



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

A Produção Televisiva: O caso Manhã CM

Departamento de Comunicação

Mestrado em Comunicação Social, Novos Media



Escola Superior de Educação

Politécnico de Coimbra

Natacha Viegas Cândido

A Produção Televisiva: o caso Manhã CM

Relatório de Estágio em Comunicação Social, Novos Media, apresentado ao
Departamento de Comunicação da Escola Superior de Educação de Coimbra, para
obtenção do grau de Mestre

Constituição do júri

Presidente de Júri:

Arguente:

Orientadora: Carla Patrão

Outubro, 2023

AGRADECIMENTOS

Não poderia deixar de começar os meus agradecimentos a quem permitiu que tudo isto fosse possível, os meus pais. A eles que me apoiaram desde o início do meu caminho escolar e que nunca desistiram de mim. A todo o esforço, trabalho e perseverança que demonstraram e que me fez chegar ao fim dos meus objetivos académicos. É a vocês que dedico este meu trabalho.

A todos os meus familiares, em especial, à minha irmã Patrícia e à minha prima Adriana por estarem sempre do meu lado, e aos meus primos Alberto e Maria Cesaltina, que possibilitaram a minha ida para este mestrado em Coimbra.

Quero agradecer à minha Professora Dr^a Carla Patrão por todos os conselhos durante este ano letivo, e por me ter mantido a calma nos momentos mais frágeis.

Às minhas orientadoras de estágio, Joana Pinto e Soraia Gonçalves, por me mostrarem que sem trabalho não há GRANDES resultados. Vocês mostraram-me o verdadeiro significado de trabalho em equipa, irei guardar todos os momentos de aprendizagem comigo, para sempre, e a toda a equipa do “Manhã CM”, pela qual estou grata de ter feito parte.

Aos meus amigos, por estarem sempre lá para mim e por me ajudarem nos momentos mais difíceis, com vocês este caminho tornou-se mais divertido.

Por fim, dedico um especial agradecimento para aqueles que já não estão cá presentes, mas sempre no meu pensamento, sei que têm orgulho em mim

RESUMO

O presente trabalho foi realizado no âmbito do estágio curricular em produção televisiva na empresa COFINA, no canal televisivo CMTV, mais concretamente no programa de entretenimento “Manhã CM”, por forma a concluir o Mestrado em Comunicação Social –Novos Media.

Este relatório inclui uma compreensão sobre os conceitos de televisão, entretenimento e espetáculo, através da análise e contribuição prática no estágio curricular em questão. Desenvolve ainda como atuam os programas de entretenimento, as formas estratégicas em utilizar personalidades para representarem esses mesmos programas, como operar para gerar audiências e as importantes fases de produção televisiva.

Por último, o relatório faz uma reflexão sobre as atividades e aprendizagens desenvolvidas em estágio, e ainda uma observação acerca da considerável contribuição de um produtor num programa televisivo e como este papel é por vezes desvalorizado.

PALAVRAS CHAVE: Televisão, entretenimento, espetáculo, produção, produção televisiva, audiências, programas, CMTV.

ABSTRACT

The present work was carried out as part of the curricular internship in television production in the COFINA Company, on the CMTV television channel, more specifically on the entertainment program "Manhã CM", in order to complete the Master's Degree in Media Studies – New Media.

This report includes an understanding of the concepts of television, entertainment and show, through the analysis and practical contribution of the internship in question. It also develops how entertainment programs work, the strategic ways of using personalities to represent these same programs, how to operate to generate audiences and the important phases of television production.

Finally, the report reflects on the activities and lessons learned during the internship, as well as an observation about the considerable contribution of a producer in a television program and how this role is sometimes undervalued.

KEYWORDS: Television, entertainment, spectacle, production, television production, audiences, programs, CMTV.

Sumário

INTRODUÇÃO.....	1
I: APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ACOLHIMENTO	9
1.1 Grupo Cofina Media	10
1.2 Correio da Manhã.....	11
1.3 Projeto CMTV	12
II: TELEVISÃO, ENTRETENIMENTO E ESPETÁCULO	13
2.1 Programas de Entretenimento.....	16
2.2 Audiências	19
III: PROGRAMA MANHÃ CM	22
3.1 Produção Televisiva	24
3.1.1 Pré-Produção	25
3.1.2.1 Convidados e Histórias	26
3.1.2.2 Comentadores	28
3.1.2.3 Imagens e Vídeos	29
3.1.2.4 Alinhamento	30
3.1.2 Produção.....	32
3.1.3 Pós-Produção	34
3.2 Estrutura do Programa	37
3.2.1 Notícias dos famosos.....	37
3.3 Atuações	40
3.4 Receitas de Culinária	41
3.5 Conteúdos Temáticos	41
IV: PROGRAMAS EXTERIORES	44
4.1 Visitas Técnicas	45
4.1.1 Preparação de Programas Exteriores	46
V: PROGRAMA NOITE DAS ESTRELAS	52
5. Redes Sociais.....	53
VI: FERRAMENTAS DE TRABALHO	54
6.1 E-mail.....	55
6.2 Telefone da Empresa	56
6.3 Dalet	56

VII: CONCLUSÃO.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
Anexos.....	65

Índice de Figuras

FIGURA 1- EXEMPLOS DE HISTÓRIAS	27
FIGURA 2- EXEMPLOS DE LISTA DE CONVIDADOS.....	28
FIGURA 3- EXEMPLO DE UM ALINHAMENTO DA PRIMEIRA PARTE DO PROGRAMA	31
FIGURA 4- EXEMPLO DO PROGRAMA DALET COM A BARRA DO VÍDEO SELECIONADO	35
FIGURA 5- EXEMPLO DO PROGRAMA DALET COM O VÍDEO SELECIONADO A REPRODUZIR.	35
FIGURA 6- EXEMPLO DO PROGRAMA DALET COM OS RUNDOWNS E MEDIA.	36
FIGURA 7- EXEMPLO DE FICHEIRO COM A INFORMAÇÃO DOS VÍDEOS PARA O SITE.....	37
FIGURA 8- EXEMPLO DE HISTÓRIAS PARA PROGRAMAS EXTERIORES	48
FIGURA 9- EXEMPLO DE HISTÓRIAS DA SEGUNDA PARTE DE UM PROGRAMA EXTERIOR.....	48
FIGURA 10- EXEMPLO DE UM ALINHAMENTO PARA UM PROGRAMA EXTERIOR.....	49
FIGURA 11- EXEMPLO DE LISTA DE CONVIDADOS PARA UM PROGRAMA EXTERIOR	50
FIGURA 12- EXEMPLO DA PLATAFORMA OUTLOOK COM O E-MAIL DA COFINA E RESPETIVAS PASTAS DE TRABALHO ..	55
FIGURA 13- EXEMPLO DE UM ALINHAMENTO NO PROGRAMA DALET	57

INTRODUÇÃO

O presente relatório corresponde ao meu trabalho final de conclusão de mestrado em Comunicação Social- Novos Media, na Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC). O estágio curricular foi realizado no Correio da Manhã TV (CMTV), no programa “Manhã CM”, na sede em Lisboa, sob a orientação de Joana Pinto, Coordenadora do programa, e Soraia Gonçalves, Produtora e Repórter do programa. O relatório encontra-se dividido em sete capítulos, denominados de “Apresentação da instituição de acolhimento”; “Televisão, Entretenimento e Espetáculo”; “Programa Manhã CM”; “Programas Exteriores”; “Programa Noite das Estrelas”; “Ferramentas de Trabalho” e “Conclusão”.

A produção televisiva é um campo dinâmico e multifacetado, que envolve o desenvolvimento, a realização e a conceção de conteúdo audiovisual destinado à transmissão televisiva. Desde a sua invenção, a televisão tornou-se numa das principais formas de entretenimento e informação no mundo, desempenhando um papel fundamental na cultura, na sociedade e na maneira como as pessoas se conectam com o mundo ao seu redor. A produção televisiva engloba uma abundante gama de formatos, desde noticiários a programas de entretenimento. Estes podem ser de vários géneros ou áreas de interesse, assim como novelas/séries dramáticas, documentários, os tão conhecidos “*reality shows*” e muito mais. Cada tipo de programa exige uma perspetiva única, tanto em termos de conceção como de filmagem, edição, roteirização, pré e pós-produção.

A evolução das tecnologias e de plataformas de medias sociais, trouxe novas oportunidades e uma mudança para a produção televisiva. Nos dias de hoje, com as tecnologias interativas, não é apenas a transmissão tradicional que conta, mas também a capacidade de alcançar novos públicos globalmente através de diversas plataformas online. Com a globalização e o constate crescimento da indústria do entretenimento, a produção televisiva têm-se vindo a adaptar aos novos desafios postos pelas mudanças nas preferências do público, inovando e proporcionando experiências para os

espectadores de todas as idades e origens. A produção televisiva encontra-se em constante evolução, onde a criatividade, a narrativa e as novas tecnologias se unem para formar conteúdos que tanto podem entreter o público, como também educar e informar os mesmos.

Primeiramente, procedo à identificação da empresa de acolhimento de estágio e caracterização da mesma, abordando a sua visão e projetos. Em seguida, desenvolvo tópicos que considero pertinentes para a escrita deste relatório, tendo em conta o meu objetivo, analisando a natureza em constante evolução do mundo da televisão e do entretenimento, e como estas áreas se interligam com as artes de espetáculo. Os programas de entretenimento são uma parte essencial da programação televisiva que cativa milhões de telespectadores diariamente. Ao compreender os elementos que tornam um programa de entretenimento atraente e envolvente, estabeleceremos uma base sólida para analisar as nuances da produção televisiva.

No terceiro capítulo, apresento o programa que foi a minha casa durante três árduos meses, as minhas responsabilidades e tarefas como estagiária na CMTV, aprofundando as importantes fases que englobam a produção televisiva sendo essas: a pré-produção; a produção e a pós-produção. Neste, falarei sobre a forma como é planeado e estruturado o programa Manhã CM, quais as diversas etapas a seguir e como concluir com sucesso estas operações. No capítulo quatro, menciono os programas que foram feitos no exterior do estúdio, ou seja, noutras cidades, comparando a sua preparação aos outros já realizados, sendo que estes envolviam uma maior organização e critérios.

O quinto capítulo, retrata a minha participação num outro programa que integrei, desempenhando outras funções diferentes daquela que exercia no Manhã CM. O capítulo seis, apresenta as minhas ferramentas de trabalho e tecnologias que utilizei para contribuir com a produção e edição de conteúdo televisivo. Por fim, concluo com uma reflexão sobre as dificuldades encontradas ao longo do estágio e as valiosas lições aprendidas, partilho *insights* e impressões gerais sobre a minha experiência, destacando o impacto que esta oportunidade teve na minha formação e no desenvolvimento das minhas competências na área do entretenimento e da comunicação.

I: APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ACOLHIMENTO

1.1 Grupo Cofina Media

O primeiro ponto deste relatório é destinado ao enquadramento da entidade de estágio. Para dar início ao mesmo, será apresentado o grupo empresarial, do qual o canal televisivo faz parte, e quais as diferentes estruturas e órgãos de comunicação social que o integram. O estágio sobre o qual este relatório se incide foi realizado na estação televisiva CMTV, o canal televisivo do jornal Correio da Manhã, detido pelo grupo Cofina.

O grupo Cofina Media é um grupo editorial fundado em 1990, inicialmente como uma holding variada com negócios em pasta de papel, aços, media, entre outros, mas atualmente dedica-se sobretudo aos média. É líder em Portugal neste domínio, e segundo o site oficial da Cofina, estes ambicionam “(...) deter uma forte presença em todos os segmentos de media em Portugal e em mercados naturais” (Cofina, 2023).

A organização Cofina encontra-se direcionada para o crescimento, atuando por duas vias distintas: a via de aquisições e a via orgânica. De acordo com o site oficial, em termos de aquisições, o grupo foca-se no aumento da dimensão da empresa, quer seja no plano editorial, quer seja na vertente financeira, apostando noutros segmentos de media, na internacionalização para mercados naturais como países de Língua Oficial Portuguesa, e também no endurecimento do grupo editorial (Cofina, 2023). No que toca à via orgânica, a estratégia assenta na monetarização dos investimentos realizados em jornais e revistas, e no foco do segmento de *new media* (Cofina, 2023).

De momento, e em concordância com o site oficial, o grupo detém quatro jornais (Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios e Destak), cinco revistas (TV Guia, Sábado, Vidas, Boa Onda e Máxima) e um canal de televisão (CMTV). Dá-se principal destaque ao jornal diário Correio da Manhã, que é líder de vendas em Portugal (Cofina, 2023).

Resta salientar algumas das datas que foram bastante significativas e importantes para esta corporação, segundo o site oficial da Cofina Media (Cofina, 2023):

- Em 1999: aquisição da Investec (holding de media);
- Em 2000: aquisição do “Correio da Manhã” (jornal diário);
- Em 2002: aquisição da “TV Guia” (revista de TV);

- Em 2004: lançamento da revista “Sábado” (grande informação semanal);
- Em 2006: aquisição do “Destak” (jornal diário gratuito);
- Em 2007: lançamento do “Destak São Paulo” (jornal diário gratuito no Brasil);
- Em 2009: aquisição da edição portuguesa do "Metro" (jornal diário gratuito);
- Em 2009: lançamento do "Destak Rio de Janeiro" (Brasil);
- Em 2010: lançamento do "Destak Brasília" (Brasil);
- Em 2011: lançamento do "Destak Campinas" (Brasil);
- Em 2013: lançamento do "CMTV" (canal de televisão por cabo).

1.2 Correio da Manhã

O Correio da Manhã é um jornal diário do tipo generalista e líder de vendas em Portugal, tendo sido fundado em 1979 e apenas adquirido pela Cofina no ano de 2000 (Cofina, 2023). Já dispondo de algumas atualizações e mudanças, sendo a mais recente alteração feita em janeiro, no grafismo, têm sido notadas maiores vendas a nível nacional. Como por exemplo, de acordo com uma publicação do site oficial do CM jornal, em abril de 2023, as vendas do jornal aumentaram globalmente cerca de 4% desde as modificações gráficas que foram incluídas no jornal (Correio da Manhã, 2023).

O jornal diário Correio da manhã estabeleceu o seu sucesso de uma maneira diferente de noticiar o dia-a-dia, resultando assim no aumento de vendas e de popularidade, sendo atualmente a leitura nacional mais procurada. Acompanha a atualidade e neste momento também dispõe de oferta de brindes e prémios na compra de um dos seus jornais, aliciando os leitores a adquirir o jornal.

1.3 Projeto CMTV

A execução do estágio curricular decorreu na Cofina, mais concretamente na estação televisiva CMTV, num dos seus programas de entretenimento- o Manhã CM. A CMTV é a única transmissora deste grupo editorial e foi em 2013 que surgiu a proposta de criar um canal televisivo em correspondência com o jornal Correio da Manhã. O canal televisivo Correio da Manhã (CMTV), evidenciou-se como uma alternativa no mercado televisivo português, especialmente no que competia à informação (Trovisco, 2019). Admitido pela Entidade Reguladora da Comunicação como um canal generalista, a CMTV marcou desde logo o seu ADN como sendo um canal "cem por cento português" (Trovisco, 2019).

Foram várias as personalidades mediáticas que se juntaram a este projeto, vindas de diferentes estações, assim como novas personalidades no mundo da televisão. Antes do lançamento do canal, houve certas transferências de indivíduos de outros canais para este que inquietaram o mercado do audiovisual (Trovisco, 2019). Entre todas as figuras que constituem este canal, destaca-se a mais recente contratação do jornalista Pedro Mourinho (que se estreou na Rádio e Televisão de Portugal (RTP) e esteve na Sociedade Independente de Comunicação (SIC) desde 2000), e outras igualmente relevantes como a Maya (antigos apresentadores da SIC) João Ferreira (jornalista da SIC e Económico TV) e Francisco Penim (fundador dos canais temáticos da SIC) (Trovisco, 2019).

Em 2017, o canal televisivo começou a estar disponível em cerca de 85% das casas portuguesas, ocupando a posição 8, passando a estar acessível em todas as operadoras de televisão nacional por subscrição (Trovisco, 2019).

Acompanhada da CMTV, a Cofina Media tenciona lançar-se como um canal generalista de vocação informativa. Esta estação origina-se de um esforço e interesse conjunto entre os colaboradores, que já faziam parte do jornal Correio da Manhã, e a novos qualificados que foram contratados propositadamente para fortalecer e revigorar a equipa. Uma sinergia visível no facto do canal e o jornal serem produzidos e desenvolvidos no mesmo espaço/local e com a mesma equipa (Trovisco, 2019). A CMTV possui sete delegações regionais, que estão divididas pelo território Português e Portugal continental, e a sua sede encontra-se em Lisboa (Trovisco, 2019).

II: TELEVISÃO, ENTRETENIMENTO E ESPETÁCULO

O mundo mediático é uma ferramenta prática que permite a qualquer meio de comunicação em massa produzir conteúdo de maneira eficaz, relacionando-se com as expectativas do seu público. Este ajuda os espetadores a escolher entre várias opções de conteúdo oferecido. A televisão pratica e desempenha as suas funções com base em diretrizes e critérios programáticos, que vão desde as políticas de comunicação adotadas até às estratégias de controlo dos diversos interesses (Lima, 2022).

Ao longo das décadas, a televisão tem vindo a evoluir e tem constituído um papel fulcral na vida quotidiana dos indivíduos, apresentando uma vasta gama de conteúdos que incorpora desde a informação até ao entretenimento. No contexto do entretenimento, os programas de televisão têm sido uma fonte de muita diversão e emoção (Galinha, 2019).

Os programas de televisão abrangem uma variedade de géneros e formatos, cada um com o objetivo de proporcionar entretenimento de várias formas. Esta variedade atende a vários interesses, garantindo que praticamente qualquer público possa encontrar algo que o atraia e com que se identifique.

As mensagens transmitidas por estes programas de televisão têm o poder de educar, conscientizar e influenciar opiniões públicas, e, por isso, têm um grande impacto na cultura e na sociedade. Muitas vezes exploram temas sociais, culturais e políticos, desafiando normas sociais e também providenciando novas perspetivas sobre derivados temas. Geram debates sobre questões sociais relevantes, criam tendências de moda e geram novos termos linguísticos (como por exemplo os termos “tipo”; “fixolas”; “cenas”; “bué”).

Segundo Pereira (2015, p.1) como citado por Lima (2022, p.75) “são vários os conteúdos que preenchem as grelhas televisivas dos portugueses, sendo que o entretenimento é um dos que possui uma presença maior na vida dos espetadores.” Por exemplo, as comédias entregam momentos de riso com interrupções cómicas, muitas vezes refletindo situações engraçadas do dia-a-dia. Os dramas mergulham em histórias emocionais, explorando sentimentos e relações humanas, desenvolvendo questões mais complexas, conectando-se assim com o público (Galinha, 2019). Já os *reality shows* e programas que envolvem competições/concursos, tornaram-se bastante populares pela

sua capacidade de interação com os espetadores e grande alcance dos mesmos. Este tipo de formato cria igualmente uma sensação de participação, fazendo com que os telespetadores se sintam parte da equipa e que apoiem a mesma.

A televisão contemporânea aborda o espetador tornando-o testemunha, convidado ou participante. Deste modo, a televisão não apenas exibe informações sobre uma pessoa, como também se envolve ativamente, convidando-a a participar de diferentes maneiras. Ainda assim, a grelha dos programas em ambos os setores, público ou privado, “corresponde a um meio de ação estratégica da estação de televisão e constitui, antes de mais, um objeto de fidelização do público” (Sousa, 2019, p.56, como citado por Lima, 2022, p.75).

No entanto, é importante realçar que apesar dos seus resultados positivos, a televisão pode também ser uma fonte de influências negativas, principalmente quando se trata de conteúdos inapropriados e prejudiciais. A exposição recorrente a certos tipos de programas pode impactar o comportamento e as perceções dos espetadores, especialmente dos mais jovens.

Dentro deste ambiente, formado pelo entretenimento, o espetáculo é capaz de construir uma imagem atraente devido à qualidade do trabalho cinematográfico, tendo um impacto significativo no espetador. Os autores Negrini e Augusti (2013) enfatizam que não devemos subestimar a magnitude que o espetáculo conquistou na vida social dos indivíduos.

Segundo Debord (1997, p.14) como citado por Negrini e Augusti (2013, p.2) “(...) O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. Este autor francês ao descrever o conceito de espetáculo, argumenta que, na sua visão, as interações entre as pessoas não são genuínas, mas sim superficiais ou meramente representações externas.

Efetivamente, os elementos relacionados ao espetáculo apresentam episódios do quotidiano, que se manifestam como comuns para aqueles que as observam, criando a ilusão de uma realidade. João Canavilhas (2001, p.4) afirma que “podemos dizer que um espetáculo consiste na colocação em cena de dois fatores: uma determinada atividade que se oferece e um determinado sujeito que a contempla”.

2.1 Programas de Entretenimento

A essência de qualquer programa reside na sua capacidade de proporcionar entretenimento. Muitos consideram que definir entretenimento não é uma tarefa fácil, pela sua multiplicidade de significados e noções distintas. Porém, o conceito de entretenimento está intrinsecamente ligado à ideia de oferecer momentos de alegria, relaxamento e satisfação às pessoas. Pode assumir várias formas, desde espetáculos ao vivo, como teatro, concertos, até médias como cinema, televisão, arte visual, entre muitos outros. O objetivo principal é entreter e proporcionar uma experiência positiva aos participantes, espectadores ou consumidores.

Tendo por base o pensamento de Adriano Nazareth (2016) os programas de entretenimento caracterizam-se como um género televisivo mais dinâmico, que podem abordar vários temas como entrevistas, momentos artísticos, performativos ou até de culinária.

Os programas de entretenimento são reflexo da sociedade, motores de criatividade e expressão, e uma maneira de nos conectarmos com narrativas emocionantes e diversas perspetivas. Estes, não se limitam apenas a causar risos, mas sim a despertar curiosidade, surpresa, diversão e engajamento no público (Carvalho, 2014).

Seguindo as ideias de Ana Carvalho (2014) e de Carolina Galinha (2019), uma das principais dificuldades enfrentadas pela televisão está relacionada com a criação de conteúdo. Tal envolve a difícil tarefa de cativar o público, enquanto se ajusta às mudanças no cenário mediático e às expectativas de novos grupos de telespetadores, pois estes estão sempre em constante transformação.

Para definir os programas de entretenimento, é crucial abordar o conceito de programação televisiva. Pereira (2008, p.57-58) define programação televisiva como uma “ação estratégica das estações televisivas, pensada em função da audiência potencial, dos canais concorrentes, dos recursos (económicos, materiais e humanos) disponíveis, dos ritmos sociais e culturais da população e dos critérios de sazonalidade.”

Um programa pode ter propósitos informativos e ao mesmo tempo oferecer elementos de entretenimento. Estruturar e planificar um programa de televisão é uma das principais tarefas de produção, a forma como um programa de televisão é coordenado e direcionado, seja ele de informação ou entretenimento, tem um impacto muito significativo no produto final do mesmo.

Segundo Negri et al. como citado por Lopes (2005, p.82) no começo “(...) os programas eram definidos em função de três grandes finalidades comunicativas: distrair, informar e educar. Consequentemente, havia “o momento do espetáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficávamos a saber as notícias; e o de aprendizagem onde enriquecíamos a cultura”. Com o passar do tempo, este típico formato e outros foram sofrendo mutações e modificações, não só tendo em conta a evolução e novas tecnologias, mas também fatores económicos, políticos, culturais e sociais” (Lopes, 2005).

De acordo com este autor, a relação entre programa e espetador passou a ser bidirecional. Este modelo do tipo “pedagógico” desaparece e instala-se uma relação de “convivialidade” (Lopes, 2005). Estes ecrãs passam a estabelecer uma relação diária e continua com o telespetador, tornando-se numa espécie de amigo, que o acompanha ao longo do dia. Existem emissões de manhã, na hora do almoço, durante a tarde, durante a hora de jantar e emissões noturnas, que permitem esta continuidade, quase como um encontro marcado com o público (Lopes, 2005). Tal como afirma Lopes citando Negri et al. (2005, p.83) “(...) Já não há um “eu” que fala para um “tu”, mas um “nós” constituído por “duas vontades convergentes que se exprimem como vontade comum”.

Os programas de entretenimento são dos mais acarinhados em Portugal, trazem ao público sensações e emoções de divertimento e simbolizam um espaço importante para descobrir outras realidades, onde podemos descontrair dos obstáculos e dilemas do quotidiano (Lopes, 2005).

Nestes, predominam a criatividade e diversidade, poucas vezes sendo estabelecidos conteúdos específicos. Dentro do tipo de programas de entretenimento em Portugal podemos mencionar os seguintes:

- A ficção (nacional e estrangeira);
- Os Concursos;

- Revistas Cor-de-rosa e os chamados *talk-shows*,
- Artes do espetáculo (como curtas-metragem, documentários, indústria de cinema, entre outros).

Desde o preciso momento em que o programa começa, o público é influenciado pelas emoções transmitidas pelos apresentadores em estúdio. O ambiente que demonstramos sentir neste, como as expressões no público, as músicas que são escolhidas, o estilo gráfico inicial, como o logotipo do programa, são fatores que imediatamente transmitem a atmosfera do programa. Como por exemplo, começar o programa com uma entrada que contém uma música divertida e alegre, demonstra que o programa será de muito entusiasmo e brincadeira (Owens, 2020).

Os gráficos/*leads* a aplicar são também um fator muito importante na produção de um programa. São estes que darão a informação ao telespetador daquilo que já aconteceu, está a acontecer, e ainda acontecerá no programa. O tipo de letra a utilizar deve ser alusivo ao programa em si, tendo em conta o ambiente pretendido. Se for um programa dedicado a uma faixa etária jovem, um estilo de letra divertido será mais apelativo, ou se o conteúdo for mais sério, um estilo de letra mais formal. No caso de ser destinado a um público mais velho a informação deve ser curta e informativa, utilizando um estilo de letra mais perceptível e carregado/grande (Owens, 2020).

Tal como refere Gradim (2000), “O *lead* é o primeiro parágrafo da notícia e nele o leitor deverá encontrar resposta a seis questões fundamentais: O Quê, Quem, Quando, Onde, Porquê e Como (...)” tendo igualmente “(...) duas funções a cumprir: informar imediatamente o leitor das características mais importantes do facto que se notícia; e serem atraentes apelando à leitura (...)”.

No geral, a informação deve ser clara e direta, a simplicidade permitirá uma melhor compreensão, uma vez que estes gráficos surgem com rapidez. Os factos devem ser apresentados de maneira a agarrar a audiência, com a duração necessária caso seja preciso ler novamente, mas não de forma que o telespetador se canse ou entedie (Owens, 2020). Tal como Owens (2020, p:181) afirma “(...) People are easily discouraged from

reading rapid graphics leave information on the screen long enough to allow it to be read aloud twice, so that even the slowest reader can assimilate it”¹.

2.2 Audiências

“A televisão é um processo eletrónico de comunicação através da imagem (e som) que carece de conteúdos para uma audiência” (Nazareth, 2016, p.2). A televisão generalista disponibiliza sobretudo conteúdo relacionado às notícias da atualidade, como eventos desportivos e programas com grande popularidade. A programação televisiva tem como principal objetivo atrair audiência, destacando temas que despertem emoções intensas ao invés de focar no conhecimento (Herreros, 2004; Nazareth, 2016).

Atualmente, os conteúdos televisivos são concebidos tendo em consideração os diversos formatos de distribuição, de modo a garantir uma imagem consistente para todos os públicos, assegurando assim uma audiência fidelizada (Galinha, 2019). Os programas de entretenimento são exemplo disso, com os seus modelos de *Talk-show*², procurando tornar os temas mais atrativos com elementos específicos, representam uma estratégia para fortalecer a fidelização do canal com a audiência. É preciso enfeitiçar e seduzir a atenção do espetador para que a audiência seja cativada, testemunhando aqui mais uma vez o importante papel do produtor. Ao produzir o conteúdo do programa, deve fazê-lo de forma clara, simples e chamativa (Lima, 2022).

Há uma atenção significativa para determinar o público-alvo, ou seja, quem compõe a audiência. Atualmente a produção televisiva procura criar tópicos com base em análises de audiência, que já oferecem *insights* sobre os novos comportamentos de consumo televisivo. Informações como se o espetador assiste ao programa em tempo real, onde o assiste, de que forma assiste, são elementos que a produção procura compreender e incorporar na produção televisiva, visando principalmente garantir o que é mais fundamental: a audiência (Nazareth, 2016).

¹ Tradução livre: “As pessoas são facilmente desencorajadas de ler gráficos rápidos. Deixar a informação no ecrã o tempo suficiente para que possa ser lida em voz alta duas vezes, de modo que mesmo o leitor mais lento a possa assimilar”.

Nem sempre as audiências correspondem às expectativas do produtor, ou do trabalho envolvido, podendo desiludir ou surpreender. A grande competitividade existente entre os diferentes canais, do setor público e privado, confere uma certa pressão a todos os envolvidos quando não obtêm os resultados esperados. É necessário analisar o que foi feito e reelaborar novas estratégias e abordagens. A equipa do Manhã CM estabelece ideias e temas tendo em conta as tendências e interesses do seu público, desta forma, o alinhamento é estruturado com o intuito de atribuir mais tempo a conteúdos que geram mais audiência, e menos tempo aos conteúdos que comprovam não ter tanta adesão por parte deste público. A ordem destes temas é planeada de maneira cautelosa e ponderada, distribuindo os temas com mais interesse em primeiro lugar, e deixando para o fim os conteúdos “obrigatórios” e restantes. No final de cada programa é observado o gráfico das audiências, onde podemos retirar conclusões e verificar o impacto positivo nas audiências na escolha de certos temas (consultar anexo K).

No entanto, nem sempre é seguido este tipo de estrutura, uma vez que temas fortes anunciados no início do programa, que farão apenas parte da segunda parte, poderão garantir a presença dos telespetadores até ao fim do mesmo. Como por exemplo, entrevistas que sejam sobre histórias de um ex-companheiro/a violento/a, uma perda trágica de um ente querido, entre outros temas, poderá ser dividida pelas duas partes do programa, por ter um desenrolar longo, ou apenas apresentada no fim, para garantir a permanência dos telespetadores. Este tipo de histórias consegue sempre cativar mais o interesse do público pela curiosidade e relevância que transmite, principalmente na CMTV, trazendo grandes audiências.

Um segundo exemplo, é começar o programa com atuações divertidas e entrevistas com convidados especiais, sobrando temas menos interessantes para o fim como publicidade a certos artigos ou pequenas demonstrações de produtos.

Portanto é um facto que as audiências são examinadas com um fim absoluto- o mercado. O que trazer mais audiência a um programa, seja qual for o conteúdo, será apresentado, criando um universo de interesse económico, social e político. Na era da televisão contemporânea, é notável que muitos dos tópicos abordados nas emissoras deixam em segundo plano temas de relevância científica e cultural. É importante

reconhecer que a mesma tem um papel fundamental na formação da opinião pública e na educação da sociedade. Posto isto, é necessário que haja um esforço contínuo para equilibrar a cobertura mediática, garantindo que temas de conhecimento científico e cultural também tenham seu lugar de destaque, promovendo assim uma sociedade mais informada e crítica.

III: PROGRAMA MANHÃ CM

Destinado ao entretenimento, o programa Manhã CM é um programa com temas livres, onde são abordados e falados assuntos que remetem para artes de espetáculo, atuações musicais, política e economia, temas do dia-a-dia e das famosas revistas cor-de-rosa.

O Manhã CM foi introduzido em 2013 com o nome “Despertar CM” com os apresentadores Maya e Nuno Graciano, tendo sido depois alterado para o nome que tem hoje. O Nuno Graciano esteve apenas até ao ano de 2015, e depois da participação de Nuno Eiró até 2020. Presentemente, e desde 2020, este formato conta com a presença de Duarte Siopa e Ágata Rodrigues.

Neste programa de entretenimento, tal como referido acima, são falados e dados a conhecer diversos temas e personalidades, desde culinária, demonstrações de desporto, notícias do mundo cor-de-rosa, e atuações musicais e de espetáculo. Está em emissão de segunda-feira à sexta-feira, desde as 9h15 até às 10h40, tendo pelo meio intervalos e notícias de informação.

Sendo a CMTV um canal maioritariamente informativo, esta é uma das suas maiores prioridades, e, como tal, durante o intervalo do Manhã CM decorre a continuação do jornal de notícias, de forma que se permaneça com a atualização da informação. Por vezes, o programa é interrompido pelo chamado “Alerta CM”, que pode acontecer a qualquer momento e em qualquer outro programa que esteja a decorrer, visto que, e como já referi, a prioridade do canal televisivo é a informação. Quando é realizada uma reportagem em direto, de carácter pertinente, é necessário interromper a emissão. Como por exemplo, se estivermos em direto no programa Manhã CM, e recebermos informações de que há um jornalista a acompanhar a guerra na Ucrânia, o programa deve ser interrompido.

3.1 Produção Televisiva

A produção televisiva é o processo de criação, desenvolvimento e execução de conteúdo audiovisual destinado à transmissão na televisão, envolvendo diversas etapas, desde a conceção da ideia até a exibição do produto final. A televisão em Portugal começou em 1956 com o lançamento da RTP (Radio e Televisão Portuguesa), o primeiro canal televisivo do país. A história da produção televisiva em Portugal ao longo das décadas é marcada por mudanças significativas e pelo crescimento da indústria televisiva. Desde a década de 1990 até ao presente, temos testemunhado transformações no cenário audiovisual em Portugal, assim como no mundo, devido aos avanços tecnológicos que ocorreram (Lima, 2022).

Nos dias de hoje, o desenvolvimento tecnológico está no seu auge, tendo sido notáveis as transformações na maneira como comunicamos, trabalhamos e vivemos, moldando assim a nossa sociedade. O impulsionar de novas indústrias e a relação dos indivíduos com a tecnologia e a informação, faz com que a produção desenvolva “(...) guiões e planifica sequências com a intenção de captar audiência dispersa nas redes sociais” (Nazareth, 2016, p.84). De tal forma que este autor afirma que “o âmbito principal da produção televisiva é a criação e “fabricação” de um programa televisivo onde a tecnologia é parte integrante desse processo” (Nazareth, 2016, p.27).

A matéria da produção televisiva é adaptada para diferentes formatos de transmissão, garantindo uma experiência consistente para cada espetador, o que, por sua vez, mantém e cativa a sua audiência. A produção televisiva serve também como mecanismo de identidade cultural, mesmo que esta seja fortemente influenciada por fatores sociais, políticos e económicos (Galinha, 2019; Nazareth, 2016).

Segundo Cathrine Kellinson (2009) há cinco fases que englobam a produção televisiva:

- Conceção da ideia (desenvolvimento do projeto);
- Planificação (pré-produção);
- Gravação (produção);
- Produto final (pós-produção);
- Passos seguintes (finalização e distribuição).

3.1.1 Pré-Produção

A pré-produção, tal como o nome indica, é o estágio inicial de produção televisiva e a fase crucial no processo de elaboração de programas televisivos. Nesta fase, estão envolvidos o desenvolvimento de ideias, de guiões, a escolha do elenco, de conteúdos audiovisuais e definição de meios técnicos. Tudo é pensado, preparado e planificado nesta etapa pois “(...) a pré-produção é a base do êxito ou do fracasso de uma produção televisiva por isso importa despendar uma grande percentagem de tempo de produção na preparação e planificação” (Nazareth, 2016, p.78).

No Manhã CM, assumo o papel de produtora, que consiste em diversas obrigações e finalidades. É preciso antepor e deliberar temas/ideias para o programa, ou seja, quais os conteúdos que serão abordados e quem será mais adequado para os apresentar. Tudo o que consiste na preparação do programa, cabe ao produtor organizar. É fundamental explorar a função do produtor na indústria televisiva, pois, é quem molda e dá vida a todos os elementos essenciais de um programa de televisão. Essa construção envolve a cuidadosa seleção e execução de uma série de tarefas, cujo êxito desempenha um papel crucial na determinação do sucesso do programa.

A criatividade é uma característica inerente ao produtor, cuja principal responsabilidade é criar e desenvolver o programa. Esse processo envolve um planeamento prévio cuidadoso, e, como resultado, o programa deve seguir uma estrutura predefinida, não podendo ultrapassar o tempo estabelecido no guião (Lima, 2022).

Seguindo os pensamentos de autores como Alejandro Pardo (2010, p.1) como citado por Lima (2022, p.62) “(...) de todas as profissões relacionadas com a indústria cinematográfica o trabalho do produtor é provavelmente o menos reconhecido (...) o mais complicado de definir”.

O produtor conduz o projeto audiovisual do início ao fim, e tal só comprova a importância da sua função comparativamente a muitas outras, mesmo não recebendo o mesmo mérito que as restantes (Lima, 2022, p.60-69). De acordo com Phimmook Lohakul (n.d.) como citado por Lima (2022, p.69) “(...) o trabalho dos produtores é ainda mais crucial na indústria televisiva [...] em comparação com a indústria cinematográfica [...] pois

os produtores têm de trabalhar de uma forma cuidadosa e criativa para produzir programas com valor e significado para o fórum de entretenimento público”.

3.1.2.1. Convidados e Histórias

No que toca à escolha de ideias e tópicos para apresentar no programa, são decididos temas que, segundo a equipa de produção e coordenação, terão pertinência e despertarão o interesse dos espetadores, sejam esses os “usuais” ou para “um novo público”. Quando escolhidos estes temas, contactamos os convidados em questão, apresentamos o conceito do programa e é exposto o objetivo da sua vinda. Se for aceite este convite, são pedidas informações acerca do conteúdo, imagens, vídeos, e esclarecimentos sobre o tema em concreto. No que toca a atuações musicais, é sempre preciso perguntar se o artista viria acompanhado de bailarinos, instrumentos musicais, se têm preferência em cantar ao vivo ou playback e qual a música. Igualmente, no que se refere a atuações de artes de espetáculo, as perguntas variam entre quantos figurinos e se será feito playback ou voz ao vivo.

Se o convidado vier para preparar uma receita, é questionado quais os utensílios com que irá cozinhar, os alimentos e a receita. A produção conversa com o convidado e juntos decidem qual a receita mais propícia para ser cozinhada em direto, aceitando as recomendações do convidado.

Em seguida, é construído um quadro de convidados com os dados dos mesmos, inserindo as horas em que chegam à CMTV e em que momento entram em direto, horas para entrar na maquilhagem e a matrícula do veículo (para poder dar entrada no parque de estacionamento da empresa), enviando estas informações por email para as equipas de maquilhagem, áudio, *reggie* e receção da empresa, para dar entrada aos convidados.

Quando selecionadas as informações do convidado e uma pesquisa aprofundada a cerca do tema, é elaborado um texto do qual é apelidado de “Histórias”, que contêm o número de temas que terá o programa do dia, os nomes dos convidados, as indicações e explicações dos temas para os apresentadores estudarem e se prepararem para o programa. É semelhante a um guião, mas sem falas, os apresentadores têm a liberdade de se expressar livre e espontaneamente acerca dos conteúdos que estão programados, e, através destas histórias, poderão desenvolver de melhor forma conhecendo assim os temas que a produção preparou. Assim que prontas, são enviadas por email para a produção e direção do programa e colocadas nos *tablets* dos apresentadores. Eram estruturadas da seguinte forma:

PRIMEIRA HISTÓRIA: TEMA: NOTÍCIAS DOS FAMOSOS CONVIDADOS: LÉO CAEIRO HUGO TABACO FILIPA DE CASTRO (TEMAS A DESIGNAR) SEGUNDA HISTÓRIA: TEMA: COZINHA CONVIDADOS: CÉU CARVALHO- CHEF CHOCOLATEIRA (vai cozinhar uma sobremesa) A sua paixão é a arte do chocolate, o que a levou a especializar-se nessa área, com os melhores Mestres Chocolateiros. Iniciou a sua formação em Portugal, onde o interesse em adquirir novos conhecimentos e técnicas, permitiu fazer formação em Espanha e França, embora tenha sido na Bélgica que consagrou esta sua paixão. Fundou a <u>Céu Chocolatier</u>, em 2005, uma marca portuguesa, que produz diversos chocolates e confeitaria mantendo o método artesanal.	TERCEIRA HISTÓRIA: TEMA: ATUAÇÃO CONVIDADOS: CATARINA FARIA- CANTORA MÚSICA: “A Máquina” (3 minutos) Desde muito nova que Catarina sente uma paixão imensa pela música. A partir dos 6 anos, os pais da Catarina decidiram inscrevê-la numa escola de canto e foi aí que conheceu a Professora Elizete Teixeira, ficando como sua aluna até aos 9 anos de Catarina. Aos 10 anos, entrou no conservatório d'artes de loures e aos 11 conseguiu uma bolsa de estudo nesta mesma escola, continuando lá até aos dias de hoje. Aos 13 foi ao programa televisivo da TVI “<u>All Together Now</u>, 2021” a edição <u>Kids</u>, em que conseguiu virar 99 cadeiras em 100 na primeira ronda! Na segunda ronda ficou como finalista.
--	--

Figura 1- Exemplos de Histórias

Na figura 1 podemos observar um pequeno exemplo do que consiste a estruturação de uma “História”. Os temas ficam numerados por “Primeira História”; “Segunda História”, e por aí em diante, onde estão incluídos os temas, os convidados e os seus cargos, e informações sobre os mesmos que apenas servem como uma breve contextualização para os apresentadores. Tendo em conta o assunto, a bibliografia sobre o convidado pode ou não ser mais extensa.

CONVIDADOS 16 FEVEREIRO			
Nome	HORA DE CHEGADA /PRONTO	MAQUILHAGEM	ESTACIONAMENTO
Leo Caeiro (1º tema)	8H30/09H15	SIM	28 – UR – 20
Adriano Silva Martins (1º tema)	8H30/09H15	SIM	Não
Filipa de Castro (1º tema)	8H30/09H15	SIM	05 – PL – 21
Zé Pato (2º tema)	08h45/09h20	SIM	
Sérgio Silva (2º tema)	08h45/09h20	SIM	AV – 46 – XV
Francisco Montoya (2º tema)	08h45/09h20	SIM	
Ricardo Marques (3º tema)	09h00/10h15	SIM	NÃO
Sónia Oliveira (3º tema)	09h00/10h15	SIM	NÃO
Beatriz Silva (3º tema)	09h00/10h15	SIM	NÃO
Mafalda Teixeira (4º tema)	09h20/10h20	SIM	33-RS-37
Carlos d'Almeida Ribeiro (4º tema)	09h45/10h20	SIM	AH-77-UX
Sérgio Rossi	10h00/10h20	SIM	78 - LX - 86

Figura 2- Exemplos de lista de convidados

Na figura 2 temos o exemplo de como é feita uma lista de convidados, estes são inseridos consoante os temas/histórias que representam, com a indicação de maquilhagem e horário. Geralmente é também pedido a matrícula do carro em que se dirigem para dar entrada no estacionamento privado da empresa. Os que estão etiquetados com “NÃO” ou com espaço em branco, significa que virão de táxi.

3.1.2.2 Comentadores

Como referido anteriormente, visto que o terceiro elemento habitual da rubrica “Notícias dos famosos” saiu do programa, era necessário contar diariamente com a presença de outras figuras públicas. Estas poderiam ser rotativas, como por exemplo, vir na terça-feira e sexta-feira, de cada semana, ou apenas para uma ocasião específica. A figura pública que a produção escolhia para desempenhar este papel estaria sempre sobre a decisão final do coordenador do entretenimento, apresentando assim diversas “propostas”. Para poder selecionar este terceiro comentador, existiam certos indicadores pelos quais me baseava enquanto produtora, como por exemplo: Acordos com outros canais (indivíduos que tivessem contratos com outras emissões não poderiam comparecer); Assuntos mal resolvidos com a estação (queixas contra o canal, conflitos com participantes do programa, ou anúncios negativos sobre o mesmo); Indivíduos com personalidade (visto ser uma rubrica para expressar opiniões sobre outros, era crucial que

os escolhidos desempenhassem bem o papel com frontalidade e assertividade, sem receio de opiniões exteriores); Localização (preferencial ser da capital); Indivíduos que sejam “conhecidos” ou que já tenham aparecido na televisão e com alguns seguidores/apoiantes (estes não eram medidos nem por mínimo nem máximo, a escolha estava à mercê do produtor e quem considerava “famoso”).

Logo que estipulados os elementos a participar neste conteúdo, enquanto produtora tinha como função contactar e convidar a participar no programa, explicando o objetivo e propósito da vinda. Inicialmente, eram propostos cachês para a vinda destes novos comentadores, cobrindo assim o valor de deslocação e, esporadicamente, a estadia, mas que mais tarde se vieram a cancelar, e por isso apenas eram trazidos comentadores ao programa que aceitassem exclusivamente a exposição e partilha de projetos (este também era um dos indicadores no momento de seleção de convidados).

3.1.2.3 Imagens e Vídeos

No decorrer do programa, habitualmente são mostradas imagens ou vídeos que vão de encontro com os temas que estão a ser falados, com o objetivo de os telespetadores acompanharem ao pormenor a explicação e compreenderem da melhor forma o conteúdo.

As imagens ou vídeos poderão ser do convidado em questão, vídeos de esclarecimento, vídeos surpresa, ou imagens. Para tal, são descarregados esses conteúdos e preparados para que sejam transmitidos no programa. É criada uma pasta com estas imagens ou vídeos, e enviada para Pós-Produção de Vídeo (PPV) para que sejam editadas de acordo com as regras do programa. Quando prontas, colocamos no sistema *dalet*, na secção “alinhamento”, onde está ordenado cada tema com os *megaleads*, *leads*, indicações, entre outros, para o programa em direto.

3.1.2.4 Alinhamento

O alinhamento é a estrutura pela qual a produção, realização, coordenação e *régie* se baseia e organiza para o decorrer do programa. É estruturado e concluído pela produção e no mesmo está inserido como irá estar organizado o programa. Como por exemplo, o tema, duração, intervenientes, nome dos convidados de cada tema, o local, adereços, imagens a pintar, áudio e grafismo, poderá também ainda conter notas/indicações.

De acordo com Lima (2022, p.71) “O alinhamento pode ser definido como a estrutura de um programa televisivo que constitui todos os seus conteúdos segundo uma ordem pré-definida, desde o início da emissão até ao fim”. Os alinhamentos ajudam o realizador a clarificar e desenvolver melhor as ideias para o programa, assim como o local onde estarão os convidados, onde o público se senta, qual a melhor câmara a utilizar para um momento particular e muitos outros detalhes que poderão surgir. Ajudam igualmente o coordenador a sistematizar toda a equipa. Por norma, é uma das últimas tarefas de pré-produção pois apenas pode ser completado quando já estiverem todos os temas e convidados confirmados. É executado em formato *excel* numa tabela, e logo que pronto é impresso e enviado para todos os responsáveis (Owens, 2020).

Estes alinhamentos devem ir de encontro com a personalidade do programa sendo que o meu objetivo como produtora é também o de inovar e trazer novos públicos, e como tal, pensar “fora da caixa”, mas tendo sempre em conta a essência do programa.

ALINHAMENTO MANHÃ CM DE 10 DE MAIO 2023										
	TEMA	DURAÇÃO	INTERVENIENTES	CONVIDADOS	LOCAL	ADEREÇOS	IMAGENS PINTAR	ÁUDIO	GRAFISMO	NOTAS
09h15	NOTÍCIAS DOS FAMOSOS	15 m	DUARTE SIOPA + ÁGATA RODRIGUES	LÉO CAEIRO+ SANDRA FIGUEIREDO+ FILIPA DE CASTRO	PLATEAU PRINCIPAL	REVISTAS DA SEMANA E JORNAL CORREIO DA MANHÃ	SIM	3 LAPELAS	LEADS	
	TP ENDESA	60 seg	ÁGATA RODRIGUES				SIM		LEADS	
	COZINHA	10 m	DUARTE SIOPA + ÁGATA RODRIGUES	CHEF FLÁVIO SILVA	COZINHA	MATERIAL DE COZINHA	SIM	1 LAPELA	LEADS	IRÁ COZINHAR COUVES RECHEADAS COM CARNE PICADA
9h40	INTERVALO									

Figura 3- Exemplo de um alinhamento da primeira parte do programa

Na figura 3 podemos observar um exemplo de um Alinhamento (apenas da 1ª parte do programa). Tal como podemos notar, está indicado a hora em que começa e a hora do intervalo, quais os temas a tratar, uma estimativa de duração de cada um, com os intervenientes que, naturalmente, são sempre os apresentadores, os convidados, o local onde será realizado, sendo que o estúdio se dividia em duas partes: Plateau Principal e Cozinha/Plateau Cozinha e adereços caso necessário. Por fim, podemos verificar igualmente nas “imagens pintar” que se refere às imagens e vídeos que a produção prepara para serem transmitidas acompanhando os temas que são discutidos, como acima mencionado no ponto “Imagens e Vídeos”, o áudio, o grafismo que remete para o que aparecerá no ecrã, neste caso os *leads*, e as notas caso sejam precisas, como o caso do convidado presente neste exemplo.

Contudo, embora o alinhamento seja o esqueleto do programa e feito para ser seguido por ordem, nos programas de entretenimento costumam surgir vários imprevistos que podem levar à reestruturação deste. Com por exemplo um atraso de um convidado, a desistência de outro, um alongamento de um conteúdo, entre outros, que levam a alterações em tempo real.

3.1.2 Produção

Neste ponto será desenvolvido o papel do produtor em estúdio, as tarefas e cuidados que são necessárias desempenhar, e qual foi o meu papel enquanto estagiária produtora no programa “Manhã CM”. O trabalho do produtor em estúdio envolve diversas responsabilidades fundamentais que são essenciais para assegurar a produção bem-sucedida de um programa. A segunda fase de produção televisiva, a produção, remete para tudo aquilo que acontece em estúdio, como as filmagens em direto, a organização de convidados, o contacto com régie e coordenador/a do programa, indicações aos envolvidos, entre outros deveres.

Procura-se aqui compreender como a produção influencia a criação de um programa de entretenimento num canal de televisão, assim como os critérios e fatores no planeamento de programação (Lima, 2022). Todas as manhãs, antes da ida para o estúdio, é necessário tratar de diversos assuntos na redação da CMTV. Todos os conteúdos a nível de imagem e vídeo que sejam exibidos no programa, devem ser inseridos num sistema com o nome de *DALET*, com o qual esta organização trabalha, e por isso é preciso verificar se estes estão no sistema, e caso seja necessário, adicionar mais conteúdos.

Por norma, antes de ir para estúdio, têm de ser recolhidos os jornais *Correio da Manhã* que saíram para as bancas nesse exato dia, assim como as revistas que também fazem parte desta empresa, como por exemplo, a revista *TV Guia*, *Vidas*, *Sábado*, *Domingo* e *Boa Onda*, com o intuito de servirem de adereços para o programa. Quando sai a nova capa de uma destas revistas, é comentado pelos comentadores na Rúbrica-“Notícia dos Famosos”.

No estúdio, disponho do cuidado de preparar o cenário com estes jornais e revistas, assim como outros adereços e a colocação dos tablets dos apresentadores, que contêm o guião concebido para os temas a tratar especificamente naquele dia. Em seguida, são distribuídos os alinhamentos aos técnicos e funcionários da *régie*, responsáveis pela realização, sistema de som, entre outros. Em dias de atuações musicais, cabe à produção inserir numa pen-drive a música do artista e entregar na *régie* ao responsável pelo áudio, visto que o artista irá cantar segundo o modelo *playback*. Após a preparação do estúdio,

peço aos assistentes de áudio uma escuta, todos os produtores devem dispor de uma, e assim estar em contacto com toda a régie para transmitir informações e indicações fundamentais (consultar anexo H).

Na chegada dos convidados (horas previamente combinadas), encaminhamos estes para o camarim e maquilhagem. É necessário prestar um certo cuidado e cortesia com os mesmos, para que se sintam bem recebidos. Assim que estão prontos, direcionamo-los para os assistentes de áudio para que sejam colocadas as lapelas ou entrega de microfones em caso de atuação. É habitual que este acompanhamento aconteça em simultâneo com o decorrer do programa, e, por isso, enquanto produtores devemos estar aptos a desenvolver várias tarefas ao mesmo tempo, e sempre a um passo à frente, para que caso sejam requisitados em estúdio, consigam estar preparados para responder a esses pedidos.

É pertinente mencionar que o trabalho dos assistentes em estúdio é de igual forma importante e por isso uma boa comunicação entre assistente e produtor é fundamental. Isto porque são os assistentes que recebem o convidado assim que este sai do camarim ou maquilhagem para que seja “micado”, são eles que nos encaminham esses convidados já preparados para entrar em direto e por vezes ajudamo-nos uns aos outros, devido a imprevistos ou falta de tempo. Quando as minhas funções eram precisas noutra local que não no estúdio, o que significava que teria de sair em direto, caso me fosse impossível de a realizar, podia sempre contar com a ajuda dos assistentes que saíam em meu auxílio. Estes representam a mão direita do produtor, desempenhando tarefas sob o seu comando (Lima, 2022).

No decorrer do programa, é também necessário escolher e reencaminhar mensagens escritas pelos telespetadores sobre os conteúdos que estão a ser abordados. Estas mensagens são enviadas para o número de telefone apresentado nos ecrãs e selecionadas pelos produtores para serem recebidas nos tablets dos apresentadores. Geralmente estas interações ocorrem durante a rúbrica- “Notícias dos Famosos”, em que comentam os temas mais recentes da vida dos famosos.

No estúdio do Manhã CM existem dois plateaus/palcos, o Plateau Principal, onde decorre maioritariamente as entrevistas e atuações com mais de seis elementos

(consultar anexos B e D), e o Plateau Secundário denominado de Plateau Cozinha, utilizado para atuações a solo ou com poucos elementos, e para as apresentações e confeção de receitas de culinária (consultar anexos F e E).

É dado início ao programa com a entrada dos apresentadores no Plateau Principal, e quando é necessário mudar de convidados no mesmo cenário, os apresentadores lançam peças comerciais ou peças feitas pela repórter do programa, com o objetivo de os produtores e assistentes conseguirem fazer a troca de convidados, lapelas, e desmontar e montar outro cenário. Caso o convidado seja recebido no Plateau Cozinha, enquanto produtora devo posicioná-lo cinco minutos antes da sua entrada em direto.

Em relação ao público em estúdio, o meu papel em produção permitia-me decidir e liderar quando seriam dadas as palmas (a produtora batia palmas e o público acompanha), pedir para se levantarem e dançarem (indicava os movimentos atrás das câmaras), e durante atuações animadas e ambiente de festa podia, da mesma forma, determinar se queria pessoas do público para dançar com os artistas, e se sim, escolhê-los e direcioná-los para entrarem em direto. Na questão das palmas, essas eram tanto indicadas pela produção como pela coordenação do programa, a coordenadora decide de igual forma quando devem aplaudir, mas carregando no famoso botão de “aplausos”.

Tanto no decorrer como no final do programa, os convidados são acompanhados à saída, e em seguida, os produtores dirigem-se para a redação, onde serão preparados os conteúdos para o dia seguinte (consultar anexo J).

3.1.3 Pós-Produção

Por último, a pós-produção é a fase final de produção televisiva, em que, após as filmagens, o material é editado e publicado no site oficial da estação televisiva. Poderá incluir efeitos especiais, banda sonora, mistura de filmagens, entre outros, que, no meu caso, não foram aplicados nas tarefas que desempenhei em pós-produção neste estágio. Assim que terminava o programa, dirigia-me para a redação da CMTV, onde está

localizada a produção de entretenimento do Manhã CM e onde editava os vários momentos do programa.

No sistema DALET, é concedido o acesso a todos os programas da CMTV, onde podemos também encontrar o Manhã CM com o episódio do dia em questão ou episódios antigos. Ao aceder na plataforma, na pasta arquivo, estão os episódios completos e, neste caso, o episódio do dia do qual necessitava para editar. Partindo do pressuposto que o programa do dia 14/02/2023 teve quatro momentos, devem ser editados, cortados e separados, diferenciando-os por títulos, inserindo na minha pasta pessoal. Assim que prontos, são escritas pequenas informações resumindo o tema, para que sirva de apresentação escrita do vídeo, e por fim, enviado por email para o Portal, à equipa responsável pelos conteúdos online, com a intenção de estes serem publicados no site oficial.

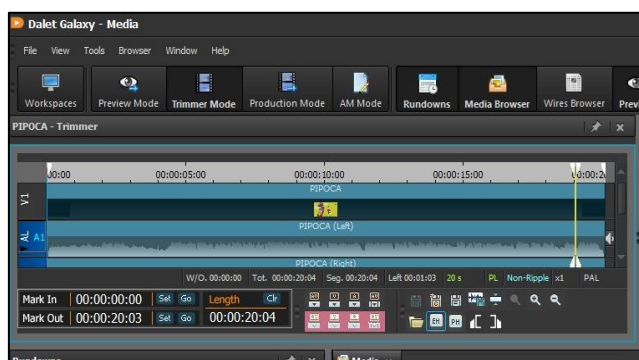


Figura 4- Exemplo do programa Dalet com a barra do vídeo selecionado

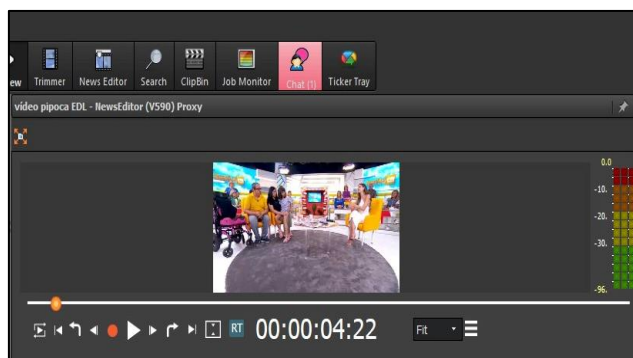


Figura 5- Exemplo do programa Dalet com o vídeo selecionado a reproduzir.

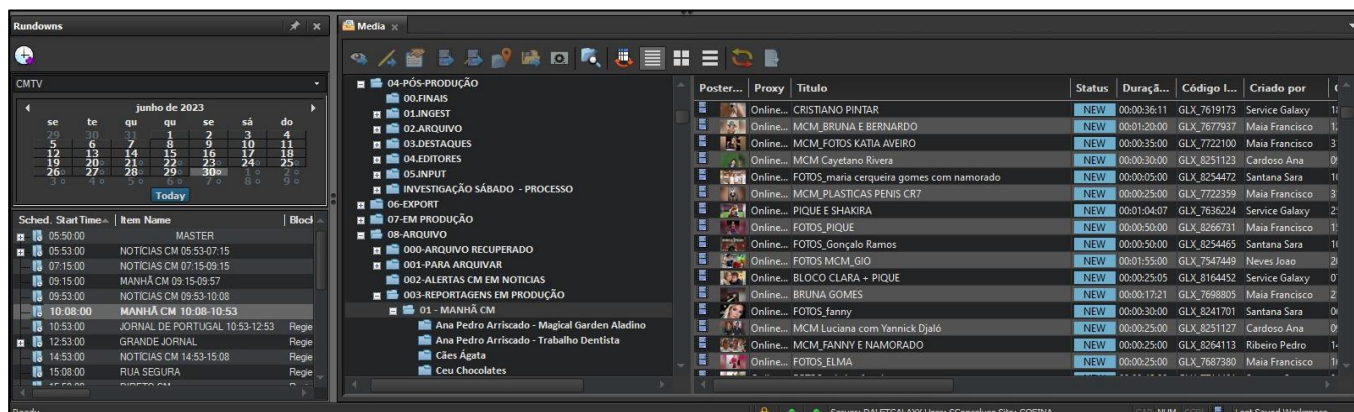


Figura 6- Exemplo do programa Dalet com os rundowns e media.

Nas figuras 4, 5 e 6, podemos constatar o exemplo do sistema Dalet dividido por 3 imagens com o objetivo de explicar cada etapa na edição de um vídeo. A figura 4 e 5 demonstram o mesmo, mas em formatos diferentes, em que na imagem 4 podemos ver o “Trimmer” - o vídeo com a barra de tempo e as opções para cortar, andar para a frente e para trás, e selecionar o resultado- e na figura 5 é possível ver o vídeo a decorrer. Por último, a figura 6 demonstra os “rundowns” que representam o calendário, ou seja, o dia em que foram gravados os conteúdos/vídeos, e as “media” onde estão as pastas com as imagens relativamente a esse dia. A numeração das figuras foi feita tendo em conta o aspeto que o Dalet apresenta, sendo que a figura 4 e 5 são a parte superior do sistema e a figura 6 a parte inferior. Foi pertinente mencionar este aspeto pois embora a figura 6 seja a última é de facto o primeiro passo para editar vídeos, pois têm de ser selecionados.

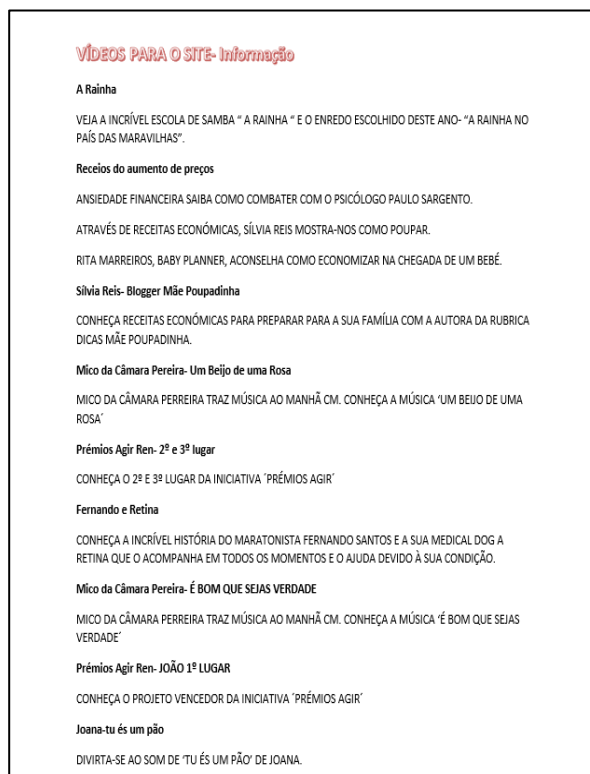


Figura 7- Exemplo de ficheiro com a informação dos vídeos para o site

Na imagem anterior, temos um modelo *word* de como eram organizados os títulos e resumos dos conteúdos para cada vídeo/episódio. Os responsáveis pelo portal online reviam os textos enviados e publicavam no site.

3.2 Estrutura do Programa

3.2.1 Notícias dos famosos

Dentro dos conteúdos apresentados no Manhã CM, temos como tema principal a rubrica “Notícia dos Famosos”, em que consiste discutir e abordar assuntos dedicados ao mundo cor-de-rosa, acompanhado maioritariamente por três comentadores e pelos apresentadores. Inicialmente, quando o meu estágio começou, faziam parte desta rubrica três comentadores fixos, Adriano Silva Martins, Filipa de Castro e Léo Caeiro, mas, em abril, o comentador Adriano Silva Martins aceitou um novo projeto na CMTV.

Assim sendo, foi necessário procurar outro comentador para fazer parte desta rubrica do programa, não sendo obrigatório que este “substituto” se tornasse fixo, mas sim comparecer quando necessário, uma vez que foi tomada a decisão de que o terceiro elemento deste conteúdo fosse regularmente alterado. Com o objetivo de trazer mais audiências ao programa, o Manhã CM tem diferentes personalidades para comentar assuntos da vida dos famosos.

Segundo Sena (2009, p.145) como citado por Lima (2022, p.78) “as televisões generalistas reajustam as suas funções no sentido de satisfazer largas audiências, procurando temas e programas populares, exaltando determinadas estrelas, invadindo e explorando a vida de pessoas famosas, selecionando as notícias mais apelativas ou espetaculares”. A presença de celebridades é frequentemente usada como estratégia para promover os programas televisivos, principalmente se estas estrelas possuírem um grande número de seguidores/fãs.

Assim, conseguem atrair um público mais amplo e diversificado, sobretudo se contar com mais do que uma personalidade, podendo aumentar as expectativas do público em relação ao programa. A escolha de um apresentador também assenta nestes fatores, optar por uma “cara conhecida” e com experiência nesta área assume sempre ser a melhor abordagem a seguir, embora seja de igual forma recorrente inserir uma “cara nova” num show/programa com um bom número de seguidores, ou não, e que tenha um bom desempenho e profissionalismo, trazendo visibilidade para o programa. Tal como afirma Turner et al. (2000, p.12) como citado por Azevedo (2020, p.40) “(...) o poder fundamental da celebridade é o de vender o produto que é ela própria (...)”.

No que se refere ao público, presença destas celebridades é também vista como um fator de credibilidade, podem conferir adicionalmente ao programa por serem vistas como especialistas ou como figuras confiáveis. Portanto, são vários os motivos que justificam a escolha destas personalidades para comparecer nos programas, sendo a concorrência televisiva o maior de todos (Azevedo, 2020).

No entanto, Couldry (2020) dispõe de uma opinião diferente, onde afirma que “(...) a valorização das celebridades é um mito, uma forma alimentada pelos meios de

comunicação que tencionam apenas colocar os famosos no centro da sociedade para atingir os seus fins” (Couldry, 2020, como citado por Azevedo, 2020, p.96).

No Manhã CM, a “Notícias dos Famosos” é o tema com o qual se inicia e se encerra o programa. Porém, nem sempre é possível encerrar com este tema devido a fatores cruciais como o tempo, uma interrupção em direto ou pela extensão de um conteúdo anterior. Lima (2022) afirma que embora os programas de entretenimento tendem sempre a respeitar a ordem do alinhamento, (...) “podem sofrer alterações momentâneas, nas quais, por exemplo, um convidado passa a ter mais tempo de conversa do que o estabelecido, em relação aos restantes” (Lima, 2022, p.71).

Os comentadores desta rubrica são quem determinam e sugerem os temas que poderão ser abordados, de que celebridades vão falar, quais as imagens ou vídeos a mostrar, enviando as informações para a equipa de produção. O diálogo dos comentadores sobre estes conteúdos não é previamente combinado nem inserido nas “Histórias”, mais à frente explicado, mas sim livre, não existindo um guião.

No decorrer da rubrica “Notícias dos Famosos”, é demonstrado na emissão o número de telefone do programa, para que os telespetadores possam participar no tema e também comentarem sobre os assuntos (consultar anexo C). Segundo Azevedo (2020, p.37) “(...) os programas da manhã, (...) convidam as pessoas a ter uma participação ativa. Este género de programas cria um novo género de telespetadores, chamado telespetadores-cibernautas, que utilizam a convergência dos meios de comunicação para seu próprio benefício, com o objetivo de conseguirem manifestar as suas opiniões quanto aos temas que lhes interessam”.

Estas mensagens são escolhidas pela produção e reencaminhadas para os apresentadores, para serem lidas em direto. Existe a necessidade de rever o conteúdo enviado pelo público pois é recorrente a presença de mensagens de carácter negativo, como insultos ou mensagens prejudiciais para o programa e os envolvidos, e como tal, essas não devem ser selecionadas.

3.3 Atuações

O Manhã CM é um programa também muito conhecido pela sua animação e diversas atuações de artistas, quando é decidido pela equipa de produção a existência de atuações, é através das editoras discográficas ou agentes que contactamos e apresentamos as propostas para a vinda ao programa. Geralmente a produção é contactada por estas editoras com propostas de artistas e músicas que serão brevemente lançadas, e, por isso tem sempre de estar em conta o fator de “ser os primeiros”, aquando destes acontecimentos. Ou seja, se a produção recebe uma proposta de um artista que irá divulgar um tema novo, tenta ser sempre o primeiro a receber este convidado, embora acontecesse com frequência os próprios artistas afirmarem que gostariam de fazer esta apresentação no canal.

Caso não receba propostas ou sugestões dentro do que é pretendido, a produção comunica com estas editoras e negocia artistas em estilo de permuta e divulgação do seu trabalho. Por norma, todas estas atuações decorrem segundo o modelo *playback*, isto justifica-se devido à sua maior facilidade e praticidade. No entanto, não é descartado a 100% a opção de haver uma atuação ao vivo, até porque há certos artistas que apenas atuam dentro destas exigências. Se for o caso, os artistas devem comparecer duas horas antes do programa começar (07:00 horas) para realizar os ensaios, testes de som, rever os instrumentos e transmitir ao realizador as ideias que têm em mente para a atuação, uma vez que o realizador é responsável por verificar e aceitar a execução de certos elementos (consultar anexos D e F).

3.4 Receitas de Culinária

Outro dos conteúdos pontuais do programa são as receitas de culinária trazidas por inúmeros chefs, restaurantes ou pequenos negócios. Sendo este um dos temas mais pedidos e que completam, habitualmente, datas comemorativas, é trazido ao Manhã CM receitas para os telespetadores realizarem no conforto das suas casas e fáceis de aprender. As várias ideias da produção em relação a este tema estão frequentemente ligadas a datas especiais, como o Dia dos Namorados ou a Páscoa, como economizar utilizando sobras, receitas sem glúten, vegan ou vegetarianas. Para tal, prioriza habitualmente personalidades das redes sociais, figuras públicas ou chefs de restaurantes de carácter prestigiado. Sem ser essas opções, dá igualmente a conhecer pequenos negócios, novos projetos e restaurantes nacionais.

3.5 Conteúdos Temáticos

Uma das principais características do programa Manhã CM é acompanhar as épocas festivas, dias dedicados a certos temas e ocasiões que marcam temas significativos, tanto de carácter nacional como mundial. Por exemplo, datas importantes tais como o Natal, o Dia da Mãe, o Dia Mundial da Saúde ou o Dia nacional da luta contra o cancro da mama.

Na conceção de ideias para o programa, enquanto produtora é preciso ter sempre em conta quais os interesses do público que nos assiste e ser inovadora na escolha de temas. Por isso, era sempre tomado em consideração pesquisar dias temáticos, feriados ou dias com significados atribuídos, e averiguar se no dia em questão era comemorado algum movimento ou festividade. Se fosse o caso, o meu papel como produtora consistia em preparar o programa em torno desse assunto e escolher quem o poderia vir representar, ou até mesmo dar a conhecer a sua história, dependendo do caso.

É relevante trazer estes temas para o programa pois demonstra que o mesmo acompanha a atualidade, marcos históricos e que decide em prole do espetador e dos seus interesses. Trazendo estes conteúdos temáticos e dedicados a questões

fundamentais, faz com que o programa se torne mais rico e curioso, pondo os telespetadores a questionar-se qual o tema que o programa poderá trazer no dia seguinte.

Segundo Lima (2022, p.55) “O produtor é quem cumpre a tarefa de produzir os programas televisivos e de adaptar os conteúdos aos interesses dos diferentes espetadores. É este que detém toda a responsabilidade logística e criativa na conceção do alinhamento de um programa televisivo”. O papel do produtor é crucial no desenvolvimento criativo de um programa, a relevância da escolha do tema assenta em questões sociais, políticas e culturais e na sua capacidade de provocar reflexões nos telespetadores. Como tal, a escolha de temas cativantes e pertinentes torna-se num elemento a favor para a popularidade do programa, comprovando o quanto este consegue permanecer atual e alusivo, sempre de encontro com a sua identidade.

Um dos principais “Conteúdos temáticos” é sem dúvida a presença de uma história de vida, sobre um tema forte (morte, divulgação de uma queixa, etc) ou relacionado com dias especiais, tal como é o exemplo de datas de superação como o “Dia de Luto Nacional pelas Vítimas de Violência Doméstica” ou o “Dia Internacional da Síndrome de Down”.

Na apresentação destes temas, a produção conta com convidados que estejam familiarizados com o assunto, ou que tenham/sejam vítimas do mesmo. Este é um dos temas que mais traz audiências ao programa, sendo também um dos mais sensíveis. A produção consegue ter conhecimentos destas histórias ou por contactos de jornalistas, colegas de profissão ou através dos media. Estes convidados poderão também já ter comparecido em outras estações televisivas e ter despertado interesse por parte da produção do programa Manhã CM, e por isso, serem mais tarde contactados.

O grande objetivo por detrás de temas como estes são dar conhecimento de testemunhos que poderão se assemelhar à experiência de um ou vários telespetadores, seja este um acontecimento já ultrapassado ou que esteja a ser vivido presentemente. Posto isto, os convidados poderão também receber ajudas ao expor as suas situações e assim conseguir através do programa, compensações monetárias ou até mesmo equipamentos específicos para a questão. A exposição do problema permite elucidar para

movimentos de associações que não sejam conhecidas e para causas que careçam de apoios.

Para além da participação dos apresentadores nas redes sociais sobre estes conteúdos do programa, o Manhã CM também toma a iniciativa em colaborar e ajudar em algumas causas sociais. São feitas surpresas em direto aos convidados ou associações, como a concretização de sonhos ou com a entrega de bens essenciais. Por exemplo, durante o meu papel de produtora estagiária foram feitas duas surpresas a convidados, como ajudar a realizar o sonho de uma senhora em obter tratamentos dentários, e presentear um senhor com rações para os animais da sua quinta.

Para a execução destas ações, enquanto produtora, foi necessário marcar com um repórter de imagem para acompanhar a repórter do programa e surpreender o convidado, e no caso específico da ajuda dentária, foi necessário encontrar uma clínica que tivesse interesse em colaborar e presentear a convidada, e de igual forma promover o seu trabalho.

IV: PROGRAMAS EXTERIORES

4.1 Visitas Técnicas

Ocasionalmente, o Manhã CM realizava programas fora do estúdio com o intuito de estar mais perto dos telespetadores e conhecer Portugal. Ao longo dos três meses de estágio, realizei cinco programas exteriores, mas apenas três visitas técnicas. As visitas técnicas tinham como objetivo conhecer o local onde iria decorrer o programa e planear toda a tecnologia envolvida.

Estes eventos fora do estúdio eram organizados e decididos pelos diretores da CMTV e pelo departamento comercial do grupo Cofina, sendo que esta equipa é quem determina datas, locais, acordos com as câmaras municipais, obtém os alojamentos e agenda as chamadas “visitas técnicas”. Assim que definidas as datas dos programas exteriores, o próximo passo seria estipular uma visita ao local com a equipa responsável do Manhã CM e definir os planos.

Nas visitas técnicas, a equipa do Manhã CM dirigia-se à cidade elegida para o programa e, por norma, encontrava-se com um responsável da câmara municipal e com outros colaboradores. O ponto de encontro situava-se no espaço sugerido pela câmara do local, onde depois a nossa equipa estipularia um plano para começar a organizar tudo para o programa. Caso o local não fosse o melhor, propúnhamos outro, aceitando as sugestões.

Já no local, a equipa de produção e coordenação, sempre acompanhada por um membro da secção do departamento comercial, prepara-se para idealizar o programa naquele espaço, tendo em conta questões essenciais:

- Existência de um quadro de energia para os cabos de ligação- tal iria definir onde ficariam os camiões com a *régie* móvel e permitir toda a transmissão;
- A luz- onde iria nascer o sol e quais os melhores ângulos;
- Local para camarim e maquilhagem- procurávamos sempre que fosse na área mais próxima possível do set;
- Que tipo de equipamento precisaríamos - câmaras, repórteres de imagem, grua com câmara, entre outros,

- Definir Plateau Principal e Plateaus Secundários.

Na escolha dos *sets*, tínhamos de programar onde seriam as entrevistas, as atuações, e as exposições de receitas/comidas, dando importância ao plano de fundo como as paisagens, espaço amplo para atuações, entre outros. Eram deste modo denominados de “set entrevista”; “set atuação” e “set cozinha”. Na idealização destes espaços era fundamental a presença do realizador, pois era este quem guiava a equipa de produção e coordenação a nível de pontos estratégicos de câmara, e onde seria concebível as nossas ideias.

Com o responsável do município, era elaborado um alinhamento para o programa que contasse com presenças que refletissem a personalidade da cidade em questão. Como por exemplo, no “set cozinha” incluir uma pastelaria com doces típicos ou um chef com uma especialidade da região, no “set atuação” contarmos com um artista da zona e no “set entrevista” quem seriam os mais indicados para representar a cidade.

Juntamente com os responsáveis da câmara, os indivíduos escolhidos para participar no programa eram contactados tanto pela equipa de produção como por estes, e a partilha dos contactos eram-nos fornecidas pelos mesmos.

4.1.1 Preparação de Programas Exteriores

Tal como mencionei anteriormente, as visitas técnicas ocorriam devido à existência de programas exteriores. Neste ponto irei explicar como se planificava um programa exterior, fazendo referência aos seus detalhes minuciosos e desenvolvimento trabalhoso e cansativo. Na minha passagem por este programa, estive presente em cinco programas exteriores, do qual sempre fiz parte do seu planeamento e elaboração (Figueira da Foz, Cascais, duas vezes em Portimão e Leiria).

Com a globalização e o evoluir das tecnologias, a realização de um programa de televisão passou a ser possível de se realizar em qualquer lugar e em qualquer parte do mundo. Desta forma, os cenários e os figurantes que normalmente já fazem parte do estúdio, quando decorre um programa fora do estúdio habitual, esses mesmos cenários

têm a vantagem de ser 100% reais e naturais, assim como o público que nele integra, trazendo um certo realismo e autenticidade que nunca são totalmente adquiridos em estúdio.

A preparação de um programa exterior é deveras complexa aquando comparado com um programa em estúdio, não só pelos objetivos e temas diferentes, como toda a sua execução. As visitas ao local e os preparativos que antecedem ao dia da emissão, não têm nada em comum com os “dias normais” no estúdio do programa. Dentro das várias fases de produção, neste caso a pré-produção e a produção, são praticadas de forma mais extensa e detalhada, e no dia anterior à data de estreia a equipa do Manhã CM já se deve encontrar na cidade em questão.

Na fase de pré-produção do programa, como a escrita das histórias, as imagens, vídeos e contactar os convidados, são preparadas com uma semana de antecedência, as chamadas com os convidados são constantes assim como a recolha de informação. As Histórias são estruturadas de maneira diferente, com cores chamativas e com um guião com uma pequena apresentação da cidade ou o tema em questão, e contêm mais indicações para os apresentadores do que na normalidade. Indica onde e como devem estar colocados, aquilo que é suposto cada um apresentar, orientações de como se dirigir aos convidados, onde lançar as próximas apresentações e entre muitos outros fatores.

Da mesma maneira que as histórias são estruturadas com um método diferente, os alinhamentos também o são. Ao contrário de um programa habitual, os tempos de cada conteúdo num programa exterior devem ser respeitados ao máximo, para não exceder o tempo e para não perder de igual forma, pois todos os minutos e segundos são pré-planeados. Existem mais locais para os apresentadores se posicionarem, e por isso, há mais informações nas colunas “notas” do alinhamento, e cada tema decorre em “plateaus” diferentes.

PROGRAMA ESPECIAL 10 ANOS DE CMTV - LEIRIA ABERTURA NO SET RODA GIGANTE (À FRENTE DA RODA GIGANTE) PARA COMEMORAR OS 10 ANOS DE CMTV, O 'MANHÃ CM' ESTÁ EM DIRETO DA FEIRA DE LEIRIA QUE SE LOCALIZA NO PARQUE DE ESTACIONAMENTO DO ESTÁDIO DR. MAGALHÃES PESSOA. JUNTE-SE A NÓS PARA CELEBRAR ESTE MARCO HISTÓRICO DO CANAL! VAMOS SABER MAIS SOBRE ESTA INICIATIVA... LANÇAM ATUAÇÃO DE JOÃO MIGUEL- "P'RA TE DAR". A ATUAÇÃO SERÁ NO SET PRINCIPAL. DEPOIS DA ATUAÇÃO LANÇAM PEÇA 1- FEIRA DE LEIRIA- NO BALOIÇO. DEPOIS DIRIGEM-SE PARA SET PRINCIPAL.	PRIMEIRA HISTÓRIA: NOTÍCIA DOS FAMOSOS LOCAL: SET PRINCIPAL CONVIDADOS: LÉO CAEIRO FILIPA DE CASTRO (Temas a definir) COMENTAM NOTÍCIAS DOS FAMOSOS E LANÇAM PEÇA 2- TALHO (morcela de arroz, assistir ao processo do enchimento de morcelas).
---	--

Figura 8- Exemplo de histórias para programas exteriores

Neste exemplo podemos constatar o que referi anteriormente, para um programa exterior, as Histórias são muito mais detalhadas e com mais indicações do que as que normalmente os envolvidos do programa recebem. Ao observar a figura dois atentamos que existe um título diferente, uma indicação de onde terão de estar os apresentadores e qual a pequena introdução deverão fazer. Está indicado a numeração dos temas/histórias e, como tal, a rubrica “Notícia dos Famosos” inicia o programa.

APRESENTADORES LANÇAM INTERVALO. 2ª PARTE PROGRAMA TERCEIRA HISTÓRIA: TEMA: ENTREVISTA PRESIDENTE DA CÂMARA LOCAL: SET PRINCIPAL CONVIDADOS: ORIANA CRISTÓVÃO- PRESIDENTE DA JUNTA DE FREGUESIA CARANGUEJEIRA MOJI - MASCOTE ORIANA CRISTÓVÃO Oriana Cristóvão pretende dar continuidade ao trabalho desenvolvido pelo antigo presidente e executivo da Junta de Freguesia da Caranguejeira, e contribuir com um projeto que assegure a evolução do território e a melhoria da qualidade de vida da população, salvaguardando o futuro da freguesia. <u>Perguntas:</u> • Como surgiu a ideia deste festival? • Quem estará no cartaz deste ano? • O que nos pode dizer acerca do espaço? Quais são os diversos recintos/zonas do festival?

Figura 9- Exemplo de histórias da segunda parte de um programa exterior

Na figura 9, temos a parte em que é lançado o intervalo, e logo depois, a segunda parte do programa. Aqui, volto a referir que existe um maior cuidado na elaboração destas histórias, ao colocar mais perguntas do que o habitual, para que seja feita uma melhor apresentação do convidado para os apresentadores conseguirem perceber quem estão a entrevistar.

ALINHAMENTO MANHÃ CM DE 1 DE MAIO DE 2023										
	TEMA	DURAÇÃO	INTERVENIENTES	CONVIDADOS	LOCAL	ADEREÇOS	IMAGENS PINTAR	ÁUDIO	GRAFISMO	NOTAS
09h15	ABERTURA	2 MIN	DUARTE • ÁGATA		SET RODA GIGANTE (VISTA)		SIM	2 LAPELAS	LEADS	ABREM O PROGRAMA E LANÇAM ATUAÇÃO DE JOÃO MIGUEL - "P'RA TE DAR"
09h17	ATUAÇÃO	3'54 MIN	DUARTE • ÁGATA	JOÃO MIGUEL	SET PRINCIPAL		SIM	1 MICROFONE	LEADS	MÚSICA: "P'RA TE DAR" - PLAYBACK - LANÇAM PEÇA 1 NO BALDIOÇO
09h21	PEÇA 1 - VOX POP • VISITAR FEIRA LEIRIA	2 MIN								MONTAR O SET PRINCIPAL PARA RECEBER OS FAMOSOS
09h25	NOTÍCIAS DOS FAMOSOS	8 MIN	DUARTE • ÁGATA	LÉO • FILIPA	SET PRINCIPAL		SIM	2 LAPELAS	LEADS	COMENTAM NOTÍCIAS DOS FAMOSOS E LANÇAM PEÇA 2- TALHOS
09h33	PEÇA 2 - CARNES AVENIDA	2 MIN	DUARTE • ÁGATA							APRESENTADORES DIRIGEM-SE PARA O SET COZINHA
09h35	NA COZINHA COM RUI LOPES	5 MIN	DUARTE • ÁGATA	RUI LOPES	SET COZINHA		NÃO	1 LAPELA	LEADS	CHEF VAI FAZER SANDES DE LEITÃO • ENTREVISTA. LANÇAM INTERVALO

Figura 10- Exemplo de um alinhamento para um programa exterior

Na figura 10 temos como exemplo a primeira parte do Alinhamento de um programa exterior. Neste podemos ver que algumas das indicações das histórias são igualmente inseridas no Alinhamento, na secção “notas”, e que existe um maior rigor em respeitar os tempos, tendo todos eles sido feitos e contados ao segundo, não podendo haver falhas.

CONVIDADOS 31 MAIO		
Nome	HORA DE CHEGADA /PRONTO	MAQUILHAGEM
No Hotel:		
ÁGATA RODRIGUES	06h00/06h30	SIM
FILIPA DE CASTRO	06h15/06h45	SIM
DUARTE SIOPA	06h30/07h00	SIM
LEO CAEIRO	07h00/07h15	SIM
No local:		
JOSÉ MALHOA	08h30/09h15	SIM
4 BAILARINAS	08h30/09h15	SIM (SÓ RETOCAR)
EVA MARQUES	08h40/09h30	SIM
ALZIRA MARQUES	08h40/09h30	SIM
SUSANA XXX	08h40/09h30	SIM
SOFIA PIÇARRA	09h30/10h00	SIM
PADRE DANIEL	09h50/10h20	SIM
VITOR COSTA	10h00/10h30	SIM
FRANCISCO PENIM	10h25/10h35	SIM

Figura 11- Exemplo de lista de convidados para um programa exterior

Da mesma forma que as histórias e o alinhamento diferem em programas exteriores, assim também a lista de convidados, tal como podemos constatar na figura 13. Primeiramente a lista é extensa em comparação com a que fazemos regularmente, e há a distinção de “no hotel” e “no local”. Esta diferenciação existe porque nos programas em exterior os apresentadores e comentadores têm de fazer ensaios e averiguar o espaço em que vão trabalhar e por esse motivo têm de ser maquilhados por volta das 6/7 da manhã. Sendo que as equipas de maquilhagem estão alojadas no mesmo espaço que o resto da equipa, são preparados no hotel. Assim como têm uma hora definida para começar a maquilhagem, têm igualmente uma espécie de hora limite (6h-6h30) a qual deve ser respeitada.

Na pré-produção de programas exteriores, por vezes, enquanto produtora estagiária, acompanhei a repórter do programa para fazer reportagens pelas ruas (consultar anexo I), no intuito de serem transmitidas durante o programa, onde desempenhei o papel de apoiar a repórter, facultando tudo o que necessitava, e desenvolvemos em conjunto perguntas para colocar às pessoas.

No que toca à fase de produção, estando em ambiente desconhecido e com materiais distintos dos habituais do estúdio, como produtora estagiária tinha de estar apta a lidar com equipamentos de escuta diferentes, vários cenários, camarim e maquilhagem longe do set, e receber e encaminhar convidados para o programa. Todas estas funções deixaram-se cada vez mais preparada para o próximo, lidando com

imprevistos e desenvolvendo várias capacidades. Relativamente à pós-produção, os vídeos que fossem para colocar no site seriam feitos assim que chegássemos à redação no dia a seguir.

V: PROGRAMA NOITE DAS ESTRELAS

5. Redes Sociais

No decurso do meu estágio curricular, pediram-me para dar apoio num outro programa do canal, que iria estreiar, do qual fiz parte cerca de uma semana. Esse programa tem o nome de “Noite das Estrelas” em que o seu principal objetivo é comentar a vida das celebridades tanto portuguesas como estrangeiras. É composto por um painel de seis comentadores, em que os principais são Maya e Rui De Oliveira Nunes, e os restantes, Teresa Guilherme, Quintino Aires, Daniel Nascimento e Adriano Silva Martins. Neste momento também dispõe de convidados surpresas, igualmente influentes/conhecidos, para comentarem os temas propostos.

O meu papel neste programa consistiu em ficar responsável pelas redes sociais do programa, como o *Instagram* e o *TikTok*, e criar conteúdos as mesmas. Era necessário comparecer duas horas antes da emissão, ou seja, às 22h/22h30, sendo que o programa dava início à 00h35. Na rede social *Instagram*, fazia publicações no *feed* com as fotografias que tirava, criei conteúdo interativo nas “*stories*”, como por exemplo pedir para os seguidores colocarem perguntas, adivinharem os temas do programa ou convidados especiais, e criei o “look da noite”, onde apresentava fotografias dos comentadores a mostrarem os seus looks, primeiro com uma fotografia a preto e branco e depois com a fotografia a cores. Realizei ainda *TikToks* com os apresentadores e comentadores e consegui obter 720 visualizações numa das publicações (801 no momento da escrita do relatório) e 268 numa outra, quando tinha apenas 10 seguidores.

O meu principal objetivo no desempenho desta função era ter criatividade, elaborar “*stories*” divertidas e interativas, ter um *feed* ativo e aumentar os seguidores da conta do programa. Embora tenha gostado de desempenhar esta tarefa, e de ter recebido elogios a cerca do meu trabalho, não foi possível continuar a comparecer neste programa pois estava a realizar dois estágios em simultâneo, um durante a manhã e outro durante a noite. Foi muito cansativo e embora sentisse vontade em demonstrar as minhas capacidades, foi impossível de compatibilizar os dois horários.

VI: FERRAMENTAS DE TRABALHO

6.1 E-mail

No princípio do estágio curricular, foi-me atribuído um e-mail oficial de funcionário na plataforma *Outlook*-NatachaCandido@cmjornal.pt-o qual seria uma das minhas principais ferramentas de trabalho. Este concedia-me acesso aos vários e-mails enviados para a produção do programa, fosse a nível de áudio, imagem, vídeo, ou propostas de convidados, mantendo-me de igual forma em contacto com outros funcionários da empresa.

Através deste e-mail enviava informações como a lista de convidados, as histórias (guiões), os alinhamentos e as imagens ou vídeos a apresentar, visto que era obrigatório que os pós-produção de vídeo (PPV) removessem o fundo de todas as imagens, colocassem legendas ou sons de fundo e, em alguns casos, desfocar faces de indivíduos.

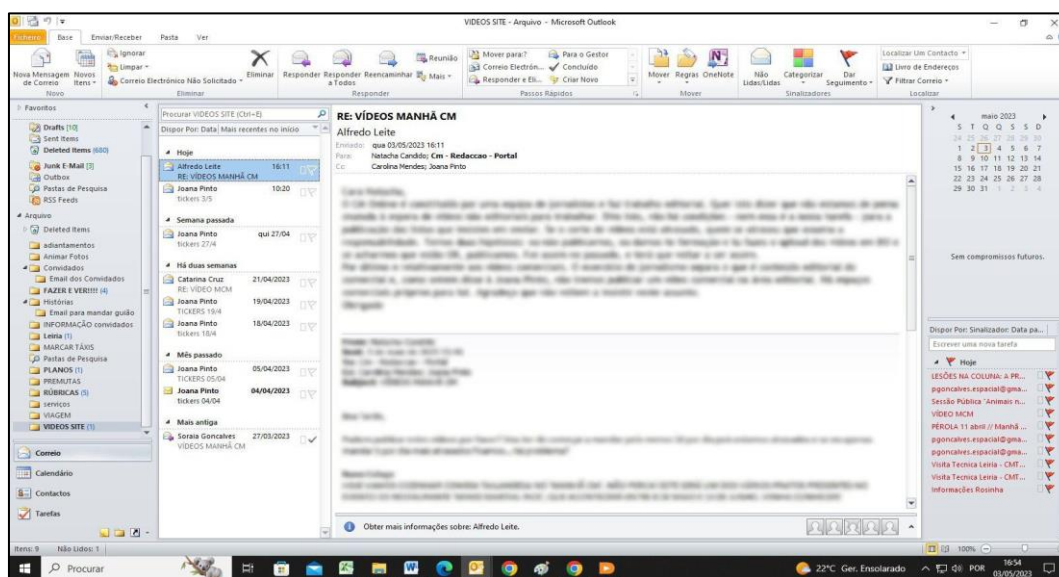


Figura 12- Exemplo da plataforma Outlook com o e-mail da cofina e respetivas pastas de trabalho

A figura 12 demonstra a página inicial da minha conta *Outlook*, onde podemos constatar os e-mails de “Hoje”; “Semana Passada” e “Mês Passado”. Na coluna do lado esquerdo continha as pastas para diversos assuntos e na coluna do lado direito estão assinaladas a vermelho tarefas importantes que tinha para realizar.

6.2 Telefone da Empresa

Acima de tudo, foi-me também entregue o telefone da produção do Manhã CM, para que fosse mais prático o contacto com possíveis convidados, uma vez que este dispunha de uma extensa lista de contactos. Com este, enquanto produtora, eram feitas as chamadas e convites para a participação no programa, as trocas de informações e de conteúdos multimédia.

6.3 Dalet

O *Dalet* é o programa utilizado pela empresa CMTV como auxiliar de trabalho. Neste, encontram-se todos os programas do canal e com acesso aos seus alinhamentos do dia, seja de que programa for, e onde é colocado tudo para posteriormente seguir para o ar. É também possível efetuar alterações ou acréscimos de informação em direto, como acrescentar imagens, textos, ou trocar a ordem dos conteúdos.

Este programa (*Dalet*) constituía a minha segunda ferramenta de trabalho mais importante, pois era nele que seriam colocadas as imagens e vídeos dos convidados, após serem preparadas pela equipa de pós-produção de vídeo (PPV). Caso fosse necessário cortar excertos de vídeos para o programa Manhã CM, seria executado também no *Dalet*, e em seguida transferido para o Alinhamento do dia.

O alinhamento no *Dalet* é diferente do alinhamento falado anteriormente neste relatório, pois um representa a estrutura detalhada do plano do programa do dia em questão, e impresso em formato de papel, e o outro corresponde à disposição e organização que os temas terão quando lançados em direto. Estão inseridos neste alinhamento, o genérico do programa, os *leads*, as imagens para o tópico A, os vídeos para o tópico B, entre outros.

Os *leads* correspondem aos títulos que aparecem quando os telespetadores estão a assistir à emissão, onde contém a informação necessária sobre o tema em questão, para que seja de fácil perceção e compreensão para quem esteja a ver. O “*megalead*” ou “*lead*”

representa o título principal do conteúdo, aquilo que estamos a apresentar, e o nome “mega” vem de ser um título grande. Os “leads” têm o dever principal de informar, com o máximo de 33 caracteres cada um, podem assumir citações/afirmações dos convidados, perguntas, respostas ou referências a outros temas que também irão decorrer no programa.

Dentro do programa *Dalet*, podemos encontrar os arquivos de todas as emissões da CMTV, sejam recentes ou antigos. É desta forma que me era permitido cortar e editar vídeos para serem emitidos no site. Acedia ao arquivo do programa Manhã CM, colocava a data, e em seguida o programa concedia-me o episódio completo da data escolhida. Após editar, colocava na minha pasta pessoal, cujo cada funcionário tem a seu dispor, onde estão todos os nossos trabalhos, e enviava um e-mail para o portal online a pedir que estes fossem publicados.

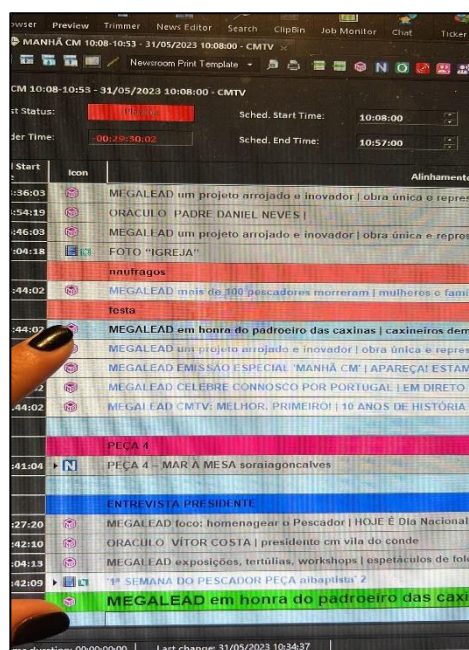


Figura 13- Exemplo de um alinhamento no programa dalet

Observando a figura 13 conseguimos observar como funciona o Alinhamento no programa DAlet. Tal como referi acima, temos os “MEGALEADS” e “LEADS”, imagens e vídeos/peças que serão reproduzidos, e títulos a laranja criados pela coordenadora que serviam como indicação para outros assuntos.

VII: CONCLUSÃO

Antes de iniciar a minha aventura na CMTV, não tinha quaisquer conhecimentos no ramo da produção e do que engloba todo este mundo da televisão. São vários os responsáveis por detrás das câmaras e os que permitem que um programa se realize com sucesso. A ideia que tinha de como era preparado um programa televisivo mostrou-se totalmente errada aquando tive a oportunidade de estagiar num programa de entretenimento, e não só fazer parte da produção desse, como também desempenhar muitas outras tarefas fora do meu papel. Assim que cheguei à instituição de acolhimento, fiquei maravilhada por me encontrar no local onde tudo acontece, aquilo que outrora observava através de um televisor, estaria agora a observar em primeira mão. Quando me foi apresentado o estúdio do Manhã CM, tive a mesma sensação, a de sentir que estou nos bastidores de um programa, a presenciar o que mais ninguém vê, e que serei a responsável por maior parte dos elementos que nele irão integrar.

No meu primeiro dia em estúdio, fui apresentada aos membros da equipa como “a nova produtora”, no qual fui muito bem recebida. Este dia seria para me ambientar ao espaço e saber quais seriam as minhas funções dali em diante. No segundo dia, tive a sorte ou o azar da minha orientadora produtora não conseguir estar presente, e por isso, ter de ser eu a tomar o comando de tudo, sem qualquer experiência. Lembro-me como se fosse hoje, do nervosismo e ansiedade ao pensar que não seria capaz, mas consegui, não foi fácil porque sendo apenas uma produtora tinha de lidar com mais de sete convidados (que traziam animais), encaminhá-los para maquilhagem, encaminhá-los para o único assistente presente, pois durante muito tempo apenas havia um, desmontar e montar o plateau, posicionar convidados, tudo isso em apenas poucos minutos. A organização dentro do estúdio do programa Manhã CM nem sempre foi a melhor, pois eram pedidas mil tarefas para apenas uma pessoa (eu) quando na verdade teriam de existir cinco iguais a mim. Eram raros os momentos em que conseguia permanecer no estúdio por mais de 10 minutos, por a minha presença ser necessária em todo o lado. Se o convidado chegasse teria de:

- Ir buscá-lo ao estacionamento;
- Levá-lo a estúdio para colocar os seus pertences no camarim e depois direcioná-lo para maquilhagem;

- Iniciar o programa e dar indicação ao público e apresentadores de quando entrar ou aplaudir;
- Receber as mensagens dos telespetadores e reencaminhar para o tablet dos apresentadores;
- Ir buscar o convidado à maquilhagem, micar e sentar o convidado,
- Desmontar o plateau e montar outro cenário.

E todo este procedimento repetia-se a cada cinco/dez minutos, pois mais convidados chegariam e tudo teria de ser feito pelo produtor. No geral, este estágio foi baseado em trabalho árduo, lidar constantemente com imprevistos, ter mais dias maus do que bons, e sem dúvida, com muitas e muitas horas de trabalho.

Com o passar dos meses, fui adquirindo mais confiança e autonomia, podendo mostrar as minhas qualidades e a ter “voz” na escolha de conteúdos, sendo que alguns foram conceptualizados de raiz por mim, e aprovados pela coordenadora do programa. Por exemplo, decidi trazer ao programa como conteúdo uma escritora veterinária que tinha lançado um livro sobre os comportamentos dos animais, e para complementar este tema, convidei uma “*Pet Influencer*”, uma cadela com mail de 10 mil seguidores que juntamente com a sua dona partilha looks, comida, e brinquedos caninos.

Um dos aspetos que mais gostei em desempenhar produção televisiva foi o contacto com as pessoas, trazê-las ao programa e sentir que fui um fator importante na sua divulgação, sendo muito gratificante. Aliás, antes do convidado se apresentar em televisão e em estúdio, existe uma grande pesquisa e investimento de tempo por parte de ambos, são feitas entrevistas, via telefone ou e-mail, e depois transformadas em texto. As palavras trocadas entre produtora e convidado nestes processos, sensibilizou-me para algumas causas e até mesmo pelas suas histórias, e, depois de horas afim ao telefone, poder conhecer a pessoa pessoalmente é uma sensação quase familiar, como se os conhecesse, e as reações destes para comigo faziam aperceber-me que era totalmente recíproco.

No decorrer deste estágio, presenciei mais do que uma vez, notícias de cariz “importante” e “imperdível”, que acontecia via um “Alerta CM”, interrompendo o programa e sem certeza de voltar ao “ar”. Tal acontecia por a estação televisiva ser

inteiramente ligada à informação, privilegiando este tipo de programas. Assim que a coordenadora recebesse a ordem na régie, os apresentadores teriam de avisar os telespetadores, e dava-se por terminado o programa. Quando ocorriam estas situações, era muito complicado, para além de lamentáveis para os convidados que, naquele dia, tinham dispensado o seu tempo e os seus deveres para lá estarem. Enquanto produtora não havia nada que pudesse fazer, assim como nem a coordenadora ou os apresentadores conseguiam controlar a situação, por serem ordens vindas de superiores. Foram diversas as vezes em que fomos insultados, culpados ou avisados de que não tinham intenções de retornar ao programa. No entanto, é algo que faz parte e temos de estar preparados para este tipo de circunstâncias ou críticas, uma vez que nos encontramos numa indústria difícil e competitiva.

A elaboração de programas exteriores demonstrou-se mais complicada e complexa, envolvendo vários elementos e fatores distintos de um programa em estúdio. Nas visitas técnicas, atentava a todos os pormenores e principalmente na abordagem da minha orientadora produtora, na sua forma criativa de planejar o cenário e como envolver os diversos convidados em diferentes momentos. O primeiro exterior que realizei foi sozinha, ou seja, era a única produtora presente, o alinhamento e histórias tinham sido feitos em conjunto, mas o dia de estreia contou apenas com a minha presença. Dentro dos três meses de estágio, esta foi sem dúvida das tarefas mais difíceis que desempenhei, toda a preparação anterior ao dia de estreia e as inúmeras preocupações em direto, são inacreditáveis. Em resumo, as minhas funções neste dia caótico foram correr de um lado para o outro, procurar convidados desaparecidos, gesticular palavras vindas da coordenadora para a apresentadora, pois a sua escuta estava estragada, atrasos na maquilhagem, músicas erradas para as atuações e tentar arranjar soluções em direto e desmontar os cenários de entrevista. Todas estas funções para apenas uma produtora foram mais do que desafiantes, e sem sombra de dúvidas, que uma grande aprendizagem.

Para além do estágio no programa Manhã CM, fui também chamada para um outro programa de entretenimento que iria estreiar no canal e no qual pediram a minha assistência. Este programa, apresentado por personalidades importantes no mundo da televisão, iria contar comigo como apoio no estúdio e responsável por criação de conteúdo nas redes sociais. Não realizei nenhum tipo de produção televisiva neste

programa. O que estava previsto seria dar auxílio apenas no dia de estreia para salvaguardar imprevistos. No entanto, revelou ser na verdade quatro dias de trabalho, juntando isso a todas as outras obrigações que já ocupava no programa da manhã. O que significa que para além das oito horas de trabalho no Manhã CM, que ultrapassavam sempre essa hora, tinha ainda de desempenhar mais cinco horas, das 22h30 às 3h00, noutro programa que não o estipulado no meu estágio. Após deliberar muito sobre o assunto, decidi comunicar ao responsável que não realizaria mais nenhuma função noutro programa pelo bem-estar da minha saúde mental e física, o qual foi autorizado de imediato.

Em síntese, posso concluir que o mundo do espetáculo e da televisão não é tarefa fácil e não é para qualquer um. Todo o trabalho envolvente por detrás da conceção de um programa televisivo deveria ser aplaudido e valorizado por todos os envolvidos e não apenas pelos que surgem nos ecrãs em nossas casas. As ações dos produtores não só são desvalorizadas como esquecidas por todos, tal como afirma Manuel Guerra (2015, p.48) como citado por Lima (2022, p.70) “o produtor é dos principais pilares de uma produção dada a sua pluralidade de funções e objetivos a cumprir (...) tudo recai sobre as suas mãos e as decisões que toma, independentemente de serem feitas a solo ou em equipa. A sua palavra será sempre final”. Embora a função do produtor muitas vezes permaneça em segundo plano, em comparação com funções como a realização, é este quem, juntamente com a equipa, tem a responsabilidade de conceber a ideia de um programa, dando vida a todas as ideias (Lima, 2022).

Independentemente de ter sido uma experiência trabalhosa e cansativa, tive a oportunidade de conhecer o derradeiro trabalho de um produtor e realizar tarefas que noutro canal não me teriam sido possíveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azevedo, M.M (2020). A influência das celebridades nas audiências televisivas [Dissertação, Universidade Católica Portuguesa]. Repositório da Universidade Católica Portuguesa. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/36480>
- Canavilhas, J. (2001). Televisão: O domínio da Informação-Espectáculo. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação–Bocc*, p. 1-11. Consultado a 5 de setembro de 2023 em: <http://bocc.ufp.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>
- Carvalho, A. P. V. D. (2014). Análise dos conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de Infotainment e as relações (in) existentes entre eles no meio televisivo. Repositório do Centro Universitário de Brasília. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/5432>
- Cofina. (2023). Acerca da Cofina. Consultado a 10 de junho de 2023, disponível em: http://www.cofina.pt/about-cofina.aspx?sc_lang=pt-pt
- Cofina. (2023). Acerca da Cofina - Perfil empresarial. Consultado a 10 de junho de 2023, disponível em: http://www.cofina.pt/about-cofina/company-profile.aspx?sc_lang=pt-pt
- Cofina. (2023). Acerca da Cofina - Estratégia. Consultado a 10 de junho de 2023, disponível em: http://www.cofina.pt/about-cofina/strategy.aspx?sc_lang=pt-pt
- Cofina. (2023). Acerca da Cofina - Historial. Consultado a 10 de junho de 2023, disponível em: http://www.cofina.pt/about-cofina/history.aspx?sc_lang=pt-pt
- Galinha, C.C.F. (2019). Televisão e Indústria de Entretenimento [Relatório de estágio, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://run.unl.pt/handle/10362/77510?locale=en>
- Gradim, A. (2000). Manual de Jornalismo. Universidade da Beira Interior. Consultado a 19 de setembro de 2023 em: <https://bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-2.html>

- Lima, M.I.P. (2022). Produção de programas: Critérios de alinhamento de programas de entretenimento, em direto, num canal de televisão generalista [Relatório de estágio, Universidade do Minho]. Repositório da Universidade do Minho. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/82930>
- Lopes, F. (2005) Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação. In Campo de Letras (Ed.), *Televisão e cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público* (pp. 81-114). Porto: Campo das Letras. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/41881>
- Nazareth, A.J.B.B. (2016). Os programas de entretenimento em fluxo na televisão generalista em Portugal: O modelo de organização e a sua valorização estética numa convergência de media [Tese de doutoramento, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/90621?mode=full>
- Negrini, M., & Augusti, A. R. (2013). O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*. Consultado a 5 de setembro de 2023 em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>
- Owens, J. (2020). *TELEVISION PRODUCTION* (17ªed.). Routledge. Consultado a 29 de agosto de 2023 disponível em: [television-production_compress.pdf](#)
- Pereira, S.R.P. (2015). A Produção televisiva na era da mudança e da concorrência [Relatório de estágio, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <http://hdl.handle.net/10362/15829>
- Pinheiro, G.R.D.C.S. (2017). O mercado da produção de conteúdos para televisão: estudo do caso português [Dissertação, Universidade Católica Portuguesa]. Repositório da Universidade Católica Portuguesa. Consultado a 17 de setembro de 2023 em: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/23568>
- Trovisco, I. (2019). Relatório de Estágio Curricular – Cofina Média S.A. (Porto) [Relatório da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto]. Repositório Científico Politécnico Guarda. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10314/5114>

Anexos

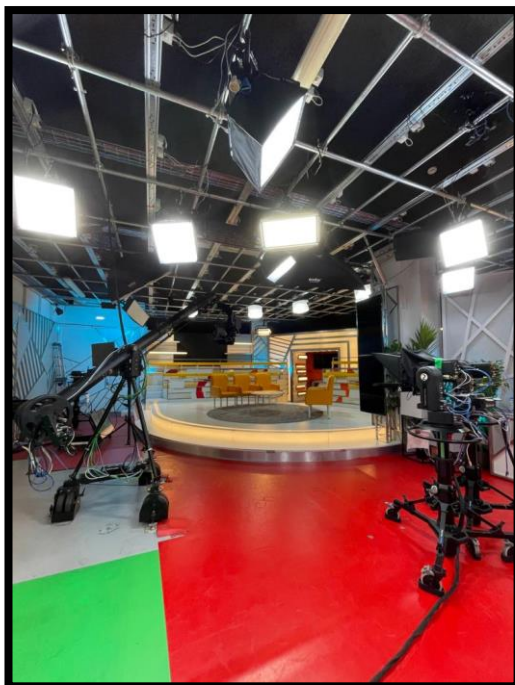
ANEXO A- Logótipo Cofina Media



ANEXO B- Logótipo CMTV



ANEXO C- Estúdio Manhã CM



ANEXO D- Estúdio Manhã CM com convidados



ANEXO E- Momento Rúbrica “Notícia dos Famosos”



ANEXO F- Momento Musical Plateau Principal



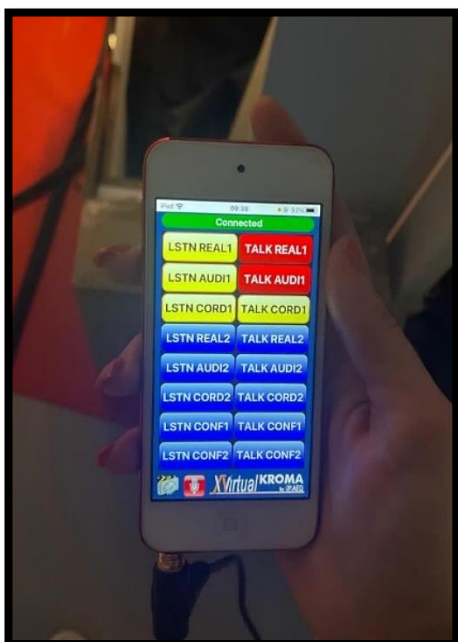
ANEXO G- Momento de Culinária no Plateau Cozinha



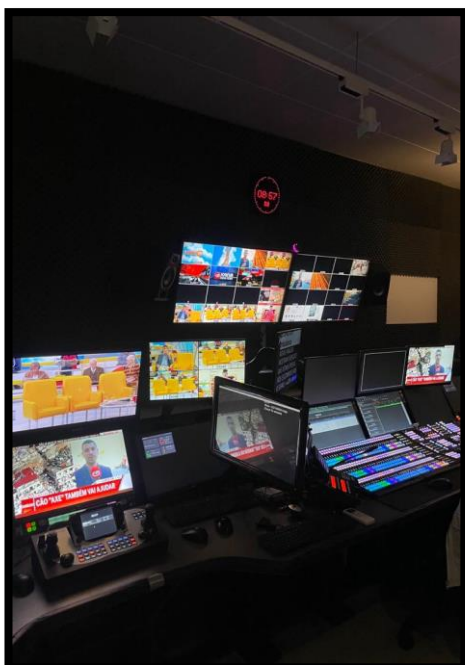
ANEXO H- Momento Musical no Plateau Cozinha



ANEXO I- Escuta de transmissão



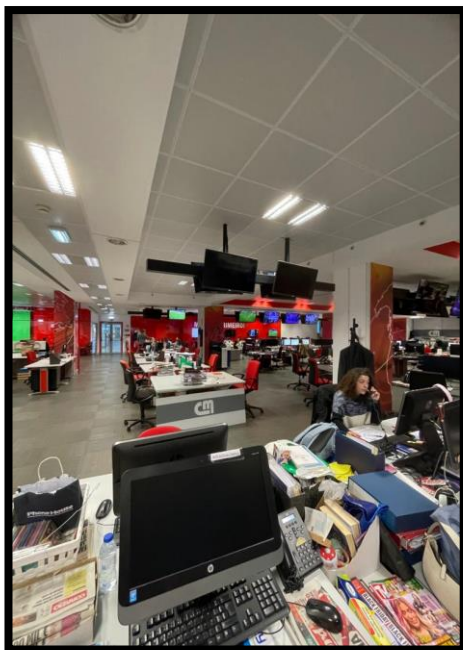
ANEXO J- Régie



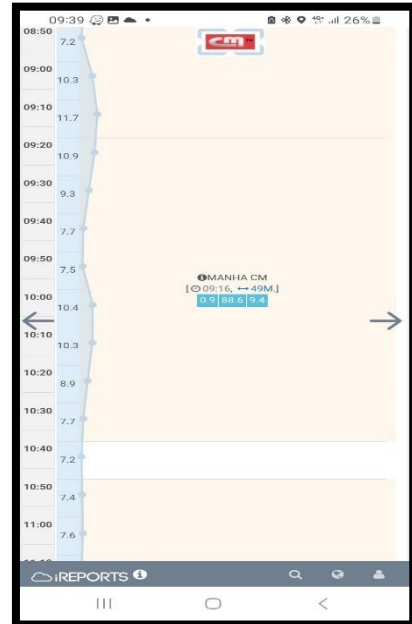
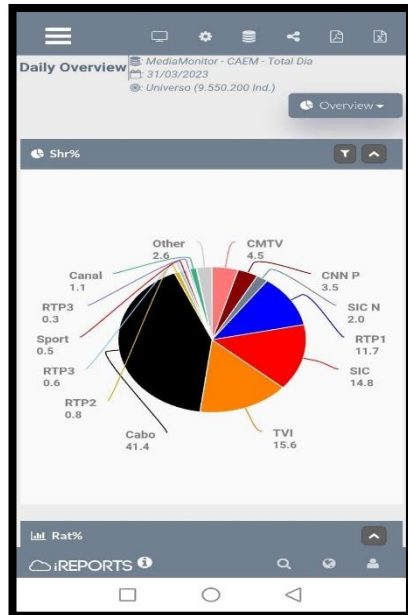
ANEXO K- Reportagem Exterior



ANEXO L- Redação



ANEXO M- Gráficos das Audiências



ANEXO N – Momento Musical/Atuação num Programa Exterior



ANEXO P- Equipa Técnica de Exterior



ANEXO Q- Fotografia dos apresentadores num Programa Exterior



ANEXO R- Fotografia dos apresentadores com a minha família num programa exterior



ANEXO S- Fotografia “10 anos CMTV” com a Equipa do programa + Paulo Oliveira Lima, diretor executivo da CMTV



ANEXO T- Público do Programa



Apresentadores e Comentadores

ANEXO U- Fotografias com os





ANEXO V – Estúdio Noite das Estrelas



ANEXO X- Último dia nos Estúdios da CMTV



ANEXO Z- Carta de Recomendação



Prezados (as) Senhores (as),

Para os devidos efeitos, eu, *Joana Pinto*, declaro que *Natacha Cândido*, no período de 6 de Fevereiro a 12 de Maio de 2023, estagiou na CMTV, sob a minha supervisão direta.

Tendo desempenhado durante todo este tempo as suas funções de forma eficiente na área de **produção, no programa 'Manhã CM'**, demonstrando assim ter a competência necessária à execução do trabalho indicado, mas também conduta profissional, disponibilidade para aprender e sobretudo dedicação. A Natacha demonstrou facilidade na aprendizagem de novas tarefas e na transmissão dos seus conhecimentos aos outros. Revelou grande capacidade de trabalho, organização e empenho e encarou todas as tarefas com grande responsabilidade, demonstrando maturidade e vontade de aprender. A Natacha revelou ser uma profissional com ambição e motivação para desenvolver novos projectos. É uma jovem esforçada e dedicada e por esse motivo nada tendo a revelar em seu desabono.

Assim, venho por este meio atestar que este estágio demonstrou que a Natacha está pronta a integrar o mercado de trabalho e tem todas as características para uma boa inserção no mesmo.

Joana Pinto

(Coordenação/Produção CMTV)

Lisboa, 24 de Agosto de 2023

