Paulo Alves e faz parte o Ricardo Lourenço. Têm como objetivos estabelecer parcerias com parceiros de negócios, colocar a estratégia delineada em prática e desenvolver um plano.

Social Media

O responsável é o Kim Jansen e têm como tarefa gerir as redes sociais da empresa. Colocar posts, partilhar stories, e desenvolver um plano para crescer as redes sociais.

Para concluir, a empresa conta então com vinte e seis trabalhadores, todos com a sua função e departamento e que é crucial para o bom funcionamento da mesma, especialmente a comunicação entre os departamentos.



Figura 12 - Departamento de *Strategy & Marketing e Revenue*

Fonte: Registo Próprio

1.5. Comunicação Organizacional

Para que exista comunicação, têm de haver obrigatoriamente um emissor, um recetor, uma mensagem e um meio por onde se comunica. A comunicação é essencial à socialização e formação da sociedade.

A comunicação organizacional com todas as ações e processos realizados pela empresa ou entidade com o objetivo de reforçar a sua imagem junto do seu público (clientes, colaboradores, público-alvo, entre outros). Segundo Margarida Kunsch (2003, p.149), *“Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenómeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos.”*

Ainda de acordo com a mesma autora, a comunicação organizacional, divide-se em diferentes contextos: comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa. Podemos simplificar esta divisão em dois tipos de comunicação, a comunicação interna, que têm como recetor os colaboradores da organização, e a comunicação externa, que têm como recetor os seus clientes e todo o público externo. Na comunicação externa estão inseridas a comunicação institucional e mercadológica e na comunicação interna, estão inseridas a comunicação interna e administrativa. Segundo Dionísio (2004), “*a organização tem que saber motivar e envolver o público interno, para obter o sucesso ao nível do seu público externo. Os públicos internos são um meio de divulgação externa da imagem da organização, podendo atingir essa utilidade pela negativa se não forem envolvidos*”. Podemos concluir que sem uma boa comunicação interna, não é possível obter uma boa comunicação externa.

1.5.1. Comunicação Interna

A comunicação interna é uma área da comunicação integrada que foca-se nas ações dos colaboradores de uma entidade.

A comunicação interna do FUELTV é feita através de *e-mail* e reuniões. Cada colaborador têm o seu *e-mail* de empresa e a sua assinatura empresarial com os contactos e a função. Os departamentos comunicam entre si diariamente, para assegurar que a comunicação seja eficaz. Estas reuniões entre departamentos e entre responsáveis são bastante frequentes e importantes para definir objetivos e prioridades.

Um dos processamentos do FUELTV que torna a comunicação interna da empresa um dos seus pontos fortes é o *briefing* diário, que ocorre todos os dias às nove e meia da manhã, na sala de convívio (Figura 12). Durante o *briefing* cada colaborador informa as tarefas que têm para realizar, notícias do mundo dos desportos de ação, entre outras questões de trabalho.



Figura 13 - Sala de convívio e de *briefing*

Fonte: Registo Próprio

1.5.2. Comunicação Externa

A comunicação externa é toda a comunicação direcionada aos públicos externos de interesse da entidade.

A comunicação externa do FUELTV é feita através de reuniões, *e-mail*, e chamadas telefónicas. As reuniões com parceiros são normalmente feitas *online*, na sala de reuniões (Figura 13), visto que os mesmos se encontram fora do país. Estas reuniões são diárias, especialmente nos departamentos de *Strategy & Marketing*, *Revenue* e *Content*, onde garantem parcerias importantes para a empresa.

Para a comunicação com o público-alvo do FUELTV é usado as redes sociais da empresa, com foco principal no Instagram e Tik-Tok, mas também usam o Twitter e o Youtube.

Muitas vezes o FUELTV marca presença nos eventos em que é *media partner*, por isso muita da comunicação com o público externo é feito presencialmente. Especialmente o departamento de *Marketing*, visto que é este departamento que realiza os contactos com os parceiros de eventos.

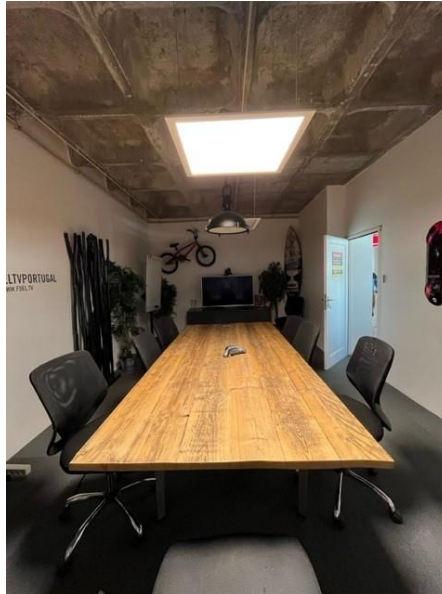


Figura 14 - Sala de reuniões

Fonte: Registo Próprio

1.6. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta prática de modelo avaliação. A sigla SWOT vêm das palavras, “*Strenghts*” (pontos fortes), “*Weaknesses*” (pontos fracos), “*Oportunities*” (oportunidades), “*Threats*” (ameaças).

Os pontos fortes e pontos fracos avaliam os fatores internos da empresa que ajudam a definir objetivos estratégicos, já as oportunidades e as ameaças avaliam os fatores externos, que ajudam a definir planos empresariais.

Definido o que é uma análise SWOT, na seguinte tabela 1, encontra-se a mesma para o FUELTV, que possibilita compreender melhor a situação atual da empresa.

Tabela 1 – Análise SWOT do FUELTV

Fonte: Registo Próprio

<i>Strenghts (pontos fortes)</i>	<i>Weaknesses (pontos fracos)</i>
<ul style="list-style-type: none">• Reconhecimento da empresa• Presença global• Comunicação interna• Parcerias• Excelentes condições de trabalho	<ul style="list-style-type: none">• Pouco investimento monetário em conteúdo• Recursos limitados• Falta de conteúdo exclusivo• Falta de colaboradores
<i>Oportunities (oportunidades)</i>	<i>Threats (ameaças)</i>
<ul style="list-style-type: none">• Crescimento das redes sociais• Crescimento do público jovem• Maior presença	<ul style="list-style-type: none">• Concorrência• Perder a interação com o público jovem

Os pontos fortes que identifiquei na empresa são o seu reconhecimento no mundo dos desportos de ação, derivado ao seu passado, o que facilita bastante no momento de realizar alguma parceria com outra empresa. O facto de estar presente em mais de cento e cinquenta países, faz com que o FUELTV tenha um serviço único para muitos parceiros devido a enorme rede de distribuição. Nos fatores internos, dois pontos muito fortes são a sua comunicação interna, visto que todos os colaboradores estão a par dos objetivos da empresa e que para todos os departamentos funcionarem bem é necessário uma comunicação constante entre eles. Outro ponto forte são as condições de trabalho que a empresa oferece, em particular ginásio no escritório para os colaboradores fazerem exercício. Já as oportunidades são o crescimento das redes sociais da empresa e do público jovem, visto que é o público mais jovem que têm uma maior presença nas redes sociais. Outra oportunidade é o aumento da nossa presença, especialmente em eventos, visto que o FUELTV cada vez

mais se associa como *media partner* a vários eventos culturais e do mundo dos desportos de ação.

Os pontos fracos da empresa devem-se muito ao facto de os recursos serem limitados, visto que a sede do FUELTV é em Lisboa e muito dos campeonatos e eventos serem realizados no estrangeiro, dificulta a criação de conteúdo exclusivo para o canal, limitando o FUELTV a trabalhar dentro do país. Outro ponto fraco é a falta de colaboradores para o trabalho realizado, é necessário a empresa contratar mais editores, para aliviar a carga de trabalho dos colaboradores da empresa bem como a oportunidade de realizar outros projetos. As ameaças focam-se essencialmente na concorrência de empresas que estejam sediadas em países com mais eventos e que tenham um maior investimento. Outra ameaça é a empresa perder o reconhecimento das gerações mais novas, visto que o FUELTV perdeu ao longo dos anos o enorme reconhecimento que têm no mundo dos desportos de ação, muito do reconhecimento vêm de atletas mais antigos que tiveram participações no canal e das pessoas que assistiam, quando este ainda era da empresa.



CAPÍTULO 2

O ESTÁGIO

2. Estágio

Para a conclusão da minha licenciatura em Comunicação Multimédia, foi necessário completar a unidade curricular de Estágio. O estágio serve para que o aluno tenha contacto com o mercado de trabalho e que desenvolva as suas capacidades em contexto de trabalho.

No meu caso, foi a segunda vez que realizei um estágio e posso dizer que, até à data, foi a melhor experiência profissional que tive. Consegui perceber como é trabalhar neste ramo, e adquiri também muita experiência.

Neste capítulo descrevo todas as atividades realizadas durante as quatrocentas horas do estágio curricular, na empresa FUELTV, localizada em Alfragide, Lisboa.

2.1. Plano de estágio

No início do meu estágio, foi definido o plano de trabalho juntamente com o meu supervisor João Valente.

Este plano descreve as tarefas que realizei, podendo realizar outros projetos consoante as necessidades da empresa. As tarefas foram definidas pelo o meu supervisor, mas realizei outros projetos a pedido dos departamentos de *Strategy & Marketing* e de *Creative & Production*.

As tarefas que foram inicialmente definidas são as seguintes:

- Realizar a *metadata* da série “The Daily Habit”
- Realizar edição de vídeo (redes sociais, promos)
- Inserir e realizar a *metadata* de todo o conteúdo do FUELTV e compreender esta área de *metadata*

Como referi, ao longo do processo de estágio, foram-me pedidas outras tarefas, em que algumas tinham prazo de conclusão.

2.2. Metadata

Como referi anteriormente, uma das tarefas solicitadas no início do estágio, foi realizar a *metadata* de conteúdos.

Para compreendermos o que é a *metadata*, é preciso primeiro entender o que é *data*. *Data* é um conjunto de valores que contém informação que descrevem quantidade, qualidade, estatísticas, entre outros fatores.

A *metadata* é a *data* que fornece informação sobre outra *data*. Existem vários tipos de *metadata*: *metadata* administrativa, *metadata* estrutural, *metadata* legal, entre outras. A *metadata* que me foi pedida é uma *metadata* descritiva, ou seja, é uma *data* que descreve informação sobre um recurso e é usada para identificar e localizar. Inclui elementos como: título, autor, palavras-chave.

A *metadata* é fundamental para a organização dos recursos, sem esta era impossível identificar ou localizar recursos ou informações necessárias.

2.3. Software

Para a realização das minhas tarefas foi disponibilizado o software necessário. O software que utilizei ao longo do estágio foi o *Adobe Premiere*, e o *Excel*. Para a criação e edição de vídeo utilizei o *Adobe Premiere*, para a realização da *metadata* dos conteúdos utilizei o *Excel*.

2.4. Atividades desenvolvidas

Como referi, vou descrever todas as atividades por mim realizadas no contexto de estágio no FUELTV. Foram estas atividades que me permitiram adquirir a experiência e os conhecimentos nas áreas de edição de vídeo e de *metadata*. Tudo o que me foi proposto foi concluído dentro dos prazos e com sucesso.

2.4.1. Metadata da série “The Daily Habit”

A primeira tarefa que me foi proposta pelo meu supervisor João Valente, foi a continuação da metadata da série “The Daily Habit” para ser entregue e disponibilizado pelo FUELTV. O “The Daily Habit” foi uma série produzida pelo FUELTV. É uma série televisiva com entrevistas e reportagens, que convidava personalidades do mundo do desporto de ação, do entretenimento e músicos. Foi uma das séries mais populares do canal, começou a ser transmitida em 2005 até ao seu final em 2011.

Antes do início do meu estágio, o meu supervisor, digitalizou todas as cassetes dos episódios da série e começou a fazer a metadata do programa. Quando eu entrei e me foi entregue essa tarefa, estavam realizadas as primeiras três temporadas.

A tarefa consistia em assistir a cada episódio e identificar vários campos para serem preenchidos no ficheiro de *Excel* da *metadata*. Alguns dos campos a preencher eram as sinopse do episódio (inglês), o *cast*, a modalidade do convidado, as marcas, entre outros campos.

Tinha um ficheiro de *Word* com as guias para me auxiliar a preencher os campos. Uma das dificuldades a que tive de ultrapassar foi a identificação de certos estilos de surf, skate, entre outros desportos de ação, o que por outro lado me fez adquirir bastante conhecimento destes desportos.

Esta tarefa levou pouco mais de um mês a ser concluída, e foram mais de quinhentos episódios dos quais efetuei a metadata.

Nas figuras 15 e 16 estão os dois ficheiros que usei para preencher a + da série.

Tags (Keywords)	General Gear	Brand logos	Country	Language	Cast	Creators / Producers / Writers
habit, dakota roche, pro BMX		Snickers (show sponsor), Levi's t-shirt, Volcom shirt, Lotek shoes,	USA	English	Dakota Roche, Keir Dillon, Jordan Morris, Carey	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro snowboard, Monster		Snickers (show sponsor), Monster cap, Motorhead t-shirt	USA	English	Nate Holland, Shaun Palmer, Keir Dillon, Say Hi	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surf, Jonathan, Joshua	Lightning Bolt	Snickers (show sponsor), Foo fighters t-shirt, Lightning Bolt t-shirts	USA	English	Jonathan, Joshua Paskowitz, Matthew	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skate, Kurtis Colamonic		Snickers (show sponsor), Famous t-shirt, Roxy surf collection, Volcom	USA	English	Kurtis Colamonic, The Sounds, Amanda	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surf, live concerts, music		Snickers (show sponsor), Hurley t-shirt, Nixon sweatshirt	USA	English	Timmy Curran, Chris Cote, Josh Landan	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, skateboard, Vans, brand		Snickers (show sponsor), Vans t-shirts, Vans shirt, Vans shoes	USA	English	Steve Van Doren, Chris Pastras, Tom Alva,	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, skateboard, Street Dreams,		Snickers (show sponsor), Monster t-shirt, DC cap, Nike SB cap	USA	English	Rob Dyrdek, Nino Scalia, Chris Zamascianyk,	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, O'Neill, Cory	O'Neill board short,	Snickers (show sponsor), O'Neill t-shirt, Lost t-shirt, O'Neill jacket,	USA	English	Cory Lopez, Chris Cote, Toby Bost, Ryan Divel,	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skateboard, Kyle Leeper,		Snickers (show sponsor), Quiksilver, Gatorade, Quiksilver shoes	USA	English	Kyle Leeper, Reese Forbes, Danny Garcia, Pat	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, skateboard, Sole Technology,		Snickers (show sponsor), Etnies t-shirt, Etnies X Thunder collab shoes	USA	English	Pat Parnell, Don Brown, Jordan Morris, JZ,	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, snowboard, Nate	Rusty shortboard	Snickers (show sponsor), Rusty t-shirt, Rusty surfboard	USA	English	Nate Yeomans, Travis Parker, Pat Parnell, Chris	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Blink-182, live		Snickers (show sponsor)	USA	English	Benji Weatherley, Jordan Morris, Blink-182, Pat	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skateboard, The Juan	Triple eight helmet	Snickers (show sponsor), Rockstar t-shirt, Rockstar cap, Hurley shirt	USA	English	Anthony Furlong, Jordan Morris, The Juan	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro snowboarder, Jordan	Vonzipper shades	Snickers (show sponsor)	USA	English	Nick Visconti, Jordan Morris, The Presets, Pat	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, pro skater, Koa		Snickers (show sponsor), Black Label Red Cross jacket, Rip Curl t-shirts	USA	English	Koa Smith, Alex Smith, Duane Peters, The	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro BMX rider, author, TJ Ellis,		Snickers (show sponsor), Monster cap and sweatshirt	USA	English	TJ Ellis, Norman Ollestad, Rick Thorne, Patt	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skate, Tony Hawk, Pat		Snickers (show sponsor), Quiksilver t-shirt	USA	English	Tony Hawk, Pat Parnell, Jordan Morris	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skate, Sergio Ventura, Jay		Snickers (show sponsor), Rockstar cap	USA	English	Sergie Ventura, Jay Reatard, Jordan Morris, Pat	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro snowboarder, Mark		Snickers (show sponsor), Alaskan t-shirt, Alaskan hoodie	USA	English	Mark Sullivan, Nik Perata, Edward Sharpe & The	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Gavin Beschen,		Snickers (show sponsor), Volcom t-shirt, Hurley t-shirt	USA	English	Gavin Beschen, Pat Parnell, Jessica Smith, Matt	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Garret McNamara,	High performance	Snickers (show sponsor), Sobie jacket	USA	English	Pat Parnell, Garret McNamara, Titus	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Derek Dunfee, Art		Snickers (show sponsor), Volcom t-shirt	USA	English	Pat Parnell, Derek Dunfee, Art Brut, Amanda	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfers, Pat Parnell, Brent		Snickers (show sponsor), Billabong t-shirt, Billabong cap	USA	English	Pat Parnell, Brent Savage, Keanu Asing, Jordan	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Pat Parnell, Tyler		Snickers (show sponsor), Rockstar cap, Quiksilver t-shirt	USA	English	Pat Parnell, Tyler Newton, Foreign Born, Jordan	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Pat Parnell, Eddie		Snickers (show sponsor), DC t-shirt, Etnies t-shirt	USA	English	Pat Parnell, Eddie Wall, Joe Maloof, Pierre	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro surfer, Pat Parnell,		Snickers (show sponsor), Analog t-shirt, Quiksilver t-shirt	USA	English	Pat Parnell, Nathan Fletcher, Dinosaur Jr.,	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick
habit, pro skater, Pat Parnell, Alex	Santa Cruz	Snickers (show sponsor), DC t-shirt, Quiksilver t-shirt, DC cap	USA	English	Pat Parnell, Alex Carolino, Jesse Fritsch, Matt	Cl Olivares (EP), Scott Paridon (EP), Patrick

Figura 15 - Metadata "The Daily Habit"

Fonte: Ficheiro de Excel

DAILY HABIT – GRELHA

LONG SYNOPSIS

The Daily Habit welcomes amateur skateboarder, Graham Bickerstaff, to chat about what's going on, review career achievements, talk about next projects and much more. Brande Roderick joins the show for some life-coaching tips. Get thrilled with your Wednesday Wipeout clip. Habit's correspondent, Hal Morris, reports from the 'Stomp the Yard' premiere. Of Montreal plays live in the studio. Guest music video picks: Beanie Sigel 'Feel It In The Air'; T.I. 'A.S.A.P./Motivation'. Clip songs: The Antiques 'Down To No Country'

SHORT SYNOPSIS

The Daily Habit welcomes amateur skateboarder, Graham Bickerstaff. Get thrilled with your Wednesday Wipeout clip. Habit's correspondent, Hal Morris, reports from the 'Stomp the Yard' premiere. Of Montreal plays live in the studio.

EXTRA GUESTS

Brande Roderick joins the show for some life-coaching tips.
Sandra Sanchez joins the show for the latest music news
Chris Fairbanks joins the show reporting from
Danger Ehren joins the show
Hahn Choi joins the show to present amazing gadgets.
Nate Sherwood joins the show for an Eduskation class.
Nate Sherwood brings his rants to the show.
Chris Pastras joins the show to share What's Happening
Ben Snowden steps in to provide valuable B-M-Xplained Trick Tips.
Shreddin' Chef, Sven Barth, shows up to Feed the Habit.
Chef on a Budget, Sven Barth, provides his culinary tips.
Resident gamer, Headset Seth checks out
Dingo comes into the show with a visit to The Block in Big Bear.
Matt Kirsh jumps on the show with Surfing Time News.
Pigeon John plays live in the studio.
Keith Allen jumps in for Record Report.
Music field correspondent Keight Beaven rocks from

Figura 16 - Grelha "The Daily Habit"

Fonte: Ficheiro de Word

2.4.2. Metadata do “Master Content Library”

Depois de concluída a anterior tarefa, foi-me proposto realizar a *metadata* de todo o conteúdo que é introduzido no canal. A *metadata* descritiva de todos os conteúdos já transmitidos e que vão ser transmitidos encontram-se num ficheiro com o nome “Master Content Library” (Figura 16).

Linear State	In House ID	Series Title	Episode Title	Season	Episode	TRT	# Segments	TRT+B	Linear Seg
Active	LISOT_2202_HD	LIVE: Summer Dew Tour 2022	Day 2			06:00:00		06:00:00	
Active	LISLS_2201_HD	LIVE: SLS Super Crown 2022: Rio de Janeiro - Day 1							
Active	LISLS_2202_HD	LIVE: SLS Super Crown 2022: Rio de Janeiro - Day 2							
Approved	LISSE_2201_HD	LIVE: Simple Session 2022				05:00:00		05:00:00	
Active	LISRW_2202_HD	Re-Live World Street Skateboarding Rome 2022	Day 2			03:12:04		03:12:04	
Approved	LISUC_2201_HD	LIVE: USA Surfing Championships				08:49:00		08:49:00	
Active	LIVDT_2201_HD	LIVE: Winter Dew Tour 2022							
Active	FUFPF_2201_HD	First Push: The Blossoming Skateboarding Scene In Pakistan				00:17:35	2	00:20:35	
Active	FUZIW_2301_HD	Zion's Way	The Intent	1	1	00:09:55	1	00:09:55	
Active	FUZIW_2302_HD	Zion's Way	Tampa	1	2	00:10:01	1	00:10:01	
Active	FUZIW_2303_HD	Zion's Way	No Lifeguard On Duty	1	3	00:10:58	1	00:10:58	
Active	FUZIW_2304_HD	Zion's Way	Playing Too Much	1	4	00:08:42	1	00:08:42	
Active	FUZIW_2305_HD	Zion's Way	Famous Beignets	1	5	00:11:00	1	00:11:00	
Active	FUZIW_2306_HD	Zion's Way	Bugtown	1	6	00:10:00	1	00:10:00	
Active	FUZIW_2307_HD	Zion's Way	Don't Mess With Texas	1	7	00:11:15	1	00:11:15	
Active	FUZIW_2308_HD	Zion's Way	Sweet Home Amarillo	1	8	00:10:00	1	00:10:00	
Active	FUZIW_2309_HD	Zion's Way	Impossible To Crack	1	9	00:10:00	1	00:10:00	
Active	FUZIW_2310_HD	Zion's Way	Rotisserie Chicken For Breakfast	1	10	00:09:52	1	00:09:52	
Active	FUZIW_2311_HD	Zion's Way	Over The Top	1	11	00:10:47	1	00:10:47	
Active	FUZIW_2312_HD	Zion's Way	Lazer's House	1	12	00:12:07	1	00:12:07	
Active	FUZIW_2313_HD	Zion's Way	Not On My Watch	1	13	00:10:30	1	00:10:30	
Active	FUZIW_2314_HD	Zion's Way	Call Bound	1	14	00:09:45	1	00:09:45	
Active	FUZIW_2315_HD	Zion's Way	Poods	1	15	00:09:46	1	00:09:46	
Active	FUZIW_2316_HD	Zion's Way	Prayin' On My Downfall	1	16	00:10:44	1	00:10:44	
Active	FUZIW_2317_HD	Zion's Way	A Crazy 6th Birthday	1	17	00:12:21	1	00:12:21	
Active	FUZIW_2318_HD	Zion's Way	The End Of The Road	1	18	00:10:30	1	00:10:30	

Figura 17 - "Master Content Library"

Fonte: Ficheiro de *Excel*

Passei a ter a responsabilidade de atualizar sempre este ficheiro, preenchendo com os programas, filmes ou séries que fossem ser transmitidos pelo canal. Muitas vezes tive que ir procurar informação mais específica como por exemplo: ano de produção, estúdio, localização, entre outros campos, o que me fez desenvolver a minha capacidade de analisar conteúdo, e de pesquisar.

Com esta tarefa aprendi a responsabilidade que a mesma têm para o canal, visto que muitas vezes é solicitado por outros departamentos informações sobre o conteúdo que será transmitido. Para além desta tarefa foi-me dada a permissão de propor conteúdos para o FUEL TV. Um dos conteúdos que irá ser transmitido na programação do mês de dezembro, foi proposto por mim ao Rafael Moreira que é o diretor da programação do canal, e é o documentário “First Push: The Blossoming Skateboarding Scene in Pakistan”, sobre o cenário do skateboard no Paquistão. Ele conseguiu fechar um acordo de distribuição com os produtores do conteúdo. Este documentário têm o objetivo de angariar fundos para construir o primeiro *skatepark* do país.

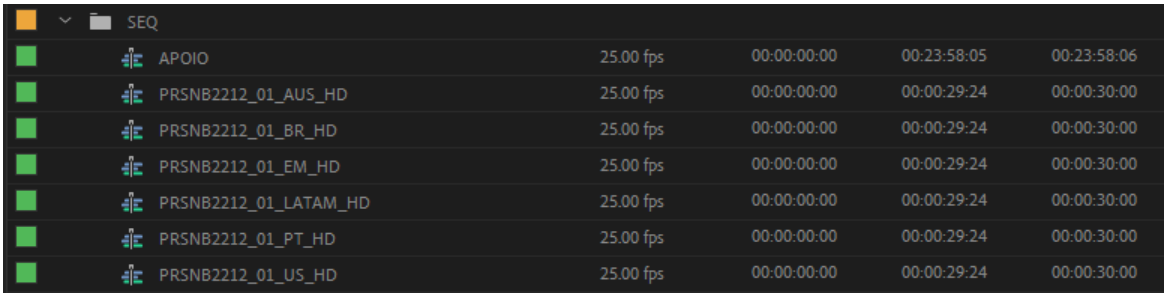
Uma das dificuldades que tive nesta tarefa foi conciliar outras tarefas que me foram pedidas, e ao mesmo tempo ter este ficheiro sempre atualizado.

2.4.3. Promoção da série “Snowbound”

Enquanto dava seguimento à tarefa da metadata, foi-me proposto pelo departamento de *Creative & Production* que realizasse o vídeo de promoção da segunda temporada de “Snowbound” que estreava em novembro.

A série “Snowbound” é uma série apresentada pelas melhores marcas do mercado, e mostra os melhores atletas de *snowboard* e *ski*. Cada episódio tem cerca de trinta minutos de pura ação na neve.

Foi proposto que tinha que realizar um vídeo de trinta segundos, para todas as regiões onde o canal é transmitido e que são as seguintes: **pt-pt** (Portugal), **pt-br** (Brasil), **en-us** (Estados Unidos), **en-aus** (Austrália), **latam** (países da América Latina), **emea** (Europa).



Nome da Sequência	Frame Rate	Início	Fim	Duração
APOIO	25.00 fps	00:00:00:00	00:23:58:05	00:23:58:06
PRSNB2212_01_AUS_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00
PRSNB2212_01_BR_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00
PRSNB2212_01_EM_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00
PRSNB2212_01_LATAM_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00
PRSNB2212_01_PT_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00
PRSNB2212_01_US_HD	25.00 fps	00:00:00:00	00:00:29:24	00:00:30:00

Figura 18 - Sequências de *timeline* do projeto Snowbound

Fonte: Registo Próprio

Para além do vídeo foram-me entregues os ficheiros de áudio das vozes para colocar em cada versão dependendo da região. Neste caso foram-me entregues as vozes em português de Portugal (pt-pt), português do Brasil (pt-br), espanhol (latam) e inglês (en-us, en-aus, emea).

Foram-me disponibilizados os episódios um e dois da segunda temporada, que até aquela data eram os episódios que os produtores já tinham finalizado e entregue ao FUEL TV.

As maiores dificuldades que encontrei foi conseguir encontrar partes do episódio um e dois e conseguir em trinta segundos captar a atenção do público. Outra dificuldade que tive foi conseguir sincronizar o vídeo com o áudio de modo que ficasse coerente com a narrativa do vídeo.

No processo de montagem do vídeo, retirei certos momentos dos dois primeiros episódios, utilizei alguns efeitos como *glitch*, *zoom*, *speed ramps*, entre outros efeitos nas transições.

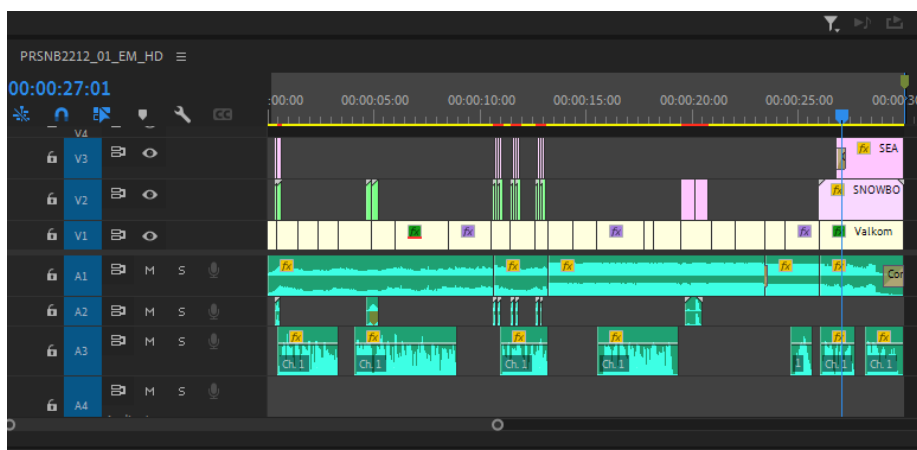


Figura 19 - *Timeline* do projeto Snowbound

Fonte: Registo Próprio

O prazo para esta tarefa foi de uma semana. Ao desenvolver esta tarefa adquiri bastantes competências técnicas e principalmente desenvolvi o meu modo de trabalhar no *software*, que me preparou bastante para as tarefas seguintes.

2.4.4. *Teaser* do primeiro episódio da série “Frequency”

Depois de feita a promoção da série “Snowbound”, foi me pedido pelo Ricardo Lourenço do departamento de *Strategy & Marketing* para realizar um *teaser* do primeiro episódio da série “Frequency” para ser colocado nas redes sociais Instagram e Tik-Tok.

A série “Frequency” é uma série com três episódios do surfista português João Kopke, em que o mesmo viaja a procura de ondas para surfar e ao mesmo tempo conecta-se com a sua outra paixão a música. No primeiro episódio João Kopke visitou o Alentejo.



Figura 20 - *Frame* do primeiro episódio de "Frequency"

Fonte: Registo Próprio

Tive que realizar duas versões, uma portuguesa e outra inglesa. Foram-me enviados dois vídeos do João Kopke, um em que ele fala em português e outro em inglês, e tive acesso ao primeiro episódio.

O vídeo teve cerca de cinquenta segundos. As minhas maiores dificuldades foram balancear o vídeo do João Kopke com os *clips* do episódio visto que o *teaser* deveria ser o mais breve e resumido possível. No vídeo utilizei cortes simples, e usei uma das músicas usadas no primeiro episódio.

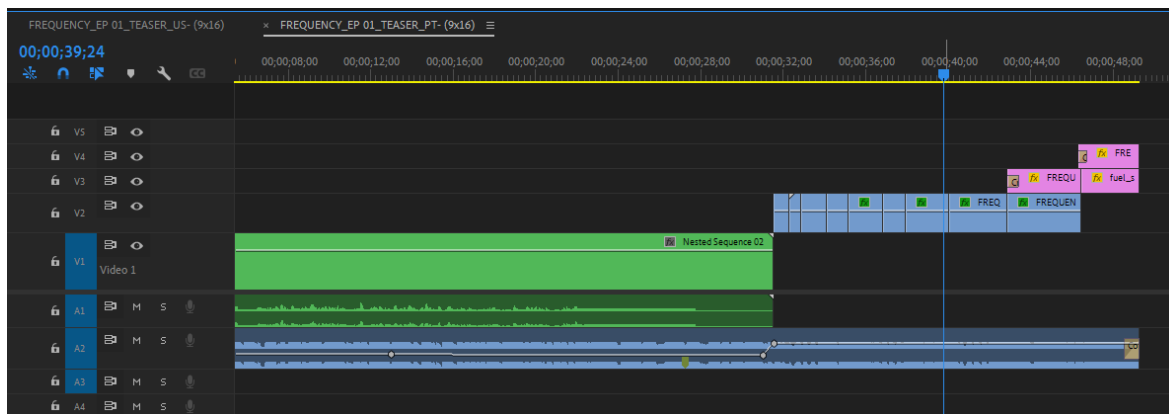


Figura 21 - *Timeline* do *teaser* do primeiro episódio de "Frequency"

Fonte: Registo Próprio

Este vídeo foi bastante elogiado visto que foi uma iniciativa tanto minha como do Ricardo Lourenço que também é estagiário, ele contactou o João Kopke para realizar os vídeos e eu montei o *teaser* final. Para além disso o vídeo teve um bom *feedback* nas redes sociais Instagram e Tik-Tok, com que fez que o nosso trabalho fosse elogiado pelos restantes colaboradores.

2.4.5. Vídeo de destaque da “Rayssa Leal”

Foi me pedido pelo departamento de *Creative & Production* a realizar um vídeo de homenagem ao feito da atleta Rayssa Leal.

A Rayssa Leal é uma skateboarder brasileira de apenas catorze anos que venceu todas as etapas da maior liga de skate do mundo, a SLS (*Street League of Skateboarding*), o que faz dela a melhor *skateboarder* feminina do mundo.



Figura 22 - Rayssa Leal

Fonte: Wikipedia

O vídeo tinha que conter os destaques de todas as etapas, de forma a contar por ordem cronológica o feito da atleta brasileira. O vídeo teve cerca de um minuto e quinze e foi publicado nas redes sociais Instagram e Tik-Tok. Usei efeitos sonoros e as vozes dos comentadores com uma música animadora de fundo. Nas transições fiz cortes simples à exceção de quando mudava de etapa, eu fazia um *cross-dissolve* para acentuar a transição.

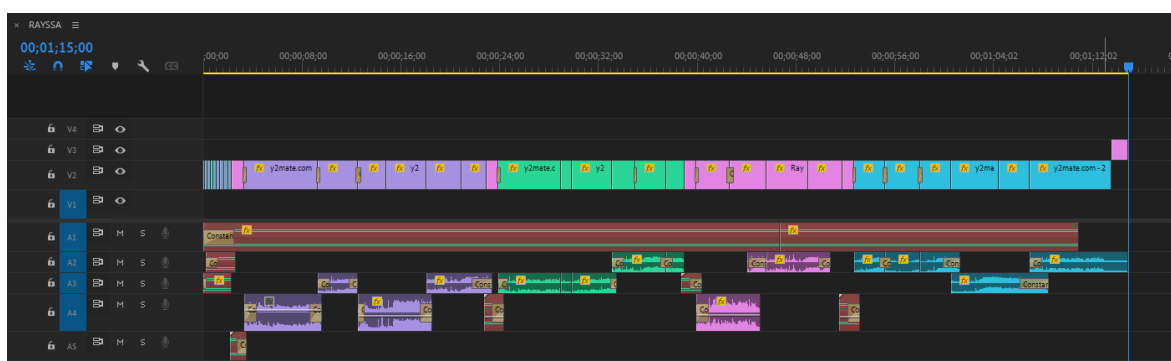


Figura 23 - *Timeline* do vídeo da Rayssa Leal

Fonte: Registo Próprio

A maior dificuldade que encontrei foi analisar etapa a etapa e contar uma narrativa com coerência. Este vídeo teve bastante interação nas redes sociais, visto ser uma notícia do momento e com grande destaque no mundo do *skateboard*.

Com este projeto consegui desenvolver as minhas capacidades técnicas especialmente na parte de edição de som, onde investi grande parte do meu tempo, visto que o som faz toda a diferença na narrativa.

2.4.6. Vídeo de atletas do *World Rookie Tour*

Foi-me proposto pelo Ricardo Lourenço do departamento de *Strategy & Marketing* que realizasse vídeos para as redes sociais de destaques de atletas do *World Rookie Tour*. A organização do *World Rookie Tour* em contacto connosco, decidiu-se que enviavam via dropbox¹ os “brutos” das sessões de treino de cada um dos atletas. No caso foi-me proposto realizar o vídeo do atleta James Kanzler e da atleta Evy Poppe.



Figura 24 - James Kanzler

Fonte: Park Record

¹ Dropbox é um serviço para armazenamento e partilha de arquivos.
<https://www.dropbox.com/sh/is8zifm12icvoq4/AAD4XPqxl3SquTcqh9FaRka?dl=0>
<https://www.dropbox.com/sh/x2sz64ally4yuid/AABkayrm9-RuBuol4QrrzTEva?dl=0>



Figura 25 - Evy Poppe

Fonte: Instagram da Evy Poppe

O *World Rookie Tour* é o maior série juvenil de desportos de ação, onde atletas amadores podem mostrar a sua habilidade. A série inclui os desportos de *snowboard*, *skateboard* e *ski*.

Os dois vídeos tinham a duração trinta segundos. Coloquei efeitos de luz nas transições e *speed ramps*² para destacar as manobras. No áudio usei uma música de fundo e sincronizei com o início, o ritmo e o final do vídeo. No final com o vídeo e o áudio já montado foram-me entregue os grafismos pelo departamento de *Creative & Production* para utilizar como *template*.

² O *speed ramp* é uma técnica de edição de vídeo que consiste em aumentar ou diminuir a velocidade do vídeo.

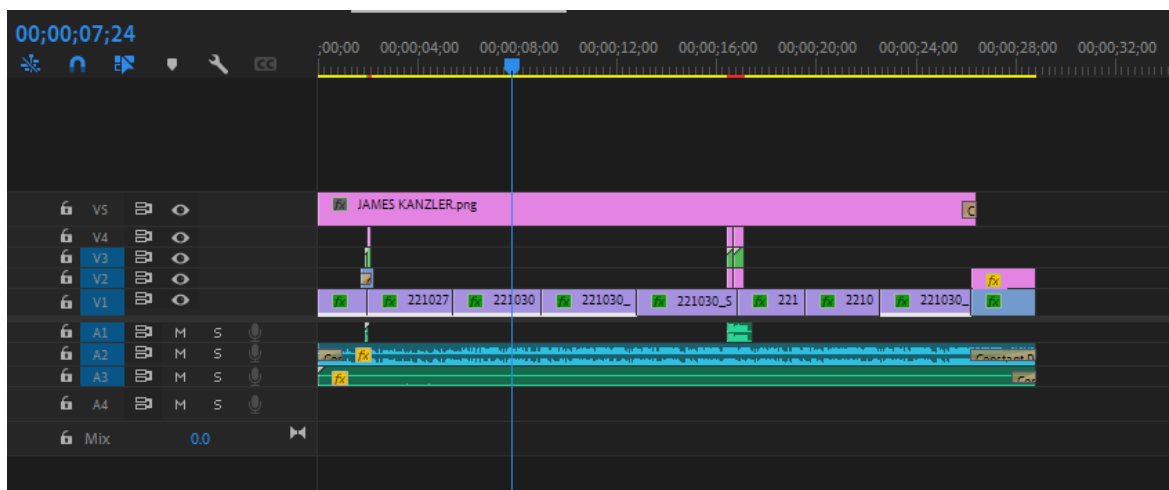


Figura 26 - *Timeline* do vídeo do atleta James Kanzler

Fonte: Registro Próprio

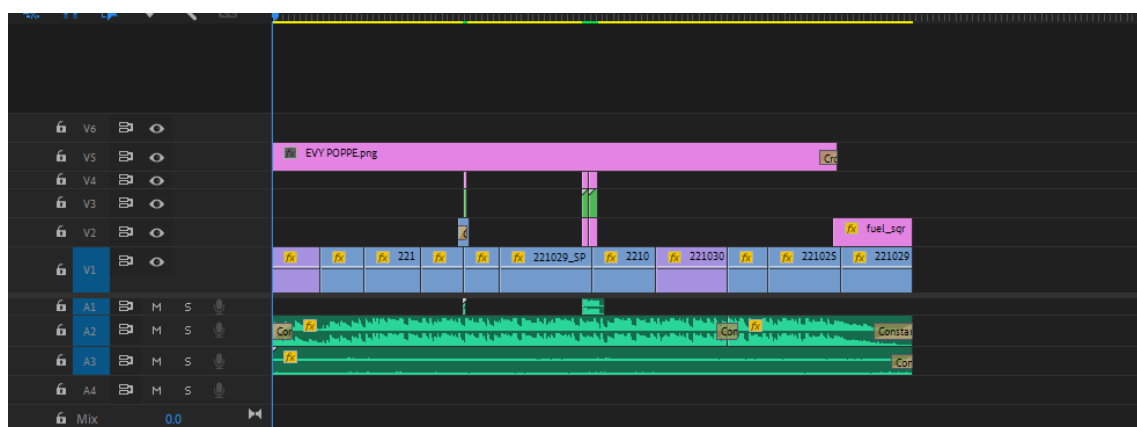


Figura 27 - *Timeline* do vídeo da atleta Evy Poppe

Fonte: Registro Próprio

Ao realizar esta tarefa desenvolvi a minha capacidade técnica, especialmente as transições, visto que apliquei algumas técnicas de edição.

2.4.7. Vídeo de parabéns ao Steve Caballero

Foi me pedido pelo departamento de *Strategy & Marketing*, para realizar um vídeo a dar os parabéns à lenda do *skateboard* Steve Caballero, para ser partilhado nas redes sociais Instagram e Tik-Tok. O Steve Caballero já contou com participações em alguns programas do canal e por ser uma lenda do desporto, ficou decidido fazer este vídeo para o parabenizar.



Figura 28 - Steve Caballero

Fonte: Evan Klanfer

O vídeo teve quinze segundos, usei *clips* de conteúdo nosso em que o Steve Caballero aparece, coloquei uma música de fundo e coloquei uma mensagem de parabéns no final do vídeo com o logótipo do FUELTV.

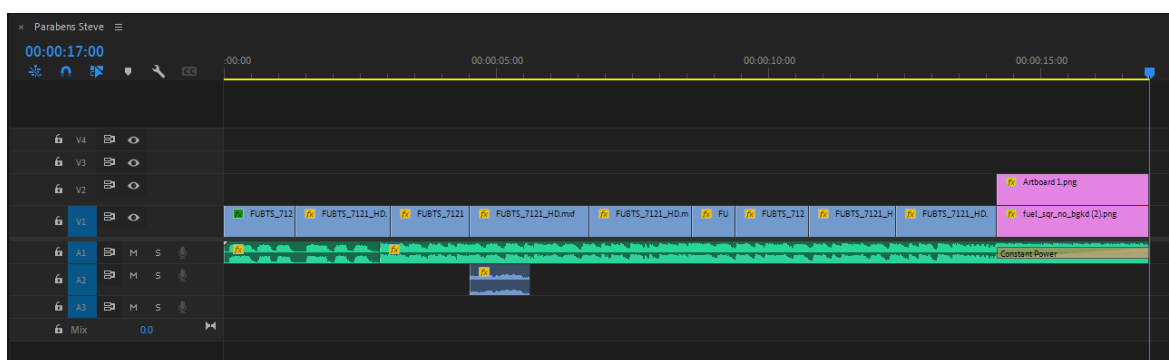


Figura 29 - *Timeline* do vídeo do Steve Caballero

Fonte: Registro Próprio

Reflexão Final

Concluída esta experiência profissional, não conseguiria estar mais grato por ter interagido muito bem na dinâmica da empresa. Destacar o facto de ter sido o primeiro estagiário do IPG no FUELTV, o que me motivou também a dar uma boa impressão à empresa dos alunos.

Posso dizer que acabo esta etapa muito mais preparado, tanto a nível pessoal como profissional. Consegui desenvolver bem as minhas capacidades técnicas como também aprender muito acerca de como funciona um canal de televisão.

No final do meu estágio, foi-me proposto pelo FUELTV ficar a trabalhar com eles, proposta que aceitei, e que me deixou muito satisfeito.

O balanço final é totalmente positivo. Esta oportunidade não poderia ter corrido melhor, e recomendo que quem tem interesse na área de design ou vídeo que procure um estágio no FUELTV, visto que a empresa dá liberdade e oportunidades que outras não dão.

Cresci bastante como profissional da área de comunicação e de vídeo, e evolui bastante a minha componente criativa e técnica.

Quero acabar esta reflexão por dizer que o meu foco é continuar a evoluir dentro da área de edição de vídeo e pós-produção.

Por fim deixo esta frase que levo para a minha vida de um génio que passou no nosso planeta.

“Vamos inventar o amanhã e parar de nos preocupar com o passado” (Steve Jobs).

Bibliografia

Perrotti, E. & Vasconcellos, E. (2005). Estrutura organizacional e gestão do conhecimento, 4, 2, 1677-7387;

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

Sequeira, A. (2013). Identidade visual: o simbolismo na identidade organizacional. Porto:ISCAP – ACO;

Vásquez, R. (2007). Identidade de marca, gestão e comunicação. Organicom;

Oliveira, D. (2005). Planejamento Estratégico, Conceitos metodologia práticas. São Paulo: Atlas.


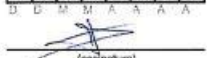
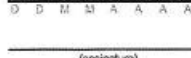

Fonseca, J. (2008). Design da Identidade da Marca (2ª edição). Porto Alegre: Bookman.



ANEXOS

ANEXO I

Plano de Trabalho

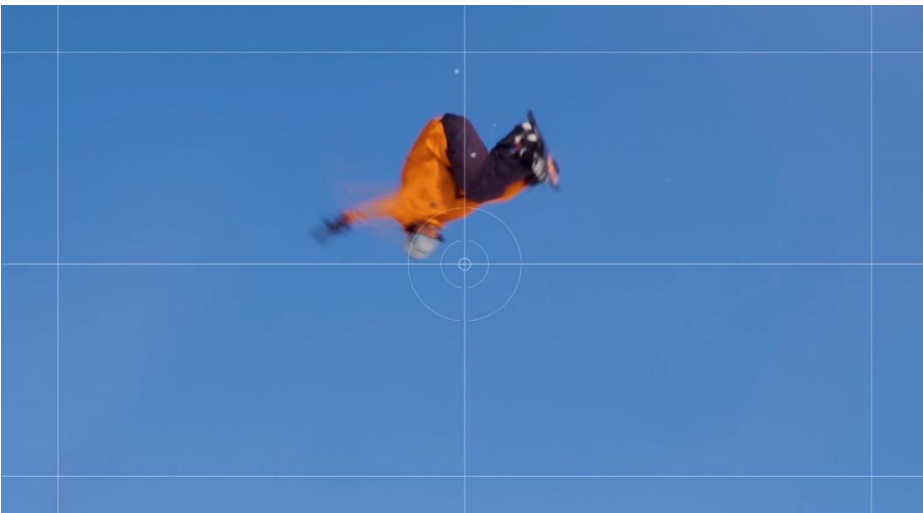
 Politécnico da Guarda <small>Politécnico of Guarda</small>	PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.06 Ano Letivo 2022 / 2023																																																
Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.																																																		
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Escola:</td> <td><input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> Curricular</td> <td><input type="checkbox"/> Extracurricular</td> <td><input type="checkbox"/> Outro:</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? <input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Informação adicional: (se aplicável)</td> <td colspan="4"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Designação:</td> <td colspan="4"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Ano curricular:</td> <td><input type="text"/></td> <td>Semestre:</td> <td><input type="text"/></td> <td> <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período </td> </tr> <tr> <td colspan="2">Regime específico COVID-19?</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Não</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/> Sim</td> </tr> </table>			Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH	Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro:	<input type="text"/>		Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? <input type="text"/>				Informação adicional: (se aplicável)	<input type="text"/>				Designação:	<input type="text"/>				Ano curricular:	<input type="text"/>	Semestre:	<input type="text"/>	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período	Regime específico COVID-19?		<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim														
Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH																																														
Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro:	<input type="text"/>																																														
	Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? <input type="text"/>																																																	
Informação adicional: (se aplicável)	<input type="text"/>																																																	
Designação:	<input type="text"/>																																																	
Ano curricular:	<input type="text"/>	Semestre:	<input type="text"/>	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período																																														
Regime específico COVID-19?		<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Sim																																															
1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES																																																		
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>Estudante:</td> <td><u>Duarte João Morgado Tomás</u></td> <td>N.º de estudante:</td> <td><u>1701737</u></td> </tr> <tr> <td>Docente orientador(a):</td> <td colspan="3"><u>Vitor Manuel Gomes Roque</u></td> </tr> <tr> <td>Supervisor(a)/Tutor(a):</td> <td colspan="3"><u>João Nuno da Câmara Valente Perfeito</u></td> </tr> </table>			Estudante:	<u>Duarte João Morgado Tomás</u>	N.º de estudante:	<u>1701737</u>	Docente orientador(a):	<u>Vitor Manuel Gomes Roque</u>			Supervisor(a)/Tutor(a):	<u>João Nuno da Câmara Valente Perfeito</u>																																						
Estudante:	<u>Duarte João Morgado Tomás</u>	N.º de estudante:	<u>1701737</u>																																															
Docente orientador(a):	<u>Vitor Manuel Gomes Roque</u>																																																	
Supervisor(a)/Tutor(a):	<u>João Nuno da Câmara Valente Perfeito</u>																																																	
2. PLANO DE TRABALHO																																																		
<p>Realizar metadada da série "The Daily Habit"</p> <p>Criação e edição de vídeo</p> <p>Realizar a metadada do conteúdo geral</p>																																																		
3. ASSINATURAS																																																		
<p>O(A) Estudante</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>9</td><td>0</td><td>9</td><td>2</td><td>0</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table> <p></p> <p>(assinatura)</p>	1	9	0	9	2	0	2	2	D	D	M	M	A	A	A	A	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>9</td><td>0</td><td>9</td><td>2</td><td>0</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table> <p></p> <p>(assinatura)</p>	1	9	0	9	2	0	2	2	D	D	M	M	A	A	A	A	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>9</td><td>0</td><td>9</td><td>2</td><td>0</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table> <p></p> <p>FUEL TV EMEA, S.A.</p> <p>(assinatura do responsável)</p>	1	9	0	9	2	0	2	2	D	D	M	M	A	A	A	A
1	9	0	9	2	0	2	2																																											
D	D	M	M	A	A	A	A																																											
1	9	0	9	2	0	2	2																																											
D	D	M	M	A	A	A	A																																											
1	9	0	9	2	0	2	2																																											
D	D	M	M	A	A	A	A																																											



APÊNDICES

APÊNDICE I

Promo Snowbound



APÊNDICE II

Teaser do primeiro episódio da série “Frequency”



APÊNDICE III

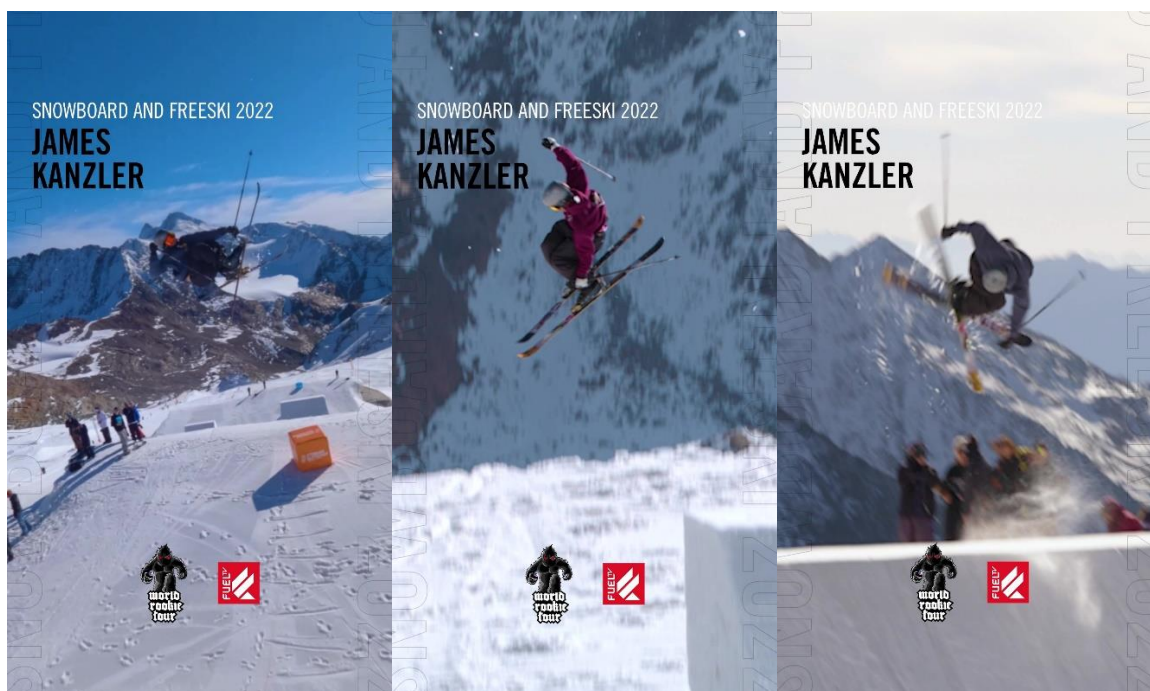
Vídeo da Rayssa Leal



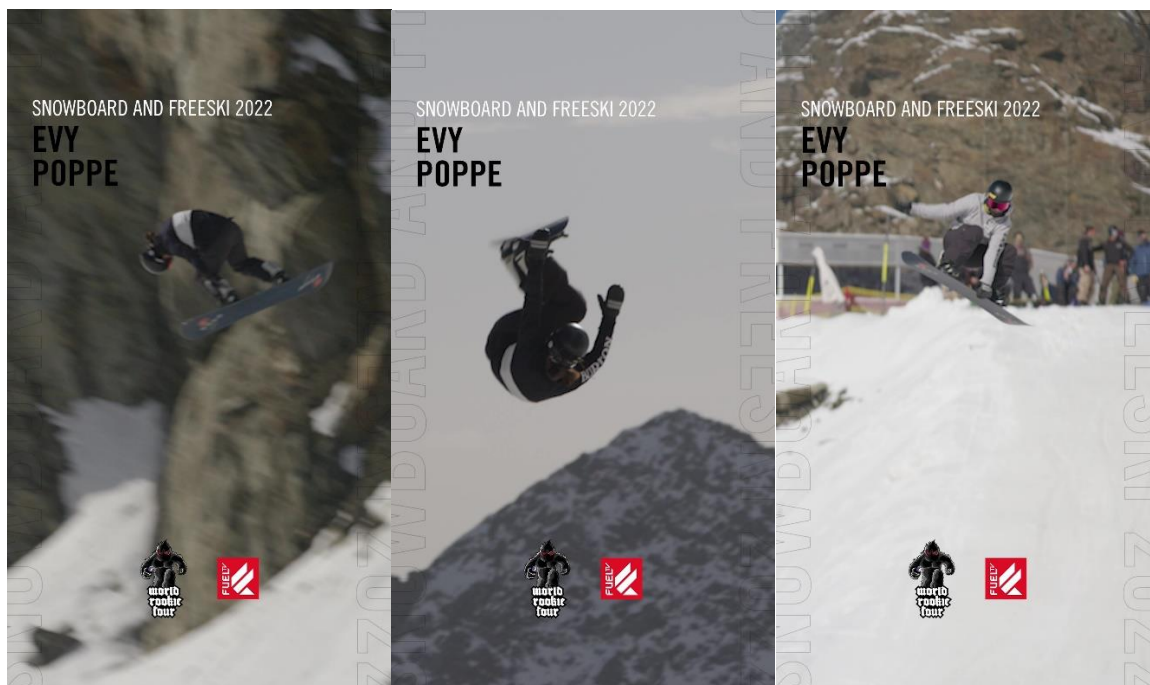
APÊNDICE IV

Vídeo de atletas do *World Rookie Tour*

James Kanzler



Evy Poppe



APÊNDICE V

Vídeo de parabéns ao Steve Caballero

