



IPG

**Politécnico
|da|Guarda**
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Rui Marques

dezembro | 2014





Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Rui Marques

Dezembro | 2014



Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Rui Marques
Dezembro | 2014

FICHA TÉCNICA

Estagiário

Rui Pedro Martins Marques

Número de aluno

5007505

Curso

Comunicação Multimédia

Orientador na ESECD-IPG

Prof. Doutor Carlos Brigas

Entidade

MAGMA DESIGN

Avenida D. Nuno Álvares Pereira, nº157

E-mail: geral@magmadesign.pt

Coordenador do Estágio

Filipe Santos

Duração do estágio

De 1 de Julho de 2014 a 31 de Setembro de 2014

(3 meses)

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto pela contribuição na minha formação académica.

Ao Prof. Dr. Carlos Brigas, por me ter aceite como seu orientando e pela disponibilidade que demonstrou no apoio ao esclarecimento de dúvidas.

A todos os docentes integrados na licenciatura de Comunicação Multimédia, pela partilha de conhecimentos e experiências que ficarão para sempre na minha memória.

À Diretora de curso Prof. Doutora Regina Gouveia, pelo seu profissionalismo e eficiência na gestão de todas as questões relacionadas com o curso e pelo seu contributo substancial que permitiu que o curso fosse melhorando ano após ano.

Aos colaboradores da *Magma Design*, por me fazerem sentir “um deles” e por depositarem confiança nas minhas capacidades deixando-me aplicar livremente os meus conhecimentos.

Principalmente ao meu pai, porque sem o seu apoio, carinho e espírito de sacrifício nada disto seria possível.

À minha namorada, pela confiança, atenção, amor e ajuda prestada.

À minha família, que sempre me apoiou e nunca duvidou das minhas capacidades e responsabilidades.

Aos meus amigos, por todos os momentos que passámos, pelas horas de estudo que partilhámos e por toda a amizade que demonstraram em fases menos favoráveis ao longo deste percurso académico.

Aos colaboradores da *Magma Design*, por me fazerem sentir “um deles” e por depositarem confiança nas minhas capacidades deixando-me aplicar livremente os meus conhecimentos.

RESUMO

O relatório de estágio é um elemento fulcral para a finalização da licenciatura em Comunicação Multimédia. É o objeto de avaliação que permite descrever pormenorizadamente todos os processos realizados ao longo dos três meses de estágio curricular na empresa *Magma Design*, sediada em Barcelos, Portugal.

O presente relatório está dividido em dois capítulos, sendo o primeiro destinado à descrição da empresa e dos serviços prestados, onde o estagiário desempenhou as funções de *designer* gráfico.

No segundo capítulo são expostas todas as atividades realizadas pelo estagiário na empresa, sustentadas por enquadramentos teóricos e avaliações autocríticas.

A finalizar o relatório, é apresentada uma reflexão final onde consta a avaliação e opinião pessoal do estagiário sobre a primeira experiência profissional obtida com a realização deste estágio académico.

Palavras-chave: *Design Gráfico, Design Comunicacional, Web Design, Design Institucional.*

ÍNDICE

FICHA TÉCNICA.....	III
AGRADECIMENTOS	IV
RESUMO	V
ÍNDICE.....	VI
ÍNDICE DE IMAGENS	VIII
ÍNDICE DE TABELAS	VIII
LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS	IX
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I – A ORGANIZAÇÃO.....	2
1.1 Empresa acolhedora – <i>Magma Design</i>	3
1.2 Missão, Visão e Valores	4
1.3 Estrutura Organizacional	6
1.4 Serviços.....	7
1.5 Identidade Visual	7
1.5.1 Marca.....	8
1.5.2 Nome	8
1.5.3 Símbolo.....	9
1.5.4 Logótipo	9
1.5.5 <i>Slogan</i>	10
1.6 Comunicação	10
1.6.1 Comunicação Interna.....	11
1.6.2 Comunicação Externa.....	11
1.7 Análise SWOT.....	13
2 CAPÍTULO II – TRABALHO DESENVOLVIDO	16
2.1 INTRODUÇÃO	17

2.2	Enquadramento teórico	19
2.2.1	<i>Design</i> Gráfico.....	19
2.2.2	Web Design	19
2.3	Cronograma	20
2.4	<i>Software</i> utilizado	23
2.5	Projetos realizados	24
2.5.1	Norte Moda.....	24
2.5.1.1	Mapa com sinalizadores das Lojas Norte Moda.....	25
2.5.1.2	Guia de tamanhos de roupa.....	26
2.5.1.3	Vídeo publicitário	27
2.5.2	Albergue Cidade de Barcelos	29
2.5.3	<i>Pin Rocket</i>	32
2.5.3.1	Stickers – Provérbios portugueses	32
2.5.3.2	Stickers – Diversificados	34
2.5.4	Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Química’15.....	36
2.5.5	Magma Design – <i>Gifs</i>	37
2.5.6	A Nossa História.....	38
2.5.7	<i>AutoCar</i>	39
	REFLEXÃO FINAL	40
	BIBLIOGRAFIA.....	42
	ANEXOS.....	44

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1 – Estrutura orgânica da <i>Magma Design</i>	6
Imagem 2 – Marca da <i>Magma Design</i>	8
Imagem 3 – Magma Design	12
Imagem 4 – Análise SWOT	13
Imagem 5 – Mapa Norte Moda – imagem inicial.....	25
Imagem 6 – Mapa Norte Moda – imagem final	25
Imagem 7 - Norte Moda - Guia de tamanhos	27
Imagem 8 – Norte Moda – Imagem do vídeo publicitário	28
Imagem 9 – Albergue - “ <i>Bom Caminho</i> ”	30
Imagem 10 – Albergue - “ <i>El turista exige, el peregrino agradece</i> ”	30
Imagem 11 – Albergue – “ <i>Una Tortuga conoce mejor el camino</i> ”	31
Imagem 12 – <i>Sticker</i> - Para bom entendedor, meia palavra basta	32
Imagem 13 – <i>Sticker</i> - Palavras loucas, orelhas moucas.	33
Imagem 14 – <i>Sticker</i> - Filho de peixe, sabe nadar.....	33
Imagem 15 – <i>Sticker</i> – O que não me mata torna-me mais forte.	33
Imagem 16 – <i>Sticker</i> - Sorte no jogo, azar no amor	34
Imagem 17 – <i>Sticker</i> - <i>Coffee always come at a good time</i>	34
Imagem 18 – <i>Sticker</i> - <i>Take me home</i>	34
Imagem 19 - <i>Sticker</i> - <i>If you can dream it, you can do it</i>	35
Imagem 20 – <i>Sticker</i> - Contar carneirinhos	35
Imagem 21 – <i>Sticker</i> - Quem vê caras não vê corações	35
Imagem 22 – ENEEQ’15 - Propostas para a marca.	36
Imagem 23 – Marca ENEEQ’15	36
Imagem 24 – Gif WTG – Demonstração do comportamento da animação	37
Imagem 25 – A Nossa História – Cabeçalho do <i>Outdoor</i>	38
Imagem 26 – <i>AutoCar</i> – Cabeçalho da folha de orçamento.....	39

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Cronograma de atividades do mês de julho.....	22
Tabela 2 – Cronograma de atividades do mês de agosto.....	22
Tabela 3 – Cronograma de atividades do mês de setembro	22

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS

CSS – *Cascading Style Sheets*

DPI – *Dots per Inch*

ENEEQ – Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Química

EPS – *Encapsulated PostScript*

GIF – *Graphic Interchange Format*

HTML – *Hypertext Markup Language*

JPEG – *Joint Photographic Experts Group*

SWF - *Shockwave Flash*

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

WWW – *World Wide Web*

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio curricular surge no âmbito da Licenciatura em Comunicação Multimédia, inserida na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, e marca a conclusão da licenciatura que se iniciou em Setembro de 2011. O estágio curricular é uma mais-valia para a licenciatura pois permite ao aluno um primeiro contacto com o mercado de trabalho, onde tem a oportunidade de pôr em prática todos os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso assim como adquirir novas competências e conhecimentos.

A *Magma Design*, sediada em Barcelos foi a entidade acolhedora para a realização do estágio curricular durante três meses. Trata-se de uma empresa que presta serviços de *design* e *branding* em projetos de publicidade, *marketing* e *web design*. Daí ser o contexto ideal para pôr em prática grande parte dos conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de licenciatura e também a oportunidade de adquirir novas aptidões através dos profissionais que a representam. Estes foram os principais fatores para a escolha da empresa para realizar o estágio. Posteriormente foi elaborado o plano de estágio, em conjunto com o supervisor da empresa, de modo a identificar quais os objetivos a atingir com a realização do estágio, por parte do aluno, assim como as tarefas que iria realizar ao longo dos três meses de estágio (ver anexo I).

Este relatório está dividido em dois capítulos, sendo o primeiro direcionado para a caracterização pormenorizada da empresa *Magma Design*, a história, os seus valores, o público-alvo, o seu quotidiano e a análise SWOT da empresa. No segundo capítulo constam as descrições das tarefas executadas ao longo dos três meses de estágio sempre acompanhadas pelos seus procedimentos e estudos realizados para a sua concretização. Neste capítulo também são apresentados os enquadramentos teóricos sobre o *design* gráfico e *web design*. Para concluir o relatório é realizada uma reflexão final sobre as experiências vividas ao longo dos três meses de estágio e uma autoavaliação sobre o seu desempenho na *Magma Design*.

CAPÍTULO I - A ORGANIZAÇÃO

Empresa acolhedora – *Magma Design*

Missão, Visão e Valores

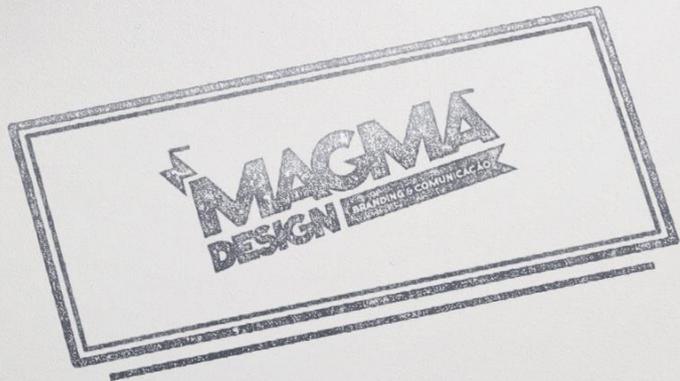
Estrutura Organizacional

Serviços

Identidade Visual

Comunicação

Análise SWOT



1.1 Empresa acolhedora – *Magma Design*

A *Magma Design* é uma agência de *design* e comunicação que está presente no mercado desde 2005 e presta serviços de *design* e *branding*, projetos de publicidade, *marketing* e de *web design*. Idealizam e projetam produtos e serviços em pequenas e grandes campanhas comunicacionais.

Na *Magma Design* acreditam que é através do diálogo que surgem as ideias e motivação para o sucesso de cada projeto. Como agência prestam serviços à medida do cliente aconselhando e dirigindo todos os processos de comunicação¹.

Segundo Filipe Santos, em 2005 quando a *Magma Design* abriu as portas aos clientes havia pouca concorrência empresarial. Com cerca de uma década de atividade, foram conquistando o mercado a nível local e nacional devido ao seu profissionalismo.

A empresa *Magma Design* possui várias parcerias para dar resposta aos diversos trabalhos solicitados pelos seus clientes. Apesar da elevada exigência do mercado que se tem evidenciado ao longo dos anos, a empresa mantém-se com a mesma equipa com a qual iniciou. Filipe Sá afirma que “a evolução parte da flexibilidade para nos adaptarmos ao momento, apostando na formação mediante as necessidades dos clientes”.

É uma empresa de responsabilidade Unipessoal e segundo a Classificação das Atividades Económicas possui a classificação nº 73110 correspondente a Agências de Publicidade.

A *Magma Design* está situada no centro da Cidade de Barcelos na Avenida D. Nuno Álvares Pereira, nº157, escritório 8, partilhando o espaço com a empresa *Code Pixel*². É uma zona com grande visibilidade e de fácil acesso. O seu horário de funcionamento é das 09:30h às 13:00h e das 14:00h às 19:00h.

O contacto com a empresa poderá ser efetuado através de três meios, que são os seguintes:

- Morada: Avenida D. Nuno Álvares Pereira nº157, escritório 8, 4750

¹ Texto adaptado do *website* (www.magmadesign.pt/pt/empresa) acedido em 5 de dezembro de 2014

² *Code Pixel* – Empresa que presta serviços *web*

- Telefone: 253 100 123
- E-mail: geral@magmadesign.pt

1.2 Missão, Visão e Valores

Missão

Segundo Valadares (2002), a missão de uma empresa é a explicação da existência da empresa e quais os seus objetivos e estratégias. O autor defende ainda que deve ser explícita e objetiva, para que possa ser entendida por todos os colaboradores de modo a ser um compromisso para todos.

A definição da missão fará com que o empreendedor/empresa identifique qual o foco da empresa no mercado. Vasconcelos et al (2001) afirmam que apesar de várias empresas atuarem e prestarem serviços no mesmo ramo, o que as poderá distinguir da concorrência é a sua missão.

A missão da *Magma Design* consiste em ganhar cota de mercado tal como a confiança dos seus clientes por intermédio do profissionalismo e qualidade dos produtos que realiza assim como da exigência que impõem em cada projeto.

Visão

A visão de uma empresa orienta os seus colaboradores para um futuro próximo em que essa seja coerente com a realidade. Deve ser desafiadora com o objetivo de motivar os seus colaboradores a alcançarem esse objetivo. Como referem vários autores (Scott et al, 1998) as visões das empresas devem ser baseadas na realidade mas procurando ter, em simultâneo, uma visão de futuro. As visões devem ser bem delineadas pois são determinantes para haver uma orientação das escolhas e compromissos de ação da empresa, assim como estudar as possibilidades e realidades desejadas.

No início da sua atividade, a *Magma Design* delineou a sua visão e perspetivas nas quais se mantêm até aos dias de hoje. O responsável da empresa Filipe Santos refere estar satisfeito com a produtividade da empresa e com o trabalho que realiza considerando

que todos os seus clientes são importantes e fundamentais para o seu sucesso. Contudo, a sua visão futura direciona-se noutra vertente, “gostaríamos de ter a possibilidade de trabalhar para um grande consumidor que nos concedesse trabalho permanente e contínuo, desta forma poderíamos expandir a estrutura orgânica da empresa de forma sustentável e consolidada”, referiu o responsável da empresa Filipe Santos.

Valores

Segundo Scott et al, (1998) é determinante que a empresa clarifique os seus valores para alcançarem os seus objetivos. As empresas que consigam transmitir eficazmente os seus valores tornam-se mais fortes. Os colaboradores da empresa quando têm conhecimento da ideologia da empresa, dos valores que defendem, são capazes de efetuar ações para reforçar esses padrões.

A empresa deve definir os seus próprios valores para haver coerência entre os seus colaboradores e seguirem todos o mesmo rumo. Quando a empresa não tem os seus valores delineados o que sobressaem são os valores provenientes das vivências e experiências dos colaboradores, que se irão divergir e provocar entropias. Esses conflitos poderão causar desmotivação nos colaboradores por se acharem incapazes de corresponder às expectativas da empresa.

Ao longo dos anos, os colaboradores da *Magma Design* foram adquirindo experiência profissional devido aos projetos em que se inseriram e através desses conhecimentos definiram os valores da empresa.

- Satisfação do cliente
- Valorização humana
- Inovação
- Superação dos resultados
- Sustentabilidade

1.3 Estrutura Organizacional

Segundo Oliveira (2013, p.63), a “Estrutura organizacional é o instrumento administrativo resultante da identificação, análise, ordenação e agrupamento das atividades e dos recursos das empresas, incluindo o estabelecimento dos níveis de alçada e dos processos decisórios, visando o alcance dos objetivos estabelecidos pelos planeamentos das empresas”.

A *Magma Design* tem uma estrutura organizacional informal em que as relações não estão previstas. Este tipo de estrutura poderá facilitar a empresa prevalecendo a confiança entre os colaboradores mas no entanto poderá atrapalhar, efetuando procedimentos errados.

Filipe Santos é o responsável pelas artes gráficas, desde a fase de criação até à fase de produção. É ele que debate as ideias com os clientes sobre a área da computação gráfica. Quanto ao Filipe Sá é responsável por toda a administração da empresa desde contactos, orçamentos, entregas e cobranças ao cliente. Também é responsável pelo controlo de *stock* e pela aplicação de publicidade. Sempre que existem trabalhos de aplicação de publicidades que impliquem a presença de duas pessoas, o Filipe Santos colabora.



Imagem 1 – Estrutura orgânica da *Magma Design*

Fonte: Estagiário

1.4 Serviços

A *Magma Design* é uma empresa multisserviços e oferece ao cliente uma diversificada lista de serviços tendo como eleição o *design* comunicacional.

- **Identidade Corporativa** - *Naming*, logótipo, marca/identidade, linha gráfica, *packaging* e campanhas publicitárias.
- **Web** - *Webdesign*, lojas *e-commerce*, *newsletters*, apresentações digitais e aplicações interativas.

1.5 Identidade Visual

Como refere Neves (1998, p,18),“imagem é como percebemos as coisas. A nossa imagem é como somos percebidos pelos outros. E como cada um tem a liberdade para perceber cada coisa do jeito que lhe aprouver, as alternativas imaginativas são infinitas”.

Identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que representam uma organização. Com valores subjetivos em que a percepção do público só será fixada através da qualidade, atendimento, produtos, serviços e as políticas empresariais adotadas da organização em relação à sociedade. (Neves, 1998, p:18)

A imagem das organizações cada vez têm mais importância e têm ganho grande destaque devido à necessidade de diferenciação com a concorrência. Quando existem empresas em que o nível de qualidade se equipara o que sobressai são os valores subjetivos, como o atendimento aliado ao valor estético.

Para não haver distorção da mensagem e dos valores, a organização deve ter uma cultura forte, consolidada e bem fundamentada para a elaboração de uma boa imagem empresarial.

1.5.1 Marca

Segundo Raposo (2008), a marca gráfica é o símbolo visual que identifica uma empresa, um produto, serviço, evento, e no qual deverá ter significados que remetam para as características idealizadas pela empresa para serem integradas na Identidade Corporativa da organização.

As empresas que investem no *design* ou que pretendem um aperfeiçoamento na sua identidade corporativa é porque pretendem ganhar mais cota de mercado, aumentando os lucros da empresa e diferenciando-se da concorrência. Para completar a ideologia anteriormente referida, Martins (1999, p.17), diz que a marca gráfica e o estacionário são componentes da Identidade Corporativa. Ambos ajudam na análise pública, assim como é capaz de persuadir à tomada de decisão do cliente.

A marca gráfica normalmente é constituída pelo logótipo e um símbolo e ainda pode ter o *slogan* ou uma assinatura. (imagem 2)



Imagem 2 – Marca da Magma Design

Fonte: Arquivo da Magma Design

1.5.2 Nome

O *magma* é um material líquido natural, composto de uma mistura dos elementos mais abundantes na Terra, O e Si, associados a outros elementos químicos. Quando o magma atinge a superfície da Terra e extravasa, passa a se denominar lava. (Gonçalves

& Carneiro, 2006). Quando a lava sofre consolidação dá origem às rochas magmáticas ou ígneas.

A formação de uma rocha ígnea envolve diferentes etapas, desde a formação do magma, sua ascensão à superfície, encaixe, resfriamento e consolidação (Gonçalves & Carneiro, 2006). Foi através desta analogia que surgiu a escolha da palavra *Magma Design* para o nome da empresa. A “rocha ígnea”, de origem complexa e *design* peculiar, é o projeto final resultante do pedido do cliente. O *magma* é o cerne do produto, para que este resulte no desejado é necessário fazê-lo eclodir, ou seja, é através da discussão de ideias e do seu encaixe que se surge a conceção, consolidação e desenho do produto final.

1.5.3 Símbolo

O símbolo é um elemento gráfico que complementa o logótipo. Este deve conter particularidades expressivas, comunicativas, associativas e chamativas. (Gonzalez, 2006).

O símbolo da *Magma Design* é designado pelo um raio que representa a força criadora que também pode ser destruidora. O objetivo da utilização deste símbolo é a representação da atividade no seu ramo através da luminosidade que transmite e que habitualmente remetido para novas ideias. O raio está representado com uma cor mais chamativa do que os outros elementos que compõem o logótipo.

1.5.4 Logótipo

Segundo J. Martins Lampreia (1998, p.50) uma empresa, “para subsistir, tem de sair do anonimato e um logótipo singular será entre os demais, um sinal de distinção e a sua primeira arma.

O logótipo é a assinatura institucional da empresa que sintetiza a sua atividade e que faz a distinção perante outras empresas do mesmo ramo. É um código visual que representa uma mensagem que se quer transmitir, por isso, o logótipo deve estar

tecnicamente bem desenvolvido para que não haja distorção e ruídos na mensagem que se pretende comunicar. É necessário um estudo das formas e cores que compõem o logótipo para estes serem associados corretamente aos objetivos da empresa, aos serviços, missão e valores.”

1.5.5 Slogan

O *slogan* não é apenas um recurso técnico típico do discurso da publicidade e propaganda, como é possível imaginar numa análise superficial. Assim como uma metáfora conceitual, é mais do que um artifício de embelezamento de um texto, o *slogan* também ordena e orienta pensamentos e comportamentos. (Lakoff, 2002)

Apesar do *slogan* da *Magma Design* não acompanhar o logótipo, é mencionado na divulgação de conteúdos nas páginas oficiais da empresa assim como na sua página de *facebook*. A ideologia da empresa é representada através da seguinte frase:

“Fazer ver para querer!”

"Fazer ver para querer" quer dizer que a *Magma Design* através da sua criatividade e profissionalismo consegue cativar as pessoas a contratarem os serviços/produtos dos seus clientes. A imagem de uma empresa assim como a apresentação dos seus serviços é determinante para a adesão dos clientes. A *Magma Design* tem as ferramentas necessárias para que o sucesso seja possível.

1.6 Comunicação

A comunicação é essencial para a sobrevivência humana e também para a sobrevivência empresarial. Consiste na sua prática em que se desenvolve através do emissor, mensagem, canal, recetor e o *feed back*.

Segundo Marchiori (2008,p.19), “Um ponto básico e sem questionamento na condução da comunicação é o de que ela precisa ser entendida, estimulada, observada, acompanhada e avaliada por profissionais que saibam conduzir os processos”.

1.6.1 Comunicação Interna

A comunicação interna de uma empresa é o relacionamento que existe entre todos os colaboradores da empresa, ou seja, os funcionários, os fornecedores e os parceiros. Ao longo dos anos esta vertente tem ganho o seu espaço no meio empresarial desde que foi percebida como carácter estratégico. “É preciso criar valor para a comunicação”. Marchiori (2008, p.29). A interação entre os colaboradores gera credibilidade e confiança nos objetivos de trabalho motivando todos a atingir as metas estabelecidas.

Na *Magma Design* a comunicação interna é feita através de *e-mail* e da comunicação cara-a-cara. A empresa tem uma pequena dimensão estrutural causando assim um maior envolvimento de todos os colaboradores nos projetos.

O facto de a empresa ter uma pequena dimensão estrutural faz com que exista uma maior proximidade entre os colaboradores e a utilização de uma linguagem mais familiar, causando assim um ambiente de trabalho agradável.

1.6.2 Comunicação Externa

A comunicação externa é fundamental para qualquer instituição. Esta necessita de se envolver com os média para atingir um público-alvo diversificado e em maior escala. A concorrência entre organizações é enorme e apenas sobrevivem aquelas que conquistam o seu espaço nos média e ganham positivamente opinião pública.

Segundo Duarte (2003), a organização antes de lançar uma notícia deve delimitar o território em que esta vai circular e esta tem o intuito de se relacionar com a necessidade de criar e manter fluxos de comunicação para a organização sobreviver.

A *Magma Design* gosta de interagir pessoalmente com os seus clientes fazendo-o principalmente na fase inicial dos projetos para uma melhor análise da proposta do cliente e assim discutirem assuntos de pré-produção. Esta filosofia faz com que os seus clientes reconheçam o profissionalismo e depositem confiança na organização. Quando este tipo de comunicação não é possível recorrem ao contacto via telefone em que também são discutidos assuntos orçamentais, contratuais e técnicos. O contacto através do *e-mail* é utilizado preferencialmente para envio de propostas de *design* assim como para armazenamento de informação.

A *Magma Design* atualiza-se e evolui constantemente com as novas tecnologias e aposta fortemente na *web* pelo facto de através desta ser possível quebrar a barreira de tempo e espaço comunicacional. O seu *website*³ (imagem3) contém informações sobre a empresa, nomeadamente a história, serviços, portefólio e contactos.

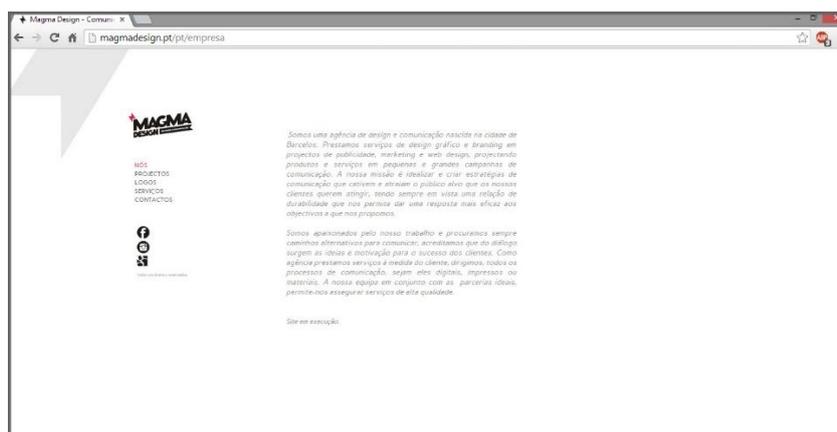


Imagem 3 – Magma Design

Fonte: www.magemadesign.pt – acedido em 14.12.14

³ www.magemadesign.pt

1.7 Análise SWOT

A palavra SWOT é uma abreviatura de quatro focos de análise, *strengths* (pontos fortes), *weaknesses* (pontos fracos) , *opportunities* (oportunidades) e por fim *threats* (ameaças).

É um modelo de análise utilizado para possibilitar a perceção das características internas das organizações assim como o ambiente externo. Depois da análise dos quatro focos em cima mencionados as empresas podem tomar decisões para diminuir danos devido a estratégias mal delineadas.

Segundo Wright (2000: 86), “o objetivo da análise é possibilitar que a empresa se posicione para tirar vantagem de determinadas oportunidades do ambiente e evitar ou minimizar ameaças ambientais”.

Após uma avaliação, por parte do estagiário, ao longo dos três meses de estágio e de conversas com os colaboradores foi possível fazer a análise SWOT da empresa (imagem 4).



Imagem 4 – Análise SWOT

Fonte: Estagiário

Os pontos-fortes da *Magma Design* provêm da vasta experiência dos colaboradores realizando cada projeto com o mesmo grau de exigência e de profissionalismo. São exigentes com as soluções propostas, pois os colaboradores trabalham arduamente e dão sempre o seu melhor em cada projeto que estão inseridos. Com motivação e criatividade a equipa é capaz de criar diferentes estilos de design adaptando-se a cada situação.

Outro dos pontos fortes da empresa é a fidelização dos seus clientes. Existem clientes que contratam os serviços da *Magma Design* desde que esta iniciou a atividade. O facto de estar sediada no centro da cidade de Barcelos é bastante vantajoso, tanto para a visibilidade da empresa como para a deslocação do colaborador com o cliente e vice-versa, visto que grande percentagem dos clientes da *Magma Design* são do concelho de Braga.

Em relação aos pontos fracos destaca-se o facto da empresa não ter máquinas de impressão. Esse é o maior problema, pois grande percentagem dos serviços contratados à *Magma Design* são para impressão, sendo ela em *off-set*, lonas, cartões de visita, cartazes, *flyers*, etc. Outro ponto negativo é a sinalização da empresa colocada na vitrine do escritório que é praticamente invisível. O estagiário propôs aos colaboradores da empresa a criação de uma sinalização maior e de preferência com iluminação devido ao grande movimento de pessoas no local.

Por outro lado surgem as oportunidades para a empresa evoluir e tentar ganhar mais cota de mercado. A *Magma Design* está a desenvolver uma loja *e-commerce* para vender diversos *stickers* com possível aplicação em várias plataformas, por exemplo viaturas, telemóveis, computadores, paredes, vidros, etc.

Para além da criação da loja *online* a parceria com a *Code Pixel* poderá ser fulcral para o desenvolvimento económico da empresa devido à possibilidade da plataforma (www.omeuwebsite.com) proporcionar ao cliente a personalização o *design* do seu *website*, em que a *Code Pixel* poderá redirecionar os clientes interessados para a *Magma Design*. Barcelos é uma cidade que tem várias empresas no ramo do *Design Gráfico*, no entanto existem empresas que não satisfazem os seus clientes, e em que muitos destes chegam à *Magma Design* frustrados e indignados. Esta poderá ser uma boa oportunidade de fidelizar novos clientes.

Em contra partida existem as ameaças à sustentabilidade da empresa devido à presente crise económica. Para além da crise existem empresas que prestam os mesmos serviços da *Magma Design* com preços mais acessíveis para os clientes. Também devido à falta de emprego há quem queira arriscar a criar o seu próprio negócio e existem bastantes apoios para tal.

2 CAPÍTULO II - TRABALHO DESENVOLVIDO

Introdução

Enquadramento teórico

Cronograma

Software utilizado

Projetos realizados



2.1 INTRODUÇÃO

O estágio curricular tem uma elevada importância para a formação académica do estudante. Ao longo do percurso académico os estudantes questionam-se em que área se devem especializar pois a Licenciatura de Comunicação Multimédia possui várias vertentes.

Durante os três meses de estágio, o estagiário poderá aplicar e aprofundar conhecimentos, ganhar novas aptidões e estratégias de criações de projetos, aprender novos programas e funcionalidades assim como conhecer outros tipos de serviços que as empresas acolhedoras prestem.

A *Magma Design* foi a entidade acolhedora, é uma empresa multisserviços que tem *design* aplicado a projetos diversificados que se enquadram com o plano de estudos da licenciatura a obter.

Antes de o aluno realizar o estágio dirigiu-se às instalações da *Magma Design* para apresentar a proposta do estágio curricular, apresentou o seu *curriculum vitae* e o portefólio com trabalhos curriculares e extracurriculares.

O responsável Filipe Santos foi quem fez a “entrevista” ao aluno aceitando a integração deste na sua empresa para realizar o seu estágio curricular e tornando-se assim supervisor de estágio do aluno. Ainda no primeiro contacto com a empresa o aluno teve a oportunidade de conhecer o outro elemento da empresa, Filipe Sá, e as instalações da empresa.

Após a aprovação da *Magma Design* por parte do responsável Filipe Santos e o aluno delinearão uma série de objetivos a cumprir até à data final do estágio, sendo eles:

- Perceber a ideologia da empresa assim como todo o seu funcionamento;
- Aplicar e aperfeiçoar conhecimentos adquiridos ao longo da minha formação assim como adquirir novas aptidões;
- Estudar os diversos tipos de materiais existentes para aplicação de publicidade no exterior;
- Saber manusear o *software Signpall* para fazer corte em vinil;
- Ser uma mais-valia para a empresa, fazendo cumprir as expectativas da *Magma Design* e dos seus clientes.

Juntamente com estes objetivos e em junção com o planeamento de estágio realizado pelo supervisor foram programadas as tarefas a realizar pelo estagiário, sendo elas:

- Integração no departamento criativo;
- Apoio ao departamento de aplicação e distribuição de publicidade;
- Criação de *stickers* para inserção na futura loja *online PinRocket*;
- Construção de uma aplicação em HTML, CSS e JS para o *website* da Norte Moda;
- Utilização do *Adobe Photoshop, CorelDraw, Adobe Premiere*;
- Inserção em futuros projetos;

2.2 Enquadramento teórico

2.2.1 Design Gráfico

Segundo Doblin (1980) o *design* gráfico é uma atividade que envolve o social, a técnica e significados. Através de técnicas, procedimentos e ferramentas é possível criar signos visuais capazes de produzir mensagens persuasivas através de elementos estéticos.

Em conformidade com a opinião do autor anteriormente referida, Lupton (1996) afirma que “O uso da imagem digital, programas de *layout* de página, softwares de design de tipos e tecnologias de produção de vídeo deram aos designers novas formas de encontrar, criar, manipular e disseminar imagens e informações” (Lupton, 1996:11). Twemlow, (2006: 84). Refere que a evolução das tecnologias proporcionaram aos *designers* progredirem e adaptarem-se ao *design*. Para justificar este facto é utilizada a expressão seguinte, “Os *designers* precisam de ser fluentes em muitos campos de prática especializada. Embora possam ser especialistas de um meio particular, cada vez mais os projetos exigem o desenvolvimento de conceitos unificadores, difundidos através de múltiplos canais” (Twemlow, 2006: 84).

2.2.2 Web Design

Segundo Santos (2009: 33), Zeldman (2007) afirma que “*Web Design* é a criação de ambientes digitais que facilitam e incentivam a atividade humana, reflete ou adapta-se a vontades individuais e conteúdos; e muda graciosamente ao longo do tempo enquanto mantém a sua identidade”.

Ao encontro da definição do autor a cima citado, *web design* é uma extensão da prática do *design*, em que o principal objetivo é a criação de *websites* e documentos que possam ser acedidos dentro da *web*. Para construir uma página *web* é necessário ter conhecimento de algumas técnicas como a estrutura da informação, a programação, a

usabilidade⁴, a aparência⁵, a visibilidade⁶ e a acessibilidade⁷. Quando um *web designer* cria uma página *web* tem de ter em consideração os vários tipos de utilizadores existentes e que a informação seja percebida de forma agradável e intuitiva.

Os *websites* têm de ser motivadores apresentando a informação de forma clara e perceptível. Caso contrário existe a possibilidade de o utilizador abandonar o *website* de imediato. Segundo Derek (2006) o utilizador tem de conseguir num ápice responder às seguintes perguntas: Onde estou? (Presente); Onde posso ir? (Futuro); Onde eu estive? (Passado). O *web designer* tem de ser capaz de criar um *design* criativo, motivando o público-alvo, mas tendo a noção que existem utilizadores com incapacidades como por exemplo a visão e audição. É necessário haverem alternativas para os diferentes tipos de conteúdos.

O estagiário ao longo do seu percurso académico aprendeu modelos de estratégias para produção de projetos multimédia e foi através do modelo de Strauss (1997) que desenvolveu os seus projetos, a estratégia escolhida divide-se em cinco etapas, sendo elas:

- Análise e planeamento: classificação de ideias e tópicos, pesquisa, tratamento e planeamento da informação;
- *Design*: conceção da aplicação, pormenorizando os esquemas de navegação, conteúdos e interfaces. Elaboração do protótipo;
- Produção: realização, obtenção e montagem de conteúdos;
- Teste e validação: confirmação da funcionalidade e de verificação da conformidade da aplicação;
- Distribuição e manutenção: duplicação da peça ou distribuição na *internet* ou mercado.

2.3 Cronograma

Ao longo dos três meses o estagiário cumpriu diferentes atividades na empresa. De seguida estarão explicitas essas atividades mas num contexto generalizado. Para visualizar o cronograma dos três meses (ver a tabela 1, tabela 2 e tabela 3).

⁴ Usabilidade –Facilidade com que os utilizadores utilizam as ferramentas para executarem uma tarefa.

⁵ Aparência - O que o utilizador vê à primeira vista.

⁶ Visibilidade – O tempo que o utilizador demora a encontrar a informação e a interpretá-la.

⁷ Acessibilidade – O que é fácil de atingir, tendo em atenção todo o tipo de utilizadores.

O cronograma está subdividido em várias atividades que são as seguintes:

Design Gráfico – São atividades em que o estagiário normalmente recorre ao programa *CorelDraw* para a criação de logótipos, *stickers*, folhas de orçamentos, cartões-de-visita, desenhos para decoração de interiores, vitrinas e viaturas, manuais de instruções, livros de cânticos para casamentos e desenhos de *templates*.

Web Design – Atividades relacionadas com a criação de páginas *web* em que engloba toda a fase de pesquisa de informação e a sua aplicação, a criação e modificação da estrutura e do *design*, a programação e por fim os testes de validação.

Pesquisa e tratamento de imagens – Atividades em que foi solicitado ao estagiário a pesquisa e respetivo tratamento de imagens para aplicação em redes sociais e *websites*.

Pesquisa e edição de vídeos – Tarefas em que o estagiário pesquisava vídeos de Moda para o cliente Norte Moda com o intuito da criação de dois clips publicitários para aplicação em *spots*⁸ de rua. Após a pesquisa e aprovação do supervisor o estagiário efetuava a edição e montagem dos vídeos.

Corte e aplicação de publicidade – Atividades de aplicação de publicidade em diversas plataformas sendo estas vitrinas, viaturas, PVC⁹, montras de exposições e paredes.

Outros – Destina-se às atividades elaboradas pelo estagiário em auxílio aos colaboradores da empresa como gestor de documentos, entrega de projetos finais aos clientes, pesquisa e inserção de informação em páginas de clientes nas redes sociais nas quais a *Magma Design* é responsável pela sua manutenção.

⁸ *Spot* – Local onde se insere publicidades

⁹ PVC - Material de plástico utilizado para aplicação de publicidades

Atividades semanais de Julho	1 a 4	7 a 11	14 a 18	21 a 25	28 a 31
Design Gráfico					
Webdesign					
Pesquisa e tratamento de imagens					
Pesquisa e edição de vídeos					
Corte e aplicação de publicidade					
Outros					

Tabela 1 – Cronograma de atividades do mês de julho

Atividades semanais de Agosto	1	4 a 8	11 a 15	18 a 22	25 a 29	31
Design Gráfico						
Webdesign						
Pesquisa e tratamento de imagens						
Pesquisa e edição de vídeos						
Corte e aplicação de publicidade						
Outros						

Tabela 2 – Cronograma de atividades do mês de agosto

Atividades semanais de Agosto	1 a 5	8 a 12	15 a 19	22 a 26	29 e 30
Design Gráfico					
Webdesign					
Pesquisa e tratamento de imagens					
Pesquisa e edição de vídeos					
Corte e aplicação de publicidade					
Outros					

Tabela 3 – Cronograma de atividades do mês de setembro

2.4 Software utilizado

O estagiário para elaborar as tarefas solicitadas pela organização durante o estágio teve de recorrer a programas informáticos para a realização dos projetos. Grande percentagem desses programas foram lecionados ao longo da licenciatura de Comunicação Multimédia. Os programas em que o aluno não tinha formação para o seu manuseamento teve uma breve explicação dos colaboradores da empresa, adquirindo assim novos conhecimentos. O aluno utilizou os seguintes *softwares*:

Corel Draw – é um *software* de desenho vetorial bidimensional em que permite a criação e alteração de vários produtos como por exemplo logotipos, cartões-de-visita, folhas de orçamento, cartazes, *flyers*. Tem a funcionalidade de gravar o ficheiro em vários formatos como por exemplo EPS, em que o programa *SignPall* reconhece para proceder ao corte do desenho em *vinil*;

Adobe Photoshop – direcionado para imagens bitmap em que se pode criar, editar e manusear todo o tipo de imagens e fotografias. Desde a sua cor, textura, tamanho, brilhos, filtros, etc. É o *software* líder no setor em que se insere e o mais utilizado por profissionais;

Adobe Premiere – *software* destinado a criação e edição de vídeo e também com limitadas opções de edição de áudio. Oferecendo diversas funcionalidades como efeitos de transição e filtros de imagem;

Adobe Flash – é um *software* utilizado para criação de produtos multimédia. Permite aos utilizadores a criação de aplicações interativas, animações, GIF'S e apesar de já não ser muito utilizado devido à compatibilidade com *browsers* ainda existe quem crie *websites* em *flash*;

Expression Web – é um editor da linguagem HTML e de *software web design*.

Signpall – *software* correspondente à máquina de corte de *vinil* em que se faz toda a preparação do desenho a ser cortado.

2.5 Projetos realizados

Ao longo dos três meses o estagiário realizou diversas tarefas na *Magma Design*, cumprindo maioritariamente a função de *designer* gráfico mas tendo colaborado também em projetos de *web design*, edição e criação de vídeo.

A entidade possibilitou ao aluno a participação num elevado número de projetos nas mais diversas áreas da comunicação multimédia:

- Norte Moda
- Albergue Cidade de Barcelos
- *Pin Rocket*
- Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Química 2015
- *Magma Design*
- A Nossa História
- *Autocar*
- Arquiteto José Luís Fonseca
- *KidsArte*
- M&H

De seguida são descritas as estratégias e processo criativo de alguns dos projetos em que o estagiário participou.

2.5.1 Norte Moda

A Norte Moda é uma empresa de comércio de vestuário de homem, senhora, criança e bebé. Acompanha constantemente a evolução do mercado antecipando-se nas ideias e na realidade da moda. A filosofia da Norte Moda é baseada na aproximação ao cliente através da criação de produtos pensados na sua satisfação¹⁰.

¹⁰ Texto adaptado da página de *facebook* da Norte Moda. (<http://www.facebook.com/nortemoda>)
acedido em 07.12.14

2.5.1.1 Mapa com sinalizadores das Lojas Norte Moda

A primeira tarefa proposta ao estagiário foi a criação da página principal do *website* da Norte Moda, enquanto a loja *online* não está totalmente desenvolvida. O pretendido foi desenvolver de uma aplicação interativa em que todas as lojas existentes da Norte Moda estão sinalizadas no mapa de Portugal.

O utilizador ao carregar no ícone relacionado com uma determinada loja, surge a informação sobre essa loja e a sua localização: nome da cidade, rua, código postal, número da loja, contacto telefónico e ainda as coordenadas GPS.

O *software* utilizado para edição foi o *Expression Web*. Com base no layout desenvolvido em conjunto pelo designer da entidade (Imagem 5) foi necessário definir o *wireframing* da página.



Imagem 5 – Mapa Norte Moda – imagem inicial

Fonte: Arquivo Magma Design



Imagem 6 – Mapa Norte Moda – imagem final

Fonte: www.nortemoda.pt

O *layout* está dividido em três partes, o mapa, a *box*¹¹ e o *footer*¹². Para além da divisão do desenho foi necessário adicionar uma imagem com textura como *background*¹³. Foram aplicadas *class* CSS e de *Javascript* nas *DIV*'S. Aos elementos com hiperligações estão associados os eventos “*onmouseover*¹⁴” e “*onmouseout*¹⁵”. O trabalho está publicado na página da Norte Moda (www.nortemoda.pt). Para visualizar mais detalhes sobre este projeto ver o anexo 2.

¹¹ *Box* - Caixa de texto onde irá ser apresentada a informação das lojas

¹² *Footer* - Parte de baixo da página, funciona como um cabeçalho

¹³ *Background* – O fundo do *website* poderia ser uma cor ou uma imagem.

¹⁴ *Onmouseover* – Estado do elemento quando o cursor do rato está sobre esse mesmo elemento

¹⁵ *Onmouseout* – Estado do elemento quando o cursor do rato não está sobre esse mesmo elemento

Para o desenvolvimento deste projeto, o aluno teve a necessidade de investigar e estudar *Javascript*, pois inicialmente idealizou a sua realização recorrendo ao software *Adobe Flash*, mas devido à incompatibilidade do ficheiro final com alguns sistemas operativos e com dispositivos móveis teve de alterar a estratégia. Apesar do estagiário ter dificuldades com a programação, conseguiu efetuar com sucesso o projeto final como pretendido, adquirindo novos conhecimentos em programação *Javascript* e *CSS*.

2.5.1.2 Guia de tamanhos de roupa

Ainda para o *web site* da empresa Norte Moda foi solicitado ao estagiário pelo responsável Filipe Santos a criação de uma página em HTML, com o guia de tamanhos de roupa para a secção de senhora, homem e rapaz/rapariga. Um outro requisito, foi que a página deveria ter um *design responsive*¹⁶. Ao estagiário foi facultado a informação dos tamanhos e foi-lhe referido que o processo criativo era da sua responsabilidade.

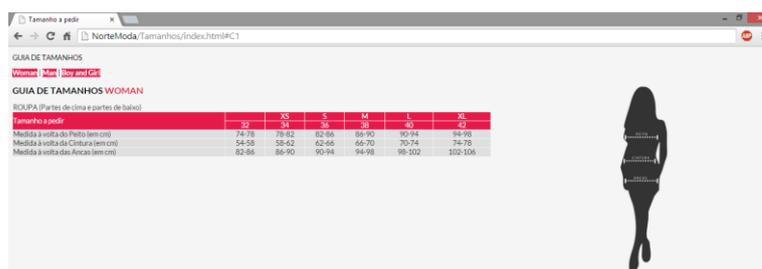
O estagiário sentiu dificuldades na criação do *design* pois o objetivo desta página é ser inserida na futura loja *online* e ainda não tinha visto qualquer esboço do aspeto da loja.

Através de HTML foram criadas tabelas com as informações para cada secção. Em auxílio à secção de mulheres e de homens existe uma silhueta exemplificadora com os locais de medida. A secção rapaz/rapariga não tem imagem a acompanhar pois os locais de medida são os mesmos que os anteriores referidos.

Devido à página ser extensa e ser necessário a utilização do *scroll down*¹⁷ para aceder ao resto da informação o estagiário criou três ligações internas no topo da página, ao carregar na secção pretendida, será apresentada a página com a informação respetiva. Na imagem 7 está visível a secção de mulher e para visualizar mais pormenores em relação a este projeto ver anexo II.

¹⁶ *Responsive* – Que se adapta às diferentes plataformas.

¹⁷ *Scroll down* – Significa rolar para baixo a página *web*



Tamanho a pedir	XS	S	M	L	XL
Medida à volta do Peito (sem cm)	74-78	78-82	82-86	86-90	90-94
Medida à volta da Cintura (sem cm)	54-58	58-62	62-66	66-70	70-74
Medida à volta das Ancas (sem cm)	82-86	86-90	90-94	94-98	98-102

Imagem 7 - Norte Moda - Guia de tamanhos

2.5.1.3 Vídeo publicitário

A Norte Moda solicitou à *Magma Design* a criação de um vídeo publicitário para aplicação em *spot's* publicitários espalhados pela cidade de Barcelos. A dimensão do vídeo teria de ser 800x600 e a duração máxima de 12 segundos.

O cliente referiu apenas que queria um vídeo que se enquadrava-se com a estação do ano Verão e que dava total liberdade criativa à *Magma Design*.

O estagiário juntamente com os colaboradores analisaram a proposta e fizeram um levantamento e apontamento de palavras que remetessem e caracterizassem a estação do ano. As palavras selecionadas foram as seguintes: Verão, Cor, Estilo, Vida e Harmonia. Depois, depararam-se com a dúvida sobre qual o vídeo que iriam utilizar. Para solucionar este problema todos os colaboradores estiveram a pesquisar vídeos no *imageshake*¹⁸ até encontrarem um vídeo que agradasse a todos.

Depois de ter o vídeo e as palavras atrás mencionadas, houve a necessidade de criar a *storyboard* para o vídeo, esta baseou-se na animação de um conjunto de palavras alusivas ao tema.

O supervisor ficou encarregue de fazer a criação do *design* das imagens e o estagiário ficou responsável pela edição do vídeo recorrendo ao *software Adobe Premiere*. A junção do vídeo com as letras fazia sentido, no entanto entenderam que

¹⁸ *Imageshack* – Web site destinado à venda de imagens e vídeos (www.imageshack.com)

faltava algo que caracteriza-se a empresa, que provocasse reflexão ao público. Em conjunto com os responsáveis, foi definido que a palavra “Orienta-te” era a mais indicada

A cada palavra estaria visível 1,5s, o logótipo e a imagem com as informações da empresa iriam permanecer durante 3s cada uma. A imagem 8 é retirada de um momento do vídeo exemplificar o produto final. Para visualizar mais pormenores ver anexo II.



Imagem 8 – Norte Moda – Imagem do vídeo publicitário

2.5.2 Albergue Cidade de Barcelos

O Albergue Cidade de Barcelos tem como principal objetivo o apoio a peregrinos, oferecendo estadia a todos que peregrinam em direção a Santiago de Compostela, a Fátima ou a outro local de peregrinação.¹⁹

A *Magma Design* presta serviços de *design* gráfico para o Albergue Cidade de Barcelos há vários anos e foi responsável pela criação do logótipo e de um desenho que foi aplicado numa das instalações do albergue. Solicitaram novamente à *Magma Design* a criação de mais três desenhos para aplicação em *vinil*²⁰ em paredes das suas instalações. O cliente referiu as três frases, (ver imagem 9, imagem 10 e imagem 11) para integração no desenho e salientou que gostaria de um *design* parecido ao trabalho anterior.

O estagiário ficou responsável por todas as fases do projeto e teve de deslocar-se ao albergue para fazer um levantamento de medidas e tirar fotografias para a simulação dos desenhos. Após uma análise do local e do desenho já realizado anteriormente foram debatidas algumas ideias com o supervisor do estágio de modo a definir a melhor estratégia para a realização dos desenhos.

O objetivo das frases é o agradecimento aos peregrinos que por lá passam e fazer com que se sintam valorizados.²¹ De modo a identificar a frase com o público-alvo foram aplicados diversos elementos que têm um significado relacionado com a peregrinação.

¹⁹ Texto adaptado do *website* do albergue (www.alberguedebarcelos.com) acedido em 04 de dezembro de 2014

²⁰ Material de plástico colante para diferentes tipos de utilizações.

²¹ Objetivo do cliente.

“Bom Caminho”

O estagiário teve em consideração a luz de presença existente na parede para não interferir com o desenho, como pode visualizar na imagem 9. O tipo de letra é o *Basquiat*, tem um estilo manuscrito e com formas irregulares como os caminhos dos peregrinos. A utilização da andorinha significa a liberdade e a boa sorte desejada a todos os peregrinos.



Imagem 9 – Albergue - “Bom Caminho”

“El Turista exige, El Peregrino agradece”

A mensagem que a frase quer transmitir é que o peregrino é mais humilde, que apenas precisa de um local onde possa descansar e tomar um banho, já o turista é mais exigente. Para dividir estas oposições foi utilizado um pau com dois elementos, a concha que significa a proteção e a cabaça servia antigamente para transporte de água ou vinho, nos dias de hoje passou a ser um símbolo para os peregrinos. (imagem 10)



Imagem 10 – Albergue - “El turista exige, el peregrino agradece”

“Una tortuga conoce mejor el camino que una liebre”

Nesta frase, a tartaruga representa os peregrinos que gostam de percorrer os caminhos aproveitando todos os momentos, a lebre representa os peregrinos que estão interessados em percorrer o caminho rapidamente.

De modo a fortalecer a ideia da frase, o estagiário juntamente com o seu supervisor idealizaram o desenho de um mapa antigo em que iria conter vários elementos que se encaixariam ao longo do percurso dos caminhos de São Tiago de Compostela, como por exemplo a ponte de D. Luís, a catedral de São Tiago de Compostela, a concha, o galo de Barcelos, etc. Este foi sem dúvida o desenho mais complexo deste projeto.

O estagiário teve de fazer a vectorização das duas catedrais presentes, da ponte de D. Luís, do galo de Barcelos e o coelho que o cliente pediu para integrar no desenho. A estrutura do desenho foi criada para preencher toda a parede tal como o cliente pretendia. (imagem 11)



Imagem 11 – Albergue – “Una Tortuga conoce mejor el camino”

Para visualizar mais pormenores deste trabalho ver anexo III.

2.5.3 Pin Rocket

A *Pin Rocket* é uma loja *online* que está a ser desenvolvida pela *Magma Design*. Na loja venderá *stickers*²² subdivididos por várias categorias como por exemplo, desportos, comidas, frases, quartos de criança, etc. Todos os desenhos estão a ser criados por iniciativa própria dos colaboradores da *Magma Design* e futuramente os clientes poderão pedir a criação de *stickers* que não estejam disponíveis na loja. O colaborador Filipe Santos propôs ao estagiário que este criasse *stickers* ao longo do estágio para inserção na loja *online*.

O estagiário teve a liberdade de criar os seus próprios *stickers* tendo total liberdade para o modelo criativo.

Após uma análise da concorrência, o estagiário achou interessante o facto de não existir uma categoria de provérbios portugueses e decidiu criar visualmente alguns provérbios, reforçando assim a mensagem que querem transmitir. Para além dos provérbios portugueses o estagiário criou outro tipo de *stickers*, *de temas variados*, que achou que deveriam estar na loja.

Foram feitas simulações da aplicação dos *stickers*, para os clientes poderem ter uma visão realista, podem visualizar no anexo IV.

2.5.3.1 Stickers – Provérbios portugueses



Imagem 12 – Sticker - Para bom entendedor, meia palavra basta.

“Para bom entendedor meia palavra basta”

Apesar de utilizar diversos tipos de letra, todas elas estão incompletas reforçando o sentido da mensagem que se pretende transmitir com o provérbio. As letras estão cortadas “a meio” mas a leitura da frase é perceptível.

²² Etiqueta colante de pequena ou grande dimensão



Imagem 13 – Sticker - Palavras loucas, orelhas mocas.

“Palavras loucas, orelhas mocas”

Foram utilizados dois tipos de letra, no entanto ambas têm o interior das palavras preenchido a negro. Um tipo de letra remetendo para a maturidade e outro remetendo para a infância. Esta dualidade transmite a loucura existente no ser humano.



Imagem 14 – Sticker - Filho de peixe, sabe nadar

“Filho de peixe, sabe nadar”

A utilização do tipo de letra ondulado remete para as ondas do mar e o peixe é utilizado para reforçar graficamente o *sticker*. O facto de ser uma letra manuscrita poderá significar a assinatura do pescador, afirmando a mensagem que se quer transmitir.



Imagem 15 – Sticker – O que não me mata torna-me mais forte.

“O que não me mata torna-me mais forte”

A colocação das letras formam uma foice com o intuito de reforçar a ideia de morte. No entanto, o provérbio transmite que se aprende com más experiências vividas. O tipo de letra que utilizei tem traços firmes, direitos e carregados dando uma sensação de afirmação e segurança no que se pretende transmitir, pois, como se diz na gíria popular, a morte é a única coisa certa no mundo. A gota de sangue significa a dor sofrida durante esses momentos.



Imagem 16 – Sticker - Sorte no jogo, azar no amor

“Sorte no jogo, azar no amor”

Para fazer referência ao jogo foram utilizados os símbolos dos *naipes* de um baralho de cartas. O formato escolhido para a apresentação do texto foi o símbolo do naipe de espadas dividido em duas partes. Um dos lados representa a sorte (preto) e o outro lado o amor (vermelho). Ambas as partes foram preenchidas com letras e símbolos referentes ao seu significado. No lado preto as letras tem um formato irregular devido à imprevisibilidade da sorte e as letras do lado vermelho são mais arredondadas remetendo para o romantismo.

2.5.3.2 Stickers – Diversificados



Imagem 17 – Sticker -Coffee always come at a good time

“Coffee always comes at a good time”

A frase significa “Um café chega sempre a bom tempo”. Este desenho foi criado especialmente para estabelecimentos que vendem café. O tipo de letra utilizado tem formas arredondadas para criar o efeito de letra manuscrita, como se fosse a própria pessoa a escrever aquilo, transmitindo conforto familiaridade, amizade e união. A chávena foi desenhada para reforçar visualmente o desenho.



Imagem 18 – Sticker - Take me home

“Take me home”

A frase significa “Leva me para casa”. O tipo de letra foi alterado em que toda a sua frase, de modo a formar a luz que sai do *ovni*. Na palavra “Home” a letra “o” está representada por um ser anormal. O público-alvo deste desenho são os jovens, principalmente os amantes do oculto e ficção científica, que normalmente gostam de decorar o seu quarto com frases, desenhos, fotos, entre outros materiais alusivos ao tema.



Imagem 19 - Sticker - *If you can dream it, you can do it*

“If you can dream it, you can do it”

Traduzida para português, significa “ Se tu consegues sonhar, tu consegues fazer”. As palavras “*Dream*” e as frases “*can do it*” e “*if you can*” foram escritas com um tipo de letra direita e preenchida, transmitindo assertividade e reforçando assim o sentido de “conseguir fazer”. Para as palavras “*it*” e “*you*” utilizei um tipo de letra mais arredondado e fantasioso, de modo a passar o lado do sonho e imaginação. O coração e a nuvem vêm reforçar o sonho e a paixão necessária para alcançarmos aquilo que ambicionamos.

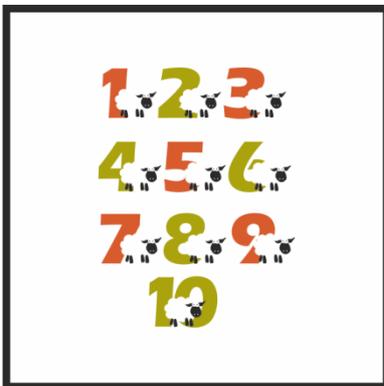


Imagem 20 – Sticker - Contar carneirinhos

A pensar na expressão “contar carneirinhos para adormecer”, este desenho foi criado para aplicação em quartos de bebés/crianças. Apesar de este desenho ter apenas dez números será mencionado na loja *online* que que o cliente poderá encomendar os números que pretender. As cores escolhidas para a demonstração deste desenho, verde e laranja, têm a finalidade de dar vida e alegria, pois trata-se de um quarto de bebé/criança.



Imagem 21 – Sticker - Quem vê caras não vê corações

Inicialmente este *sticker* foi criado como significado do provérbio português «Quem vê caras não vê corações». No entanto o supervisor entendeu que este teria um bom enquadramento em quartos de adultos e por isso não foram efetuadas quaisquer alterações para inserção no provérbio.

2.5.4 Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Química'15

Foi solicitado ao estagiário a criação de uma marca para o Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Química 2015. O cliente referiu na proposta que pretendia uma marca em que constasse um símbolo relativo à engenharia e outro à química.

Após uma análise das marcas dos eventos anteriores, o estagiário efetuou uma pesquisa na internet para fazer uma recolha de vários símbolos enquadrados com as duas vertentes, a engenharia e a química.

Utilizando o programa *CorelDraw* para proceder à criação da marca, o estagiário desenvolveu várias propostas para o ENEEQ'15. (imagem 22)



Imagem 22 –ENEEQ'15 - Propostas para a marca.

As propostas realizadas foram debatidas entre os colaboradores da *Magma Design* e a escolhida para ser trabalhada foi a primeira sugestão (Imagem 23) porque é a que retrata as vertentes do evento.

Foram feitas algumas alterações para simplificar ainda mais a marca, assim como a cor e o tipo de letra. A cor utilizada foi o vermelho porque transmite confiança, coragem e poder. O principal público-alvo do ENEEQ'15 são os estudantes que frequentam cursos de engenharia química e devido à juventude o tipo de letra utilizado na marca tem formas arredondadas para transmitir modernidade. A imagem 23 é o resultado da marca final. Para visualizar a aplicação da marca em fundos de outra cor ver anexo 5.



Imagem 23 – Marca ENEEQ'15

2.5.5 Magma Design – Gifs

Devido aos conhecimentos do estagiário no programa *Adobe Flash* os colaboradores da *Magma Design* propuseram que este criasse *gifs* dos logótipos feitos pela empresa recorrendo à programação *action*. Os GIFS foram inseridos no *website*²³ da empresa, apresentando assim os projetos de uma forma mais apelativa. Inicialmente, a exportação da animação iria ser em SWF²⁴ mas devido à incompatibilidade nos dispositivos móveis e alguns *browsers*²⁵ ficou fora de opção. Aproveitando a funcionalidade do programa *Adobe Flash*, as animações foram exportadas em GIF.

O estagiário criou dez animações em *flash* nas quais recorreu a diversos efeitos e estratégias. Todas as animações tinham a imagem de fundo estática, e a animação era efetuada através de máscaras ou de *motion tweens*. Foi também utilizado a variação de valores da opacidade para criar dinamismo e suspense. Para visualizar as animações aceder ao CD em anexo.

O supervisor utilizou a animação do logótipo da WTG para integração no *website*²⁶ da empresa como sinalizador de espera ao carregamento da informação.

A imagem 24 demonstra alguns dos comportamentos da animação referente ao GIF da WTG.



Imagem 24 – Gif WTG – Demonstração do comportamento da animação

²³ Web Site da Magma Design - www.magmadesign.pt/projetos

²⁴ .swf – É um formato de exportação do programa Adobe Flash.

²⁵ *Browsers* – é um *software* de aplicação atravessando a informação e recursos presentes no *world wide web*

²⁶ www.wtg.pt – acedido em 14 de dezembro de 14

2.5.6 A Nossa História

A "Nossa História" é uma associação de pais e ajuda a pessoas com necessidades especiais e nasceu da vontade de um grupo de pais em construir alternativas e respostas ao nível da formação e integração profissional para os seus filhos, crianças/jovens com necessidades especiais²⁷.

A associação contratou a *Magma Design* para a criação de um *outdoor* com 1,80m de altura e 70cm de largura. O cliente pretendia um *design* minimalista em que a leitura fosse de fácil perceção. O estagiário para criar o *outdoor* recorreu ao programa *CorelDraw* e ficou responsável por todo o projeto desde a comunicação com o cliente, a produção, o envio do ficheiro final para a gráfica, a receção e a aplicação do *outdoor*.

O estagiário desenvolveu um *design* simples, em que a informação estava distribuída ao longo da altura e centrada horizontalmente na largura. Como poderá ver na no anexo XI, o último terço do cartaz tem o fundo no mesmo tom de azul utilizado no logótipo da associação porque esta cor está associada à tranquilidade e à harmonia. Para dar destaque aos títulos foram criadas caixas delimitadoras com diferentes tipos de deformação enriquecendo visualmente a informação e não provocando qualquer ruído na sua leitura. O tipo de letra dos títulos é o “*FreeHand521 BT*” e o motivo para a escolha é o facto de ser um tipo de letra manuscrito, tal como as letras do logótipo da associação (imagem 25). Em relação ao tipo de letra do resto da informação é o “*Lato*” e foi escolhido porque é de fácil leitura e visualmente bem elaborado. Ver imagem final no anexo V.



Imagem 25 – A Nossa História – Cabeçalho do *Outdoor*

²⁷ Texto fornecido pela associação “A Nossa História” e adaptado pelo estagiário

2.5.7 *AutoCar*

A *AutoCar* é uma empresa de reparação de automóveis, especializada na mecânica, pintura e arranjo de chapa.

O responsável da empresa solicitou à *Magma Design* a criação de uma folha de orçamento para todos os colaboradores da *AutoCar* planificarem antes de iniciarem os serviços aos clientes.

O cliente definiu os campos que pretendia na folha de orçamento e pediu ainda para que a folha de orçamento tivesse um aspeto simples e moderno. A *Magma Design* foi a responsável pela criação do logótipo da *AutoCar*. Após o estagiário ter em sua posse toda a informação necessária para integração na folha de orçamento, procedeu à sua criação.

O logótipo da empresa está situado no canto superior direito como poderá ver na imagem 26, e o elemento que cria a letra “o” juntamente com a chave de fendas foram utilizados e colocados em grande dimensão no meio da página, em tons de cinza claro para não interferir com o preenchimento da informação. O estagiário utilizou a parte de baixo da folha sobre fundo cinza para colocar informação adicional sobre a empresa como a morada, *e-mail*, contacto telefónico e os serviços. No topo da página estão mencionados os campos do nome do colaborador da *AutoCar* e em relação ao cliente o nome, morada e contacto telefónico. Para visualizar a folha de orçamento ver o anexo VII.

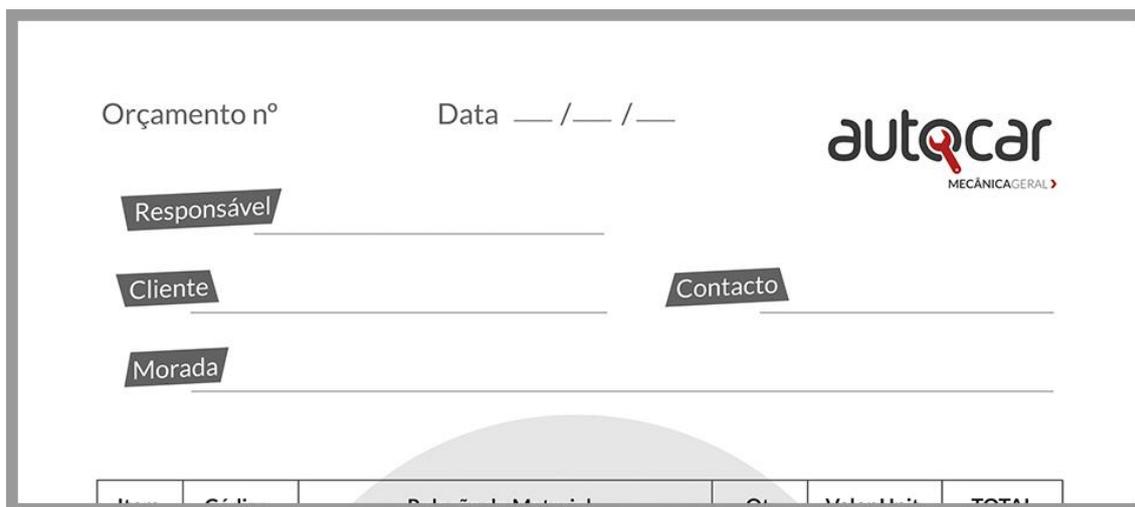
A image showing the header of a budget sheet for AutoCar. It includes fields for 'Orçamento n°', 'Data ___/___/___', and the 'autocar MECANICAGERAL' logo. Below these are input fields for 'Responsável', 'Cliente', 'Contacto', and 'Morada'. At the bottom, a table with columns for 'Materiais', 'Custo', 'Preço', 'Materiais', 'Custo', 'Materiais', and 'TOTAL' is partially visible.

Imagem 26 – *AutoCar* – Cabeçalho da folha de orçamento

REFLEXÃO FINAL

O estágio curricular é uma etapa crucial no percurso académico que é a licenciatura em Comunicação Multimédia, integrada na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda. É a primeira oportunidade para pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e a possibilidade de aprofundar competências e adquirir novas aptidões. Sempre estive entusiasmado com o facto de esta licenciatura me proporcionar a realização de um estágio curricular de três meses.

Escolhi a *Magma Design* para realizar o meu estágio, não por estar sediada na cidade onde vivo, mas porque acompanho os seus trabalhos desde o ensino secundário e pensei que nela poderia aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura, aproveitando a experiência dos profissionais que trabalham na empresa para adquirir novas competências.

A formação em Comunicação Multimédia fez com que me torna-se mais polivalente e fez com que obtivesse mais capacidades na vertente comunicação. Quando analisei o plano de estudos da licenciatura achei que poderia vir a arrepender-me devido à elevada quantidade de unidades curriculares teóricas, no entanto, nos dias de hoje percebo o quanto são importantes para a comunicação, seja ela para um cliente ou para um público, assim como para técnicas de planeamento de projetos.

Agradeço ao Instituto e a todos os docentes da licenciatura comunicação multimédia, por todos os conhecimentos transmitidos e pela disponibilidade que demonstraram em me ajudar, fortalecendo-me como aluno, como pessoa e como profissional.

Ao longo dos três meses de estágio desempenhei maioritariamente funções de *designer* gráfico, no entanto cumpri funções na área de web design e edição de vídeo. Inicialmente comecei com um trabalho de *web design*, vertente que a *Magma Design* contrata a outras empresas e no qual fiquei entusiasmado por saber que na primeira semana já estava a elaborar um projeto de uma empresa como a Norte Moda, que iria ser implementada na *Internet*. Semana após semana fui conseguindo ganhar a confiança dos colaboradores da empresa até conseguir ficar responsável por todos os processos de um

projeto, sinal de confiança e respeito no trabalho que efetuei. É motivador ser estudante e estar totalmente integrado na hierarquia de uma empresa com dez anos de experiência.

O plano de estágio previsto pelo supervisor da entidade acolhedora foi realizado com sucesso. Os projetos em que o estagiário ficou responsável pela sua elaboração foram entregues nos prazos estipulados. Para além do plano de estágio estabelecido inicialmente o aluno participou em projetos que foram surgindo ao longo do tempo. O estagiário cumpriu quase sempre as funções autonomamente e depois da produção dos mesmos o supervisor de estágio fazia a avaliação final do trabalho realizado. O aluno teve a capacidade de seguir estrategicamente todos os processos de um projeto, desde a receção do *e-mail* até ao envio do projeto final para impressão e ou aplicação, passando pelas fases de análise, pesquisa, criação e testes. Não só trabalhou no departamento criativo como também colaborou com o departamento de aplicação de publicidade, aplicando *vinil* em diversas plataformas como viaturas, vitrinas e expositores.

O estágio foi sem dúvida fulcral para pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos curriculares que serão determinantes para o meu futuro profissional. Foi possível fazer um estudo de mercado, aprender novas técnicas de trabalho e comunicar com diversos tipos de clientes tornando-me versátil no *design* que aplicava nos projetos.

BIBLIOGRAFIA

- Caetano, J., Rasquilha, L. (2007). *Gestão da Comunicação*. Porto: Quimera.
- Chiavenato, I. (2005). *Gestão de pessoas* (2. Ed). Totalmente revista e atualizada. (9. Ed). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Lakoff, George; Johnson, Marc. *Metáforas da Vida Cotidiana*. São Paulo (SP): Educ, 2002.
- Lampreia, J. M. (1992). *Comunicação Empresarial – as relações públicas na gestão*. Lisboa: Texto Editora.
- Lindon, D. et al. (2008). *Mercator XXI*. Alfragide: Publicações Dom Quixote.
- Marchiori, M. (2006) "Comunicação Interna: a organização como um sistema de significados compartilhados". In: Marchiori, Marlene (org.). *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.
- Marchiori, M. (2009). *Comunicação interna: um olhar mais amplo no contexto das organizações*. Londrina: PR.
- Neves, Roberto de Castro (1998). *Imagem Empresarial*. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad.
- Neves, Marcos Fava (2008). *Gestão Estratégica de Marketing*. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, D. d. (2006). *Estrutura Organizacional: uma abordagem para resultados e competitividade*. São Paulo: Atlas.
- Ribeiro, Nuno (2012). *Multimédia e Tecnologias Interactivas* (5ª Edição). Lisboa: FCA - Editora de Informática.
- Santos, E. (2009). *Web Design: uma reflexão conceptual*. *Revista de Ciências da Computação*, nº4.
- Valadares, M.C.B. *Planejamento Estratégico Empresarial*. QualityMark, Rio de Janeiro, 2002.

Vasconcellos, P. de; Pagnoncelli, D. Construindo estratégias para competir no Século XXI. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

Wright, Peter; Kroll, J. Mark; Parmell John (2000). Administração Estratégica. 1ª ed. São Paulo: Atlas.

ANEXOS

Lista Anexos

Anexo I – Plano de estágio

Anexo II – Norte Moda

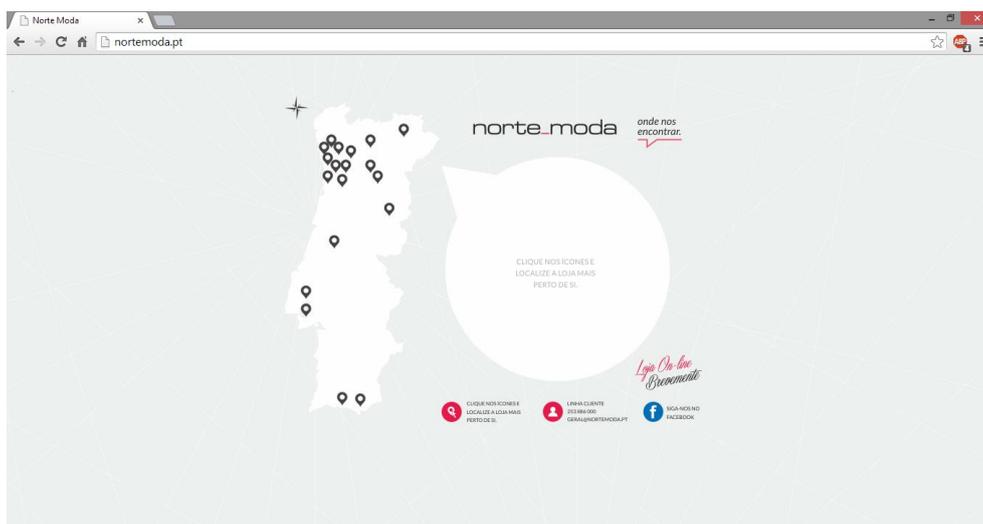
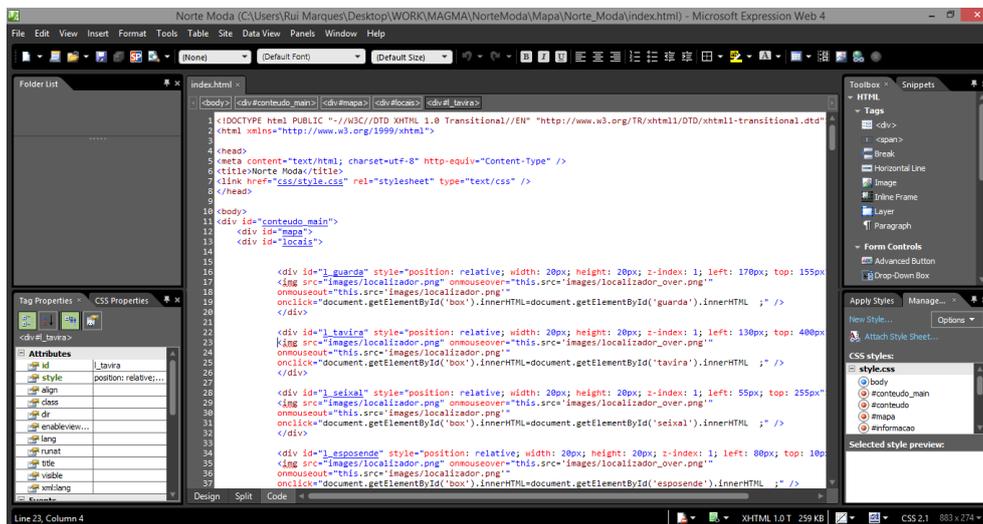
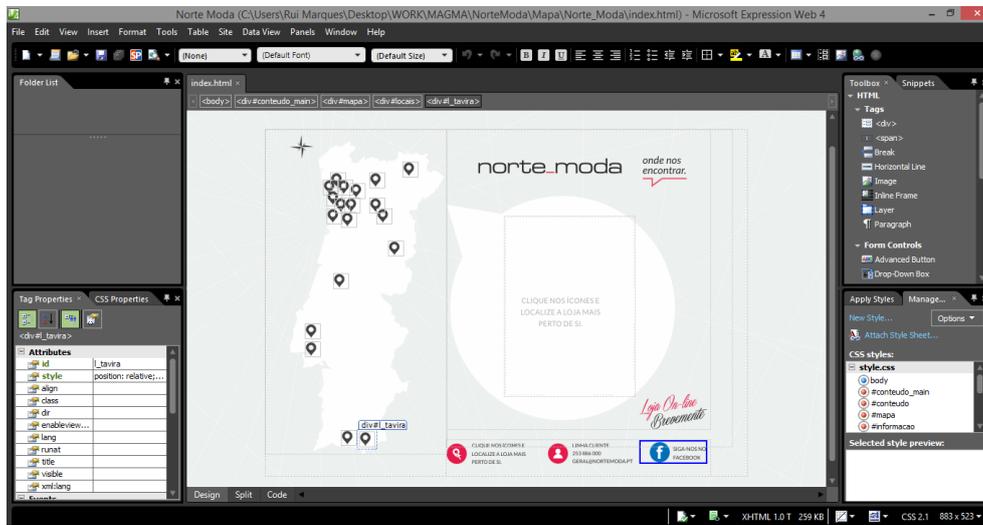
Anexo II – Albergue Cidade de Barcelos

Anexo IV – *Pin Rocket*

Anexo V – ENEQ'15

Anexo VI – A Nossa História

Anexo VII - *Autocar*



```

16 <div id="l_guarda" style="position: relative; width: 20px; height: 20px; z-index: 1; left: 170px; top: 155px">
17 
20 </div>
21

```

A programação acima mostrada é referente ao sinalizador da loja da Guarda. Na programação está escrito que existe uma DIV nomeada com “l_guarda” com 20 pixels de altura e 20 pixels de largura. Para situar a DIV no local pretendido tive de recorrer a valores de coordenadas. Neste caso, está distânciada a 170 pixels da esquerda e a 155 pixels do topo. É importante referir que as coordenadas são calculadas a partir da DIV em que esta se insere. As linhas de código número 17 e 18, significam que dentro da DIV anterior mencionada está uma imagem com o nome localizador.png e que quando o cursor passa por cima dessa imagem ativa o estado onmouseover, substituindo a imagem localizador.png por localizador_over.png. Assim que o cursor do rato volte a deixar de estar ativo, volta para o estado com a imagem inicial. A linha de código número 19 significa que quando se carrega na área estabelecida pelos 20x20 pixels, irá chamar o elemento com a identificação “guarda” dentro da próprio código *html* para a caixa de texto que está nomeada como “box”.

A imagem de baixo tem o código com a informação da loja da Guarda.

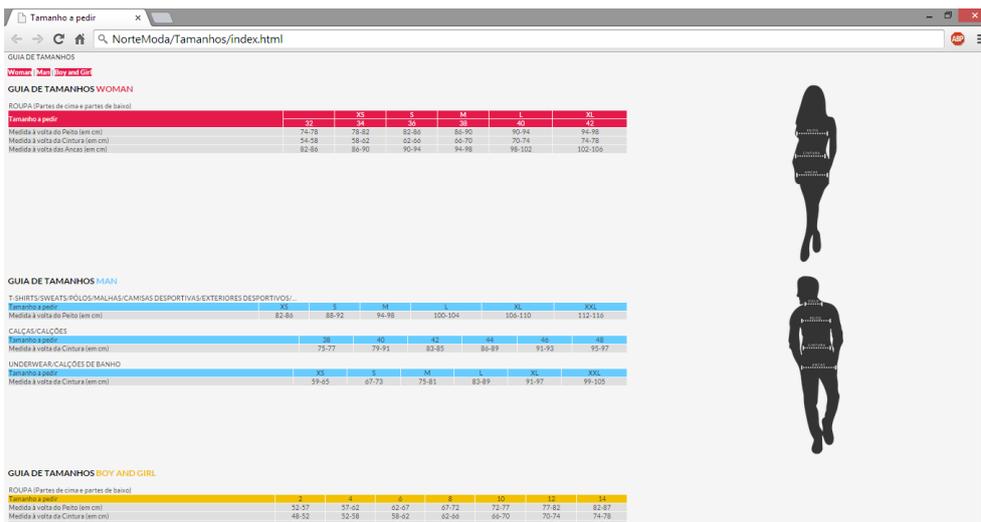
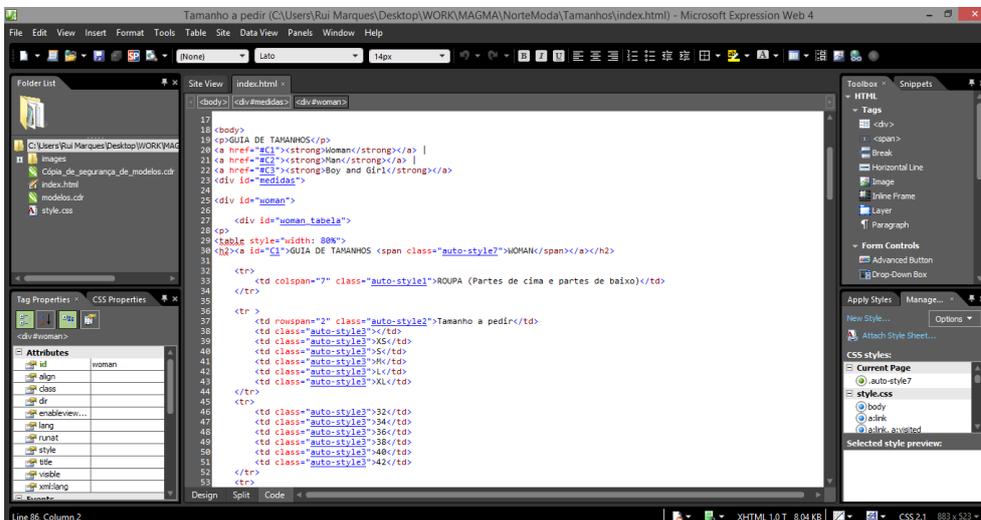
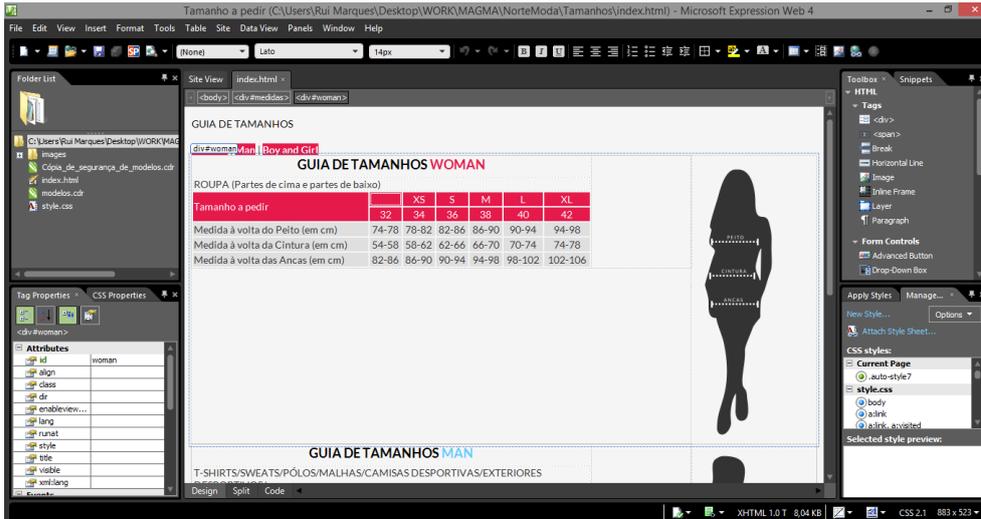
```

309
310 <div id="guarda" style="display: none;">
311 <div class="estilocais">
312
313
314 <div class="titulo"><strong>GUARDA</strong></div>
315 <br>Loja Adulto e Criança</br>
316
317 <p>
318 <br>Vivaci Guarda</br>
319 <br>Av. Bombeiros V. Egitanenses</br>
320 <br>Nº5 Loja 3.46 - Criança </br>
321 <br>Nº5 Loja 4.16 - Adulto </br>
322 <br>6300 - 523 - Guarda</br>
323 <br>t. 932195661 // 932195660</br>
324 </p>
325
326 <p><br>40°32'27.9"N 7°15'58.8"W</br></p>
327
328 </div>
329 </div>
330

```

Em cima está referido que ao carregar na DIV “l_guarda” inicial iria chamar o elemento com o id “guarda”. Esta DIV só ficará visível e na “box” como anteriormente mencionado. A linha de código 311 está a ativar o estilo de CSS chamado “estilocais” à

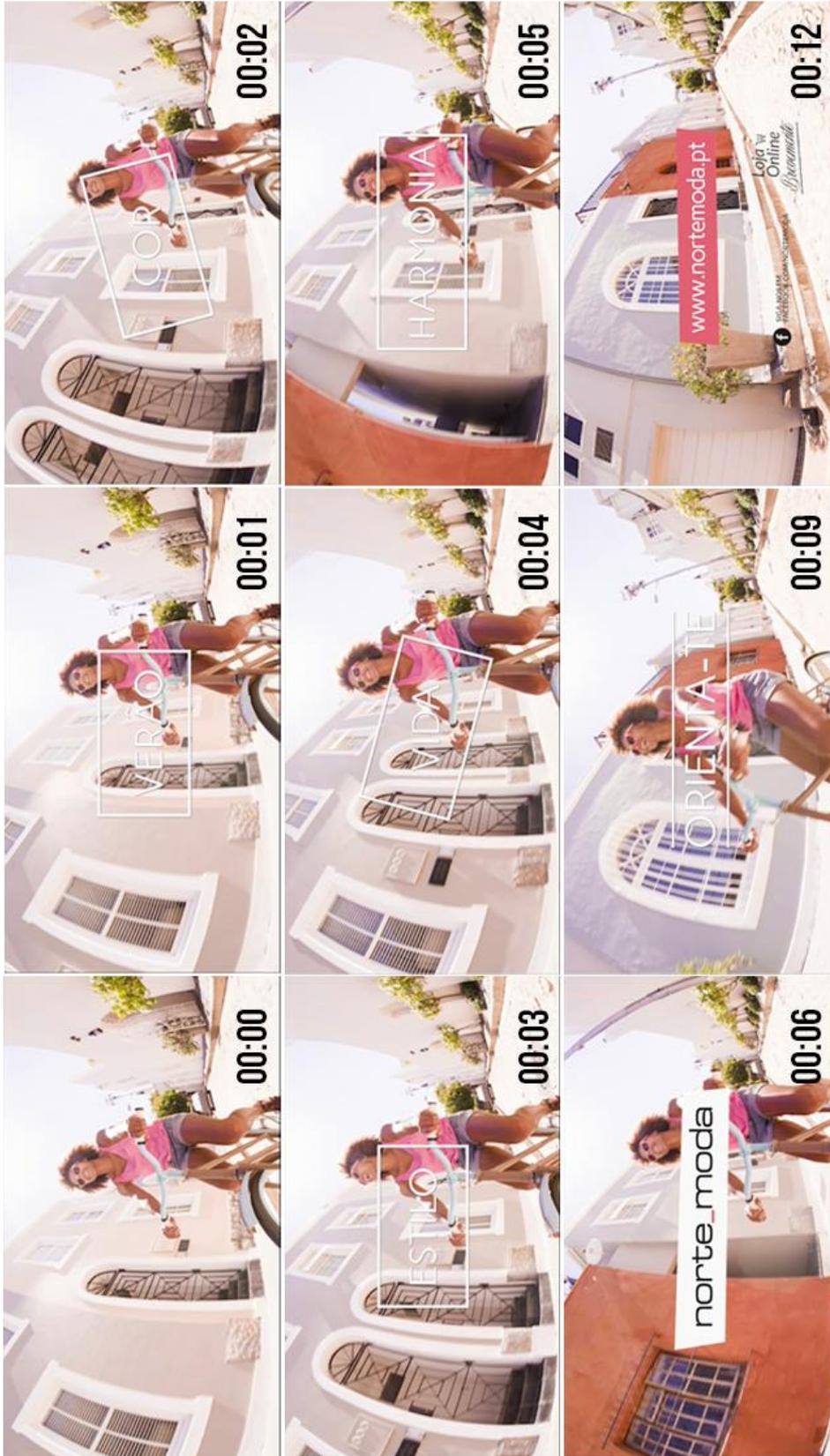
DIV anterior. O CSS “estilocais” contém as formatações de texto. Da linha 315 até à 326 estão preenchidas com informações referentes à loja da cidade da Guarda.

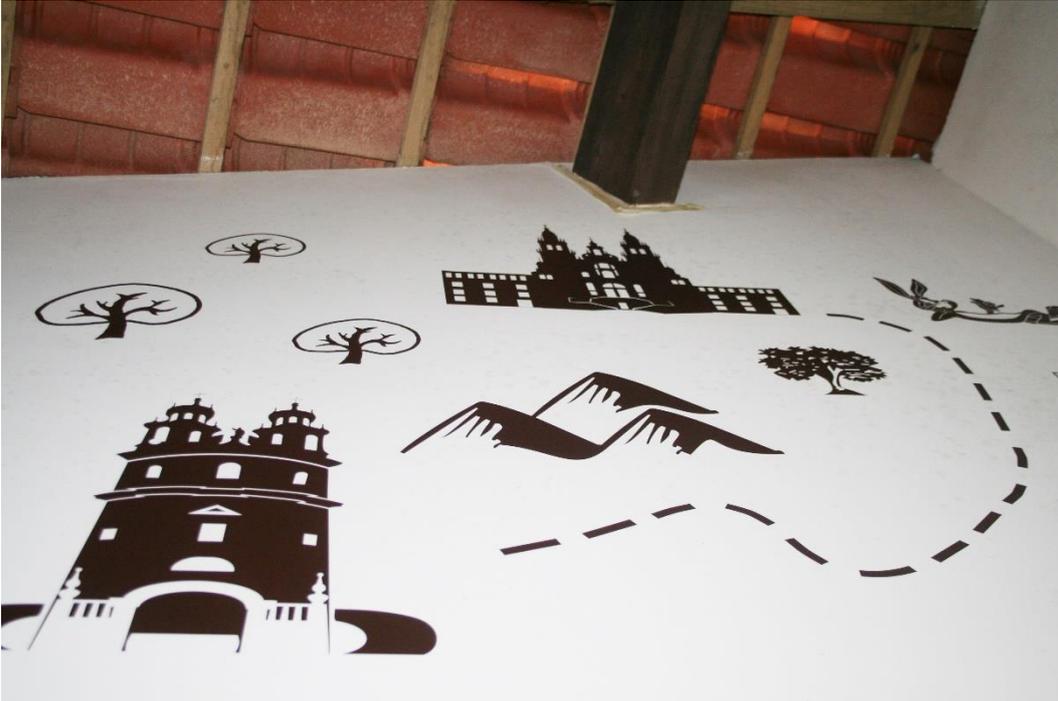


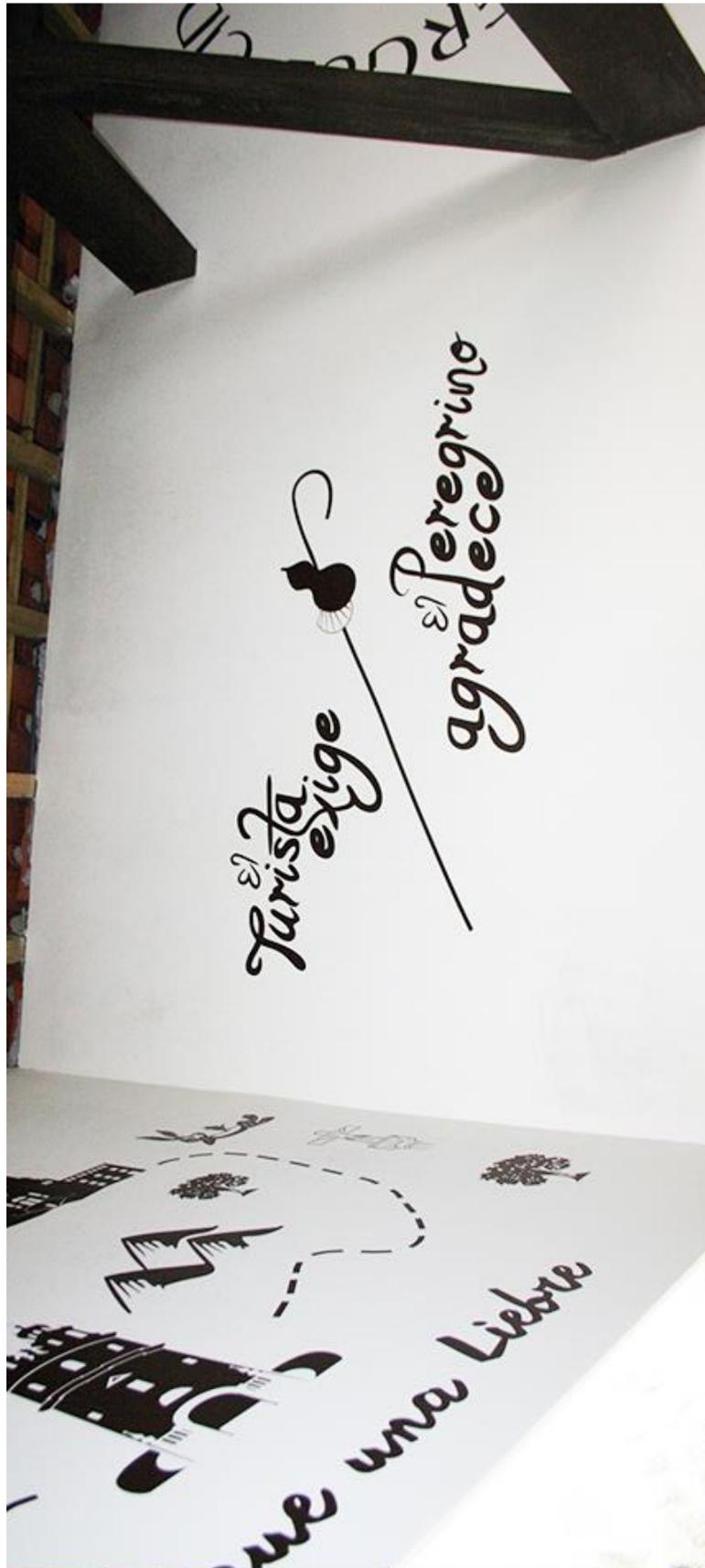
```

18 <body>
19 <p>GUIA DE TAMANHOS</p>
20 <a href="#C1"><strong>Woman</strong></a> |
21 <a href="#C2"><strong>Man</strong></a> |
22 <a href="#C3"><strong>Boy and Girl</strong></a>
23 <div id="medidas">
24
25 <div id="woman">
26
27 <div id="woman_tabela">
28 <p>
29 <table style="width: 80%">
30 <h2><a id="C1">GUIA DE TAMANHOS <span class="auto-style7">WOMAN</span></a></h2>
31
32 <tr>
33 <td colspan="7" class="auto-style1">ROUPA (Partes de cima e partes de baixo)</td>
34 </tr>
35
36 <tr >
37 <td rowspan="2" class="auto-style2">Tamanho a pedir</td>
38 <td class="auto-style3"></td>
39 <td class="auto-style3">XS</td>
40 <td class="auto-style3">S</td>
41 <td class="auto-style3">M</td>
42 <td class="auto-style3">L</td>
43 <td class="auto-style3">XL</td>
44 </tr>

```







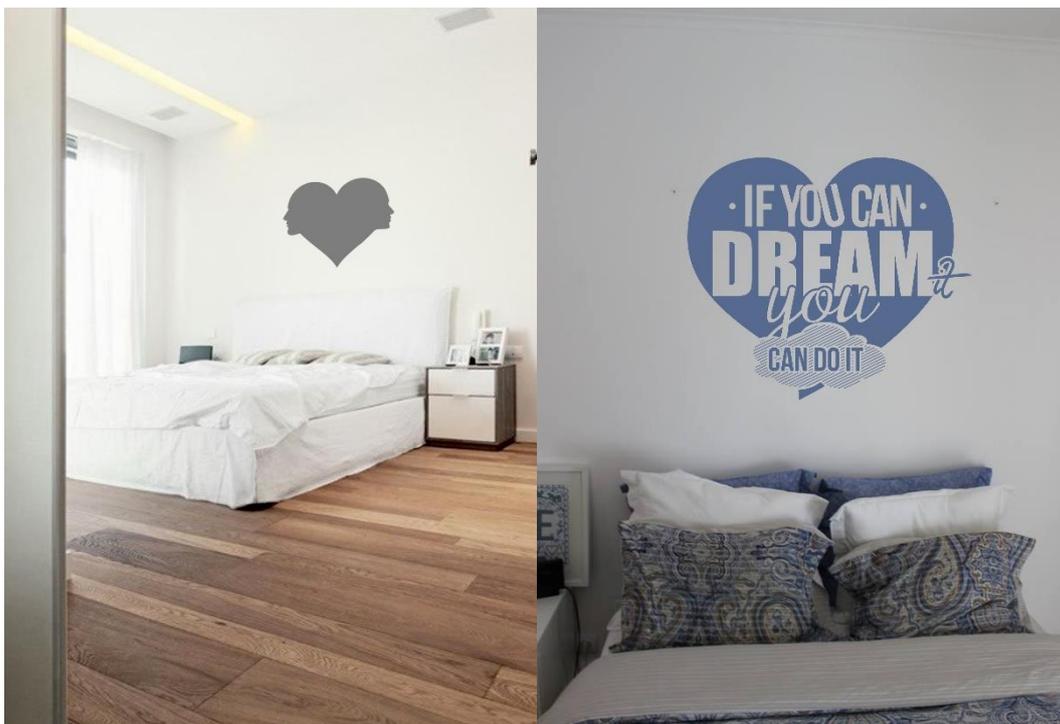
Anexo – Pin Rocket – Provérbios Portugueses







Anexo – Pin Rocket – Diversificado







Anexo – A Nossa História – Outdoor

Um passo para a inclusão



Missão

A "Nossa História" "A Nossa História" nasceu da vontade de um grupo de pais em construir alternativas e respostas ao nível da formação e integração profissional para os seus filhos, crianças/jovens com necessidades especiais.

Visão

A Nossa História tem como principal objetivo fornecer um conjunto de respostas especializadas no sentido de potenciar as capacidades destas crianças/jovens rumo a um futuro de inclusão e de participação ativa na sociedade.

Valores

ÉTICA	RESPEITO
CONFIANÇA	DINAMISMO
HONESTIDADE	TOLERÂNCIA
PROFISSIONALISMO	SOLIDARIEDADE

Áreas de intervenção

- Perturbações Globais do Desenvolvimento
- Perturbações do Espectro do Autismo
- Perturbações disruptivas de comportamento e de défice de atenção
- Perturbação de hiperatividade com défice de atenção
- Perturbação do comportamento
- Perturbação de oposição
- Problemas de linguagem, comunicação, fala e motricidade oro-facial
- Outras Perturbações

Consultas

- Terapia da fala
- Psicologia

📍 Urbanização S. José, Bloco 3e 4 | 4750-283 Barcelos
✉ anossahistoria09@gmail.com
☎ 253 117 207 | 935 728 672 | 918 731171

Anexo – AutoCar – Folha de orçamento

Orçamento nº _____

Data ___/___/___



Responsável _____

Cliente _____

Contacto _____

Morada _____

Item	Código	Relação do Material	Qt.	Valor Unit.	TOTAL
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
				TOTAL	

O Responsável

Autorização do Cliente

(assinatura)

(assinatura)

TRAVESSA DO CERAMISTA 4750-479
GALGOS S.MARTINHO - BARCELOS
RJCARVALHOS@GMAIL.COM

 253 841 466

MECÂNICA GERAL | T. 253 841 466
PINTURA | M. 932 730 283
CHAPA | M. 934 930 137

R&J Carvalho, Lda | NIF: 510 563 163