

NÃO FOTOCOPIAR



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

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação
e Relações Económicas

Rui Miguel Cabral de Sousa
Outubro | 2010

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Discente

Rui Miguel Cabral de Sousa

n.º. 6434

Estabelecimento de Ensino

Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda

Obtenção do Grau de Licenciado

Comunicação e Relações Económicas

Professor Orientador

Equiparada Assistente 2º Triénio Maria de Fátima Gonçalves

Instituição de Estágio

Câmara Municipal de Penalva do Castelo

Morada: Avenida Castendo

3550-185 Penalva do Castelo

Telefone: 232 640 020

Fax: 232 640 021

E-mail: geral@cm-penalvadocastelo.pt

Web Site: www.cm-penalvadocastelo.pt

Tutor do Estágio na Instituição

Dr.^a Paula Maria Fernandes Loureiro

Início do Estágio

15 de Julho de 2010

Conclusão do Estágio

15 de Outubro de 2010

AGRADECIMENTOS

Aos docentes da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto por tudo o que me ensinaram.

Ao Presidente da Câmara, Dr. Leonídio Monteiro e ao Vice-Presidente Dr. Carlos Santos.

À minha família pelo apoio que me deu durante os três anos da licenciatura.

À Mestre Maria de Fátima Gonçalves e à Dr.^a Paula Maria Fernandes Loureiro pela atenção, dedicação e apoio que me deram.

Um agradecimento para três grandes colegas de trabalho: Dr. Alexandre Figueiredo, Dr. Fernando Matos, Dr.^a Sandra Marinho, pelo apoio nas várias actividades realizadas.

Aos meus amigos pela camaradagem e pela amizade.

Agradeço a todas as pessoas que contribuíram de alguma forma para o sucesso do estágio curricular.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Índice de figuras | iv |
| Lista de siglas | v |
| | |
| Introdução | 6 |
| 1. Município de Penalva do Castelo | 8 |
| 1.1 Evolução histórica..... | 8 |
| 1.2 Câmara Municipal de Penalva do Castelo | 11 |
| 1.3 Identidade visual | 12 |
| 1.3.1 Logótipo | 13 |
| 1.3.2 Slogan..... | 15 |
| 1.4 Comunicação empresarial..... | 15 |
| 1.5 Estrutura organizacional | 15 |
| 1.6 Análise swot..... | 19 |
| 2. Estágio | 22 |
| 2.1 Objectivos | 22 |
| 2.2 Cronograma | 23 |
| 2.3 Actividades e projectos desenvolvidos | 24 |
| 2.3.1 <i>Clipping</i> e leitura de imprensa | 24 |
| 2.3.2 Consulta do correio electrónico..... | 25 |
| 2.3.3 Digitalizações | 25 |
| 2.3.4 <i>Press releases</i> | 25 |
| 2.3.5 Actualizações do <i>site</i> | 26 |
| 2.3.6 Outras actividades revelantes | 27 |
| Conclusão | 29 |
| | |
| Apêndices | |
| | |
| Anexos | |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figuras 1 - Trilogia de excelência de Penalva do Castelo..... | 9 |
| Figura 2 - Edifício da Biblioteca Municipal..... | 9 |
| Figura 3 - Piscina Municipal. | 10 |
| Figura 4 - Mapa do Concelho de Penalva do Castelo..... | 11 |
| Figura 5 - Edifício da CMPC..... | 12 |
| Figura 6 - Brasão da Câmara Municipal..... | 13 |
| Figura 7 - Logótipo da Câmara Municipal. | 14 |
| Figura 8 - Organograma da CMPC..... | 18 |
| Figura 9 - Cronograma de actividades do plano de estágio..... | 23 |
| Figura 10 - Banner criado para promover os eventos..... | 26 |

LISTA DE SIGLAS

CD - *Compact Disc*

CMPC - Câmara Municipal de Penalva do Castelo

DVD - *Digital Versatile Disc*

HTML - *Hyper Text Markup Language*

PDF - *Portable Document Format*

SWF - *Shock Wave Flash*

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

INTRODUÇÃO

O presente relatório visa descrever o estágio curricular realizado na Câmara Municipal de Penalva do Castelo (CMPC), decorrido entre os meses de Julho e Outubro de 2010. A conclusão do estágio, combinado com a elaboração e defesa do respectivo relatório, forma a unidade curricular de projecto/ estágio da licenciatura em Comunicação e Relações Económicas do Instituto Politécnico da Guarda.

A realização do estágio curricular permite aos alunos de cada curso ganharem as suas primeiras experiências no mundo do trabalho. Este representa uma mais-valia contudo, a sua realização é de vital importância, sobretudo no Ensino Superior Público, onde a falta de experiência prática prejudica muitos recém-licenciados. Todavia, ao se pensar que o estágio é simplesmente colocar em prática toda a teoria adquirida no decorrer do curso, é um engano, infelizmente não é bem isso que acontece, visto que um estagiário é simplesmente um aprendiz cheio de vontade de mostrar o que sabe.

Encarou-se este estágio com a convicção de que a experiência será mais uma ocasião para aplicar e desenvolver parte dos conhecimentos adquiridos ao longo dos anos. E porque não só na Escola se aprende, espera-se que estas vivências sejam experiências enriquecedoras que ajudem a desenvolver como estudante e futuro profissional.

O relatório apresenta, de forma sintetizada, todas as actividades efectuadas, as experiências e os conhecimentos adquiridos durante o estágio. Este relatório encontra-se dividido em dois capítulos. Estes capítulos representam a parte textual, seguindo-se, da parte pós-textual, a bibliografia, apêndices e os anexos.

O Capítulo I refere-se à organização onde decorreu o estágio, a CMPC, uma breve caracterização geográfica, identidade visual onde se refere o nome e logótipo, política empresarial, estrutura organizacional, e uma leve análise à organização. O Capítulo II descreve o plano de estágio (anexo I), com os seus objectivos, cronograma de actividades, estratégias adoptadas e as actividades realizadas com referência a algumas unidades curriculares que serviram de auxílio para a sua resolução.

A última parte é reservada à conclusão, como forma de reflexão crítica do período de estágio curricular.



Capítulo I

a organização



1 MUNICÍPIO DE PENALVA DO CASTELO

1.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Penalva do Castelo (CMPC, 2002) foi outrora conhecida por Vila Nova do Santo Sepulcro, nome que decorre de nela se ter instalado a Ordem Militar e Canónica de Jerusalém, também chamada de Ordem do Santo Sepulcro. É, no entanto, ponto assente que a antiga vila não se encontrava precisamente no local onde hoje está situada a vila de Penalva do Castelo (que até 1957 era designada Castendo).

Os forais (CMPC, 2002) foram as primeiras células da nossa organização política e administrativa. O foral mais antigo, que faz referência a este concelho, é o de Azurara da Beira (hoje Mangualde), com a data de 1102, que foi expedido pelo Conde D. Henrique. D. Sancho II concede às terras de Penalva uma Carta do Foro; contudo, o Foral de D. Manuel I, datado de 10 de Fevereiro de 1514, é o mais referenciado e conhecido documento régio sobre Penalva do Castelo. O Marquesado de Penalva do Castelo formou-se no reinado de D. João V e tem as suas raízes no Condado de Tarouca; o Marquesado de Penalva é filiado no Marquesado de Alegrete.

A história de Penalva do Castelo está intrinsecamente ligada ao poder e influência de outras famílias senhoriais, como os fidalgos da Casa da Moita, da Casa Real ou da Casa Magalhães Coutinho (CMPC, 2010). As terras de Penalva estão, sobretudo ligadas à Casa da Ínsua e à notoriedade e importância que esta adquiriu de Luís Albuquerque ter sido Governador do Estado de Mato Grosso, no Brasil, entre 1771 e 1790.

Marinho (2010) descreve que o concelho de Penalva do Castelo está integrado na região de Turismo Dão Lafões (Turismo Centro de Portugal) e, ainda que a sua vertente turística tenha sido, até ao presente, pouco explorada, o facto é que o concelho tem potencial turístico que, a ser devidamente dinamizado, poderá constituir um pólo de atracção e divulgação do Município. As paisagens deslumbrantes, aliadas a um valioso artesanato (latoaria, tanoaria, cestaria, pirotecnia), à gastronomia regional e à “trilogia de excelência produtiva” (Vinhos “DÃO de Penalva”, Maçã Bravo de Esmolfe, Queijo da Serra) e a uma grande diversidade de Património Histórico-Cultural, podem conduzir a um incremento do turismo, do qual não deve ser dissociado o aproveitamento das antigas casas de granito, dos solares, dos antigos moinhos nas margens do rio Dão, do Côja, do Ludares e do Carapito.

A autarquia (CMPC, 2010), consciente do alto valor acrescentado do Queijo da Serra, do Vinho do Dão e da Maçã Bravo de Esmolfe, está fortemente empenhada na sua preservação, divulgação e na abertura de novos horizontes, em termos de comercialização, para esta “trilogia de excelência produtiva” de Penalva do Castelo, Figura 1.



Figura 1 - Trilogia de excelência de Penalva do Castelo.

Fonte: Própria.

Nos últimos anos, a autarquia (CMPC, 2010) tem centrado a sua actuação em torno dos seguintes objectivos: dotar a vila de Penalva do Castelo com um novo rosto, através da abertura de novos arruamentos, que possibilitem o desenvolvimento da área urbana; execução e colocação em funcionamento do saneamento básico nas diversas povoações do Concelho; remodelação da rede viária concelhia; execução de equipamentos culturais (Biblioteca Municipal Figura 2) e desportivos (Piscinas Municipais Figura 3); incremento do desenvolvimento sustentado do Concelho, através da implementação de zonas empresariais.



Figura 2 - Edifício da Biblioteca Municipal.

Fonte: Própria.



Figura 3 - Piscina Municipal.

Fonte: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

O actual Presidente da Câmara (Monteiro, 2010) afirma que “com estes investimentos, estão criadas as condições necessárias para a fixação dos jovens, com vista à revitalização económica e sócio-cultural do concelho”. Têm-se feito grandes investimentos na recuperação do município, os resultados estão à vista da população, sendo que estes não páram de promover novas empreitadas e a trilogia de excelência.

No interior da Beira Alta situa-se Penalva do Castelo, Figura 4, uma Vila que se evidencia pelas seus produtos típicos, cultura e história já referidos anteriormente.

Penalva do Castelo é uma Vila do distrito de Viseu, região Centro e sub-região Dão-Lafões, com cerca de 9 000 habitantes e 140 km² sendo um dos concelhos mais povoados dos 24 concelhos do distrito de Viseu. O Concelho de Penalva do Castelo faz fronteira com os concelhos de Aguiar da Beira, Fornos de Algodres, Mangualde, Sátão e Viseu (CMPC, 2010).

Penalva do Castelo (Monteiro, 2010) assume-se como uma Vila virada para a actividade Desportivas, fruto das várias intervenções a esse nível, com a recente abertura da piscina exterior e mini-campo relvado, uma aposta na divulgação dos seus produtos típicos (vinho do Dão, Maçã Bravo de Esmolfe e o Queijo) de grande valor para a economia do concelho e sobrevivência para a maior parte da população.

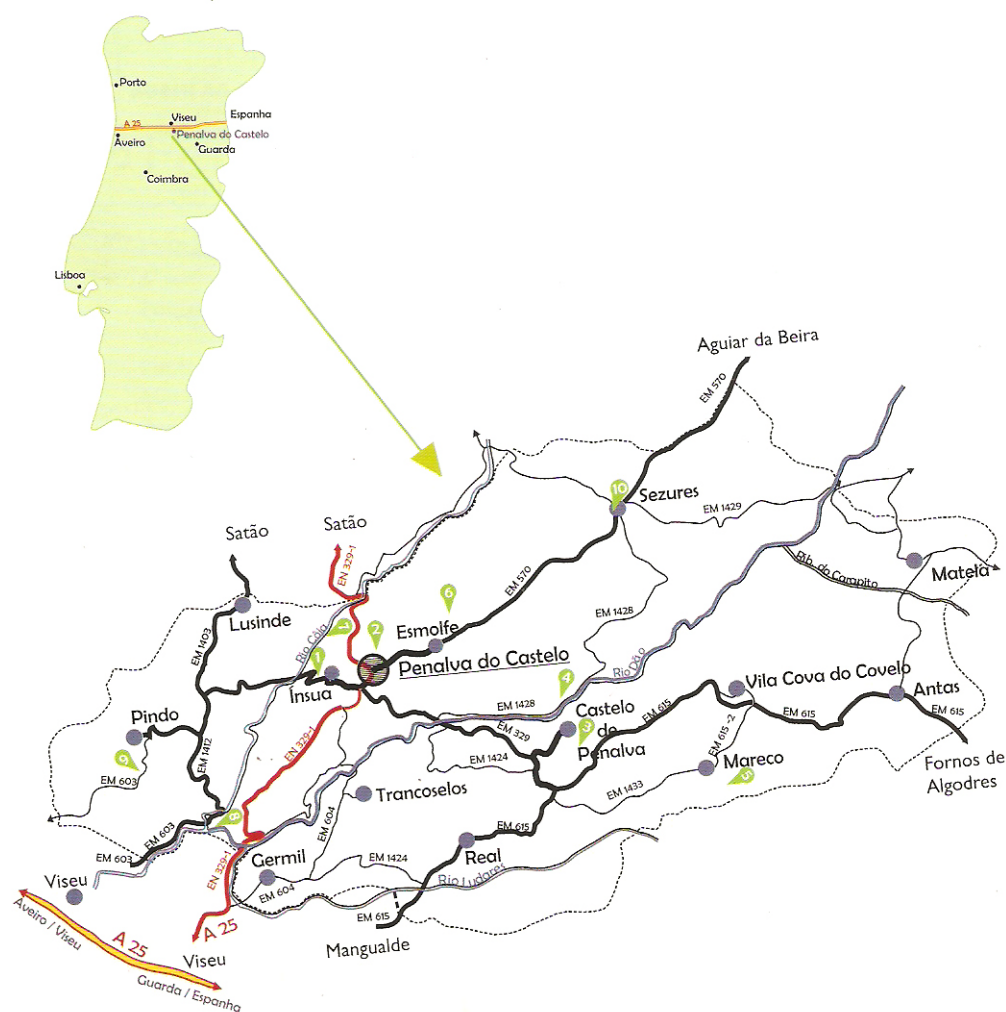


Figura 4 - Mapa do Concelho de Penalva do Castelo.

Fonte: Folheto - Segredos de Penalva, distribuído pela Câmara.

1.2 Câmara Municipal de Penalva do Castelo

Em relação à organização em causa, Câmara Municipal de Penalva do Castelo, Figura 5, esta é uma organização pública, tendo por objectivo servir os seus cidadãos e trabalhar visando o desenvolvimento da região (Monteiro, 2010).

Este desenvolvimento (Pinto, 2010) traduz-se tanto ao nível económico, social como cultural, mas procura-se também melhorar a qualidade dos serviços prestados à população. Para além disto, procura-se ainda dignificar e valorizar o trabalho dos seus funcionários e obter recursos complementares, para além de impostos e taxas, garantindo assim o funcionamento da autarquia.



Figura 5 - Edifício da Câmara.

Fonte: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

A Câmara Municipal de Penalva do Castelo no desempenho das suas actividades (Loureiro, 2010), prossegue segundo determinados objectivos, visando sempre a obtenção de índices crescentes de melhoria de prestação de serviços às populações, melhorar a eficácia e transparência da administração local, máximo aproveitamento dos recursos disponíveis, resolução dos problemas das populações no âmbito das suas competências e acima de tudo uma maior aproximação entre a administração e os munícipes.

1.3 IDENTIDADE VISUAL

“A identidade visual de qualquer instituição começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logótipo (...) que são os elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público” (Lampreia, 2003, pág. 48).

A identidade visual de uma organização é constituída pelos princípios identificadores da mesma, porque é através da identidade visual que o público tem o primeiro contacto com a organização. Isto verifica-se numa economia de mercado que se caracteriza por uma agressiva competitividade e de livre concorrência, o que obriga as organizações a atraírem o seu público.

Actualmente, é fundamental que as organizações persuadam o público através dos aspectos qualitativos dos produtos/serviços prestados pela mesma. Assim, podemos considerar que a aceitabilidade, a credibilidade, o dinamismo e a notoriedade de uma organização dependem, numa primeira fase, da imagem veiculada, projectada e consolidada perante o público.

A sociedade da informação e comunicação tem colocado novos desafios e exigências a que os Municípios não podem ficar indiferentes. Por isso, paralelamente ao tradicional brasão, muitos Municípios têm apostado na criação de novos “LOGÓTIPOS” e “SLOGANS”, que possam criar uma nova e dinâmica e imagem, em termos promocionais e comunicacionais.

A actual identidade visual da CMPC é suportada pelo logótipo, brasão, assim como pelo slogan que se vai descrever sucintamente.

1.3.1 LOGÓTIPO

O logótipo da CMPC foi modernizado em 2002, vindo a substituir o brasão do município. Como refere Lampreia (2003, pág. 50) “...O logótipo é uma pedra fundamental ... Ele deve poder falar por si só e ter um efeito evocador da empresa.”

Em relação ao brasão Figura 6, este é ainda utilizado em situações formais, sendo constituído por armas de negro, com uma uva acompanhada por dois ramos de oliveira frutados, tudo a ouro, tendo três faixas ondatas de prata e azul. Inclui também uma coroa mural de quatro torres de prata, assim como um listel branco com letras a negro onde se encontra escrito o nome da Vila. Todas estas características simbolizam a imagem da realidade sócio-económica do concelho, uma vez que este é conhecido pelo seu afamado vinho do Dão, sendo também dado relevo ao azeite produzido no concelho.



Figura 6 - Brasão da Câmara Municipal.

Fonte: www.cm-penalvadocastelo.pt.

Como referido anteriormente, em 2002, é criado um novo logótipo de forma a tentar representar a “*triologia de excelência produtiva*” do Concelho: o vinho do Dão; o queijo Serra da Estrela e a maçã Bravo de Esmolfe. Estes produtos de alto valor acrescentado (Monteiro, 2010) constituem, conjuntamente com o património histórico-cultural, simbolizado na estilização da fachada da Misericórdia, potencialidades endógenas e motivos suficientes para uma visita a Penalva do Castelo.

No canto inferior esquerdo, estão representados os rios que delimitam e atravessam a área do concelho: os rios Ludares, Carapito, Côja e o rio Dão que divide transversalmente o concelho de Penalva do Castelo.

Procurando suscitar empatia junto do público, o Município optou por uma envolvência cromática apelativa (Monteiro, 2010): o amarelo, da bandeira do Concelho; o verde, símbolo da beleza das paisagens, da qualidade de vida e sinal de uma renovada esperança no futuro.



Figura 7 - Logótipo da Câmara Municipal.

Fonte: www.cm-penalvadocastelo.pt.

É um facto que as cores têm uma grande influência psicológica sobre o ser humano (Carvalho, 2006). Existem cores que se apresentam como estimulantes, alegres, optimistas, outras serenas e tranquilas, entre outros.

Carvalho (2006) refere ainda que, quando o Homem tomou consciência desta realidade, aprendeu a usar as cores como estímulos para encontrar determinadas respostas e, a cor que durante muito tempo só teve finalidades estéticas, passou a ter também finalidades e funcionalidades práticas.

1.3.2. SLOGAN

O *slogan* está associado à imagem, à linguagem escrita e estética transcendendo a materialidade o produto ou serviço, transformando-se no afirmativo indicador dos atributos enunciados no texto publicitário (Monteiro, 2008).

Procura transmitir por poucas palavras o projecto que os identifica e a acção que procura proporcionar ao seu público. O slogan é sempre uma palavra ou uma expressão que através de uma mensagem reflecte a organização.

No caso da Câmara Municipal, o slogan “PENALVA DO CASTELO, PRODUTOS DE EXCELÊNCIA NO CORAÇÃO DO DÃO”, procura sintetizar e explicitar os símbolos iconográficos do logótipo, assim como obedecer à definição e características acima mencionadas.

1.4 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Entende-se por comunicação empresarial “o conjunto de métodos e técnicas comunicacionais dentro de uma organização, dirigidos ao público interno e ao externo” (Katz, 1989, pág. 14).

A comunicação empresarial assume, cada vez mais, um papel fundamental nas organizações (Katz, 1989), exigindo aos profissionais da área não apenas conhecimentos e habilidades, mas também uma visão abrangente do mercado e uma visão universal e estratégica de negócios. É um elemento de enorme relevância numa organização, tem o poder de estabelecer a diferença da organização com os demais concorrentes e é fundamental para a excelência nos relacionamentos das organização e instituições com os seus inúmeros públicos estratégicos.

Como o autor refere no seio das organizações a comunicação assume um papel fundamental, quer interna quer externamente, compete à comunicação interna estabelecer um bom ambiente profissional na organização, englobando todos os níveis hierárquicos. Por sua vez, a comunicação externa tem a função de mostrar a organização ao exterior, de divulgar o que esta é, tem e faz.

Relativamente aos suportes de comunicação interna, a CMPC dispõe dos seguintes:

- *Correio Electrónico*: a sua utilização serve para divulgar e trocar informação, de forma rápida, entre funcionários e órgãos de gestão, facilitando assim a execução de determinadas tarefas. Todos os funcionários possuem conta no domínio @cm-penalvadocastelo;
- *Telefone*: tal como o suporte anterior, serve para divulgar e partilhar informação, tendo em vista uma melhor e mais eficaz execução de determinadas tarefas, sendo que todos os funcionários possuem uma lista actualizada de contactos internos;
- *Reuniões semanais*: essenciais numa organização, permitem uma melhor articulação dos recursos, acompanhamento dos trabalhos em curso e resolução de possíveis problemas internos;
- *Press Book*: permite detectar a opinião publicada em relação a uma organização e dos seus produtos ou serviços.

Quanto aos suportes de comunicação externa a CMPC esta dispõe de:

- *Caixa de sugestões*: tem como objectivo encorajar colaboradores e público em geral a darem as suas sugestões. As consultas das sugestões são efectuadas regularmente;
- *Correio electrónico*: serve para divulgar e trocar informação formal entre a CMPC e colaboradores, participantes dos eventos, patrocinadores e parceiros;
- *Protocolos*: conjunto de procedimentos a respeitar, neste tipo de documentos aumenta a credibilidade, dinâmica, empenho e confiança da organização;
- *Fax*: meio de comunicação que permite a troca de documentos e informação de forma rápida e acessível, uma alternativa ao correios e ao e-mail;

- *Site institucional*: essencial para a comunicação externa, este suporte tem a função de divulgar a CMPC ao exterior.

Relativamente aos suportes externos a CMPC deveria equacionar a possibilidade de ter outros suportes tais como um posto de venda dos produtos regionais de forma a promover a economia, expositores para promoção de eventos, apostar no *merchandising* de forma a divulgar a organização.

1.5 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Gouveia (2008) refere que as organizações devem gerir os seus recursos de forma a atingir os objectivos e estratégias a que se propõe. Têm a responsabilidade de criar órgãos e níveis hierárquicos, bem como respectivas funções, recorrendo à elaboração do organograma, Fig.8, para regular os elementos anteriormente referidos. O organograma é portanto, uma representação gráfica dos recursos que compõem a estrutura de uma organização, através da qual nos é possível perceber alguns aspectos como: a divisão do trabalho, a assessoria, divisões e os vários sectores existentes, tal como a relação superior/subordinado.

Quando a estrutura organizacional é estabelecida de forma adequada, vai proporcionar à organização a identificação das tarefas necessárias ao alcance dos objectivos estabelecidos, organização das funções e responsabilidades, informações, recursos e *feedback* aos órgãos directivos e funcionários, assim como condições motivacionais que propiciam um melhor desempenho da estrutura funcional (Gouveia, 2009).

A CMPC é constituída por várias secções, que funcionam conjuntamente, mas ao mesmo tempo separadas, isto porque têm funções diferentes, acabando por se complementar umas às outras (CMPC, 2010). Estas secções funcionam com o intuito de melhor servir o município assim como para uma boa gestão e organização da Câmara e das suas actividades. Cada sector/secção tem uma função própria e diferente.

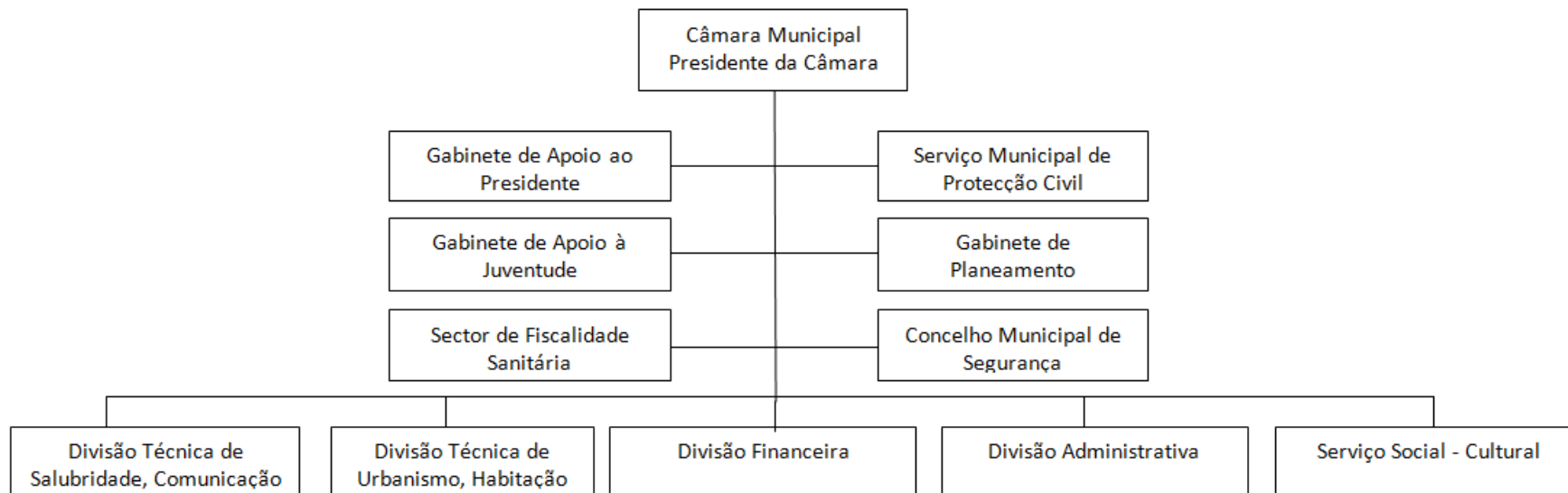


Figura 8 - Organograma simplificado da Câmara.

Fonte: Própria.

1.6 ANÁLISE SWOT

Ao realizar-se uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) procura-se perceber quais são os pontos fortes (vantagens internas) e os pontos fracos (desvantagens internas) que a organização apresenta e as oportunidades (aspectos positivos com o potencial de fazer crescer as vantagens) e as ameaças (aspectos negativos com o potencial de fazer crescendo as vantagens) com que esta se depara para melhor se adaptar ao meio onde se insere e às situações com as quais se confronta.

Lewis refere que a análise SWOT baseia-se em factores endógenos e exógenos. Esta análise é uma forma muito difundida de fazer o diagnóstico estratégico da organização, para assim poder delinear sem grandes dificuldades todos os pontos importantes para o sucesso da mesma, tendo em conta factores positivos e negativos. A análise SWOT é “onde deverá aplicar esforços especiais de modo a atingir o resultado desejado” (Lewis, pág. 61).

A tabela seguinte apresenta a análise SWOT da Câmara Municipal de Penalva do Castelo:

| Pontos Fortes | Pontos Fracos |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Equipa de profissionais qualificados - Renovação das instalações camarárias - Uma equipa comprometida na qualidade dos serviços prestados aos munícipes | <ul style="list-style-type: none"> - Falhas constantes e baixa largura de banda nos serviços de Internet - A burocracia e sua organização - Desmotivação de certos públicos internos |
| Oportunidades | Ameaças |
| <ul style="list-style-type: none"> - Parcerias com diversas Câmaras Municipais dos concelhos vizinhos - Boas acessibilidades - Localização central - Condições reconhecidas nacionalmente dos três produtos típicos | <ul style="list-style-type: none"> - Panorama económico nacional e internacional - Conflitos entre partidos a nível local - Zona do interior, com pouco investimento |

Tabela 1 - Análise SWOT.

Fonte: Própria.

A CMPC ao apostar em pessoas com capacidades técnicas e experiência profissional, bem como, na melhoria das suas instalações, repercute-se na qualidade das suas prestações de serviços. Isto torna o empenhamento e rendimento dos seus profissionais bastante credível, o que se reflecte na promoção dos produtos endógenos, constituindo-se como pontos fortes. No reverso da medalha as constantes falhas de internet bem como a burocracia provocam um atraso nos serviços que se prestam e uma desmotivação nos profissionais que desempenham funções.

A interligação existente através dos bons acessos e a localização central entre Mangualde, Viseu, Aguiar da Beira e Sátão tornam possíveis parcerias para desenvolver os produtos típicos de cada zona. Em contrapartida, os panoramas económicos nacionais e internacionais são ameaças que preocupam quem quer investir em Penalva do Castelo. O facto de se encontrar no interior por vezes acarreta desvantagens, isto porque existe um recuo no que se refere aos investimentos. Outro problema subjacente, que é comum em todo o país, é a oposição política e a CMPC não é excepção.



Capítulo II

o estágio



2. PLANO DE ESTÁGIO

2.1 OBJECTIVOS

No primeiro contacto com a organização, foi transmitido a disponibilidade para integrar um estágio curricular, bem como a liberdade em conceber e propor projectos.

Os objectivos iniciais propostos para o período de estágio foram os seguintes:

- elaborar relatórios *Clipping*;
- organizar eventos;
- promover eventos;
- actualizar base dados;
- desenvolver acções de *marketing*;
- actualizar *newsletters*;
- elaborar *newsletters*.

Na primeira reunião com a tutora e o Presidente da Câmara propôs-se, por parte do estagiário, um acréscimo de mais dois objectivos. Assim, acrescentou-se: criar *press book* digital e actualizar o *site* da organização, por serem importantes para o Município, o que foi aceite.

Todos os objectivos propostos foram cumpridos e o facto de se ter disponibilidade para ouvir, vontade empreendedora, observação, dedicação, vontade de aprender, espírito de iniciativa, constituíram elementos importantes para atingir os objectivos.

2.2 CRONOGRAMA

O cronograma da Figura 9 apresenta as actividades desenvolvidas ao longo dos três meses de estágio curricular na Câmara Municipal de Penalva do Castelo, de Julho a Outubro de 2010.

■ Sábados, Domingos e Feriados

| Julho | |
|---------------------------------|--|
| | 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 |
| Consulta do correio Electrónico | |
| Press Book | |
| Leitura da Imprensa | |
| Criação de banners | |
| Actualização do site | |

| Agosto | |
|---------------------------------|---|
| | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 |
| Consulta do correio Electrónico | |
| Press Book | |
| Leitura da Imprensa | |
| Criação de banners | |
| Actualização do site | |
| Criação de fundos e placas | |
| Digitalizações | |
| Press Realease | |

| Setembro | |
|---------------------------------|---|
| | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 |
| Consulta do correio Electrónico | |
| Press Book | |
| Leitura da Imprensa | |
| Criação de banners | |
| Actualização do site | |
| Criação de fundos e placas | |
| Digitalizações | |
| Press Realease | |

| Outubro | |
|---------------------------------|--|
| | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 15 |
| Consulta do correio Electrónico | |
| Press Book | |
| Leitura da Imprensa | |
| Actualização da site | |
| Criação de fundos e placas | |
| Digitalizações | |

Figura 9 - Cronograma de actividades do plano de estágio.

Fonte: Própria.

O estágio desenrolou-se no sector de informática, com as tarefas descritas no cronograma, destas salienta-se a criação de vários projectos e actividades propostos pela tutora, colegas de secção e também por iniciativa própria.

No ponto a seguir ir-se-ão abordar as tarefas desenvolvidas, referindo os métodos utilizados, as dificuldades sentidas e a evolução das aprendizagens.

2.3 ACTIVIDADES E PROJECTOS DESENVOLVIDOS

A CMPC utiliza o pacote *Office* da *Microsoft* para a execução das suas funções administrativas. Este pacote de aplicações encontra-se instalado em todos os computadores da organização. As características específicas de cada uma das aplicações foram aprendidas nas unidades curriculares do curso o que se tornou uma mais-valia na realização da maior parte tarefas diárias.

2.3.1 CLIPPING E LEITURA DE IMPRENSA

O *clipping* que pode também ser denominado por *press book* ou arquivo de imprensa foi a tarefa executada mais vezes durante o estágio, repetida diariamente, (apêndice I).

Os conteúdos da unidade curricular Marketing e Publicidade foram directamente aplicados na elaboração dos *press book*. O *press book* tinha como pressuposto a leitura da imprensa, e a verificação de notícias que tivessem sido publicadas nos meios de comunicação impressas ou *online*. Estas notícias abordam a organização, a sua concorrência, o mercado em que se insere e o interesse geral da população.

A realização do *press book* é uma tarefa indispensável já que permite detectar a opinião pública actual existente de uma organização e dos seus produtos ou serviços (Monteiro, 2008). Ao analisar estas notícias, as organizações podem responder directamente a situações que lhes afectam ou adaptar-se a fenómenos verificados no seu mercado, sejam de ordem positivos ou negativos.

O modelo *press book* existente na CMPC era realizado pela responsável do sector do Turismo, Sandra Marinho, e consistia no recortar da notícia e colagem numa folha com um simples cabeçalho. A partir do momento que o *press book* digital foi criado pelo estagiário, este sofreu remodelações a nível estrutural (*layout*). O cabeçalho foi melhorado de feição a descrever a notícia de uma forma mais apelativa. As notícias eram digitalizadas, uma vez que a maior parte das notícias eram publicadas em suporte papel. E acrescentou-se ao *layout* um elemento com a referência ao jornal de publicação, dia da edição, secção e o posicionamento na página. Feito este trabalho eram impressas duas folhas, uma para o arquivo de papel e

outra para o Presidente. O *press book* digital era guardado numa pasta num computador da secção (Câmara *Press Book*), dividida por meses e anos.

2.3.2 CONSULTA DO CORREIO ELECTRÓNICO

Esta tarefa diária tinha como responsabilidade verificar as mensagens recebidas no *e-mail* geral da CMPC. Depois de analisadas estas eram separadas em três valências: **apagadas** que não tinham interesse para a CMPC (e.g. publicidade diversa); **enviadas** que tinham um destinatário fixo: contabilidade, gabinete técnico florestal entre outros sectores e eram reencaminhadas para o respectivo sector (e.g. declarações electrónicas); e as **imprimidas** que não tinham destinatário identificado, por isso procedia-se à impressão para serem entregues ao sector de apoio ao Presidente, onde davam entrada.

2.3.3 DIGITALIZAÇÕES

Tarefa realizada frequentemente, servindo para digitalizar documentos (ofícios, textos, projectos e editais) para serem enviados às respectivas entidades como os vereadores e em anexos a *e-mails*. Este processo também servia para colocar informação disponível no *site* da CMPC como e.g. procedimentos concursais, actas e de apoio ao sector do planeamento para ter os documentos em suporte pdf para colocar nas plataformas de concursos públicos.

2.3.4 PRESS RELEASES

Um *press release*, ou comunicado de imprensa, “visa contar um facto redigido sob a forma de notícia, a fim de facilitar a tarefa do jornalista” (Lampreia, 1999, pág.97). Os *press releases* servem para enviar um documento em forma de divulgação de informações junto dos *media*. A sua estrutura é semelhante à da notícia, tendo por objectivo a tentativa de captação do interesse dos jornalistas para o tema ou evento. Os assuntos publicados num comunicado de imprensa são de elevada importância, já que esta é a forma de dar a conhecer àqueles que estão fora do município as actividades e as propostas. Hoje em dia, muitas notícias publicadas nos órgãos de comunicação social são derivadas de *press-releases*.

Durante o estágio realizaram-se dois *press releases* (apêndice II), tendo como temática os eventos: abertura da piscina exterior e a XV Feira da Maçã Bravo de Esmolfe a realizar pela CMPC. Depois da elaboração de cada *press release* este foi entregue para aprovação (tutora e Vice-presidente). Após aprovado seguia-se o seu envio para os jornalistas através da lista de imprensa já predefinida pela CMPC.

2.3.5 ACTUALIZAÇÕES DO SITE

Na primeira semana o estagiário assistiu a uma formação intensiva (10 horas) dada pelo responsável do sector de informática sobre manutenção do *site* da CMPC. Nesta formação foi demonstrada a forma como se trabalhava a informação e a sua colocação no *site*. Esta formação foi essencialmente prática. Foram contempladas a forma como se publicavam as notícias, o processo de transformação do *press release* (actualização os tempos verbais, as notícias só eram lançadas quando já tinha passado o evento) e associava-se fotos escolhidas pela tutora.

Em paralelo a esta função, ainda houve tempo para colocar alguns editais, procedimentos concursais, actas, fotos de obras em execução, recorte de imprensa (recortes retirados do *press book*), agenda e a construção de *banners* relativos aos eventos a decorrer, Figura 10.

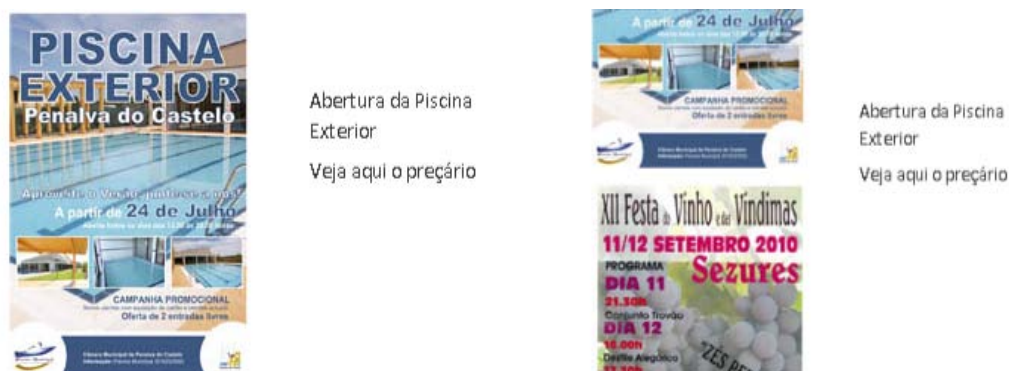


Figura 10 - Banner criado para promover os eventos.

Fonte: Própria.

A ferramenta *Adobe Photoshop CS4* e *CorelDRAW X4* foram utilizadas para a edição e o tratamento digital de imagens. Por outro lado, o *Adobe Dreamweaver CS4* serviu na criação/actualização de ficheiros *html*, e o *Adobe Flash* para a criação de *banners* com o formato *swf*.

Esta actividade exigiu grande responsabilidade, tudo tinha uma forma e um lugar para ser colocado e o apreendido nas unidades curriculares do curso constituiu uma base essencial para o estagiário.

2.3.6 OUTRAS ACTIVIDADES REVELANTES

Foi proposto pelo Dr. Manuel Luís, que colaborasse na abertura da Biblioteca Municipal. Aplicando-se os conhecimentos aliados à criatividade, desenvolveram-se alguns projectos tais como fundos de ambiente de trabalho (apêndice III). Produziram-se placas ilustrativas para diferenciação de estantes, bem como para os diversos espaços e secções, uma vez que estas estão divididas por sector infantil, adulto, música, cinema (apêndice IV). Criou-se um possível cartão do utente bibliotecário (apêndice V), e um novo *layout* para o *site* da biblioteca (apêndice VI).

Um outro desafio, lançado pelo Vice-presidente, Carlos Santos, para as Festas do Município de 20 a 25 de Agosto, era a criação de *spots* (apêndice VII). Um *spot* é um fonograma (forma de comunicação em sons) utilizado como peça publicitária em rádio. O *spot* é geralmente utilizado na publicidade quando há muita coisa a ser transmitida numa só mensagem (Canelas, 2009). *Spots*, esses que serviriam para sensibilizar as pessoas para o gasto de água, tratamento do lixo doméstico, abertura da piscina exterior e a calendarização das actividades a decorrer durante festividades. A CMPC alugou equipamento áudio, reproduzindo assim os *spots* elaborados. Refere Santos, (2010) que todas as palavras contam e por esse motivo tem de pensar-se em todos os pontos de vista antes da elaboração.

No decorrer dos três meses de estágio desfrutou-se ainda da oportunidade de estar em diversos eventos permitindo fazer recolha fotográfica, participação em actividades, fora do horário laboral.

A participação na organização de quatro eventos: Festa das Vindimas RTP-1, Caminhada do Coração, XV Feira da Maçã Bravo de Esmolfe e IX Prova de Vinhos de Penalva do Castelo (anexo II), foram experiências enriquecedoras, uma vez que o estagiário não teve formação no âmbito da licenciatura (em Gestão de Eventos, uma vez que era opcional).

Ainda se propôs a realização de um CD/ DVD interactivo (apêndice VIII) ficando a proposta por entregar à organização. O esboço foi entregue aos colegas do sector de informática.

CONCLUSÃO

Durante a permanência na organização, o estagiário acumulou experiências, desenvolvendo novas capacidades, ao mesmo tempo que aplicava os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares.

O relatório apresenta todas as actividades desenvolvidas durante o estágio. A sua realização permitiu reflectir sobre estas, sobre os seus objectivos vinculados e os benefícios retirados da sua realização individual. A conclusão do relatório representa a finalização do estágio curricular e da licenciatura em Comunicação e Relações Economicas.

O enriquecimento do trabalho em grupo proporcionou que se tenham desenrolado todas as metas propostas. Umas com menor dificuldade de execução e outras que levaram à interacção dos profissionais que se encontravam no mesmo sector para que pudessem auxiliar com o seu conhecimento. Assim, obtiveram-se novos conhecimentos práticos sobre a profissão de um futuro profissional licenciado. A colaboração com os colegas de trabalho, as actividades próprias e um espírito inovador e empreendedor na execução das tarefas são fundamentais para o bom relacionamento profissional.

Do ponto de vista subjectivo, as capacidades do estagiário nem sempre foram aproveitadas da melhor forma possível. Tentou-se ser proactivo, oferecendo-se inúmeras vezes para integrar grupos de trabalho nos diversos eventos e tarefas, mas nem sempre este procedimento resultou. No entanto, a manutenção do *site*, a construção de spots, de *press releases*, *banners*, entre outras actividades descritas no capítulo II foram bons exemplos de aproveitamento dos conhecimentos do estagiário.

A Câmara Municipal de Penalva do Castelo acaba por ser um bom local para a realização do estágio curricular. Esta reúne boas infra-estruturas e recursos necessários para uma rápida resposta aos munícipes, sendo uma organização como futura aposta para área de trabalho.

BIBLIOGRAFIA

CANELAS, Carlos (2009). *Apontamentos das aulas da unidade curricular Laboratório de Audiovisuais*. Guarda: Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto.

CARVALHO, Ana. (2006). *Significado das Cores*. Disponível no site http://olhandoacor.web.simplesnet.pt/significado_das_cores.htm. Consultado em 10/ 2010.

CMPC. (2002). *Folheto Segredos de Penalva*. Penalva do Castelo: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

CMPC. (2010). *Câmara Municipal de Penalva do Castelo*. Disponível no site <http://www.cm-penalvadocastelo.pt>. Consultado em 10/ 2010.

GOUVEIA, Regina (2008). *Apontamentos das aulas da unidade curricular Teorias da Comunicação*. Guarda: Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto.

LAMPREIA, J. Martins. (1999). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. 2ª Edição. Lisboa: Publicações Europa-América.

LAMPREIA, J. Martins. (2003). *Comunicação Empresarial - As Relações Públicas na Gestão*. 2ª Edição. Lisboa: Texto Editora.

LEWIS, James P. (s/d.). *Planificação, Programação e Controlo de Projectos - Manual Prático Sobre a Gestão de Projectos*. Porto: Porto Editora.

MONTEIRO, Guilherme (2008). *Apontamentos das aulas da unidade curricular Marketing e Publicidade*. Guarda: Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto.

MONTEIRO, Leonídio de Figueiredo (2010). *Discursos nos vários eventos realizados e/ou apoiados pela CMPC*. Penalva do Castelo: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

MARINHO, Sandra. (2010). *Diálogo institucional referente á sua área de trabalho (Turismo, Património, Gestão de Eventos)*. Penalva do Castelo: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

PINTO, Fernando. (2010). *Diálogo institucional com o responsável pelo sector financeiro. CMPC*. Penalva do Castelo: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

KATZ, Bernard, (1989). *Comunicação - Poder da Empresa*. Lisboa: Clássica Editora.

SANTOS, Carlos. (2010). *Procedimentos para a elaboração de um spot. CMPC*. Penalva do Castelo: Câmara Municipal de Penalva do Castelo.

