



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Carla Andreia Pinto Seguro

dezembro | 2015





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CARLA ANDREIA PINTO SEGURO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO 2015

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Discente: Carla Andreia Pinto Seguro

Número de aluna: 5007818

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

Curso: Licenciatura em Comunicação Multimédia

Orientadora: Maria de Fátima Bartolomeu da Cruz Gonçalves

Unidade Orgânica: Unidade de Investigação para o
Desenvolvimento do Interior

Morada: Serviços Centrais do Instituto Politécnico da Guarda |
Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, nº50, 6300-529 Guarda

Supervisora (s): Prof.^a Doutora Teresa Paiva

Dr.^a Cristina Castro

Período de estágio curricular: de 1 de julho de 2015 a 4 de
novembro de 2015, com interrupção em agosto

AGRADECIMENTOS

À Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto e à Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior, entidades que tornaram possível esta minha experiência de desenvolvimento pessoal e profissional.

À Prof.^a Fátima Gonçalves, minha orientadora, agradeço o contributo que deu para o enriquecimento da minha formação académica, e por ter aceitado o meu pedido de orientação, sempre disposta a ajudar e sempre positiva.

À Dr.^a Cristina Castro, minha supervisora pelo companheirismo, disponibilidade e pelo apoio que me prestou ao longo das 400 horas de estágio que realizei. Foi a pessoa que me delegou todas as tarefas a realizar, que me deu sugestões, críticas e conselhos.

À Prof.^a Doutora Teresa Paiva Ribeiro, também minha supervisora, pela confiança e credibilidade que depositou no meu trabalho e deu a oportunidade de estágio, pelo incentivo e simpatia.

Agradeço aos meus amigos, por todos os momentos de descontração, todo o apoio em momentos difíceis e, enfim, por se tornarem presentes.

Ao Prof.^o Carlos Brigas, que também agradeço o contributo que me deu para o enriquecimento da minha formação e por ter indicado a oportunidade de estágio curricular na Unidade Orgânica.

Por último, mas não menos importante, agradeço aos meus queridos e amados pais, que sempre torceram por mim, que me souberam transmitir os melhores valores e que nunca duvidaram das minhas capacidades. E ao meu irmão, por ter estado sempre do meu lado em todos os momentos da minha vida.

Um sincero obrigado a todos.

RESUMO

O presente relatório encontra-se conforme as regras para a elaboração do relatório de estágio da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, deverá permitir uma avaliação de todo o trabalho que por mim, como estagiária, desenvolvi na organização colhedora.

Pretendo demonstrar a experiência e as competências adquiridas durante três meses, isto é, a importância da vertente prática que foi o estágio curricular, para a minha formação profissional. Essa prática caracteriza-se como um momento de análise e apreensão do contexto real associando-o ao conteúdo teórico adquirido no ambiente de estudos do Instituto Politécnico da Guarda e como consequência para a obtenção do grau de licenciada em Comunicação Multimédia.

O relatório é apresentado em duas partes, cada uma das partes está dividido em capítulos e subcapítulos.

Para que o leitor tenha uma visão panorâmica da Instituição onde foram desenvolvidas as minhas atividades, começarei com uma exposição da mesma com sua razão social, endereço, ramo de atividade, os seus projetos, organização interna e análise. Após fazer uma exposição do meu ambiente de trabalho, passarei à descrição e objetivos do meu estágio propriamente dito, reproduzindo da maneira mais clara e detalhada possível a minha rotina na Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior. Nas considerações finais descrevo a minha avaliação e conclusão quanto à experiência vivida e, por último, são apresentados os anexos.

Palavras-chave: UDI, Design Editorial, Identidade Visual, Vídeo.

ÍNDICE GERAL

Ficha de identificação.....	i
Agradecimentos.....	ii
Resumo	iii
Índice de quadros	vi
Índice de tabelas	vi
Lista de siglas.....	vii
Glossário de termos técnicos.....	viii
Introdução	1
Parte 01	3
1. Localização	4
1.1 Contexto da unidade orgânica.....	5
1.2 Simbologia	7
1.3 Horário de funcionamento	7
1.4 Estrutura organizacional	8
1.5 Análise swot.....	9
1.6 Principais projetos da UDI.....	10
1.6.1 Observatório de turismo da serra da estrela	10
1.6.2 Poliempreende	10
1.6.3 Revista egitânia.....	11
1.6.4 Produz ideia	11
Parte 02	12
2. Cronograma de atividades.....	14
2.1 Atividades	14
2.1.1 Anuário Científico dos Estudantes	15
2.1.1.1 Proposta	15
2.1.1.2 Metodologia.....	16
2.1.2 Identidade visual - PIN.....	24
2.1.2.1 Proposta	25
2.1.2.2 Metodologia.....	25
2.1.3 Vídeos IPGLABS	29
2.1.3.1 Proposta	29
2.1.3.2 Metodologia.....	30
Reflexão final	36
Bibliografia	37
Anexos	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01 Campos do IPG.....	4
Figura 02 Escritório.....	5
Figura 03 Site da UDI	6
Figura 04 Cores das Unidades Orgânicas do IPG	7
Figura 05 Identidade Visual da UDI	7
Figura 06 Hierarquia de cargos	8
Figura 07 Identidade Visual OTSE.....	10
Figura 08 Identidade Visual PoliEmprende.....	10
Figura 09 Revista Egitânia	11
Figura 10 Site Produz Ideia.....	11
Figura 11 Logotipo <i>Indesign</i>	15
Figura 12 Anuário Cientifico de 2014.....	15
Figuras 13 e 14 Exemplos de <i>Layouts</i> para inspiração	16
Figura 15 Informação dada em <i>Excel</i>	17
Figura 16 <i>Layout Page-Master</i>	18
Figura 17 Características do <i>Paragraph Syle</i> “texto”	18
Figura 18 Características do <i>Character</i> “amarelo”	19
Figura 19 <i>Banner</i> com a imagem das rodas utilizada no anuário....	19
Figura 20 Imagem das rodas dentadas alterada	19
Figuras 21 e 22 Páginas “separadores” do anuário	20
Figura 23 <i>Font HelveNueThin</i>	20
Figura 24 <i>Font Orgreave</i>	21
Figura 25 Uma das páginas do Anuário Cientifico de 2014.	21
Figura 26 Exemplo de uma página em português e depois traduzida em inglês com orientação diferente.....	22
Figura 27 Capa do Anuário Cientifico para 2015	22
Figura 28 Agrafadora semimanual	23
Figura 29 Guilhotina	23
Figura 30 Símbolo da identidade visual PoliEmprende	26
Figura 31 Exemplo de um <i>lettering origami</i>	26
Figura 32 Tutorial “texto <i>origami</i> no <i>Photoshop</i> ”.	26
Figura 33 Resultados da 1ª proposta para a Identidade Visual PIN. 27	
Figura 34 Alfabeto “ <i>Typography-in-retro-style</i> . de 2015.	27
Figura 35 Resultados da 2ª proposta para a Identidade Visual PIN. 28	
Figura 36 <i>Lettering Batang</i>	28

Figura 37 Produção de vídeo.....	29
Figura 38 Exemplo de uma câmara profissional (DSLR)	30
Figura 39 Site <i>Vimeo</i>	31
Figura 40 Planos de vídeo	31
Figura 41 Logotipo <i>Adobe Premier</i>	32
Figura 42 Importação de uma animação SWF para o <i>Adobe Premier</i>	33
Figura 43 Efeito de áudio <i>DeNoiser</i> em <i>Adobe Premier</i> do vídeo “LabMov”, para retirar ruídos.....	34
Figura 44 Efeito de vídeo <i>Cross Dissolve</i> em <i>Adobe Premier</i> do vídeo “LabMov”.....	34

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 01 Análise <i>SWOT</i> segundo a técnica de <i>Albert</i> <i>Humphrey</i>	9
--	---

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 01 Cronograma de atividades	14
---	----

LISTA DE SIGLAS

IPG: Instituto Politécnico da Guarda.

PDF: *Portable Document Format.*

DSLR: *Ddigital Single-Lens Reflex.*

SWF: *Shockwave Flash File.*

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

Análise SWOT: ferramenta de gestão dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças de uma empresa.

B-learning: método de aprendizagem que combina diferentes formas de ensino, intercala as aulas tradicionais, na sala de aula, cara a cara com o professor, com aulas através de computador.

Designer: profissional que desempenha uma atividade especializada de caráter criativo e artístico para elaboração de projetos.

Design Gráfico: planeamento de aspetos visuais de peças gráficas que servem para suportes de comunicação de diversos tipos de mensagens.

Timings: prazo durante o qual algo deve ser realizado.

Software: constituído por todos os programas que existem para um referido sistema.

Paginação: consiste na distribuição dos elementos gráficos no espaço de uma página impressa.

Layout: esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de uma página de um jornal, revista ou página na internet (como um blogue, por exemplo). O *layout* engloba elementos como texto, gráficos, imagens e a forma como eles se encontram em um determinado espaço.

Medias: meios de comunicação.

Papel couché: um tipo de papel que recebe uma camada de revestimento de carbonato de cálcio, caulim, látex e outros aditivos, com a finalidade de tornar a sua superfície muito lisa, brilhante e uniforme.

Vectorizar: transformar uma imagem bitmap em formato editável, ou seja, transformar uma imagem pixelizada em curvas e linhas.

INTRODUÇÃO

O salto para o mundo do trabalho é dos passos mais assustadores para um aluno. Para quem estuda por vários anos consecutivos a visão de saída desse meio “familiar” sem uma preparação prévia é, no mínimo, intimidante.

No decorrer do terceiro ano de Comunicação Multimédia, a Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) aplica para fim de curso duas soluções de desenvolvimento profissional e pessoal dos seus alunos: Projeto ou o Estágio Curricular. Assim, surge a oportunidade de realizar um estágio curricular, o momento de “colocar a mão na massa” e sair das teorias e das salas de aula.

O estagiário deve comprometer responsabilidade nas suas ações desenvolvidas, assiduidade, autonomia na realização de atividades, planificar e prever resultados.

O estágio curricular tem uma carga horária de 400 horas obrigatórias, sem espaço de tempo determinado, na condição de estar concluído até final do ano letivo. Com lugar na Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI), organização integrada no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), surgiu da troca de impressões com o Prof.º Carlos Brigas, que alertou aos interessados da turma do terceiro ano de Comunicação Multimédia da oportunidade.

O aceite da oportunidade na organização deu-se em função às suas necessidades projetais em diferentes áreas do Design, nomeadamente ligado ao Design Gráfico e Editorial e também ao vídeo, uma chance de colocar em prática a matéria aprendida nas aulas e expor as minhas ideias em mãos e à crítica.

O resultado global do estágio, em termos de objetivos, foi a produção de vídeos promocionais a fim de dar a conhecer os

laboratórios do IPG. Embora tenha sido apenas esta a principal meta atingir, muito aconteceu até à sua produção. Contudo, como se pode verificar no plano de estágio^(anexo 01), foi ainda desenvolvido uma identidade visual para o concurso *PoliEntrepreneurship Innovation Network* (PIN) e a paginação de um anuário científico dos estudantes.

A elaboração deste relatório obrigou à realização de pesquisas documentais e em livros, nomeadamente em diversas áreas do *Design*.

Voltando à estrutura do relatório, este está dividido em duas partes. A primeira é dedicada à organização onde estagiei e a segunda, às atividades desenvolvidas com um enquadramento teórico de cada.

Os objetivos pessoais foram cumpridos: desenvolvimento profissional; o despertar para a realidade dentro de uma empresa e autonomia em vencer qualquer obstáculo.

Parte 01

UDI | Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

1. LOCALIZAÇÃO

A constituição desta unidade, tem como entidade de acolhimento o Instituto Politécnico da Guarda (IPG), uma instituição de ensino superior público, com sede na cidade da Guarda.

A missão do IPG, para além de oferecer formação em múltiplas áreas do conhecimento, desenvolve também atividades nos domínios da investigação, da transferência e valorização do conhecimento científico e tecnológico. Assim, a UDI foi desenvolvida nos Serviços Centrais do Campos do IPG (Figura 01), mais concretamente no gabinete de Mobilidade e Cooperação (GMC), como uma estrutura que melhorasse as formas de coordenação e articulação entre essas mesmas atividades de investigação em diversas áreas. A UDI tem uma organização e estrutura que pretende “promover a realização de investigação e o apoio e participação em instituições científicas; A transferência e valorização económica do conhecimento científico e tecnológico; A realização de ações de formação profissional e de atualização de conhecimentos; A prestação de serviços à comunidade e de apoio ao desenvolvimento; Estimular a inovação e o empreendedorismo” (UDI, s/d).



Figura 01 | Campos do IPG

Fonte:

http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1, acedido a 20 de novembro de 2015



Figura 02 | Escritório
Fonte: Fotografia
capturada pela estagiária

Relativo ao espaço físico para além dos escritórios da Prof.^a Doutora Teresa Paiva e outro da Doutora Cristina Castro, foi cedido mais um (Figura 02) ao meu dispor durante todo o estágio curricular.

1.1 CONTEXTO DA UNIDADE ORGÂNICA

Criada em 2007, pelo Professor Doutor Fernando Neves, é uma unidade orgânica que em consonância com o plano estratégico do IPG, visa promover a formação e a investigação científica nas diversas Escolas do IPG. Desta forma, tem a seu cargo a oferta de formação pós-graduada e especializada, no sentido em ser uma formação complementar e associada a necessidades profissionais de aumento de competências.

- Cursos de formação pós-graduada disponíveis:
 - Pós-graduação em Gestão da Atividade Imobiliária;
 - Pós-graduação em *Design*;
 - Pós-graduação em Mediação Intercultural com Imigrantes;
 - Pós-graduação em Aconselhamento e Informação em Farmácia.
- Cursos de formação especializada disponíveis:
 - *B-learning*;
 - Formação especializada para apoio empresarial;
 - Formação especializada para apoio da investigação.

Na ligação com a comunidade exterior, a UDI desempenha um papel fulcral na transferência do conhecimento e da inovação desenvolvida pelos investigadores que a integram.

A unidade de investigação ainda oferece estruturas de apoio ao desenvolvimento de projetos de vocação empresarial do IPG. Neste âmbito, inclui o desenvolvimento de toda a atividade

de promoção da inovação e empreendedorismo na medida em que pode ajudar a desenvolver projetos mais abrangentes e inovadores e, assim, proporcionar uma maior contribuição para a ciência e para o desenvolvimento regional, permitindo uma efetiva transferência de conhecimento.

De acordo com as competências científicas e laboratoriais que o Politécnico tem vindo a desenvolver, a UDI definiu como estratégicas as áreas de domínio científico: Bio Economia; Turismo; TICE; Saúde e Bem-Estar.

Porém, isto não significa que a Unidade “não poderá apoiar projetos transversais a estas aos domínios científicos definidos de modo a potenciar estes próprios domínios e/ou outro tipo de relações institucionais com a comunidade local, mais numa vertente Social e Cultural, em particular na áreas de Línguas e Cultura ou na área da Educação ou até da Economia e Gestão” (UDI, s/d).



Figura 03 | Site da UDI

Fonte: http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=1, acedido a 20 novembro de 2015

1.2 SIMBOLOGIA



Uma vez que a Unidade Orgânica esta integrada no IPG, a sua identidade visual associasse à imagem do mesmo. Sendo assim, como figura central, “a UDI tem o símbolo do IPG em cinzento, que integra uma águia, simbolizando as alturas, isto porque a Guarda é a cidade mais alta de Portugal, tornando-se esta sugestão numa ideia de elevação da sabedoria. Entre as asas da águia surge um vale sugerindo a ideia de serra, o que reforça a ideia de ligação a esta zona geográfica, sugerindo o espaço geográfico beirão, numa identidade própria associada à Guarda” (IPG, s/d).

Todas as entidades orgânicas dentro do IPG possuem uma identidade visual de cor diferente^(Figura 04) de forma a distinguirem-se uma das outras, no caso da UDI a cor é o amarelo, cor que exprime inspiração, o despertar da criatividade e o raciocínio. Tal como o significado da cor amarela, a tarefa fulcral da empresa é promover a criatividade e a inovação.

Ainda associado à identidade visual^(Figura 05) aparece a designação do departamento de forma a ajudar na sua perceção.



Figura 05 | Identidade Visual da UDI

Fonte:
http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_group_id=_15_1, acedido a 20 de novembro de 2015

1.3 HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Nesta unidade orgânica aplica-se o horário rígido, ou seja, que se reparte por dois períodos diários, com horas de entrada e de saída fixas idênticas, separados por um intervalo de descanso.

Este horário é compreendido entre as 9 horas e as 18 horas, com intervalo entre as 13 e as 14 horas. O cumprimento da assiduidade e da pontualidade é verificado por um sistema automático, informatizado.

1.4 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A equipa de Direção da UDI é composta pela sua Diretora, a Prof.^a Doutora Teresa Paiva, por um Professor a tempo parcial, o Prof. Doutor Pedro Tadeu, por um elemento de apoio técnico, a Dr.^a Cristina Castro e por três meses, eu, estagiária como *Designer* no âmbito curricular para a aprovação da cadeira Estágio/Projeto da licenciatura de Comunicação Multimédia da ESECD.

A direção é ainda assessorada por um órgão composto por entidades externas, pelos coordenadores dos domínios científicos definidos no Projeto Estratégico da UDI e pelos responsáveis dos laboratórios que pertencem ao IPG, que se nomeia por Conselho Consultivo para a Ciência e Inovação. Fazendo parte da equipa, têm-se também os investigadores que poderão ser membros integrados se doutorados e quiserem dedicar-se à unidade de investigação ou ser membros colaboradores, que têm por consequência uma percentagem de dedicação de tempo para a investigação e inovação menor do que os integrados e que são integrados em centros de investigação externos ao IPG.

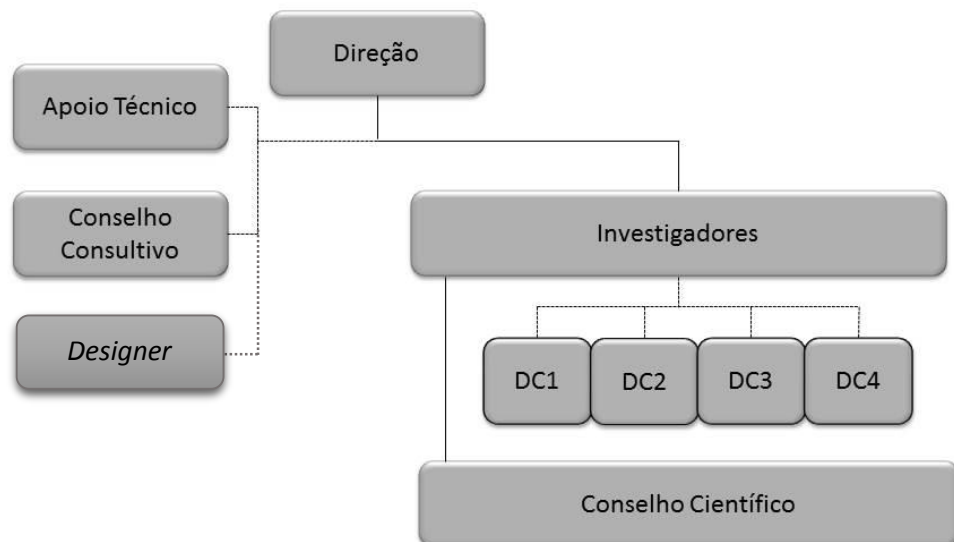
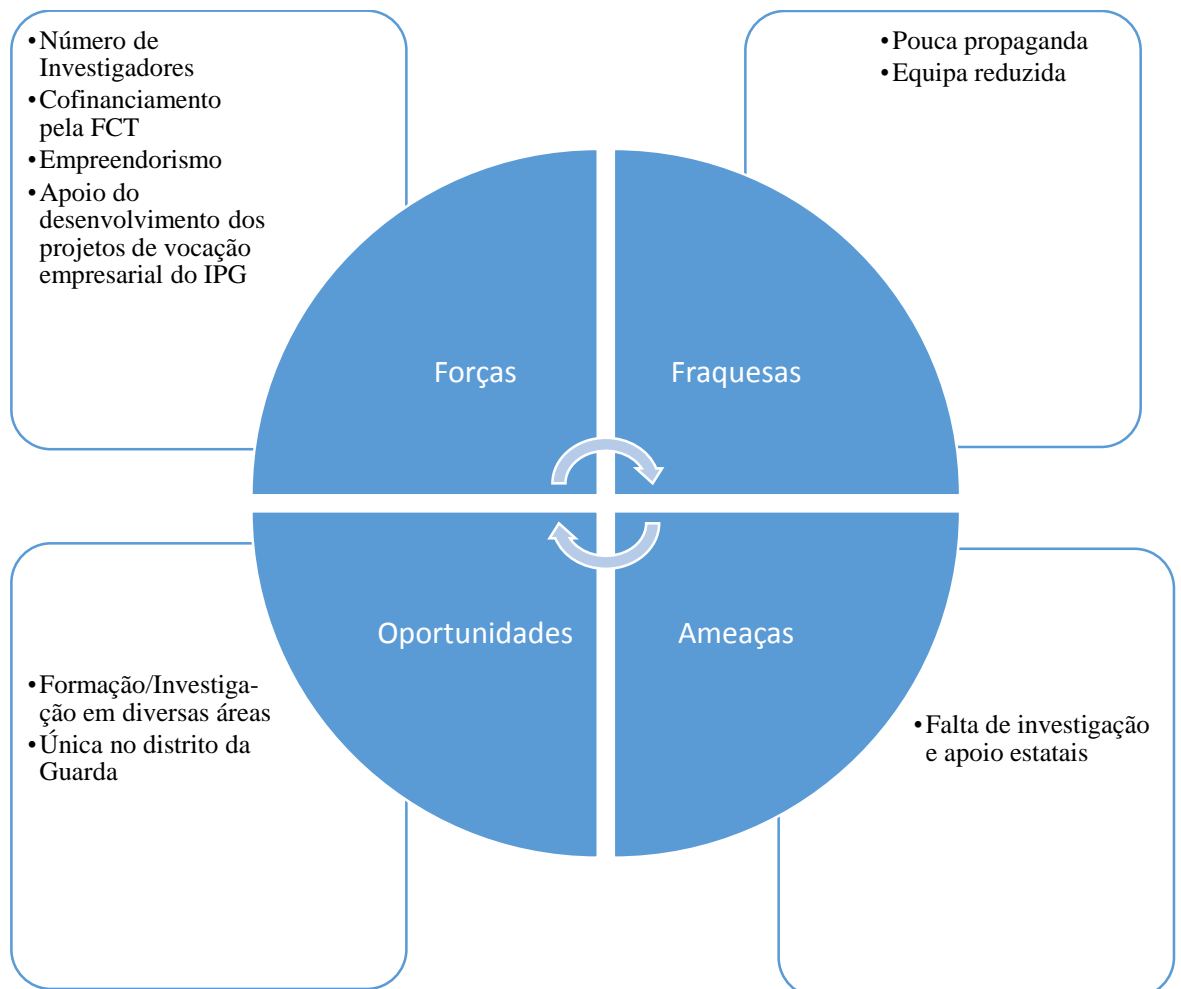


Figura 06 | Hierarquia de cargos
Fonte: Adaptado pela estagiária

1.5 ANÁLISE SWOT

Esta técnica de análise tem a sua autoria atribuída a *Albert Humphrey*, líder de um projeto de análise realizado na *Universidade de Stanford*, nas décadas de 1960 e 1970, contudo, há quem defenda que a metodologia de análise era já conhecida em 500 a.C. quando *Sun Tzu* (544 a.C. – 456 a.C.) usou a seguinte frase, “concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças”. No seguinte quadro, é apresentada a análise *SWOT* efetuada sobre a UDI.



Quadro 01 | Análise *SWOT* segundo a técnica de *Albert Humphrey*

Fonte: Estagiária.

1.6 PRINCIPAIS PROJETOS DA UDI

1.6.1 OBSERVATÓRIO DE TURISMO DA SERRA DA ESTRELA



O Observatório de Turismo da Serra da Estrela (OTSE) pretende ser uma mais-valia na investigação científica, uma vez que se trata de uma^(Figura 07) plataforma tecnológica que permitirá a partilha de informação de modo eficiente e económico. A filosofia, a estrutura e a organização deste observatório serão marcados por estudos de base científica da área do turismo sobre a região da Serra da Estrela e pela produção de informação crítica para o setor turístico, na avaliação da dinâmica da oferta e da procura.” Este observatório está a ser desenvolvido por investigadores da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda” (Roque *et al.*,2012:262), que numa fase embrionária é um dos projetos financiados e desenvolvidos pela UDI.

Figura 07 | Identidade Visual OTSE

Fonte:

<http://www.ipg.pt/udi/projecto.aspx?IDprojecto=9>,

acedido a 31 de novembro de 2015

1.6.2 POLIEMPREENDE

O poliempreende é um concurso que procura apoiar projetos de ideias de negócio inovadoras com propósitos reais de implementação no mercado, “integrado na UDI como uma atividade de fomento do empreendedorismo, o projeto pretende ser mais do que um concurso de ideias de negócio, sendo o seu objetivo fundamental promover o espírito empreendedor e a criação de novos negócios. Pretende, ainda que, em conjunto com outras atividades da UDI e estruturas criadas no Politécnico, como os Policasulos, contribuir para o desenvolvimento económico regional e nacional”^(Figura 08) (Poliempreende, 2015). O concurso destina-se a estudantes e a



Figura 08 | Identidade Visual PoliEmprende

Fonte:

<http://www.ipg.pt/poliempreende>,

acedido a 21 de novembro de 2015

docentes, diplomados de qualquer grau pelas instituições que que fazem parte do poliempreende.



Figura 09 | Revista Egitânia

Fonte:
<http://www.egitaniasciencia.ipg.pt/>, acessido a 21 de novembro de 2015

1.6.3 REVISTA EGITÂNIA

Propriedade do IPG, representa um empenho constante em apoiar e promover a atividade de investigação, não só por investigadores da UDI, mas também por outros investigadores nacionais e internacionais.

A revista Egitânia *Scientia* “é uma publicação periódica que pretende publicar os resultados da investigação sobre o desenvolvimento de novas teorias de pesquisa, metodologias e suas aplicações. Os artigos publicados devem abordar claramente as implicações práticas das pesquisas relacionadas” (Figura 09) (Egitânia *Scientia*, s/d).

1.6.4 PRODUZ IDEIA

O projeto produz ideia (Figura 10) pretende a promoção da criatividade e das competências empreendedoras nas crianças do Ensino Básico.

Tendo a noção que para haver empreendedores no futuro a chave está em desenvolver as atitudes e os comportamentos das crianças, e em sintonia com a estratégia europeia para o empreendedorismo a UDI considerou que tinha de desenvolver projetos mais orientados para outros níveis de ensino, que não só o do ensino superior, como já tem vindo ser a sua prática de atuação.

Figura 10 | Site Produz Ideia

Fonte:
<http://www.ipg.pt/udi/produz-ideia/>, acessido a 21 de novembro de 2015



Parte 02

Atividades

Através da realização deste estágio curricular, tive a oportunidade e o desafio de me inserir no mercado real, aplicando os conhecimentos que adquiri durante o meu percurso académico aos casos reais da instituição acolhedora. No fundo, o estágio permitiu-me ter uma visão mais ampla de como é exercer a profissão de *designer* de comunicação.

Um *designer* procura comunicar com as pessoas, pois design “serve para vender coisas e ideias para ganhar dinheiro ou para ampliar agendas políticas. Mas, nesta altura, podemos tomar consciência de que também serve para criticar esses mesmos comportamentos. Serve para esclarecer as coisas, serve para enriquecer a nossa vida quotidiana pela adição de camadas de complexidade, matriz e subtileza. Serve para ajudar as pessoas a orientarem-se e a compreender dados” (Twemlow,2007).

Portanto, os trabalhos que desenvolvi foram a nível do Design, e os mesmos são descritos com *timing* a cumprir no cronograma de atividades^(Tabela 1).

⁰¹ “El diseño es un medio, no un fin, y es especialmente efectivo cuando se trata de expresar ideas”

Charlotte & Peter Fiell (2006:64) referem que o “o *design* é um meio, não um fim, e é mais eficaz quando articula uma ideia”⁰¹ é utilizado para informar, identificar, sinalizar, estimular e persuadir.

⁰² “El diseño es como un territorio sin limites deonde las distintas disciplinas, ideas, formas y sensations pueden chocar, fusionarse y crecer. Un espacio para jugar”.

Trata-se de uma profissão levada a cabo pelo *designer* gráfico que estende a sua área de ação aos diversos meios impressos e digitais de comunicação, tais como: o *Branding*, *Packaging Design*, *Design* editorial e *Web Design*.

“O *design* é “como um território expansível no qual diferentes disciplinas, ideias, formas e sensações podem colidir, fundir-se e crescer. Um espaço interativo (aberto a tudo e a todos) para conversas, para experimentações, para exploração...para diversão!”⁰² (Charlotte & Peter Fiell, 2006:64).

2. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

É importante que o profissional tenha a capacidade de gerir orçamentos, informação, pessoas e tempo de forma a manter uma boa gestão dos seus projetos. Os esquemas desenvolvidos mais comuns são as redes de *PERT* ou os diagramas de *Gantt*.

Optei pelo diagrama de *Gantt* que se apresenta sob a forma de um quadro quadriculado onde:

- cada coluna corresponde ao tempo;
- cada linha corresponde a uma atividade a realizar.

Junho	Julho	Setembro
Anuário Científico	Identidade Visual PIN Captação, Edição de vídeo	Captação, Edição de vídeo

Tabela 01 | Cronograma de atividades

Fonte: Estagiária

2.1 ATIVIDADES

Cada atividade desenvolvida é descrita num processo geralmente subdividido em três fases: o enquadramento teórico (introdução genérica sobre a área de design aplicada na atividade), a proposta (caracterização e objetivos da atividade) e a metodologia (pré-desenvolvimento, desenvolvimento e conclusão/resultado da atividade).



Figura 11 | Logotipo
Indesign

Fonte:

https://www.google.pt/search?q=pijama+flanela&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjns_zspPHKAhUBmhQKHSbnBBkQ_AU1BigB#tbm=isch&q=adobe+indesign+logo&imgsrc=zaZrcRA5C4a8fM%63A, acessido a 3 de dezembro de 2015

2.1.1 ANUÁRIO CIENTÍFICO DOS ESTUDANTES

O Design Editorial, é aplicado em várias *medias* como: jornais, livros, revistas, anuários, folhetos e *e-books*, onde os elementos visuais (textos, imagens, fotografias, ilustrações) são ordenados numa só página, de modo a promover uma interação entre eles que transmitirá uma determinada mensagem dentro de determinado contexto. A esta composição dos elementos gráficos na página denomina-se por paginação ou diagramação.

Optei trabalhar com *Adobe Indesign* (Figura11), uma vez que o *software* permite ter um controlo preciso sobre a formatação de texto, tipografia, cores, efeitos, *layout*, estilos de parágrafos e caracteres, importação de elementos gráficos e entres outros. A sua elevada compatibilidade e facilidade de integração com outras aplicações complementares, como o *Adobe Photoshop* e o *Adobe Illustrator*, tornando-o numa das principais ferramentas de trabalho das agências de publicidade, *ateliers* de design, editoras de jornais e revistas, indústrias de embalagens, departamentos de *marketing*, entre outras.

Como visto anteriormente, o *design* editorial engloba todo tipo de publicação e as funções destes produtos podem ser culturais, informativas, didáticas, lúdicas, publicitárias e de entretenimento, podem ainda agregar mais do que uma função.

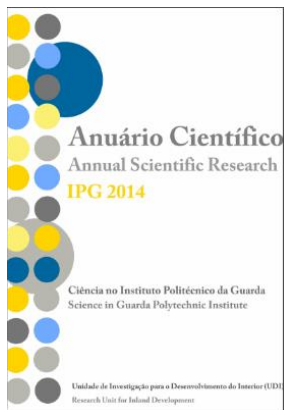


Figura 12 | Anuário
Científico de 2014

Fonte:

http://www.ipg.pt/udi/files/anuariocientifico_2014_final.pdf, acessido a 7 de dezembro de 2015

2.1.1.1 PROPOSTA

Todos os anos a UDI lança anualmente um anuário científico, um documento que integra toda a atividade científica realizada no IPG (Figura12).

Na primeira semana de estágio coube-me terminar a paginação do anuário científico referente ao ano 2015, atividade que inicialmente foi desenvolvida em *Microsoft Word* por outra estagiária, que na altura já tinha concluído o seu estágio

curricular. Como opinião pessoal e conhecimento técnico, sugeri um outro *layout*, em busca de agregar a informação com a estética visual, facilitando a legibilidade e fluidez da peça gráfica, resultando numa cativante leitura. Qualquer publicação, seja ela qual for, atinge um determinado público leitor que neste caso para além ser um público português também conta com o público estrangeiro, daí a necessidade de se traduzir a informação para inglês, língua universal.

2.1.1.2 METODOLOGIA

Pré-desenvolvimento: através da pesquisa, é fácil perceber tendências e obter ideias. É com frequência que entramos em *sites* repletos de ideias e criações interessantes para nos inspirar, o “*Designspiration*” e “*Behance*” foram dois desses sites que serviram como estímulo no *brainstorming*. Seguem-se exemplos de *layouts* editoriais que mais gostei e que coloquei em prática no *Adobe Indesign*.



Figuras 13 e 14 |
Exemplos de *Layouts*
para inspiração
Fonte:
<http://designspiration.net/>,
acedido a 7 de
dezembro de 2015

Desenvolvimento: organizar os elementos por tipo de informação, ajuda o leitor a encontrar a devida informação que precisa saber.

Em relação à organização dos textos, esta foi efetuada no *Excel* da seguinte forma: primeiro em ordem alfabética a área de educação e formação e de seguida em ordem alfabética o nome

de cada discente (Figura 15). Feita a organização dos textos, foram de seguida importados para o *InDesign*.

Figura 15 | Informação

dada em *Excel*.

Fonte: UDI.

Grupos gerais	Áreas de estudo	Área de educação e formação
0 Programas gerais	01 Programas de base 08 Alfabetização 09 Desenvolvimento pessoal	010 Programas de base 080 Alfabetização 090 Desenvolvimento pessoal
1 Educação	14 Formação de professores/formadores e ciências da educação	140 Formação de professores/formadores e ciências da educação * 142 Ciências da educação 143 Formação de educadores de infância 144 Formação de professores de ensino básico (1.º e 2.º ciclos) 145 Formação de professores de áreas disciplinares específicas 146 Formação de professores e formadores de áreas tecnológicas
15 2 Artes e humanidades	21 Artes 22 Humanidades	210 Artes * 211 Belas-artes 212 Artes do espectáculo 213 Audio-visuais e produção dos media 214 Design 215 Artesanato 220 Humanidades * 221 Religião e teologia 222 Línguas e literaturas estrangeiras 223 Línguas e literatura materna 225 História e arqueologia 226 Filosofia e ética
27 3 Ciências sociais, comércio e direito	31 Ciências sociais e do comportamento	310 Ciências sociais e do comportamento * 311 Psicologia 312 Sociologia e outros estudos 313 Ciência política e cidadania 314 Economia 320 Informação e jornalismo

Ainda, para que a mensagem não seja deturpada mediante uma má manipulação visual dos elementos utilizados, deve-se seguir alguns padrões e regras, como por exemplo, a hierarquia dos elementos gráficos por ordem de importância. Esta hierarquia, como dito anteriormente, ajuda o leitor a localizar-se no texto, isto é, saber onde iniciar e terminar a sua leitura, ou então, conseguir seleccionar a parte do texto que lhe é mais conveniente. “Quando uma página tem um alinhamento incorreto, onde cada parte do *layout* tem uma informação, sem se preocupar se aquele elemento está ou não atrapalhando o outro, passa uma ideia de desorganização e uma certa bagunça visual, dificultando a compreensão do leitor. De acordo com o princípio do alinhamento, nada deve ser colocado arbitrariamente em uma página. Cada item deve ter uma conexão visual com algo dentro do *layout*” (Ribeiro, 2015).

Uma página *master* é um *layout* que pode ser aplicado rapidamente em diversas páginas, ou seja, os elementos que constituem essa página aparecem em todas as páginas às quais a *master* foi aplicada. Deste modo, para facilitar o meu trabalho, criei uma *master* (Figura 16).

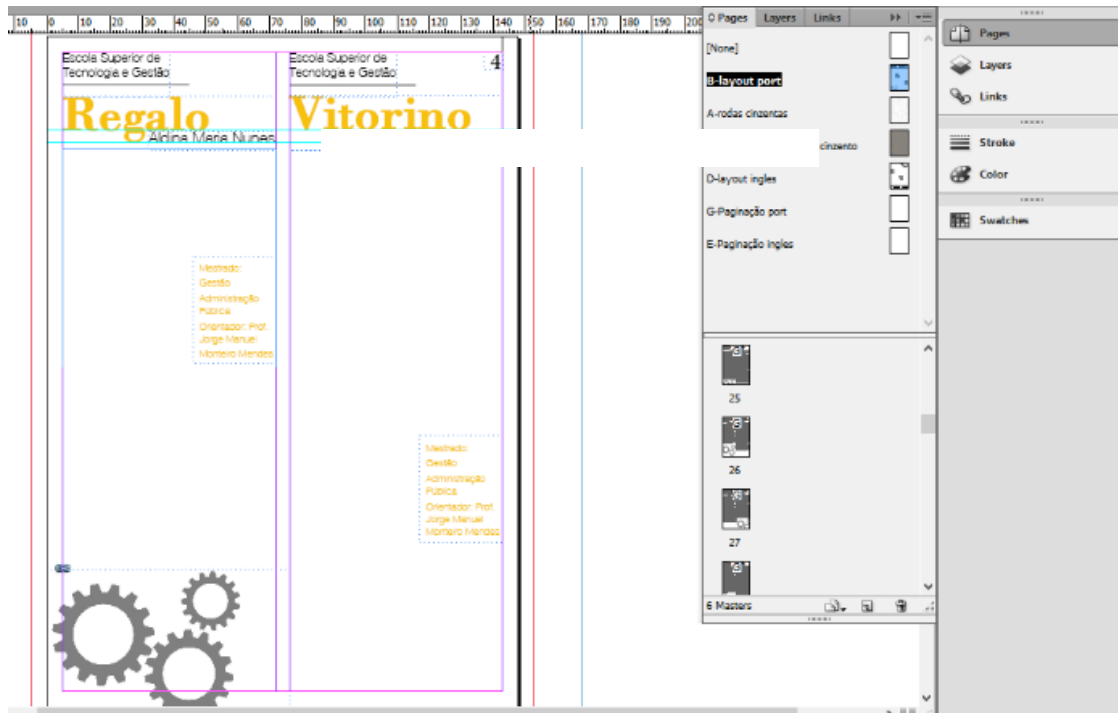


Figura 16 | Layout Page-Master

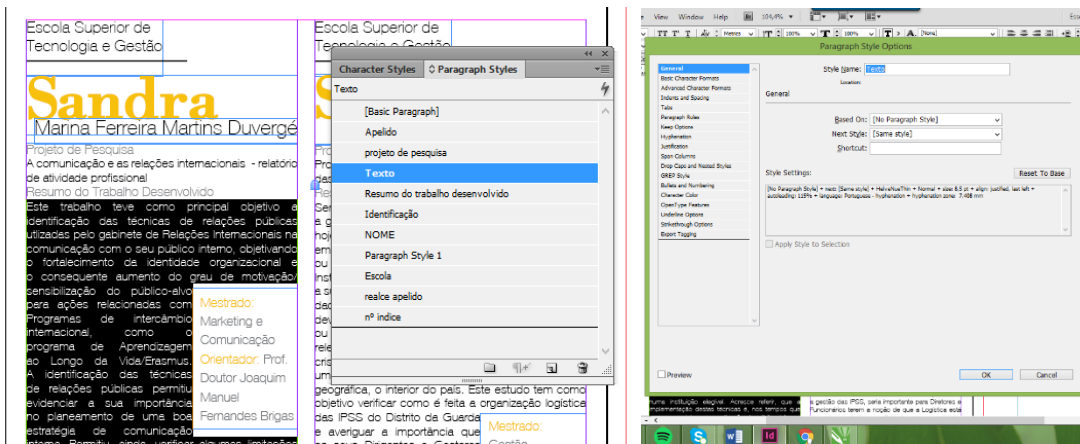
(Margens Top, Bottom, Left e Right: 5 mm; Colunas: 2; Gutter: 4,233mm)

Fonte: Estagiária

Para a formatação do texto, adicionei ao painel Paragraph (Figura17) e Character Styles (Figura18) estilos a aplicar no texto com o mesmo tipo de informação de uma só vez. Outra vantagem da ferramenta é quando se altera a formatação de um estilo, todo o texto ao qual o estilo foi aplicado é atualizado com o novo formato.

Figura 17 | Características do Paragraph Syle “texto”

Fonte: Estagiária



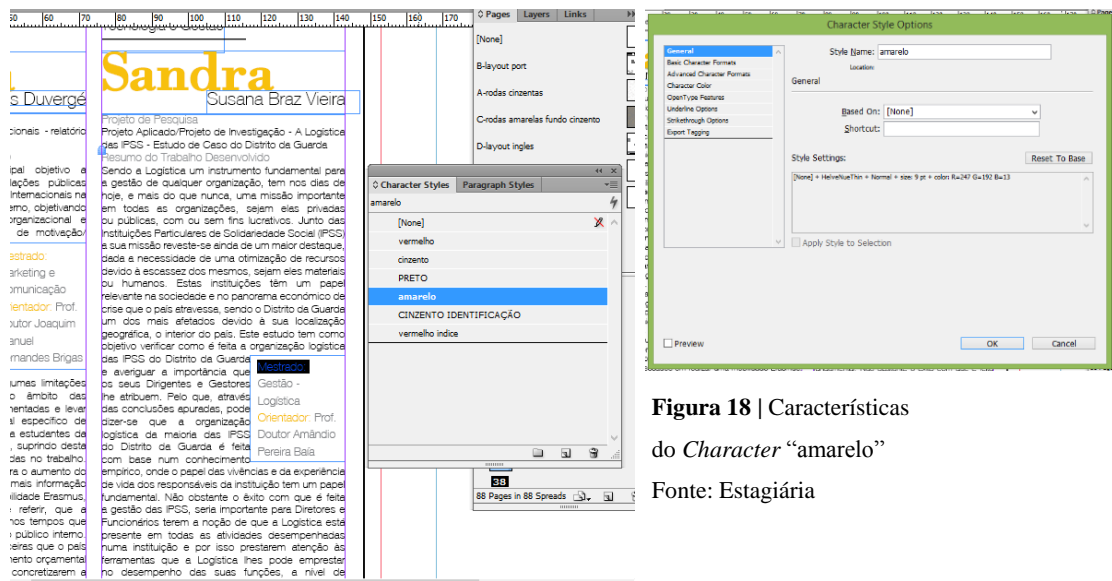


Figura 18 | Características do Character “amarelo”
Fonte: Estagiária

A única imagem utilizada no decorrer do anuário foi a de uma roda dentada que se encontra visível no site da UDI (Figura19), a imagem representa “inovação”, “investigação”, “formação” e “projeto”.



Figura 19 | Banner com a imagem das rodas utilizada no anuário.
Fonte:
<http://www.designculture.com.br/design-editorial-parte-01/>, acessado a 8 de dezembro.

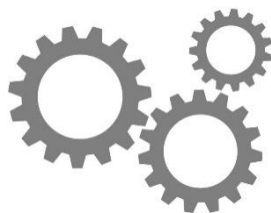


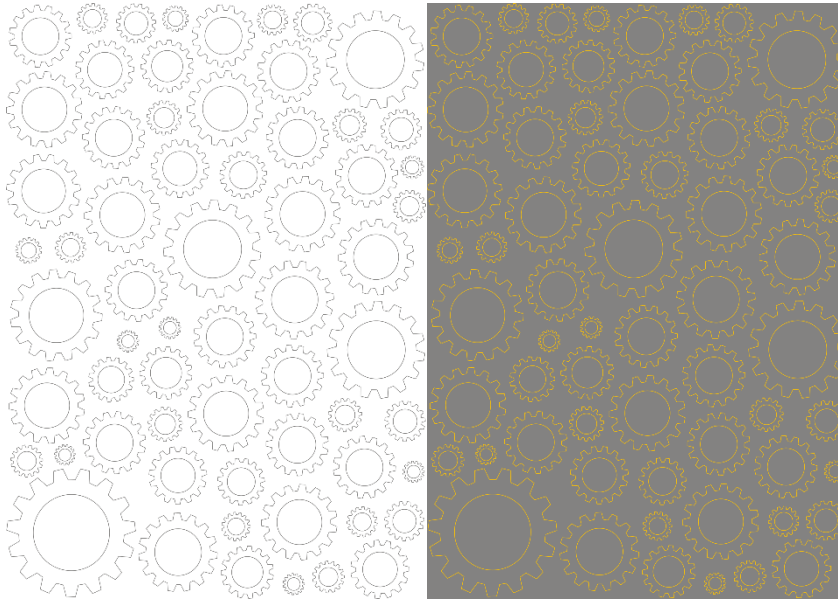
Figura 20 | Imagem das rodas dentadas alterada (C:48/ M:39/ Y:38/ K:24)

Fonte: UDI

Alterei no *CorelDraw* a cor original, vermelho, para cinzento (Figura20), uma das cores associadas à identidade visual da UDI e utilizei-a para preencher os cantos do *layout* sem informação.

Ainda com esta imagem construí no *CorelDraw*, dois padrões com cores diferentes que serviram de separadores entre os idiomas (Figuras 21 e 22). O *CorelDraw* é uma ferramenta de ilustração vetorial e *layout* de página que possibilita a criação e a

manipulação de vários objetos, como por exemplo: desenhos artísticos, publicitários, logotipos, capas de revistas, livros, etc...



Figuras 21 e 22 | Páginas “separadores” do anuário
Fonte: Estagiária

Em questões de *lettering*, escolhi apenas duas famílias tipográficas, que foi o suficiente para fins de variedade visual. Tabak (2014:22), diz-nos que “a escolha de quais fases de tipo misturar deve ser decisiva. É preciso que haja contraste estilístico entre elas para que suas qualidades individuais fiquem evidentes. Misturar duas faces serifadas em estilo antigo e com peso semelhante, por exemplo, parecerá ambíguo: suas qualidades podem ser sutilmente diferentes, mas a decisão de misturá-las parecerá arbitrário”.

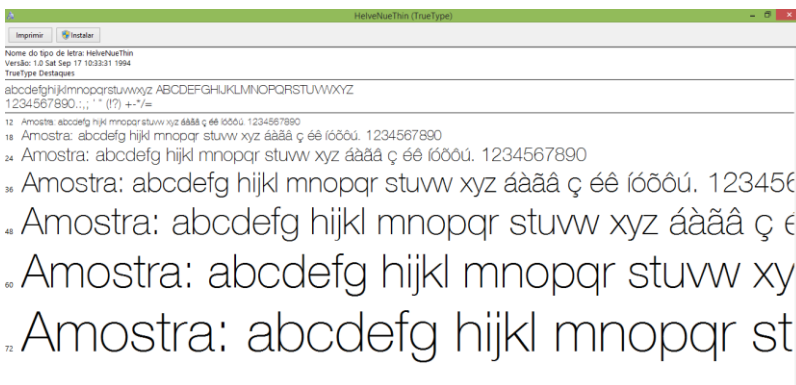


Figura 23 | Font

HelveNueThin

Fonte:

<http://www.1001freefonts.co>

m/, acessado em 12 de dezembro de 2015.

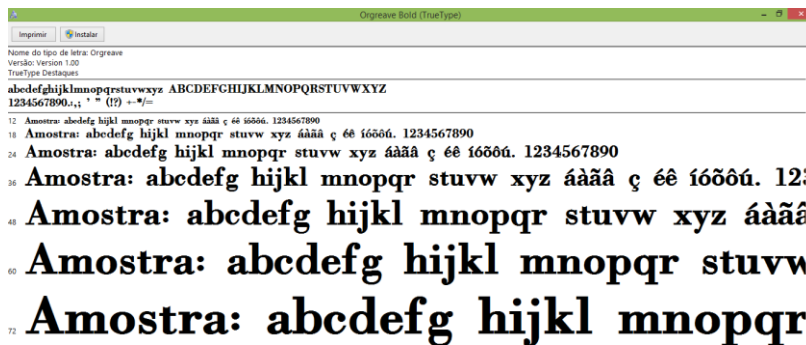


Figura 24 | Font Orgreave

Fonte:

<http://www.1001freefonts.com/>

m/, acessado em 12 de dezembro de 2015.

Com os textos traduzidos em inglês, repeti o mesmo processo que nos passos anteriores.

Para ser diferente das publicações anteriores em que uma dada informação era traduzida em inglês logo a seguir ao português (Figura25), neste anuário separou-se os idiomas em duas partes com orientações diferentes uma da outra (Figura26).

→ ANUÁRIO CIENTÍFICO IPG 2014

→ ANNUAL SCIENTIFIC RESEARCH IPG 2014

Ciência no Instituto Politécnico da Guarda

O Instituto Politécnico da Guarda (IPG), através da unidade orgânica de investigação, a Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior, promove e incentiva a investigação científica nos professores afetos às Escolas, unidades orgânicas de ensino. Os investigadores que compõem a UDI agregam-se em cinco grupos de investigação: Comunicação e Expressão; Saúde; Economia, Gestão e Métodos; Inovação Educacional e Formação de Professores; Desenvolvimento de Produtos e Tecnologia.

O Anuário Científico é um documento anual, criado no seio da UDI, mas integrador de toda a atividade científica realizado no IPG. Assim, a compilação da produção científica terá de traduzir não só os que os investigadores que integram a unidade de investigação produzem, mas também todos os outros que pertencem ao instituto. É, então, através do Anuário Científico que se regista essa informação, procurando-se, ainda expor algumas das principais ocorrências científicas da vida da Instituição.

Este documento está estruturado de acordo com as linhas de investigação decorrentes da UDI, mas integrará no seu conteúdo todos os registos de produção científica da instituição politécnica.

Science in Guarda Polytechnic Institute

The Guarda Polytechnic Institute (IPG), through its organic unity of research, Research Unit for Inland Development (UDI), promotes and encourages scientific research to the schools teachers, IPG teaching organic units. The researchers integrated in UDI are aggregated into five research groups: Communication and Expressions; Health; Economics, Management and Methods; Educational Innovation and Teacher Training; Product Development and Technology.

Figura 25 | Uma das páginas do Anuário Científico de 2014.

Fonte:

http://www.ipg.pt/udi/files/anuariocientifico_2014_final.pdf

accedido a 10 de dezembro de 2015

Figura 26 | Exemplo de uma página em português e depois traduzida em inglês com orientação diferente
Fonte: Estagiária



A capa (Figura 27) foi criada em *CorelDraw*. Para não errar no tamanho da lombada Newton (2006:129), ajuda-nos com o seguinte cálculo: “número de páginas (vezes) a gramatura do papel do miolo (vezes) 2 (dividido) por 28800”. Portanto, neste caso o anuário tem 86 páginas, que seria impresso em papel *Couchê* 115 gramas, assim o cálculo seria o seguinte: $86 \times 115 \times 2 : 28800 = 0,68$ centímetros.

Figura 27 | Capa do Anuário Científico para 2015
Fonte: Estagiária



Conclusão: depois de terminada a atividade, passei à impressão da mesma em suporte papel. O programa *Adobe Indesign* cria documentos em formato próprio, editável, que posteriormente pode ser exportado em diversos formatos específicos de impressão, o anuário foi exportado em PDF.

Partes extratextuais do anuário científico:

- Capa
- Contracapa
- Lombada
- Miolo

O miolo foi impresso em papel *Couchê* 115 gramas, enquanto a capa foi impressa 250 gramas. Para a encadernação^(Figura28 e 29) em primeiro, efetuou-se o corte na guilhotina para se obter o formato pretendido, de seguida pela agrafadora semimanual para as folhas não se soltarem e por fim a colagem da lombada ao miolo.

Encontra-se em anexo a versão final do anuário científico^(anexo02).



Figura 28 | Agrafadora semimanual
Fonte: Fotografia capturada pela estagiária.



Figura 29 | Guilhotina
Fonte: Fotografia capturada pela estagiária

2.1.2 IDENTIDADE VISUAL - PIN

Na semiótica, a marca pode ser um signo, um símbolo ou um ícone. Estudar os signos, códigos e sinais, permite compreender as palavras, imagens, sons e todas as dimensões e tipos de manifestações, pois na comunicação não há mensagem sem signos e, sem mensagem obviamente não haverá comunicação. “Uma marca começa por ser um mero instrumento de sinalização do valor que, facilitando o processo de identificação do produtor, simplifica a vida aos consumidores. Num segundo momento, porém, ela passa também a definir uma área de competência e adquire conotações simbólicas de crescente complexidade” (Castro, s/d).

A identidade visual pode ser composta por um só ou vários elementos, contudo não se deve abusar no excesso dos mesmos porque pode prejudicar a compreensão do leitor. Os elementos que podem compor uma identidade visual são: o **logotipo** (parte escrita/*lettering*), o **símbolo**: (símbolo visual que transmite uma ideia, um produto ou serviço e a **assinatura** (slogan).

Tipos de identidade visual:

- institucional: promove a razão social da empresa;
- produto: identifica a gama de um produto;
- *umbrella*: ao contrário da marca produto, que é específica para cada gama de produtos, a marca *umbrella* identifica várias categorias de produtos, por exemplo, a *Poche* comercializa carros, roupas e relógios.

2.1.2.1 PROPOSTA

Criar uma identidade visual para o concurso *PoliEntrepreneurship Innovation Network* (PIN), o objetivo reside na divulgação do evento, ou seja, trata-se de uma identidade visual do tipo institucional em que não se pretende vender um produto/serviço mas sim dar a conhecê-lo. “ O *design* de identidade corporativa, que esta muito relacionado com o *design* de embalagem, é um meio através do qual as empresas e/ou as marcas podem dar aos seus produtos, serviços um caracter visualmente unificado que os distingue dos outros existentes no mercado. Fundamentalmente para a identidade corporativa é o logótipo da empresa, que normalmente é usado em todas as projeções relativas à empresa, desde o material de escritório ate à publicidade” (Charlotte, & Fiell Peter, 2006:64).

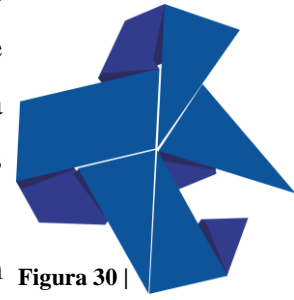
Em parceria com o poliempreende, uma atividade que promove o espírito empreendedor e a criação de novos negócios, o PIN, é um concurso de ideias que premeia a criatividade empresarial, apoiando as melhores ideias de negócio.

O projeto pretende que não só estudantes e docentes tenham ideias inovadoras, mas também com potencialidade de aceitação no mercado, deste modo, o objetivo será a promoção da criatividade e inovação, desenvolvimento da ideia e planificação da ação, até à criação do próprio negócio.

2.1.2.2 METODOLOGIA

Pré-desenvolvimento: procedimento normal é absorver o máximo de informações sobre o projeto, deve-se colocar todas as questões ao cliente, sobre a empresa, produto, marca ou serviço. Deve-se analisar alguns pontos essenciais para se entender exatamente o que se pretende como por exemplo, conhecer o público-alvo, o posicionamento da empresa, fazer uma análise SWOT e entender a estratégia de comunicação.

No *brainstorming*, perante um determinado tema, gera-se o maior número de ideias e cumpre a regra da “não crítica”, de modo a aproveitar tudo de cada ideia por mais absurdo que possa parecer. Muitas vezes é das ideias mais absurdas que nascem os grandes conceitos.



Nesta atividade foi efetuado um breve *brainstorming* com a instituição supervisora, e a ideia debatida foi substituir o ponto do “i” por um pin pregado ao símbolo da identidade visual PoliEmprende^(Figura30). Posto isto, apresentei duas propostas com logotipos diferentes.

Figura 30 | Símbolo da identidade visual PoliEmprende
Fonte: UDI

Como saber não ocupa espaço, pesquisei sobre tipografia/fontes, tendências gráficas, cores, padrões, *case studies*, etc...

Desenvolvimento: em relação à primeira proposta, a ideia foi dar um efeito *origâmi*^(Figura31) ao logotipo. Este *lettering* usa apenas um pequeno número de dobras diferentes, que, no entanto, ao serem combinadas de diversas maneiras, formam desenhos complexos.



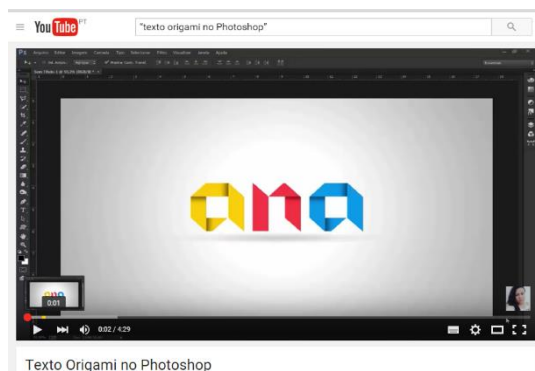
Figura 31 | Exemplo de um *lettering origami*.
Fonte:

<https://cdn.tutsplus.com/vectors/uploads/legacy/tuts/000-2011/438-origami-type/final.jpg>, acessado a 15 de dezembro de 2015.

Acompanhando os passos do tutorial “texto *origami* no *Photoshop*” de Ana Luísa^(Figura32), criei o logotipo no *Adobe Photoshop*.

Figura 32 | Tutorial “texto *origami* no *Photoshop*”.

Fonte:
<https://www.youtube.com/watch?v=i8Z1NUUhum4>,
acedido em 15 de dezembro de 2015



O *Adobe Photoshop* é um *software* de edição de imagens, o programa permite modificar, retocar uma fotografia/imagem, como aplicar efeitos visuais, ajustar cores e até criar montagens. Neste programa com as variadas ferramentas que disponibiliza, pode-se criar uma arte do zero.

Para o pin pregado no símbolo do poliEmpreende, procurei pelo objeto no *Freepick*, um site com “*free vector art, illustrations, icons, PSD and photos*”.



Figura 33 | Resultados da 1ª proposta para a Identidade Visual PIN. Fonte: Estagiária.



Figura 34 | Alfabeto “*Typography-in-retro-style*”. Fonte: <http://www.freepik.com/>, acessado a 15 de dezembro de 2015.

Em relação à segunda proposta, construí um tipo de letra tridimensional. Comecei por vetorizar, com a ferramenta “*pen*” do *CorelDraw*, as letras “P”, “I” e “N” do alfabeto “*Typography-in-retro-style*” (Figura34).

A escolha da cor pode revelar vários estados de espírito: feliz, triste, quente, frio e entre outros. Ou então, a cor pode ser a mesma que representa o produto/serviço, como aconteceu neste caso, tal como no símbolo do PoliEmpreende, também apliquei no logotipo tons em azul. “A cor de um produto é muitas vezes determinada não pelo *designer* mas pelo cliente que, por vezes, utiliza um consultor independente de cor para predizer futuras tendências preferenciais. A cor pode alterar radicalmente a percepção visual de um produto e pode realçar espetacularmente a sua forma. A cor também pode ser aplicada para tornar o

produto mais fácil de utilizar. A cor pode além disso ser usada para modernizar visualmente um produto já existente de modo a dar tempo ao fabricante para desenvolver o seu sucessor. A cor é um aspeto importante no design industrial na medida em que pode ter forte efeito psicológico e fisiológico nos utilizadores do produto”. (Charlotte, & Fiell Peter, 2006).



Figura 35 | Resultados da 2ª proposta para a Identidade Visual PIN.
Fonte: Estagiária.



Seguindo a ideia de pregar um pin ao símbolo do poliempreeende, utilizei o mesmo que o da primeira proposta.

Depois de ter a forma bem desenhada vectorialmente do logotipo, experimentei vários fontes para a assinatura de maneira a entender qual o melhor estilo que se adequava para traduzir o acrónimo “PIN”. Como se pode ver na figura abaixo, *Batang* (Figura36) foi a fonte que escolhi.

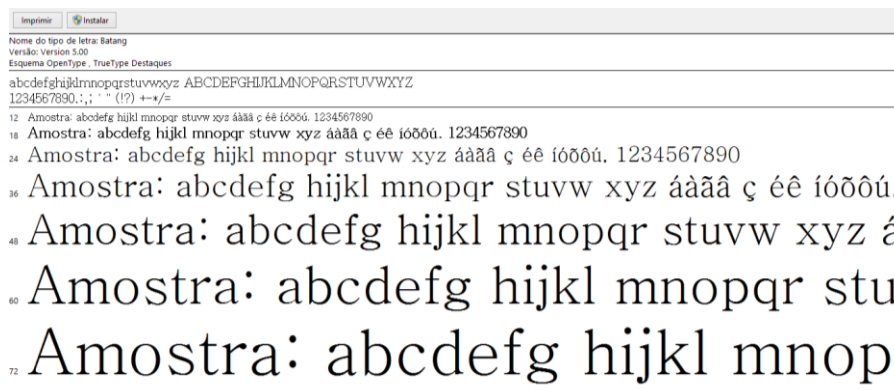


Figura 36 | Letting

Batang

Fonte:

[http://www.fontpalace.com
/font-details/Batang/](http://www.fontpalace.com/font-details/Batang/),

acedido a 15 de dezembro
de 2015

2.1.3 VÍDEOS IPGLABS

Num mercado de trabalho cada vez mais exigente, não só a experiência profissional é valorizada como também a capacidade de polivalência em diversas áreas.

Para além de se valorizar cada vez mais o currículo dos candidatos, existe uma necessidade crescente de contratar profissionais que consigam fazer o maior número de tarefas possível, pois, ter um conhecimento vasto permite, também, saber o que exigir de cada área, de modo a conseguir um resultado final com mais qualidade e menos dispendioso.

POR ONDE COMEÇAMOS ?



Figura 37 | Produção de vídeo.

Fonte:

[http://curtahistorias.mec.gov.br/images/pdf/dicas_producao_videos.p](http://curtahistorias.mec.gov.br/images/pdf/dicas_producao_videos.pdf)

df, acessido a 21 de dezembro de 2015.

2.1.3.1 PROPOSTA

A minha função aqui foi promover, através de vídeo, os laboratórios da UDI sediados no IPG.

Neste projeto não se tratou apenas de edição de vídeo (pós-produção), mas também da pré-produção e produção.

O papel dos laboratórios do IPG é fundamental, pois é através deles que se podem desenvolver os serviços de inovação que a UDI/ IPG poderá oferecer à comunidade empresarial.

Assim a principal preocupação é conseguir a integração e associação de diferentes áreas do conhecimento de modo a encontrar soluções eficazes para os problemas atuais da sociedade, inovando e complementando as possíveis soluções.

A atividade é dividida em duas partes: a primeira parte, em criar um vídeo com todos os laboratórios do IPG e a segunda em criar um vídeo individual para cada um desses laboratórios, com uma entrevista adicional ao responsável do mesmo.

2.1.3.2 METODOLOGIA

Pré-produção (pré-desenvolvimento): um fator importante para determinar a qualidade do vídeo é o equipamento, a começar pela câmara, optei por trabalhar com uma *DSLR* (*digital single-lens reflex*), devido à sua portabilidade e leveza em comparação a uma câmara de filmar dedicada. A DSLR para além de fotografar, tem uma capacidade de vídeo em *Full HD* e a sua diferença com uma câmara digital compacta é o seu funcionamento, para começar, a qualidade da imagem é superior, o que favorece em ambientes com pouca luz, por exemplo, oferece mais possibilidades de ajustes manual, possibilita o uso de acessórios como flashes externos e material de captação de áudio e possui *Live Preview*, isto é, ver a imagem que vai ser capturada no visor *LCD*, atrás da camara.

Depois da câmara, vêm os acessórios, o uso de um tripé durante a filmagem é altamente recomendado para evitar tremores na imagem e para também garantir uma boa qualidade de som, requisitei um microfone.



Figura 38 | Exemplo de uma câmara profissional (DSLR). Fonte:

https://www.google.pt/search?q=ti+pos+de+plano+video&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjG1qvCs5bKAhWENxQKHbVQB0sQ_AUIBygB#tbm=isch&q=camera+dslr,
acedido a 21 de dezembro de 2015.

Depois de escolhido o equipamento, o primeiro passo da pré-produção é a familiarização, isto é, experimentação do equipamento, pesquisa teórica e de tutoriais sobre técnicas e uso do equipamento e observação de diferentes tipos de trabalhos realizados na área de vídeo. A minha principal fonte de inspiração foi no site *Vimeo* (Figura39), um sítio de partilha de imensos vídeos.

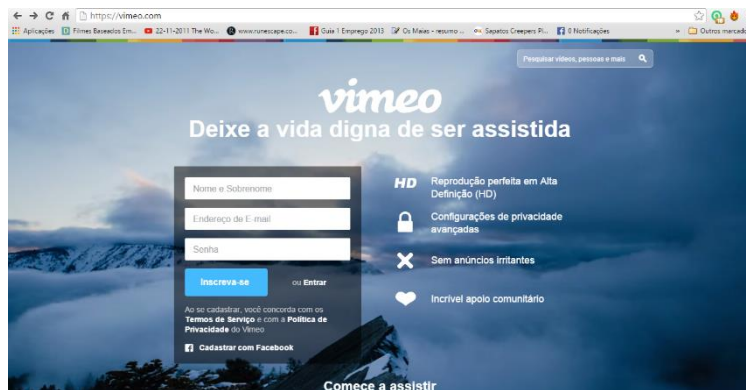


Figura 39 | Site Vimeo

Fonte:

https://vimeo.com/upgrade?dclid=CNCA7qekn8oCFQesFgodz_oLpA&gclid=Cj0KEQjAn8i0BRDUR-HV1PCTy4UBEiQAPuFr9P5IzOxFZnMTSt6x1txZpVomAQBXRFQ4FPWsZ2GIZa4aAi7u8P8HAQ&gclid=aw.ds&utm_campaign=1655&utm_medium=google-upgrade-brand_vimeo_alone_vimeo_exact-tpb&utm_source=search&utm_term=vimeo, acedido a 21 de dezembro de 2015.

No segundo passo era suposto realizar um planeamento para evitar dificuldades durante as filmagens. Optei por analisar planos e ângulos de filmagens em imagens (Figura40) e em diversos vídeos⁰⁵ na internet para depois colocar em pratica os que mais me interessaram.

Na realização da entrevista, foi colocada sempre a mesma questão aos entrevistados: “O que fazem neste laboratório?”.



Figura 40 | Planos de vídeo

Fonte: <https://s-media-cache-pinning.com/736x/d5/7d/89/d57d89d2ab1df301973deafd176e3c8.jpg>, acedido a 21 de dezembro de 2015.

⁰⁵ Links de vídeos que gostei no *vimeo*:

- <https://vimeo.com/605553>
- <https://vimeo.com/742120>
- <https://vimeo.com/99857315>
- <https://vimeo.com/71976627>

Produção (desenvolvimento): chamamos produção o início das filmagens propriamente ditas, e que pressupõe que todos os itens de pré-produção já estejam resolvidos. Especificamente, na produção, tem-se nas mãos o planeamento, que neste caso levei um guião com a teórica que pesquisei na internet (ISO, diafragma e obturador) para me auxiliar na gravação das imagens.

Mesmo durante a fase de produção, é necessário continuar um trabalho de pré-produção, para que tudo esteja a postos, para que não ocorram atrasos nas filmagens. Por vezes é necessário confirmar, alterar e arranjar o *set* de filmagem, as personagens, as técnicas, etc...

Tudo isto tem de ser feito com relativa antecedência.

Pós-produção: analisei e selecionei os melhores vídeos para editar no *Adobe Premier* (Figura41). O *Adobe Premiere* para além de ser a melhor ferramenta de edição de vídeo conta com a interatividade de outros programas da marca *Adobe Systems*, noutras outras palavras, pode-se copiar e colar arquivos do *Adobe Flash* no *Adobe Premier*, como de outros programas, ou vice-versa.

Criei no *Adobe Flash*, animações para as legendas que de seguida importei (Figura 42) para o *Adobe Premier*, para assim dar mais dinamismo aos vídeos. O *Adobe Flash* é um *software* que apesar de suportar imagens *bitmaps* e vídeos é utilizado geralmente para a criar animações interativas em “swf” (*Shockwave Flash File*) que funcionam em navegadores *web* e também por meio de *desktops smartphones e tablets*.



Figura 41 | Logotipo *Adobe Premier*

Fonte:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/17/Adobe_premiere_logo_vector.svg/2000px-Adobe_premiere_logo_vector.svg.png, acessado a 21 de dezembro de 2015.

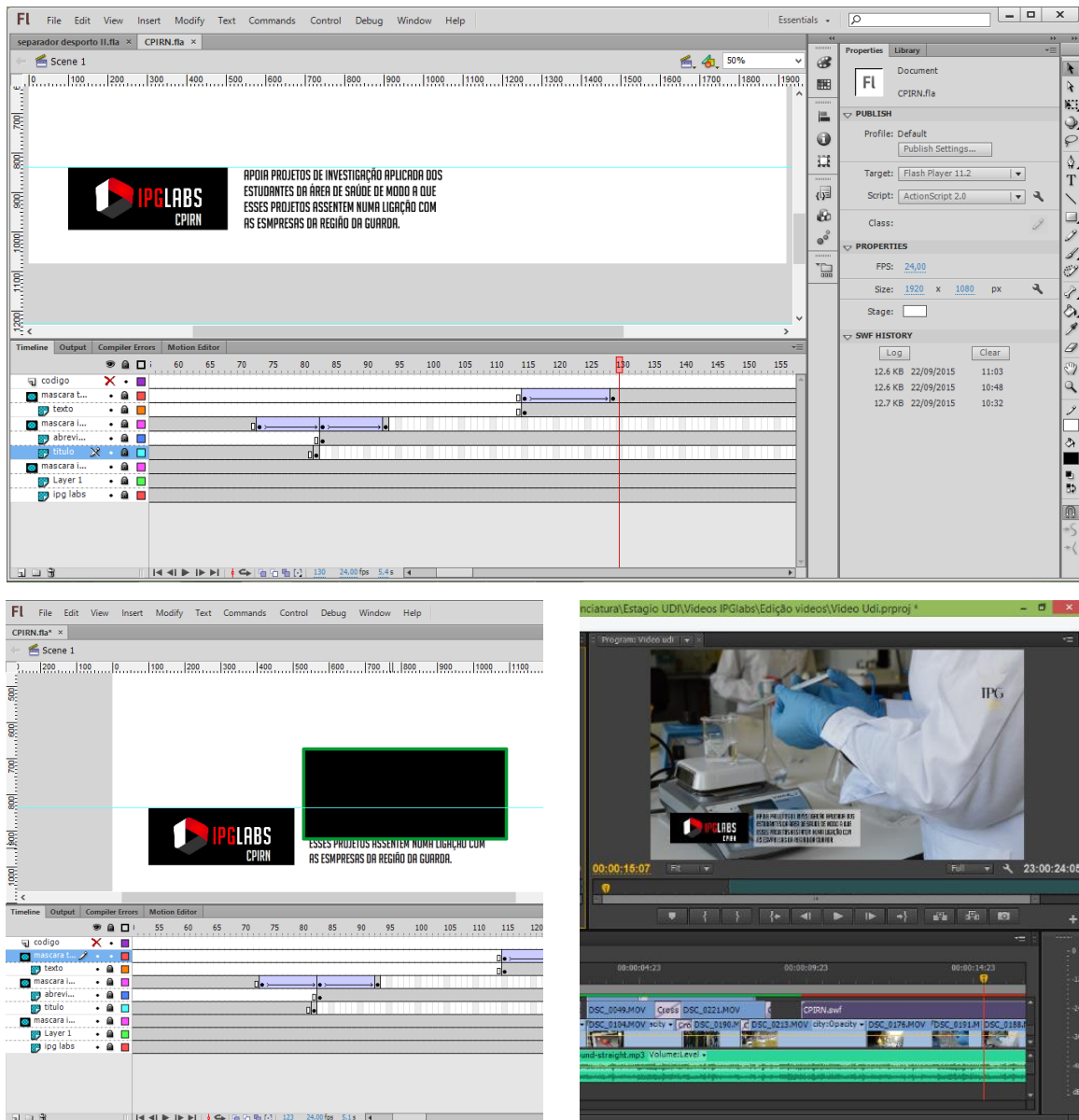


Figura 42 | Importação de uma animação SWF para o *Adobe Premier*

Fonte: Estagiária

Quase todos os vídeos possuem algum tipo de edição, para se eliminar partes longas sem falas, a respiração do entrevistado (Figura43), erros de gravação e dar mais dinamismo (Figura44), contudo, não se deve abusar nos efeitos artísticos, o que mais importa é o conteúdo que deve ser transmitido de maneira clara e objetiva.

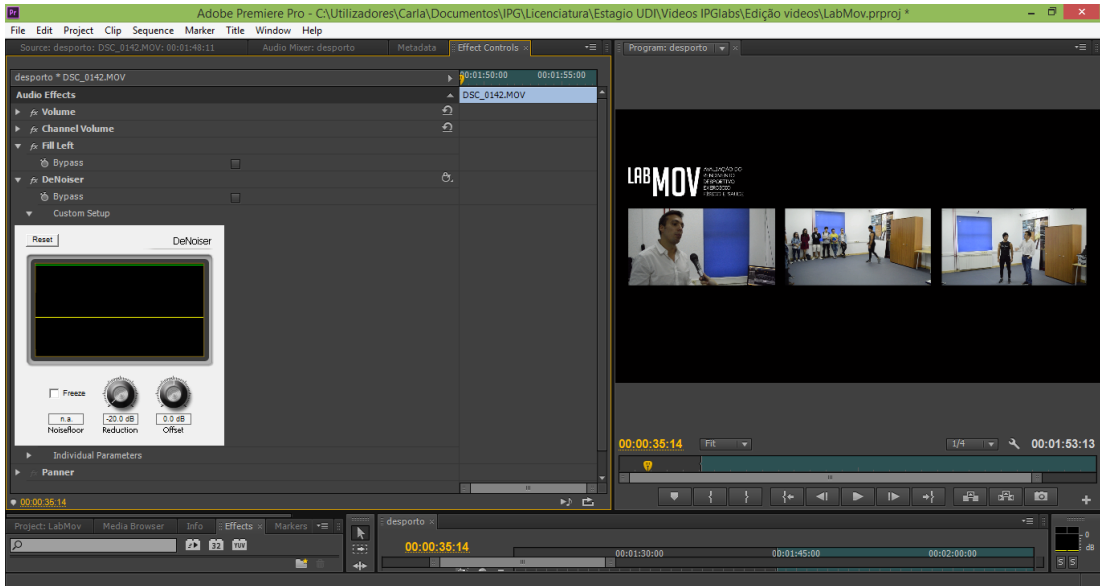


Figura 43 | Efeito de áudio *DeNoiser* em *Adobe Premier* do vídeo “LabMov”, para retirar ruídos
Fonte: Estagiária

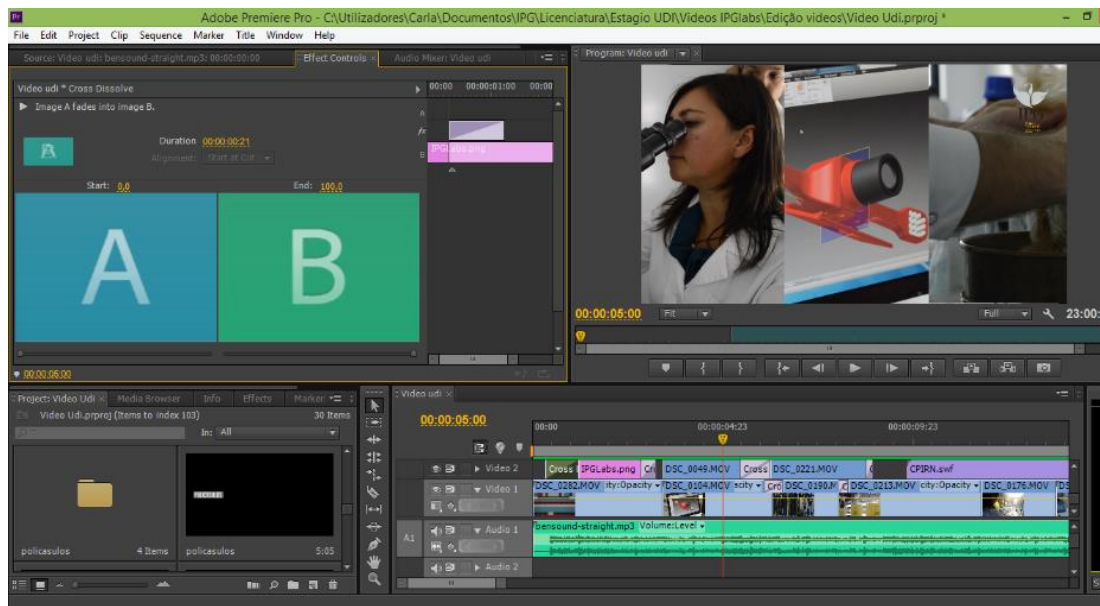


Figura 44 | Efeito de vídeo *Cross Dissolve* em *Adobe Premier* do vídeo “LabMov”
Fonte: Estagiária

Por fim, os agradecimentos e créditos. Materiais que envolvam entrevistas, grafismo, fotografias, música e outros cuja

autoria seja de terceiros só serão inseridos no vídeo caso estejam sob domínio público ou sob um documento de autorização de uso desse material.

Neste projeto, foi tudo da minha autoria à exceção da música de fundo. As músicas apesar de estarem sob o domínio público, só poderiam ser utilizadas em projetos multimédia na condição de dar os créditos ao artista. E assim o fiz, no final de cada vídeo, coloquei nos créditos, o nome da música e do site do artista de onde as retirei.

Conclusão: em anexo encontra-se a atividade final dos vídeos^(anexo 3).

REFLEXÃO FINAL

Todas as profissões possuem especificidades concretas e a de *designer* não foge à regra. A profissão requer para além de qualificações académicas, um profissional criativo, original e comunicativo, de forma a encontrar soluções inovadoras, pois só um bom *designer* é capaz de atrair e de persuadir.

Com o estágio curricular pude aprofundar o que já sabia da teoria, ter experiências em contexto de trabalho profissional e, ao mesmo tempo, evoluir e procurar a autonomia no exercício futuro da profissão. A experiência foi indispensável para ver que o conhecimento é fundamental na vida académica, que todos os artigos lidos, todos os trabalhos realizados ao longo do curso, todo o seu conteúdo foram uma ferramenta indispensável para dominar as técnicas aplicadas em cada atividade.

Ter um emprego nos tempos de hoje, não é tarefa fácil e torna-se mais do que nunca necessário recorrer a toda a nossa agilidade e criatividade para dar a volta à crise e continuar a trilhar o caminho que tínhamos traçado. Tentei assim desfrutar ao máximo de todos os momentos proporcionados. As trocas de ideias com professores experientes, o relacionamento num meio formal e a responsabilidade de não querer desapontar expectativas foram realidades que me fizeram crescer.

Todas as tarefas foram importantes, algumas delas cansativas, por exemplo captação de vídeo, mas quando são feitas da forma correta só se tem a aprender com elas. O aspeto mais positivo deste estágio e que me alegra profundamente foi o facto de me terem dado credibilidade ao meu trabalho merecendo a sua produção.

Tal como na atividade de vídeo, espero voltar a conseguir superar os meus limites e desenvolver mais competências noutras áreas que até agora ainda não me aventurei.

BIBLIOGRAFIA

Castro, João (s/d). *A marca*. In Lindon, Denis; Lendrevie, Jacques; Léry, Julien; Dionisio, Pedro; Rodrigues, Joaquim (2004). *Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Don Queixote.

Cesar, Newton (2006). *Direção de arte em propaganda*. (8ª edição). Brasília: Senact.

Egitania Sciencia (s/d). *Egitania Sciencia*. Consultado 21/nov. de 2016 em:
<http://www.egitaniasciencia.ipg.pt/apresentacao.aspx>

Fiel, Charlotte & Peter (2006). *Contemporary graphic design*. Taschen GmbH.

IPG, Centro de Informática (2014) *Poliempreende, Projetos de Vocação Empresarial*. Consultado a 21/nov. de 2016 em:
<http://www.ipg.pt/poliempreende/default.aspx>

IPG (s/d). *Nova Simbologia*. Consultado a 20/nov. de 2016 em:
http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1

Produz Ideia (s/d). *Produz ideia, Projeto de criatividade e empreendedorismo*. Consultado a 21/nov. de 2016 em:
<http://www.ipg.pt/udi/produz-ideia/>

Ribeiro, Mauri (2015). *Design editorial – Parte#1*. Consultado a 25/nov. de 2016 em: <http://www.designculture.com.br/design-editorial-parte-01/>

Roque, Vitor; Fernando, Gonçalo; Sardo, Anabela; Martins, José; Melo, António; Duarte, Pedro (2012). *Observatório de Turismo da Serra da Estrela: Um instrumento para a sustentabilidade do turismo na Serra da Estrela*. In “Revista Turismo e Desenvolvimento”. Consultado a 25/nov. de 2016 em: https://www.google.pt/?gfe_rd=cr&ei=Zr-OVqPXErSp8weS67agAQ&gws_rd=ssl#q=observat%C3%B3rio+de+turismo+da+serra+da+estrela

Tabak, Tatiana (2014). *Pequeno livro de dicas de diagramação*. Rio de Janeiro: Pua-Rio.

Twemlow, Alice (2007). *Para que serve o design gráfico?*. Brasil: Gustavo Gili.

Anexos

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 - Plano de Estágio

Anexo 2 - Anuário Científico

Anexo 3 – Atividade final de vídeo

ANEXO 1 – PLANO DE ESTÁGIO

ANEXO 2 – ANUÁRIO CIENTÍFICO

ANEXO 3 – ATIVIDADE FINAL DE VÍDEO