



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Programa “Por Ti” Conceção e Produção de programa televisivo

Alexandre Fernandes Pinto Lobo

Orientadores

Especialista, Isabel Maria Ramos Marcos

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica da Especialista, Isabel Maria Ramos Marcos, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho de 2021

Composição do júri

Presidente do júri

Grau académico, nome do presidente do júri”

Arguente

Orientadora

Especialista, Isabel Maria Ramos Marcos

Professora-Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas
do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Dedicatória

A todos aqueles que têm contribuído ao longo destes anos para a boa decisão que tomei ao seguir este caminho do ramo audiovisual, com altos e baixos mas com um orgulho enorme pessoal, académico e ainda profissional.

Dedico de forma especial aos docentes, colegas e família, que ajudaram imenso nas opções que tomei ao longo da minha vida académica e que estas fossem as corretas.

Agradecimentos

A todos os docentes da Escola Superior de Artes Aplicadas e em especial à minha equipa de trabalho que tornaram possível a realização deste projeto e a aprendizagem conseguida e, em especial à minha orientadora Professora Adjunta Isabel Maria Ramos Marcos, pelo incentivo, pela sua enorme disponibilidade e auxílio na orientação deste projeto.

Um agradecimento enorme à minha equipa de trabalho, de produção, técnica, apresentação, realização, sem eles este projeto não seria possível de concretizar.

Por fim, à minha família, amigos e colegas de Licenciatura pela força, apoio e compreensão devido à falta de disponibilidade a que me levou a desenvolver este projeto.

Resumo

O projeto que doravante se apresenta faz parte do conjunto de produtos desenvolvidos pela empresa “Mídia Frame”, de quem o autor deste trabalho é responsável, e insere-se no meio da Gestão e Produção Audiovisual.

O projeto desenvolvido, denominado “Por Ti”, centra-se na conceção, produção, realização e pós produção de um programa audiovisual de divulgação de costumes, tradições, gastronomia e economia, através de uma rede social, e tem como objetivo promover o desenvolvimento local / regional.

Na área do “audiovisual” temos um panorama de atividades muito vasto que permite criar e desenvolver inúmeras ideias, e diferentes produtos. É por demais conhecido que, hoje em dia, as redes sociais são a “montra” de exposição para muitos dos conteúdos do ramo audiovisual, que abarca desde o documentário, ao institucional, ao promocional e, no caso presente à divulgação da tradição e da inovação regional. Assim, este documento expõe todas as fases da conceção, produção e realização do Programa “Por Ti”, divulgado numa plataforma digital – facebook.

O projeto apresentado assume ainda uma grande vantagem pelo facto de ser transmitido em live streaming (o que em linguagem televisiva se denomina de “direto”).

A Mídia Frame, empresa criada no início de março de 2020, tem como finalidade “combater” os efeitos provocados pela atual pandemia promovendo a criação de postos de trabalho e a divulgação da economia e da tradição local e regional, focando o seu trabalho na região da Beira Baixa. Esta Produtora tem como objetivo abranger a área do audiovisual, nomeadamente a gestão de redes sociais, a produção de conteúdo vídeo e fotográfico, e, ainda a vertente do Live streaming (a mais solicitada no momento atual). No futuro esperam-se incluir outros projetos.

Palavras chave

Produção Audiovisual | Live Streaming | Facebook | Mídia Frame | Por Ti

Abstract

The project presented hereafter is part of the set of products developed by the company “Mídia Frame”, for which the author of this work is responsible, and is part of Audiovisual Management and Production.

The project developed, called "Por Ti", focuses on the conception, production, realization and post-production of an audiovisual program for the dissemination of customs, traditions, gastronomy and economy, through a social network, and aims to promote development local / regional.

In the audiovisual area, we have a wide range of activities that allow us to create and develop ideas and different products. It is well known that, nowadays, social networks are the "showcase" of exposure for many of the contents of the audiovisual field, which ranges from documentary, institutional, promotional and, in this case, the dissemination of tradition and regional innovation. Thus, this document exposes all phases of the conception, production and implementation of the “Por Ti” Program, disclosed on a digital platform - facebook.

The project presented also has a great advantage because it is broadcast in live streaming (which in television language is called “direct”).

Mídia Frame, a company created in early March 2020, aims to "fight" the effects of the current pandemic by promoting the creation of jobs and the dissemination of the local and regional economy and tradition, focusing its work in the region of Low edge. This Production Company aims to open up an area of audiovisual, namely the management of social networks, the production of video and photographic content, and also the aspect of Live streaming (the most requested at the moment). In the future generate itself include other projects.

Keywords

Live Streaming | Production Audiovisual | Facebook | Mídia Frame | Por Ti

Índice geral

Agradecimentos.....	VII
Resumo.....	IX
Palavras-Chave.....	IX
Abstract.....	XI
Keywords.....	XI
Índice Geral.....	XIII
Índice de Figuras.....	XV
Lista de Tabelas.....	XVII
1. Introdução.....	Pág.1
1.1 Enquadramento.....	Pág.3
1.2 Objeto de Estudo.....	Pág.3
1.3 Objetivos.....	Pág.4
1.3.1 Objetivos gerais.....	Pág.4
1.3.2 Objetivos específicos.....	Pág.4
2. Calendarização.....	Pág.6
3. Gestão das Redes Sociais.....	Pág.7
4. Novos Media.....	Pág.9
4.1 Plataformas Streaming.....	Pág.10
4.2 Plataformas Live Streaming.....	Pág.10
4.3 Facebook Live.....	Pág.11
4.4 Youtube Live	Pág.11
4.5 Instagram Live	Pág.11
4.6 Site e/ou Servidor Específico.....	Pág.12
5. Pré-Produção.....	Pág.13
6. Produção	Pág.15
7. Realização	Pág.17
8. Alinhamento	Pág.19
9. Programa “Por Ti”	Pág.20
9.1. Enquadramento	Pág.20
9.2. Objetivos	Pág.21
9.3. Público-Alvo.....	Pág.21
9.4. Espaços.....	Pág.21
9.5. Estrutura.....	Pág.23
10. Sabores de Perdição - Castelo Branco	Pág.24
10.1. Audiência/Estatística/Visualização.....	Pág.33
11. Lourical do Campo.....	Pág.35
12. Orçamento.....	Pág.39
13. Conclusão.....	Pág.40
Webgrafia.....	Pág.41

Índice de figuras

Figura 1 - Na parte musical, Rui Poço	Pág.1
Figura 2 - O operador de grua em movimento “teste” do programa, na parte do cenário musical.....	Pág.2
Figura 3 - Uma vista mais geral do estúdio, com o “set” onde se realizam as entrevistas aos convidados do programa.....	Pág.2
Figura 4 - Plano mais aproximado do “set” das entrevistas.....	Pág.2
Figura 5 - Estúdio de Televisão “Mídia Frame”	Pág.3
Figura 6 - Carro de Exteriores (interior).....	Pág.16
Figura 7 - Carro de Exteriores (interior), realização.....	Pág.17
Figura 8 - Alinhamento/Guião “Sabores de Perdição 2021”	Pág.18
Figura 9 - Esquema da localização do programa.....	Pág.21
Figura 10 - Grupo “Cavaquinho Show in Trio” - Momento Musical.....	Pág.23
Figura 11 - Exemplo de Entrevista.....	Pág.24
Figura 12 - Grupo “Onface” - Momento Musical.....	Pág.26
Figura 13 - Momento de pintura do quadro da Artista Rosário Belo.....	Pág.27
Figura 14 - Os dois apresentadores, João Artur e Catarina Lopo.....	Pág.27
Figura 15 - Testes de imagem com os operadores de Câmara Fixa.....	Pág.28
Figura 16 - Assistente de Realização com apresentador.....	Pág.28
Figura 17 - Operador de grafismos antes da emissão começar com eartec´s.....	Pág.29
Figura 18 - Cartão dos apresentadores.....	Pág.30
Figura 19 - Carro de Exteriores.....	Pág.31
Figura 20 - Espaço onde decorreu o Programa “Sabores de Perdição 2021”.....	Pág.31
Figura 21 - Estatísticas do programa.....	Pág.32
Figura 22 - Estatísticas das interações com o público.....	Pág.33
Figura 23 - Espaço geral onde decorreu o programa.....	Pág.35
Figura 24 - Exemplo de Reportagem.....	Pág.35
Figura 25 - Operador de Câmara Fixa.....	Pág.36
Figura 26 - Exemplo de entrevista.....	Pág.36
Figura 27 - Equipa de produção.....	Pág.37

Lista de tabelas

Tabela 1 - Calendário dos serviços efetuados e por efetuar.....Pág.5

Tabela 2 - Orçamento de produção do Programa.....Pág.38

1. Introdução

O presente relatório descreve o projeto de final de licenciatura do curso de Design de Comunicação e Audiovisual, (DCA) que assenta na realização de um programa transmitido através da internet, produzido por uma produtora criada recentemente e que tem como objetivo a criação de empregos na área do audiovisual, na região de Castelo Branco. Com a Mídia Frame pretende-se, futuramente, conseguir implementar e consolidar uma produtora audiovisual no interior de Portugal uma vez que é uma falha no mercado atual. É do conhecimento comum que muitos projetos audiovisuais desta região do país são realizados ou produzidos por empresas do litoral embora haja empresas locais com capacidades para os realizar.

Pretende-se uma produtora que tenha uma elevada produção, que consiga combater a desertificação do interior para o litoral e que consiga futuramente ter postos de trabalho com elementos que terminem os cursos na cidade e que entrem no mercado de trabalho com uma empresa reconhecida tanto regionalmente como nacionalmente.

A partir do exposto, descreve-se neste trabalho, o Programa “Por Ti”, um programa de divulgação da cultura, economia e tradição, de localidades do Interior, nomeadamente da região de Castelo Branco. O programa referido, aproxima-se, na sua essência, aos programas de fim de semana das televisões generalistas portuguesas sendo que a sua transmissão é realizada a partir das redes sociais, nomeadamente do Facebook. Com este projeto, amplamente já divulgado na região centro-interior de Portugal, pretende-se por em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de DCA, especialmente na área do audiovisual. Sublinhe-se que o programa descrito conta já com várias transmissões, quatro, e outras já planeadas e em fase de pré-produção.

Como exemplo, deixo algumas fotografias do estúdio atual da Mídia Frame, localizado em Castelo Branco, tiradas num teste do programa “Por ti”.



Figura 1 - Na parte musical, Rui Poço.



Figura 2 - O operador de grua em movimentos “teste” do programa, na parte do cenário musical.



Figura 3 -Uma vista mais geral do estúdio, com o “set” onde se realizam as entrevistas aos convidados do programa.



Figura 4 - Plano mais aproximado do “set” das entrevistas.

1.1 Enquadramento

Este programa denominado “Por ti” é um projeto que está a ser desenvolvido desde o início da pandemia, pois devido à grande adesão nas redes sociais era importante trazer algo de novo e que mostra-se o que há de bom na região.

É importante referir que é um programa desenhado para ser transmitido na rede social Facebook.

1.2 Objeto de estudo

O objeto de estudo é o programa “Por ti”, que é transmitido em direto na rede social facebook. É um programa com diversas tendências, desde a cultura, gastronomia e tradição.

Pretende não só dar voz às entidades locais como também aos produtores e pequenos empresários que queiram divulgar o seu negócio. É uma forma de divulgação que atualmente é a melhor, sem dúvida. Pretendemos a cada programa que fazemos melhorar e adaptar sempre o programa á nova realidade, sendo cada vez mais importante o “upgrade” nas novas tendências da população em geral.

Na imagem em baixo deixo um exemplo de cenário do programa “Por ti” nos estúdios da Mídia Frame Televisão.



Figura 5 - Estúdio de Televisão “Mídia Frame”

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos gerais

O objetivo geral deste programa é que este seja uma porta de entrada da produtora Mídia Frame no ramo do audiovisual das grandes produtoras a nível nacional.

Com esta nova dinâmica das redes sociais ainda são poucos aqueles que se atrevem a expandir a sua audiência para estas (redes sociais) e continuam no formato televisivo. Considero de uma elevada importância este tipo de programa “Por Ti”, porque daqui a uns anos será o futuro das novas gerações de empresas no ramo audiovisual, porque também com a pandemia conseguimos perceber que os eventos são podem ser só com a vertente presencial mas também com a transmissão online numa plataforma que futuramente possam ver e/ou rever a mesma.

Em termos de produção há um gasto muito inferior do que numa produtora de um programa de televisão via satélite, mas futuramente acredito que a internet será a utilização da maior parte das pessoas e até alguma parte da população (numa geração mais nova) deixará de ver televisão mas sim programas que queiram ver onde quiserem e à hora que bem entenderem.

1.3.2 Objetivos específicos

Um dos objetivos específicos deste programa é perceber a audiência do programa na rede social e tentar perceber qual a tendência da população em geral para cada tipo de programa que produzimos.

A empresa está definida com várias equipas, desde a parte técnica, a produção, pós-produção, áudio, som, iluminação, cenografia, apresentação e realização, todos estes elementos fazem o programa denominado “Por ti”.

Tenho vindo a verificar o aumento da audiência de programa para programa, após cada emissão há sempre uma reunião com toda a equipa para se perceber onde se falhou e quais os pontos que se podem melhorar, e isso tem tido um resultado positivo em regra geral.

Nesta última produção no Jardim do Paço, em Castelo Branco foi muito importante ouvir um bom feedback por parte dos participantes na emissão, como por parte daqueles que estiveram a assistir em suas casas, como se pode verificar na transmissão, na página de facebook do Município de Castelo Branco.

O objetivo será um dia conseguir produzir um programa destes para uma estação de televisão, mas na sua rede social, em vez de na televisão, como fazem atualmente, para que futuramente a produtora Mídia Frame esteja no mesmo patamar ou ainda melhor que a Coral, SP Televisão, entre outras grandes produtoras em Portugal.

2. Calendarização

Algumas das produções já feitas e outras já confirmadas para se fazer, fora estas que estão na tabela em baixo, há mais algumas propostas (fora do concelho de Castelo Branco) que estão em fase de análise por parte da entidade adjudicante.

Tabela 1 - Calendário dos serviços efetuados e por efetuar

Por ti “Salgueiro do Campo”	21 de Março
Por ti “Alcains”	27 de Março
Por ti “Louriçal do Campo”	2 de Maio
Por ti “Sabores de Perdição”	6 de Junho
Por ti “Idanha-a-Nova”	Agosto
Por ti “Sertã”	Agosto
Por ti “Terras d’Oiro”	Setembro
Por ti “Covilhã”	Julho

3. Gestão das Redes Sociais

A rede social, é já do conhecimento comum, hoje em dia é a principal forma de divulgação seja em que área for, e no que respeita ao audiovisual não é exceção. Supera até mesmo a televisão, jornal ou rádio. Saliente-se ainda que os custos da criação de uma estratégia de marketing online, por exemplo, são bastante inferiores do que um anúncio em qualquer dos meios mencionados acima.

“As redes sociais fazem, cada vez mais, parte da vida das pessoas. Hoje em dia, tudo o que acontece está nas redes sociais. Assim, não é de estranhar que começa a verificar-se que os consumidores frequentemente tomam decisões de compra através das redes sociais. Posto isto, uma boa estratégia para a gestão das redes sociais é de extrema importância para as marcas que pretendem vingar no futuro.”

Como exemplo, quando o consumidor quer comprar algum produto, se conseguir adquiri-lo online torna-se mais fácil e eficaz do que se não estiver na rede social. Esta facilidade vem do facto de o contacto ser imediato, personalizado e de acordo com as necessidades e o *timing* do cidadão/cliente.

Um dos pilares da rede social é a interação com o cliente ser muito mais direta e rápida. Por exemplo, o facto de o cliente poder discutir pormenores acerca do produto no imediato e dentro da sua disponibilidade torna a aquisição de produtos mais célere e personalizada, até porque o cidadão pode ver as suas dúvidas e questões serem satisfeitas e passar diretamente à aquisição do produto.

“Juntamos eventos e redes sociais para criar estratégias de sucesso”

Atualmente é bastante frequente consultarmos as atividades da cidade online e com isso selecionamos o que realmente importa ao utilizador. A interligação entre eventos e redes sociais aumentou de tal forma que nos dias de hoje há quem faça a promoção exclusivamente online.

Uma das vantagens da promoção online é que torna possível atingir um número elevado de pessoas alcançadas com uma boa estratégia de marketing. “Afim, graças à promoção no Facebook e Instagram, por exemplo, é possível atingir resultados incríveis sem recorrer aos tradicionais cartazes ou folhetos que não só têm um elevado custo, como têm uma distribuição física exigente.”

“Na Message in a Bottle trabalhamos as redes sociais estrategicamente e, na hora de juntar eventos e redes sociais começamos pela parte mais importante: o planeamento.

Há 3 etapas fundamentais de comunicação: pré-evento, durante o evento e pós-evento. Cada fase tem as suas particularidades e, sobretudo, diferentes objetivos, mas se há momento que exija atenção, investimento e estratégia é a fase de pré-marketing.”

A gestão das redes sociais hoje em dia é um trabalho diário e muito importante para a promoção e divulgação de um serviço/produto.

Na vertente fotográfica é bastante importante ter em conta o que se pretende divulgar, uma boa imagem é um ponto importante na angariação de um cliente.

Seja durante um evento ou até mesmo a promoção de algum produto é importante haver uma boa relação com o audiovisual/gráfico na divulgação.

No vídeo, hoje em dia temos um aspeto muito importante, a atenção de quem está a ver o vídeo, seja ele promocional de um evento ou produto é muito importante não passar do 1' / 1'30". Caso ultrapasse este tempo, muito dificilmente se consegue ter os resultados pretendidos para um maior alcance de pessoas/visualizações. A razão do que se afirma assenta no facto de estar já amplamente estudado e difundido que a capacidade de o espetador/visualizador, manter a sua atenção é de curtos espaços de tempo. Ora se os vídeos ultrapassarem muito estes tempos corre-se o risco de esses espetadores/visualizadores deixarem de prestar atenção ou abandonarem a visualização.

“Em geral, recomendamos que faças vídeos curtos; no entanto, alguns locais de publicação suportam vídeos mais longos. Os locais de publicação do Feed do Instagram e da Audience Network permitem vídeos de até 120 segundos, enquanto o Feed do Facebook, o Marketplace e a página inicial do Messenger suportam vídeos com uma reprodução de até 240 minutos.

Capta rapidamente a atenção: coloca a parte mais cativante do teu vídeo no início, para suscitar interesse. Sugerimos que o faças durante os primeiros 3 segundos.

Destaca a mensagem do teu produto ou da tua marca cedo: da mesma forma que é importante captar a atenção depressa, mostra imediatamente a identidade da tua marca para que as pessoas a vejam e a memorizem. Se utilizares um vídeo existente, edita-o para que o teu produto ou a tua marca sejam apresentados em destaque nos primeiros 15 segundos.

Cria uma experiência sem som: as pessoas optam por ver vídeos sem som em várias situações, como quando estão em locais públicos. Utiliza texto, elementos gráficos e legendas sempre que possível.”

Exemplo da explicação em cima: Somos Portugal:Promo.

4. Novos Media

Os “Novos Media”, as redes sociais, estão dentro do panorama atual da nova realidade, por exemplo, grandes marcas em Portugal têm uma boa estratégia de marketing para atingirem os seus objetivos definidos pela empresa. Que marcas? Segundo a análise feita pela “consumertrends” o destaque vai para a Britax (Carrinhos de Passeio Infantil), em seguida a Nobre (Fiambre da Perna Extra) e ainda a Bimby, que estão no top 25 das marcas que se destacam pela satisfação do cliente. São vários os autores que referem isto mesmo, como Ferreira “A quantidade crescente de fontes de transmissão de conteúdos - de tipo informativo, narrativo ou outro -, e o agrado com que é recebida a sua difusão, colocam as formas de produção e difusão da cultura dos media entre os mais importantes agentes de socialização” (FERREIRA pag. 1: 2002)

Fonte: BOCC UBI: “A ideologia dos novos media” Gil Ferreira, 2002

A importância que a internet, e conseqüentemente as redes sociais, adquiriram nos últimos (recentes) anos junto dos cidadãos está bem patente na forma como a classe política tem aderido aos meios digitais criando páginas e promovendo as suas ideias e propostas nas redes sociais.

“Fora do contexto das eleições, é interessante perceber a percepção que a classe política portuguesa tem dos media enquanto veículos de comunicação.”

Fonte: www.cision.pt / Francisco Vidente

A frase acima descrita é um ponto que nos parece bastante importante hoje em dia. As eleições este ano serão discutidas inevitavelmente nas redes sociais, porquê?

Há uma maior facilidade em chegar ao essencial da informação que se pretende, no caso de uma classe política é muito mais prático haver uma boa informação numa boa gestão de uma página eleitoral em que o visualizador consiga chegar mais rápido e mais facilmente ao pretendido, ou seja, à informação.

Por outro lado, sem atender à vertente política, mas sim ao entretenimento e à economia regional, demos conta durante o primeiro confinamento em Portugal, de uma adesão crescente às redes sociais, àquilo a que designamos de “Novos Media”. Percebemos, através da nossa experiência a partir da nossa profissão, que a população, com o tempo, começou a sentir falta da vertente cultural.

Foi aqui que se pensou em criar um programa de entretenimento que competisse com os programas televisivos das tardes de fim de semana, mas sem os custos acrescidos de produção. Por outro lado e no projeto aqui apresentado o mais importante, foi pensar em conseguir transportar esse programa para onde estão as

pessoas diariamente - nas redes sociais. No caso presente foi escolhido o Facebook para a transmissão do referido programa.

4.1. Plataformas Streaming

Streaming é um termo que designa uma tecnologia que, a partir da internet, nos permite enviar e receber conteúdos multimedia não só para computadores como para outros dispositivos móveis de forma rápida.

“Basicamente, uma vez conectado à internet, um dispositivo é capaz de reproduzir arquivos como vídeos e áudio ao mesmo tempo que faz o download desses conteúdos — ou seja, o usuário pode acessar os arquivos mais rapidamente enquanto as informações estão sendo carregadas.”

Como exemplo de streaming podemos referir duas plataformas diferentes, o caso da Netflix, para o audiovisual e o Spotify apenas para áudio, mais especificamente música.

4.2. Plataformas Live Streaming

Quando falamos de streaming convém referir que, tal como acontece por exemplo na televisão, podemos ter exibição de conteúdos gravados previamente ou em direto. Assim temos o streaming e o live streaming. Este último significa que os conteúdos estão a ser transmitidos em tempo real, direto.

“É muito provável que você também já tenha tido contato com lives, já que elas funcionam na mesma lógica do streaming, com a única diferença de enviar as informações solicitadas pelo espectador realmente em tempo real. Ou seja, se alguma vez você já usou a internet para assistir a eventos, pessoas e programas que estavam ao vivo naquele momento, você estava em contato com uma live streaming.”

Atualmente a maioria das empresas de comunicação social, entre outras, oferecem conteúdos em live streaming, como por exemplo acontecimentos desportivos, concertos, ou outros eventos culturais.

Os serviços de live streaming abrangem uma grande variedade de situações entre as quais os jogos, redes sociais e até o desporto. A interação entre os utilizadores é um fator muito importante nestas plataformas, no caso da plataforma “Twitch” (sobretudo para jogos) os utilizadores podem estar a reagir ao jogo que estiver em live stream e o próprio “criador” pode responder aos seguidores, por exemplo.

4.3. Facebook Live

É do conhecimento comum que hoje em dia a melhor plataforma streaming é a rede social “Facebook”, onde se consegue um maior alcance de visualizações, reações e partilhas.

“O Facebook Live permite-te transmitir eventos, atuações e encontros em direto no Facebook. Os visualizadores podem vê-los através de um telemóvel, computador ou TV associada. As reações, partilhas, comentários e outras funcionalidades interativas permitem-te interagir com o teu público.”

4.4. Youtube Live

A plataforma Youtube Live é utilizada para os utilizadores que pretendem fazer diretos com uma melhor qualidade (a comparar com o Facebook), é utilizada maioritariamente para concertos, por exemplo.

O YouTube em Direto é uma forma criativa de os criadores atingirem o seu público alvo em tempo real. Quer seja a fazer live stream de um evento cultural ou empresarial, o YouTube tem ferramentas que ajudam a controlar as streams em direto e a interagir com os visitantes em tempo real, como refere o site oficial.

4.5. Instagram Live

O Instagram live é mais uma forma de poder fazer live streaming, um bom exemplo disso é o programa de Bruno Nogueira “Como é que o Bicho Mexe?”, que foi criado durante a pandemia e conseguiu em pouco tempo ter 50 mil espetadores diariamente. Este é um bom exemplo de como a rede social consegue chegar muito longe e de forma muito rápida. Podemos ver uma notícia acerca deste programa na fonte a que se faz referência de seguida.

4.6.Site e/ou Servidor Específico

Para outros utilizadores que pretendem uma transmissão em streaming dedicada para um evento exclusivo é costume utilizar o site como plataforma de streaming, que têm um “check-in”, por exemplo.

Hoje em dia as transmissões são muito vastas, pode-se dizer que podemos fazer “de tudo” desde que “haja internet”, tal como as situações por RTMP (Real Time Messaging Protocol/ protocolo desenvolvido pela Macromedia para streaming de áudio, vídeo e dados para internet) ou até SRT (Secure Reliable Transport/é um protocolo de transporte de vídeo de código aberto) / NDI (Network Device Interface / É um software padrão livre de royalties desenvolvido pela NewTek para permitir que produtos compatíveis com vídeo se comuniquem, forneçam e recebam vídeo de alta definição em uma rede de computadores de alta qualidade e baixa latência)

5. Pré-Produção

A “pré-produção” de um evento é a etapa inicial do mesmo, é nesta fase que a equipa aprova a ideia proposta e menciona um produtor para organizar o projeto.

As ideias começam a ser pesquisadas e desenvolvidas por cada departamento dentro da equipa. É nesta altura que o produtor e a produção aprovam o orçamento para se começar a trabalhar no projeto.

Para uma transmissão de um programa, seja ele em televisão ou na rede social, é nesta altura que o/a responsável da equipa técnica trata das cartas de autorização para gravações, contratação de apresentadores, serviço de catering. Tudo isto tem um custo associado, e é esse responsável que irá tratar de enviar todos os orçamentos para a produção executiva, com os devidos prazos de pagamento.

Após esta fase, avançamos para os ensaios, neste caso, dos apresentadores com o diretor de produção e respetiva equipa técnica. Nesta altura é importante fazerem-se os testes técnicos necessários para a produção do programa ir ao local onde vai ser transmitido para se perceberem os pequenos detalhes que irão fazer a diferença no dia da transmissão em direto. Há um pormenor muito importante, haver noção de quantos dias serão necessários para os respetivos ensaios, pois o serviço de catering para a equipa técnica e apresentadores poderá ter de ser contratado para vários dias e não apenas só um.

Nesta altura, cada uma das equipas de trabalho, tem uma análise técnica, para saberem quanto tempo irá demorar o programa de modo a que tudo esteja preparado, sempre a 100%, seja em testes ou em gravações.

Quais são os objetivos da pré-produção? Criar o argumento e criar o guião técnico, conhecer o espaço para a transmissão ou gravações, definir as funções da equipa, criar a lista de tudo o que será necessário para a produção e fazer o devido orçamento com todos os custos associados. No fundo é preparar todos os pormenores, por mais pequenos que sejam, para que no dia da transmissão ou gravação, possa fazer o seu trabalho sem que haja dúvidas ou falhas tal como refere Oliveira.

“Na produção de exteriores, acresce a satisfação de outros requisitos: procurar e definir o local adequado para a produção; 100 fazer a repérage; elaborar plantas/croquis; assegurar veículos (carro de exteriores e transportes para a equipa) e elaborar mapa de transportes; contactar as autoridades locais (e/ou donos dos espaços) para garantir autorizações e apoios nos serviços da cidade (polícia, proteção civil, bombeiros, ambulância, se necessário); iniciar a construção e decoração dos decors; etc. “(...) as necessidades podem ser múltiplas, (...) pode ser autorizações para se gravar em determinado local, licenças camarárias para a colocação de um carro de exteriores em determinado espaço” (citado por Correia, 101: 2016).”

Inês Galhardo Correia Julho, 2016 Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação – área de especialização em Cinema e Televisão.

Quando damos por terminada a fase de pré produção significa que uma parte da preparação do programa está concluída e avançamos para a próxima etapa que é a produção.

6. Produção

A Produção é, de acordo com Milheiro citado por Inês Galhardo (105, 2016), *“reunir meios humanos e técnicos ao serviço de um projeto”*, é nesta fase que se reúnem o maior número de equipas técnicas e meios humanos, é muito importante haver uma boa organização e coordenação para que tudo corra bem para que comecem as gravações/direto.

Durante esta fase, o produtor tem que fazer todo o acompanhamento do programa quer seja uma produção em estúdio como uma produção no exterior de eventos ou espetáculos. Deverá estar no local da produção, acompanhando a execução do plano que entregou a cada elemento da sua equipa para cumprir, e corrigir possíveis erros que hajam, e estando atento a quaisquer problemas ou imprevistos que surjam e resolvê-los com a maior brevidade possível.

Nas transmissões em direto, o produtor também deve estar atento à própria transmissão, fazendo uma ponte com a direção de transmissão (Realização) para certificar-se que tudo está a funcionar corretamente como podemos constatar a partir da afirmação de Milheiro

“Caso falhe, ou haja algum problema, tem que ter imediatamente contacto com o diretor de programas, perceber quais são as soluções e o que é que se pode fazer” (citado por Correia, 105: 2016). Portanto, “quanto mais o produtor tiver que intervir durante a gravação, é sinal que fez mal a pré-produção”, como afirma Simas, citado por Correia (106, 2016). A sequência da gravação que estava prevista poderá exigir ser alterada por razões como, por exemplo, aquando do não comparecimento de um interveniente ou convidado, e nesse momento é preciso substituí-lo, “mas em tudo isto só se pode intervir bem se houver uma boa fase de pré-produção” como referido pelo mesmo autor citado por Correia, (107, 2016). “No caso de um espetáculo, se o produtor preparou tudo, se garantiu os meios técnicos e humanos todos, se está tudo a correr como planeado, e se toda a gente cumprir com o que está acordado, no dia em si, é assistir, para que as coisas aconteçam – na prática nunca é assim, claro” afirma Oliveira, citado por Correia (108, 2016).”

Inês Galhardo Correia Julho, 2016 Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação – área de especialização em Cinema e Televisão.

Para que a produção (e a transmissão) decorra o melhor possível dentro das previsões e do que foi estabelecido pela equipa é necessário uma boa pré-produção, onde até os imprevistos têm de ser pensados. Isto mesmo é reforçado numa entrevista realizada por Inês Galhardo Correia, a um responsável de produção da RTP, e que, de forma a reforçarmos aquilo que dissemos anteriormente, passamos a transcrever:

“20. Quais os desafios que se enfrentam numa produção televisiva no exterior?”

– A imprevisibilidade. É isso. Ou seja, em princípio... por exemplo, a gente está a contar com bom tempo, e não está bom tempo; pode estar a contar que... sei lá – imagine que (a produção) é fora de Lisboa, que um determinado grupo ou artistas estão comprometidos a ir e têm um acidente, ou chegam atrasados, são coisas que... em princípio, os desafios é de saber montar, saber fazer pré-produção, é isso. É como lhe digo: o segredo da produção é fazer uma boa preparação, sentado à secretária, prevendo tudo”

7. Realização

A realização do programa é composto pelo realizador, pelo assistente de realização e operador de grafismos.

O realizador fala com os operadores de câmara e o assistente de realização com os apresentadores, numa comunicação diferente um do outro.

Há um guião, o qual o assistente de realização têm de saber todos os pormenores e é quem vai dizendo ao realizador e ao operador de grafismos o que irá entrar a seguir e quanto tempo falta para por exemplo, a reportagem terminar e entrarmos “no ar” outra vez.

É muito importante estes três elementos que estão no interior do carro de exteriores (realizador, assistente de realização e operador de grafismos), haver uma boa coordenação para que não falhe nada, e se por alguma questão falhar alguma coisa, terá de haver sempre o plano B, caso haja, neste caso será o assistente de realização a falar com os operadores e apresentadores para avisar que vai entrar o plano B de realização, e caso seja necessário relembrar sempre os operadores de câmara.

Nos seguintes exemplos temos o carro de exteriores (interior) de forma a explicar o que mencionei em cima e como tudo se procede.



Figura 6 - Carro de exteriores (interior).



Figura 7 - Carro de exteriores (interior), realização.

8. Alinhamento

É necessário um bom alinhamento para que se consiga o melhor resultado possível, apesar de em “Direto” poder existir alguma falha, se houver um “plano B”, que como vimos na entrevista citada anteriormente, deve estar sempre pensado, conseguem-se resolver sempre os eventuais problemas.

Um alinhamento é basicamente um guião, onde temos todas as fases da transmissão do evento. Aqui estão definidos e ordenados por ordem de entrada todos os conteúdos, o que entra no plano a seguir, quando entram os oráculos, reportagens gravadas, o intervalo da emissão, ou seja, tudo o que foi planeado na pré-produção. Neste alinhamento está ainda estipulado o tempo de cada conteúdo de modo a que a produção/ realização saiba quanto tempo demora o programa. Mostramos neste caso uma pequena parte de um alinhamento, sendo que o alinhamento completo de um dos programas se encontra na imagem em anexo.

Momento \ conteúdo	Plano	Câmara	Áudio	Grafismo	Tempo
Cartaz evento					
Música	Paulo cavaquinho		PAulo cav	Beirã Rui Veloso	
	Intervenção exmo sr. Pres. CM Castelo Branco				
C Catarina	Apresentação do evento E da reportagem Vale de Alfaia			Catarina	
Reportagem Vale de Alfaia					1.57
A Artur apresenta se e Entrevista dona Amália	- Como e quando surgiu o Vale da Alfaia? - Qual a importância do respeito pelo ciclo biológico, para a qualidade dos seus produtos? - O que podemos encontrar no Vale da Alfaia?				
Música			Onface	Nada de nada João Pedro Pais	
Reportagem essenciais					
C Entrevista mariu kiwi	- Como surgiu a Naturaless? - Qual a importância dos óleos essenciais para o nosso bem-estar? - Onde e o que podem adquirir na Naturaless?			Mariju kiwi	
Música			Paulo CV	Heading for a fall Vaia con dios	

Figura 8 - Alinhamento/Guião “Sabores de Perdição”.

9. Programa “Por ti”

Este programa, Por ti, está definido e desenhado para ser transmitido através das redes sociais. A sua estrutura (que em gíria audiovisual muitas vezes é designada de “esqueleto”) está pensada para as pessoas que estão em casa ou a partir do seu smartphone a assistirem, tenham hipótese de comentar, reagir ou até de partilhar com os amigos/conhecidos, situação que numa transmissão para a televisão, “canal aberto”, não existe.

Nesta situação existe uma grande vantagem, é a rede social ser aberta e qualquer pessoa poder estar a assistir em qualquer parte do mundo, de forma gratuita, garantindo assim a possibilidade de atrair/abranger um número maior de pessoas comparativamente a transmissões televisivas.

9.1 Enquadramento

A iniciativa Por Ti procura a dinamização de atividades em Municípios portugueses bem como a promoção turística, cultural, gastronómica e de marcas e produtos endógenos de cada região. O Por Ti, tem como missão dar a conhecer o que de melhor se faz em cada uma das regiões, ou até mesmo em cada freguesia de um determinado concelho, distrito, e, em última análise no País. Procura-se, ainda, proporcionar momentos de lazer em família, e, aproximar (pelo menos durante a transmissão do programa) as comunidades portuguesas que se encontram espalhadas pelo mundo inteiro. Destaque-se, aqui, mais uma vez, a vantagem deste programa relativamente aos programas das televisões, nomeadamente dos canais generalistas.

Durante o dia em que a iniciativa acontece, o Município, ou a freguesia, será o palco de todas as atenções e os espetadores/visitantes podem contar com uma tarde repleta de animação, no ambiente seguro e confortável das suas casas.

Sendo a segurança uma das nossas maiores preocupações, o Por Ti será transmitido através de uma plataforma de streaming/canal de televisão, permitindo assim alcançar um maior número de participantes/espetadores, proporcionando-lhes momentos descontraídos e de convívio familiar.

Além disso, a iniciativa evidencia também a preocupação com o bem-estar das populações estimulando-as para estilos de vida ativos, saudáveis e sustentáveis, com base nas valências dos intervenientes locais.

9.2 Objetivos

Dinamizar atividades, através da realização de animação diversificada para toda a população, que minimize os efeitos da ausência das tradicionais festas e romarias, características do período de verão. A iniciativa que tem como um dos principais objetivos divulgar o tecido económico, empresarial, gastronómico, social e cultural, permite ainda, o progressivo desconfinamento e retorno à normalidade de uma forma interessante, agradável e descontraída, não esquecendo as medidas de segurança e proteção necessárias.

Evidenciar as potencialidades únicas do Município, bem como promover e estimular o desenvolvimento dos agentes locais.

Potenciar o turismo e impulsionar o desenvolvimento da produção cultural e gastronómica assim como o associativismo, através dos seus diversos agentes residentes e/ou provenientes do concelho.

Estimular estilos de vida mais saudáveis e sustentáveis evidenciando os recursos do Município.

9.3. Público-Alvo

População do núcleo urbano do Município, freguesias pertencentes ao concelho, territórios próximos bem como as populações emigrantes com ligações familiares à localidade.

Embora estas pessoas constituam a maioria do público-alvo da iniciativa, ele poderá ainda ser alargado à população de outros concelhos, quer sejam vizinhos ou distantes, uma vez que se trata de uma iniciativa pioneira e de interesse público.

9.4. Espaços

A iniciativa Por ti visa dar vida ao Município e por isso, será realizada em espaço público e ao ar livre.

O espaço da iniciativa será dividido por três zonas distintas:

1 -Espaço Principal – Zona onde decorrerão as atuações de artistas e bandas musicais assim como outras atividades de relevo, como é o caso das entrevistas ao executivo do Município, por exemplo.

2- Espaço Gastronómico - Zona dedicada aos agentes gastronómicos do município - restaurantes, bares, gelatarias, casas de chá, lojas de produtos comestíveis típicos da região, entre outros.

3- Espaço Cultural – Zona destinada aos agentes culturais do município como é o caso dos artesãos, dos museus, teatros e outras salas de espetáculos, bibliotecas, entre outros.

Aqui mostramos uma imagem com uma maquete onde se exemplifica o espaço atrás descrito:



Figura 9 - Esquema da localização do programa.

9.5. Estrutura

O Por ti decorrerá num formato semelhante a um programa televisivo, contando com dois apresentadores permanentes, além das equipas de imagem, som e operacionais de suporte, essenciais para a transmissão.

Para além disso, ao longo do evento serão transmitidas entrevistas e reportagens que evidenciem pessoas e locais que, quer pela sua história quer pela sua envolvimento, assumem vital importância no desenvolvimento e promoção do Município.

Não obstante estas entrevistas, todos os intervenientes dos diversos espaços terão a oportunidade de contar as suas histórias, promovendo os seus produtos e serviços em direto, para toda a comunidade.

No ponto seguinte descrevemos a estrutura de dois programas, entretanto já realizados. Primeiro apresentamos o programa que decorreu em Castelo Branco sob a designação de “Sabores de Perdição” e depois relatamos o programa que decorreu na freguesia do Lourical do Campo, do concelho de Castelo Branco.

10. Sabores de Perdição - Castelo Branco

Nesta edição do programa “Por ti Sabores de Perdição” em Castelo Branco, houve uma primeira reunião em que estava presente o representante da empresa “Mídia Frame” com o representante do Município de Castelo Branco. As reuniões com as autarquias são sempre importantes pois são os autarcas que melhor conhecem as localidades, os habitantes destas, e, conseqüentemente quem são as pessoas que estão disponíveis para participar nestes programas. De certa forma liberta a equipa de pré-produção de despende tempo em pesquisa e contactos.

Após a reunião foi feito, em conjunto com a pessoa representante do município, um guião. Neste encontro a responsável da autarquia indicou as pessoas e entidades que poderiam entrar nas reportagens/gravações e na emissão em direto.

Foram selecionadas 14 pessoas/entidades, que mantêm diferentes dinâmicas dentro da localidade, desde a cultura, tradição e até gastronomia.

Foram feitas neste caso diversas reportagens e as mesmas foram emitidas durante o programa.

A transmissão começou com o grupo “Cavaquinho Show in Trio” com a música “Beirã - Rui Veloso” e logo em seguida a intervenção do Presidente do Município de Castelo Branco (que foi gravada previamente).



Figura 10 - Grupo “Cavaquinho Show in Trio” - Momento musical.

Depois a apresentadora, Catarina Lopo fez uma breve apresentação do evento e em seguida apresentou a primeira reportagem “Vale de Afaia” que teve uma duração de 1 min e 57 sec. , após isso o apresentador, João Artur faz a sua apresentação e logo em seguida entrevista a Sra. Amália (Gerente da empresa Vale da Afaia” e coloca-lhe questões entre as quais “- *Como e quando surgiu o Vale da Alfaia? - Qual a importância do respeito pelo ciclo biológico, para a qualidade dos seus produtos? - O que podemos encontrar no Vale da Alfaia?*”.

Em seguida volta-se à musica com o grupo “Onface” com o tema “Nada de Nada - João Pedro Pais”, após o término introduz-se a reportagem “Essenciais” e no final Catarina Lopo entrevista a gerente Mariu Kiwi com algumas questões entre as quais “- *Como surgiu a Naturaless? - Qual a importância dos óleos essenciais para o nosso bem-estar? - Onde e o que podem adquirir na Naturaless?*”.

Após isto volta-se a outro momento musical com o grupo “Cavaquinho Show in Trio” com o tema “Heading for a Fall - Vaia con dios” e após isso, João Artur entrevista Luís Macedo (Gerente da empresa Gravanada) onde procura respostas a questões como “- *Quando e como surgiu a Gravanada e este gosto pela cerâmica figurativa? - De onde surgiu o conceito da “Cerâmica Figurativa com Olhar de Esguelha”? - Qual o produto mais procurado pelo consumidor? - Quais as projeções para o futuro da Gravanada?*”, como se pode verificar na fotografia em baixo, um exemplo deste tipo de entrevistas.



Figura 11 - Exemplo de entrevista.

Em seguida Catarina Lopo apresenta a reportagem da empresa “Aquarius” de uma forma mais completa porque houve a desistência de estar na emissão em direto por estar fora de Castelo Branco em trabalho, após isso houve mais uma atuação do grupo “Onface” com o tema “Perfect fairground attraction” e no final da mesma entra a reportagem “Fio da Beira” e no final da mesma o João Artur entrevista o Gerente com a finalidade de se saber o destino dos seus produtos e a quantidade de toneladas que conseguem produzir por ano.

No final da entrevista, introduziu-se mais um tema do grupo “Cavaquinho Show in Trio” com o tema “Fazer o que ainda não foi feito - Pedro Abrunhosa” e em seguida um vídeo promocional da Fábrica da Criatividade em que no final o João Artur referencia a Fábrica da Criatividade e os artistas presentes na emissão em direto, a apresentadora logo após o final da introdução entrevista o artista Plástico João Robalo (sediado na Fábrica da Criatividade) e logo em seguida o João Artur entrevista a Rosário Belo (também sediada na Fábrica da Criatividade) e no final segue-se mais um tema do grupo “Onface” com o tema “Lume - Jorge Palma”. No final do tema segue-se a reportagem da “Tapada das Sortes” e logo em seguida o João Artur entrevista o membro do grupo “Cavaquinho Show in Trio”, Paulo Cavaquinho e no final seguiu-se mais um tema do mesmo grupo “Every breath you take” dos “The Police” e seguidamente a reportagem da empresa “Só Garrafas” e no final sem demora a entrevista ao gerente da mesma, José Soares em que a Catarina Lopo fez algumas questões entre as quais “- *O que este licor tem de novo em relação a outros similares no mercado? - Para além do sogarrafas, onde mais poderemos adquirir?*”.

Logo após a entrevista segue-se mais um tema do Grupo “Onface” “Primeiro beijo” de Rui Veloso e no final mais uma reportagem, desta vez com a empresa “Panitos da Anita”, logo de seguida o João Artur entra em direto na emissão com a entrevista à gerente da mesma com algumas questões entre as quais “- *Que produtos confeciona? - Quais os mais procurados?*”.

Em seguida seguiu-se mais um tema do grupo “Cavaquinho Show in Trio” “A minha música - José Cid” e no final da mesma entrou a reportagem da empresa “Molduralbi”, após isso a Catarina entrevistou o gerente da empresa com algumas questões entre as quais “- *Quando e como surgiu a Molduralbi? - O que podemos encontrar lá? Sabemos que criou um jogo exclusivo, gostava que nos contasse um pouco sobre ele. - Qual o produto de eleição? - Iman*”

A seguir entrou mais uma vez o grupo “Onface” com o tema “Home - Michael Buble”



Figura 12 - Grupo “Onface” - Momento musical.

No final da mesma introduziu-se a reportagem da empresa “O Fumeiro Albicastrense” com a entrevista logo em seguida à gerente Elisabete Nabais em que o João Artur introduziu algumas questões *“proveniência da carne Processo de cura dos enchidos? ; Qual o seu preferido?”*.

Após o final da entrevista o grupo “Cavaquinho Show in Trio” apresentou-se com mais uma música “Creedence Clearwater Revival - Have You Ever Seen The Rain” e no final introduziu-se mais uma reportagem, desta vez da empresa “Atelier das Artes” em que no final a Catarina entrevista a gerente Salete Afonso e falam um pouco sobre os Trajes Tradicionais, logo em seguida houve mais um momento musical do grupo “Onface” com o tema “Stand by me - Ben E. King” e no final o João Artur entrevista Álvaro Lopes (membro do grupo) e no final, logo em seguida, a reportagem da empresa “My Dream” e no final da mesma a apresentadora entrevista a gerente fazendo algumas questões entre as quais *“- Quando começou este gosto pela costura e pela confecção? - Mostre-nos o que estava a costurar no vídeo. - Quais os principais materiais que usa para a sua criação - Onde os podem adquirir?”*.

Após a entrevista seguiu-se mais um momento musical do grupo “Cavaquinho Show in Trio” com o tema “Tonto de Ti - Azeitonas” e durante este tema foram passando algumas imagens de pintura das artes com os artistas que estiveram presentes durante a transmissão do programa, em direto.



Figura 13 - Momento de pintura do quadro da artista Rosário Belo.

Logo em seguida aparece a última reportagem, neste caso da empresa “Xica Pomar” em que a Catarina entrevista a sua gerente Carina com algumas questões entre as quais “- Como surgiu a XicaPomar - Quais os produtos que podemos encontrar na XicaPomar - Quais os mais procurados nesta altura do ano? - Onde podem adquiri-los?”, no final da mesma tivemos mais um momento musical com o grupo “Onface” com finalizou a sua atuação com o tema “No teu poema - Carlos do Carmo”.



Figura 14 - Os dois apresentadores, João Artur e Catarina Lopo.

Logo após isso o João Artur faz a sua despedida do programa e segue-se o “momento Dott” (que foi uma amostra de como se podem fazer as encomendas online dos produtos regionais na loja Dott e a forma como chegam até ao cliente) mostrando mesmo a sua embalagem e o seu conteúdo como vem acondicionado. No final deste momento a Catarina Lopo faz também a sua despedida do programa e para finalizar houve mais um momento musical do grupo “Cavaquinho Show in Trio” com o tema “Tina Turner - The best” e no final da música seguiram-se os créditos.

Resumidamente, a seguir à montagem técnica das câmaras fazem-se os primeiros testes de imagem, onde se trabalha o melhor posicionamento das câmaras, o tipo de planos que cada uma irá fazer, se está tudo bem com o material, desde os cabos SDI e HDMI (que ligam as câmaras ao carro de exteriores/régie móvel), como podemos observar no exemplo em baixo.



Figura 15 - Testes de imagem com os operadores de câmara fixa

Quando chegam os apresentadores ao espaço onde se vai realizar a transmissão, os mesmos vão ao encontro do assistente de realização para definirem os últimos pormenores (caso existam) e algumas alterações que venham a acontecer durante a emissão, por exemplo caso algum entrevistado esteja atrasado o assistente de realização comunica com os apresentadores (por in-ear, no caso dos apresentadores costumam utilizar um fone na orelha e alguns até têm um modelo à medida da orelha) com uma ligação direta e apenas a eles (sem passar pela mesma linha de comunicação dos operadores de câmara).



Figura 16 - Assistente de Realização com Apresentador.

Antes da emissão há sempre uma breve reunião entre o assistente de realização e o operador de grafismos, para verificarem todas as reportagens e grafismos que irão sair durante a emissão e verificarem os últimos pormenores ou dúvidas que possam existir. É importante referir que o operador de grafismos é o único membro que não tem comunicação para fora a não ser dentro do carro de exteriores, pois não faz sentido tal coisa e só cria confusão para quem está a operar câmaras. A comunicação com os operadores de câmara é feita por eartec's (sistema de comunicação por wireless), o que possibilita que a partir do carro de exterior e num raio de 400 metros não haja falha nenhuma de comunicação. Atualmente dispomos até 7 equipamentos para utilização (em simultâneo) que também podem ser utilizados separados (4 ao mesmo tempo).



Figura 17 - Operador de grafismos antes da emissão começar com eartec's.

Por fim, o carro de exteriores foi desenhado/idealizado por mim, com base em alguns exemplos vistos, para tal desloquei-me a Lisboa, a diversas empresas de comunicação. Trabalha com 4 ecrãs, 1 para o realizador (com o multi-view, ou seja, onde podemos ver todas as câmaras em simultâneo) de todas as câmaras, ao lado dele está o operador de grafismos (com um ecrã) e ao lado o operador de áudio com mais dois ecrãs (1 para o multi-view e outro para o PGM, ou seja, a imagem final que está a sair para a transmissão).

O assistente de realização fica no meio do realizador e operador de grafismos, pois é quem tem o guião e consegue controlar toda a realização, e, intervir sempre que seja necessário, até mesmo se falhar algo e seja preciso um plano B. É esta pessoa que dá a ordem para alteração (esta pessoa tanto pode falar com os apresentadores como também tem sempre hipótese de falar com os operadores de câmara). Por exemplo quando está a passar uma reportagem é ele quem dá indicações de quanto tempo falta para entrarmos no ar outra vez, como exemplo dos cartões dos apresentadores a imagem de seguida.



Figura 18 - Cartão dos apresentadores

Há ainda outro computador que tem como finalidade o controlo da emissão em direto, está à frente do assistente de realização, para caso haja algum problema o próprio conseguir resolver ou então tem sempre o operador de grafismos para ajudar também., como exemplo em baixo, o carro de exteriores.



Figura 19 - Carro de exteriores



Figura 20 - Espaço onde decorreu o programa “Sabores de Perdição 2021”

10.1. Audiência/Estatística de visualização

Este programa é feito com o objetivo de atingir o máximo de público (audiência) possível pelo que no caso presente, tratando-se de um programa transmitido através de uma rede social, é importante perceber não só a quantidade de pessoas que assistem ao programa mas também a localização de onde assistem.

Como se trata de um programa transmitido pela internet, neste caso pela rede social facebook, a interação com o público é importante e fica demonstrado com a publicação e com o número de pessoas alcançadas e interações, como podemos ver nos seguinte exemplos, na imagem à esquerda temos o número total de reações, partilhas e comentários. Na imagem à direita temos o número de pessoas alcançadas (12.350) e interações (2290), o que é um número bastante positivo.



Figura 21 - Estatísticas do programa.

É importante referir também que este tipo de programas é acessível a todos, até aqueles que não estão na sua cidade natal mas que querem saber as novidades da sua terra, que apesar de estarem longe estão sempre à distância de um “clic”. Isso mesmo pode verificar-se na imagem abaixo. O maior número de público a assistir foi em Castelo Branco, logo em seguida Lisboa, mas é importante referir que até em Ile-de-France, na região de Paris, houve pessoas a assistirem, o que é bastante interessante.

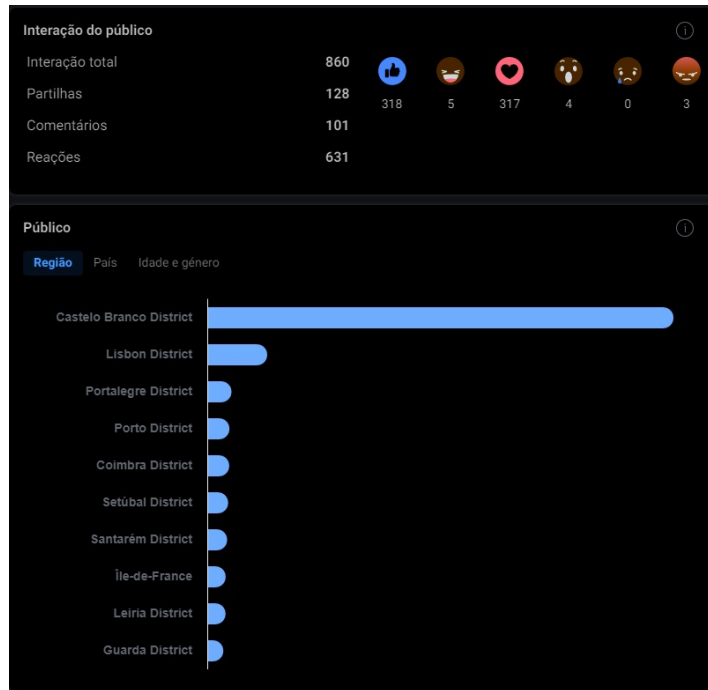


Figura 22 - Estatísticas das interações com o público.

11. Louriçal do Campo

Nesta edição do programa “Por ti Louriçal do Campo”, houve uma primeira reunião em que estava presente o representante da empresa “Mídia Frame” com o representante do Município de Castelo Branco e Junta de Freguesia do Louriçal do Campo (freguesia onde foi feito/realizado o programa). As reuniões com as autarquias são sempre importantes pois são os autarcas que melhor conhecem as localidades, os habitantes destas, e, conseqüentemente quem são as pessoas que estão disponíveis para participar nestes programas.

Após a reunião foi feito em conjunto com a Junta de Freguesia um guião. Neste encontro o Presidente da autarquia indicou as pessoas e entidades que poderiam entrar nas reportagens/gravações e na emissão em direto.

Foram selecionados 7 pessoas/entidades, que mantêm dinâmicas diferentes dentro da localidade, desde a cultura, tradição e até gastronomia. Neste caso foram feitas as diversas reportagens antecipadamente e as mesmas foram emitidas durante a transmissão.

As reportagens a fazer são também abordadas e preparadas durante as reuniões com os autarcas. A equipa responsável pelo programa, depois de estudar quais são os pontos de interesse que podem ser incluídos na emissão, ouve a autarquia e, em conjunto, elaboram uma lista de reportagens. Para as gravações destas foram necessários dois dias, a equipa foi composta por três elementos entre os quais um operador de áudio, um operador de imagem e um operador de drone. A equipa já levava um guião com as perguntas que se iriam fazer aos entrevistados para que fossem mais práticas e rápidas as gravações. É importante referir também que estas mesmas pessoas foram avisadas antecipadamente dos horários das gravações e das perguntas que iriam ser feitas, para que se pudessem preparar, como exemplo do local onde decorreu o evento, a imagem em baixo.



Figura 23- Espaço geral onde decorreu o programa.

Após as gravações, houve uma equipa de duas pessoas que estiveram durante três dias na parte da edição, em que as reportagens continham cerca de 2/3 minutos, com uma música de fundo e o entrevistado a falar um pouco sobre o seu comércio local. Quando finalizaram a edição das reportagens, houve uma revisão por parte do assistente de realização para verificar se estava tudo conforme planeado, desde os oráculos, a introdução e a transição final para a emissão em direto, em baixo fica uma imagem de exemplo de uma reportagem semelhante (nos mesmos moldes) mas de uma outra transmissão de um programa.



Figura 24 - Exemplo de reportagem.

De seguida foi feito outro contacto com o Presidente da Junta de Freguesia em que a equipa técnica solicitou alguns adereços para um cenário mais envolvente (neste caso seria a natureza), como se pode verificar pelo exemplo foi colocado um outdoor com a marca do Louriçal (que era utilizado na prova de UTG e que é uma marca de referência já da freguesia).



Figura 25 - Operador de Câmara Fixa

Foram feitos vários contatos com as pessoas que iriam estar presentes para estarem informados das horas que tinham de estar no local da transmissão para se fazer os devidos ajustes técnicos e pormenores finais, essas pessoas ficavam sentadas por ordem de entrada nas cadeiras (que não se vê na emissão), em seguida fica um exemplo de uma dessas entrevistas em direto.



Figura 26 - Exemplo de Entrevista.

A duração deste programa foi cerca de 02H00, e no final da emissão houve cerca de 10 mil pessoas alcançadas, o que foi bastante positivo para o alcance geral da população, em seguida fica uma imagem de alguns elementos da equipa de produção.



Figura 27 - Equipa de Produção.

12. Orçamento

A proposta comercial para a produção e realização de um programa “Por ti”, deve ser estruturada com base nas despesas que o programa irá ter. Para o dia de transmissão serão sempre necessários 15 elementos da equipa, entre os quais, seis repórter de imagem, um operador de drone, um operador de áudio e um assistente para o mesmo. Ainda um operador de iluminação, um ou dois apresentador/es (depende do tipo de programa e a quantidade de conteúdos a serem divulgados), um operador de grafismos, um assistente de realização e um realizador.

Para a produção de conteúdos (reportagens ou entrevistas pré gravadas) com a finalidade de serem transmitidos durante o programa há uma equipa que vai fazer essas reportagens, de modo geral sempre composta por três elementos, repórter de imagem, operador de áudio e entrevistador/a. O orçamento nesta parte deve ser estruturado consoante os dias de gravação e edição dos mesmos.

De realçar que na proposta poderá também conter um fotógrafo para fotografar todos estes momentos importantes antes e durante o programa em direto.

Tabela 2 - Orçamento de produção do programa

Equipa Técnica	1.000€
Catering	500€
Apresentadores	200€
Produção	700€
Deslocações	150€
Fotógrafo	200€
Iluminação	600€
Áudio	800€
Realização	500€
Imagens aéreas	250€
Steadycam/Cam Móvel	400€
Decoração	300€
Maquilhagem	200€

13. Conclusão

Ao cabo de alguns meses de trabalho e de programas realizados e difundidos, podemos concluir que o projeto realizado, e, os objetivos que com ele nos propusemos conquistar, alcançaram as metas pretendidas com bastante êxito. A razão da afirmação anterior é fundamentada com o número de pessoas e de comentários que os programas já transmitidos alcançaram bem como as propostas para a continuação do programa noutras localidades.

Como objetivo de projeto de final de curso, o trabalho aqui descrito demonstrou um bom resultado, patente no retorno apurado através da rede social através da qual é transmitido, mas sobretudo pela sua exequibilidade. O Programa “Por ti”, não só tem permitido ao aluno finalista, colocar em prática todas as competências adquiridas no curso de DCA, especialmente as da área do audiovisual, como tem proporcionado a outros alunos da mesma licenciatura e do CteSP (ambos cursos ministrados pela ESART), ter uma experiência profissional efectiva e que, infelizmente, ainda é fracamente proporcionada por empresas da região. Para além de tudo isto, o projeto tem obrigado o aluno a criar uma constante atualização de programas e de materiais específicos da área do audiovisual o que é, sem dúvida, uma mais valia para a consolidação das suas competências profissionais, permitindo-lhe ainda manter-se como empreendedor como ficou demonstrado com a criação da produtora “Mídia Frame”, a âncora do programa “Por ti”.

Com a concretização de todos os objetivos inicialmente propostos, alcançados e até ultrapassados, podemos concluir que o projeto por nós proposto e realizado, desde a fase da ideia, à pré-produção, produção, realização e difusão, tem um resultado francamente positivo.

Webgrafia

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ferreira-gil-ideologia-media-ambivalencias.pdf> -
consultado a 03/05/2021

Facebook live

Fonte: <https://www.facebook.com/business/help/626637251511853>

Youtube live

Fonte: https://www.youtube.com/intl/ALL_pt/howyoutubeworks/product-features/live/#youtube-live

Instagram Live

Fonte: <https://expresso.pt/cultura/2020-11-12-Como-E-Que-o-Bicho-Mexe--de-Bruno-Nogueira-regressa-esta-sexta-feira>

Plataformas Live Streaming

Fonte: <https://sambatech.com/blog/insights/streaming-de-video/>

Plataformas Streaming

Fonte: <https://tecnoblog.net/290028/o-que-e-streaming/>

Gestão das Redes Sociais

Fonte: <https://messageinabottle.pt/redes-sociais/eventos-e-redes-sociais/>

A importância das redes sociais

Fonte: <https://webhouse.pt/pt/blog-magazine/54-a-importancia-da-presenca-nas-redes-sociais>