



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Gil Figueiredo Correia

dezembro | 2016





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

GIL FIGUEIREDO CORREIA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO/2016

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO



Discente: Gil Figueiredo Correia

Número da matrícula: 5007927

Escola de ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituição: Instituto Politécnico da Guarda

Curso: Comunicação Multimédia

Docente orientador: Guilherme Francisco Rosa Monteiro

Entidade onde se realizou o estágio: A Pequena Túlipa

Morada da entidade: Av. Marechal Gomes da Costa, nº 574, RC Esq. 4410-146 SFM -
VN Gaia

Website da entidade: www.apequenatulipa.pt

E-mail da entidade: geral@apequenatulipa.pt

Telefone da entidade: +351 22 732 5517

Supervisor do estágio: Paulo Couto

Habilitações literárias: Licenciatura em Cinema e Audiovisuais

Duração do estágio curricular: três meses

Início do estágio curricular: 11 de julho de 2016

Data de término do estágio curricular: 24 de outubro de 2016

AGRADECIMENTOS

Não é ao acaso que a espécie humana se desenvolve e agrupa em sociedade, apoiando-se nos seus semelhantes para ultrapassar todas as dificuldades impostas pela vida. Dessa forma, dedica-se totalmente esta página para prestar os maiores agradecimentos a todas as pessoas que tornaram esta fase da vida do estagiário possível.

Num primeiro instante, deve-se agradecer aos professores do Instituto Politécnico da Guarda, pois estes são os verdadeiros heróis dos nossos tempos. É uma profissão cada vez menos respeitada, mas são estas pessoas que nos transmitem os conhecimentos teóricos, práticos e as suas experiências pessoais que servem como lições de vida. Um agradecimento especial vai para o professor Guilherme Monteiro, que aceitou sem demoras o convite para ser o orientador de estágio. Este agradecimento não é não só pelo apoio e direção concedido no relatório de estágio, como também por todos os conhecimentos transmitidos nas suas aulas.

Existe também a necessidade de agradecer a toda a equipa da entidade A Pequena Túlipa, que aceitaram o desafio de integrar o estagiário nos seus projetos de trabalho e possibilitaram a realização do seu estágio curricular. Nunca se esquecerá da experiência profissional e dos conhecimentos adquiridos sobre a verdadeira face do mercado de trabalho.

Quer-se também agradecer a toda a família do estagiário, pois foi a partir do seu esforço que surgiu a possibilidade de ingressar no ensino superior. É para o estagiário difícil descrever o sacrifício físico, psicológico e as limitações monetárias que os três anos trouxeram à sua mãe e aos seus irmãos. Contudo, pensa-se que todos os seus esforços académicos e profissionais, exercidos nas unidades curriculares e no respetivo estágio curricular, sejam o agradecimento de tais votos de confiança.

Por fim, dedica-se um especial agradecimento à sua namorada Letícia Santiago, que o apoiou (e continua a apoiar) em todos os seus objetivos e sonhos. Pensa-se não estar a exagerar quando diz que a sua força fez dele uma pessoa melhor, sendo muitas vezes a razão do seu erguer. Mesmo quando se pensava que as dificuldades não podiam ser ultrapassadas, esta pessoa permitiu-lhe acreditar mais em si próprio e nas suas capacidades intelectuais, conseguindo por fim ultrapassar tais barreiras.

Escusado será dizer que o estagiário provavelmente ficará sempre em dívida para com todos, pois foram os principais responsáveis pelo seu sucesso académico, que por sua vez representa os alicerces básicos para um bom futuro profissional.

RESUMO

O principal objetivo deste relatório é a apresentação teórica de todo o trabalho realizado durante o período de estágio que por sua vez diz respeito à unidade curricular Estágio, pertencente ao curso de Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto. Este documento visa também descrever todo o percurso profissional e todas as tarefas realizadas pelo estagiário.

Numa primeira fase, apresenta-se a contextualização da empresa e a sua respetiva estrutura interna. Seguidamente, é descrito as atividades e tarefas, interligadas com o enquadramento teórico, que o estagiário concretizou ao longo do estágio curricular. Para além disso, será possível tornar evidente os mais variados conhecimentos de multimédia adquiridos e sua devida importância para o futuro profissional, sob a forma de reflexão final.

O estágio curricular decorreu na empresa A Pequena Túlipa, situada em Vila Nova de Gaia, que se especializa em produções audiovisuais e multimédia. Posto isto, a entidade responsável pelo estágio curricular produz filmes promocionais sobre produtos ou serviços, filmes criativos e artísticos, captação e edição de fotografia e elementos de suporte em *design* gráfico.

O principal objetivo do estagiário foi integrar a equipa criativa e aplicar as suas capacidades em multimédia perante os desafios propostos. Consequentemente, o estagiário exerceu as funções de editor de vídeo, editor fotográfico, *designer* gráfico e operador de câmara durante o trabalho em campo, que por sua vez foram repartidas nos vinte e sete projetos em que o estagiário participou.

O estágio curricular efetuou-se num período de três meses, que se iniciou no dia 11 de julho de 2016 e terminou no dia 24 de outubro de 2016.

Palavras-chave: Edição, Vídeo, *Design* Gráfico, Fotografia, Captação, Multimédia.

ÍNDICE GERAL

| | |
|---|------|
| FICHA DE IDENTIFICAÇÃO | I |
| AGRADECIMENTOS | II |
| RESUMO | IV |
| ÍNDICE GERAL | V |
| ÍNDICE DE FIGURAS | VIII |
| ÍNDICE DE QUADROS | X |
| LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS | XI |
| INTRODUÇÃO | 1 |
| CAPÍTULO I - As empresas: A Pequena Túlipa e AÉREO | 3 |
| 1.1. Empresas APT e AÉREO | 4 |
| 1.2. Estrutura Corporativa..... | 6 |
| 1.3. Identidade Visual das Empresas | 8 |
| 1.3.1. Marca..... | 9 |
| 1.3.2. Logótipo | 10 |
| 1.3.3. Símbolo | 11 |
| 1.4. Metodologia de Trabalho..... | 12 |
| 1.5. Análise <i>SWOT</i> | 13 |
| CAPÍTULO II - Estágio Curricular | 19 |
| 2.1 Objetivos..... | 20 |
| 2.2 Estratégias | 20 |
| 2.3. Plano de Estágio..... | 21 |
| 2.4 Cronogramas do Estágio | 21 |
| 2.5 Atividades e Projetos | 26 |
| 2.5.1. O primeiro contacto..... | 27 |
| 2.5.2. Vídeo Promocional Pála-Pála..... | 29 |

| | |
|--|----|
| 2.5.3. Vídeo Promocional do Município de Alcanena | 32 |
| 2.5.4. Projeto <i>Sandeman</i> | 34 |
| 2.5.5. Projeto Bastos Viegas..... | 37 |
| 2.5.6. Projetos Metalúrgica Medence e Vilartex | 40 |
| 2.5.7. Vídeos <i>iStock</i> | 41 |
| 2.5.8. <i>Making of Sandeman</i> | 42 |
| 2.5.9. Projeto Vila Vita..... | 43 |
| 2.5.10. Edição Fotográfica Litográfis..... | 44 |
| 2.5.11. Projeto <i>Raclac</i> | 45 |
| 2.5.12. Filmagens <i>Perfect Go</i> | 47 |
| 2.5.13. Edição Fotográfica José Maria Vieira | 47 |
| 2.5.14. APT <i>Easy</i> | 48 |
| 2.5.15. Procura de Clientes <i>Online</i> | 49 |
| 2.5.16. Projeto Maxmat | 49 |
| 2.5.17. Adega Cooperativa de Redondo..... | 51 |
| 2.5.18. Projetos Carvema, Braval e ERT | 52 |
| 2.5.19. Madeira e Porto Santo | 53 |
| 2.5.20. Areias Douradas e Paraíso Dourado..... | 53 |
| 2.5.21. A Cebola e o Prego..... | 54 |
| 2.5.22. <i>Banners</i> para Redes Sociais A Pequena Túlipa e AÉREO | 56 |
| 2.5.23. Filmagens <i>Spiralpack</i> | 58 |
| 2.5.24. Universidade Portucalense | 59 |
| 2.6. Dificuldades e Barreiras..... | 59 |
| REFLEXÃO FINAL | 61 |
| BIBLIOGRAFIA | 63 |
| APÊNDICES | 65 |

| | |
|---|----|
| Lista de Apêndices | 66 |
| Apêndice I - Cartaz da curta-metragem A Cebola e o Prego | 67 |
| Apêndice II - <i>Banner</i> para as redes sociais AÉREO | 69 |
| Apêndice III - <i>Banner</i> para as redes sociais A Pequena Túlipa | 71 |
| ANEXOS | 73 |
| Lista de Anexos | 74 |
| Anexo I - Plano de Estágio..... | 75 |
| Anexo II - Declaração de Sigilo Profissional..... | 77 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Equipa de trabalho..... | 7 |
| Figura 2 - Departamentos da empresa..... | 8 |
| Figura 3 - Logótipo da A Pequena Túlipa..... | 10 |
| Figura 4 - Marcas APT e AÉREO..... | 12 |
| Figura 5 - Edição do projeto Pála-Pála..... | 30 |
| Figura 6 - Uso do <i>color correction</i> e <i>color grading</i> | 31 |
| Figura 7 - Edição do projeto Alcanena..... | 33 |
| Figura 8 - Escolhas de novos vídeos..... | 34 |
| Figura 9 - Desenho vetorial da região do Porto..... | 35 |
| Figura 10 - Design dos pontos de interesse..... | 36 |
| Figura 11 - Ferramenta de clonagem..... | 37 |
| Figura 12 - Edição fotográfica em <i>Adobe Lightroom</i> | 38 |
| Figura 13 - Uso da ferramenta <i>mask</i> em edição fotográfica..... | 39 |
| Figura 14 - Edição fotográfica do projeto Vilartex..... | 41 |
| Figura 15 - Sem <i>color correction</i> vs. com <i>color correction</i> | 42 |
| Figura 16 - <i>Making of Sandeman</i> | 43 |
| Figura 17 - Projeto Vila Vita..... | 44 |
| Figura 18 - Edição fotográfica do projeto <i>Raclac</i> | 46 |
| Figura 19 - Edição fotográfica do projeto JMV..... | 48 |
| Figura 20 - Manipulação das imagens do projeto Maxmat..... | 50 |
| Figura 21 - Edição de vídeo do projeto Maxmat..... | 51 |
| Figura 22 - Edição do projeto Adega Cooperativa de Redondo..... | 51 |
| Figura 23 - Edição do vídeo sobre as instalações “Oliva”..... | 52 |
| Figura 24 - Edição dos projetos Paraíso Dourado e Areias Douradas..... | 54 |
| Figura 25 - Realização do trailer da curta A Cebola e o Prego..... | 55 |

| | |
|--|----|
| Figura 26 - <i>Design</i> do cartaz da curta A Cebola e o Prego. | 55 |
| Figura 27 - <i>Banner</i> para as redes sociais AÉREO..... | 57 |
| Figura 28 - <i>Banner</i> para as redes sociais APT. | 58 |

ÍNDICE DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Tabela 1a - Análise <i>SWOT</i> da APT. | 14 |
| Tabela 1b - Análise <i>SWOT</i> do AÉREO. | 17 |
| Tabela 2 - Cronograma do mês de julho. | 23 |
| Tabela 3 - Cronograma do mês de agosto. | 24 |
| Tabela 4 - Cronograma do mês de setembro. | 25 |
| Tabela 5 - Cronograma do mês de outubro. | 26 |

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS

| | |
|----------------|--|
| APT | A Pequena Túlipa |
| ADN | Ácido Desoxirribonucleico |
| DPI | <i>Dots per inch</i> |
| FULL HD | <i>Full High Definition</i> |
| HD | <i>High Definition</i> |
| JPEG | <i>Joint Photographic Experts Group</i> |
| JMV | José Maria Vieira |
| PME | Pequenas e Médias Empresas |
| PNG | <i>Portable Network Graphics</i> |
| RTP | Rádio Televisão de Portugal |
| SWOT | <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threat</i> |

INTRODUÇÃO

De forma a concluir todo o percurso realizado no âmbito da Licenciatura em Comunicação Multimédia, pertencente à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, foi extremamente importante elaborar este relatório de estágio. O seu principal objetivo é descrever todas as tarefas/projetos realizadas(os) durante o período de estágio efetuado na empresa A Pequena Túlipa (APT). Apesar de a entidade oficial do estágio ser a APT, existiu uma necessidade de realizar tarefas para a sua empresa irmã AÉREO, sendo esta especializada em captação e edição de imagens fotográficas e videográficas aéreas.

O relatório de estágio deve ter como seu alicerce uma investigação científica aprofundada. Neste caso, o estagiário apoiou-se em textos informativos especializados na área de multimédia, fazendo uso dessa mesma informação na contextualização teórica de diversos casos. Contudo, deve-se afirmar que foram apenas efetivadas citações de carácter indireto, parafraseando os textos consultados.

Num primeiro instante foi proposto no Plano de Estágio (**Anexo I**) algumas tarefas anteriormente realizadas nas unidades curriculares como a edição de vídeo e projetos de desenho vetorial (design gráfico). No entanto, as restantes propostas passavam por ultrapassar novos desafios e adquirir novos conhecimentos, sendo que ficou descrito no plano de estágio que deveria aprender a ferramenta de edição de vídeo *Final Cut Pro*¹, as novas ferramentas multimédia de manipulação de imagem *Affinity Photo* e desenho vetorial *Affinity Designer* e uma edição fotográfica mais aprofundada utilizando o *software Adobe Lightroom*. Por fim, pode-se afirmar que ficou também descrito no documento a participação ativa nos processos de Pré-Produção, Produção e Pós-Produção de filmes.

Durante o decorrer do estágio foi possível aplicar grande parte dos conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de licenciatura, porém foi ainda mais importante estudar as novas ferramentas e metodologias de trabalho requeridas nas empresas. Por outras palavras, conseguiu-se demonstrar as capacidades intelectuais e criativas, mas sempre com a preocupação em adaptar-se ao ambiente profissional envolvente. Existiu sempre

¹ *Final Cut Pro*, *software* que corre em plataformas *Apple*, dispõe ao seu utilizador o controlo de elementos visuais, auditivos e ainda aplicação de efeitos que melhorem a qualidade dos seus elementos (Hurkman et al., 2012).

uma grande pressão quanto ao papel de ser um profissional autodidata, capaz de captar novos conhecimentos com rapidez, tendo-se conseguido alcançar tais expectativas através de tutorais *online* e na investigação em livros especializados em projetos multimédia.

O relatório está dividido em dois capítulos principais, sendo que no primeiro é feita uma apresentação da empresa no qual se relata vários aspetos da mesma, desde a sua história, os seus departamentos de trabalho, a sua organização interna e a sua metodologia de trabalho. Por outro lado, o segundo capítulo relaciona-se com todos os projetos desenvolvidos, as atividades concretizadas, novas aprendizagens e todas as dificuldades encontradas.

Por último, é apresentada uma reflexão final com evidência na opinião do estagiário sobre a importância do estágio curricular e a relevância que a Licenciatura em Comunicação Multimédia teve na obtenção de uma experiência mais profissional. Torna-se, então, uma reflexão importante e interessante, ainda mais quando provém de um primeiro contacto com o mercado de trabalho na área de multimédia em Portugal.

CAPÍTULO I

As Empresas: A Pequena Túlipa e AÉREO

Este capítulo tem como principal objetivo tornar evidente toda a apresentação das empresas responsáveis pelo estágio, nomeadamente as empresas APT e AÉREO. Será feita uma apresentação das suas atividades desenvolvidas, as suas estruturas organizacionais, identidades visuais, metodologias de trabalho e a histórias das suas conceções.

1.1. Empresas APT e AÉREO

A empresa que oficializou o estágio foi a APT, contudo achou-se extremamente necessário abordar a empresa *spin off*² AÉREO, visto terem-se efetuado bastantes projetos criativos para a mesma.

No remoto ano de 2006, o Dr. Paulo Couto decidiu investir no seu próprio negócio. Já com alguns anos de experiência profissional obtida nos mais diversos trabalhos audiovisuais da Rádio Televisão de Portugal (RTP), acrescentada da sua formação superior em Cinema e Audiovisuais no Instituto Politécnico do Porto, o Dr. Paulo Couto viu uma oportunidade de criar a sua própria *startup*³. A verdadeira razão por detrás de tamanha decisão deveu-se ao facto de querer deixar a sua marca pessoal no mercado audiovisual, conseguindo trabalhar diretamente com clientes que em si depositavam enorme confiança.

O nome original seria Túlipa Azul, porém devido a problemas legais alusivos à identidade corporativa o nome teve de ser alterado para A Pequena Túlipa, algo que viria a ser mantido por mais de dez anos. O Dr. Paulo Couto afirmou-se assim como o diretor e realizador da empresa, sendo o responsável máximo por todas as atividades e setores de negócio da mesma.

Em 2009 chega a excelente notícia de que o Centro de Incubação de Base Tecnológica da Inova Gaia admite a APT, oficializando assim o seu estatuto de *startup*. Dois anos mais tarde, a empresa começa a crescer em projetos, clientes e na própria equipa. Forma-se um escritório pequeno, mas cheio de criatividade, pronto para os novos desafios multimédia. Na visão do Dr. Paulo Couto, APT oferecia um conjunto de ferramentas capazes na construção criativa e original de conteúdos multimédia, mais precisamente fotográficos e

² *Spin off* é um produto/serviço derivado de algo já existente, especializando-se apenas num aspeto específico do produto/serviço original.

³ *Startup* é uma empresa iniciante na indústria tecnológica.

visuais. Para a equipa não era só importante existir no mercado, como também inovar e mostrar uma visão completamente refrescante dentro do que já foi feito. Mais do que apresentar capacidades técnicas, foi preciso recuar e refletir se existia alguma significância dentro das propostas da empresa.

De uma forma geral, o feedback foi bastante positivo, visto ter sido o tempo ideal para novos investimentos a pensar no futuro da área. Enfatiza-se precisamente a criação da empresa *spin off* AÉREO, que tem como principal objetivo especializar-se na captação e edição de imagens aéreas através do uso de *drones*⁴. O portfólio de clientes foi assim estendido pelos mais variados países do continente europeu (Espanha, Bélgica, França), sobrevoando depois para o continente americano (EUA, Brasil) e africano (Angola). A empresa AÉREO foi uma resposta rápida ao crescimento das tecnologias aéreas, apoiando-se na novidade e frescura que esta nova perspetiva traz à arte audiovisual.

Em 2015, ambas as empresas necessitavam de mais visão, criatividade, originalidade e mão profissional. O escritório nunca mais foi o mesmo, sendo a nova casa para mais dois profissionais de multimédia e comunicação, como é o caso da Dra. Mafalda Gomes (*Account* e Produtora) e do Dr. Daniel Assunção (*Motion Animator* e Editor). Esta expansão foi fulcral para o crescimento da empresa e o melhoramento dos seus trabalhos artísticos. Os jovens profissionais trazem consigo uma enorme vontade de criar sempre algo novo, sendo completamente apropriado para quem procura crescer no mercado audiovisual. Desta forma, o lema principal da empresa APT passou a ser: “Uma imagem no princípio de tudo. Vamos contar histórias”. Histórias essas que serão únicas, pois quem as cria tem a sua própria perceção da realidade e a sua única metodologia de trabalho, sendo este o principal produto oferecido pelas empresas APT e AÉREO.

Ambas as entidades se localizam no distrito do Porto, mais precisamente em Vila Nova de Gaia, mesmo junto à costa marítima, na morada Av. Marechal Gomes da Costa, nº 574, Rés do Chão Esquerdo, buscando assim uma forte fonte de inspiração criativa proveniente da natureza. Para além do seu espaço físico, pode-se encontrar a APT no *Facebook* (<https://www.facebook.com/apequenatulipa>), assim como a empresa AÉREO (<https://www.facebook.com/aereopt/>) e podem também visitar os respetivos *sites* oficiais da APT (<http://www.apequenatulipa.pt/>) e do AÉREO (<http://www.aereo.pt/>).

⁴ *Drone* é a tecnologia aérea (robôs), telecomandada por um utilizador, utilizada para captura de imagens com perspetiva aérea.

1.2. Estrutura Corporativa

A metodologia base de uma empresa não passa apenas pelos seus processos de produção, como também deve ter o cuidado de estudar a organização estrutural e hierárquica presente na equipa de trabalho. O bom desenvolvimento dos projetos está interligado com a boa organização profissional, criando assim uma maior fluidez de trabalho durante o decorrer dos processos criativos.

A fragmentação da equipa em vários setores pode influenciar positivamente a transmissão de informação entre os seus respetivos membros. Por um lado, quanto mais próximos socialmente forem os indivíduos pertencentes a uma equipa de trabalho mais aumenta a possibilidade de existirem influências criativas. Porém, essa mesma proximidade permite a partilha de conhecimentos técnicos e opinativos dentro da equipa, originando um ambiente de trabalho mais rico, abrangente e forte (Henttonen, Janhonen, e Johanson, 2013).

Os autores Bowditch e Buono (1992) afirmam que o controlo da qualidade está associado com a organização hierárquica da empresa. Definem também que existem vários tipos de diferenciações organizacionais, sendo elas: a diferenciação horizontal, a diferenciação vertical, a diferenciação pessoal e a diferenciação espacial.

No caso das empresas APT e AÉREO, a estrutura organizacional não é de todo específica, visto utilizar duas diferenciações distintas dentro da sua estrutura corporativa. Num primeiro instante, ambas fazem uso de uma estrutura baseada na diferenciação pessoal, sendo as tarefas distribuídas por cada indivíduo com bases nas suas especialidades. Todavia, tratando-se de uma equipa de profissionais pequena, estabelece-se uma enorme dificuldade em associar um número fixo de responsabilidades e tarefas apenas ao indivíduo mais qualificado para tal. Seguidamente, há claramente uma fundamentação na diferenciação horizontal, onde o mesmo indivíduo pratica diferentes tarefas (algumas fora das suas especialidades), transformando cada pessoa num profissional multifacetado. Não obstante, a qualidade dos serviços nunca é afetada pois esta é devidamente supervisionada pelo profissional mais adequado.

As empresas APT e AÉREO partilham a equipa criativa e as suas respetivas organizações estruturais. Dito isto, ambas as empresas se encontram divididas em três departamentos distintos, sendo eles: Gestão, Comunicação e Multimédia.

O departamento de comunicação tem como principal objetivo efetuar todas as tarefas alusivas ao contacto da empresa com os seus clientes. São aqui realizados serviços de secretariado, de relações públicas, comunicação social e interpessoal (entre os membros da empresa). De seguida, o departamento de gestão tem a responsabilidade máxima dentro das empresas. O seu objetivo é claro e direto, tratando de todos os assuntos de carácter económico como a faturação interna e externa de ambas as corporações. Por fim, o departamento multimédia é onde se realizam os serviços disponibilizados por ambas as empresas. Os principais processos de produção são a captação de vídeo, captação fotográfica, edição de vídeo, edição fotográfica, *design* gráfico, *motion graphics*⁵ e escrita argumentativa. Este afirma-se como o departamento criativo, sendo o responsável máximo pela apresentação dos serviços finais apresentados aos clientes tais como: vídeos institucionais; vídeos promocionais; reportagens; cartazes; *branding*⁶, entre outros.

As empresas necessitavam de alargar os seus postos de trabalho, aumentando a equipa para quatro elementos no ano de 2015, como é possível observar na **Figura 1**.

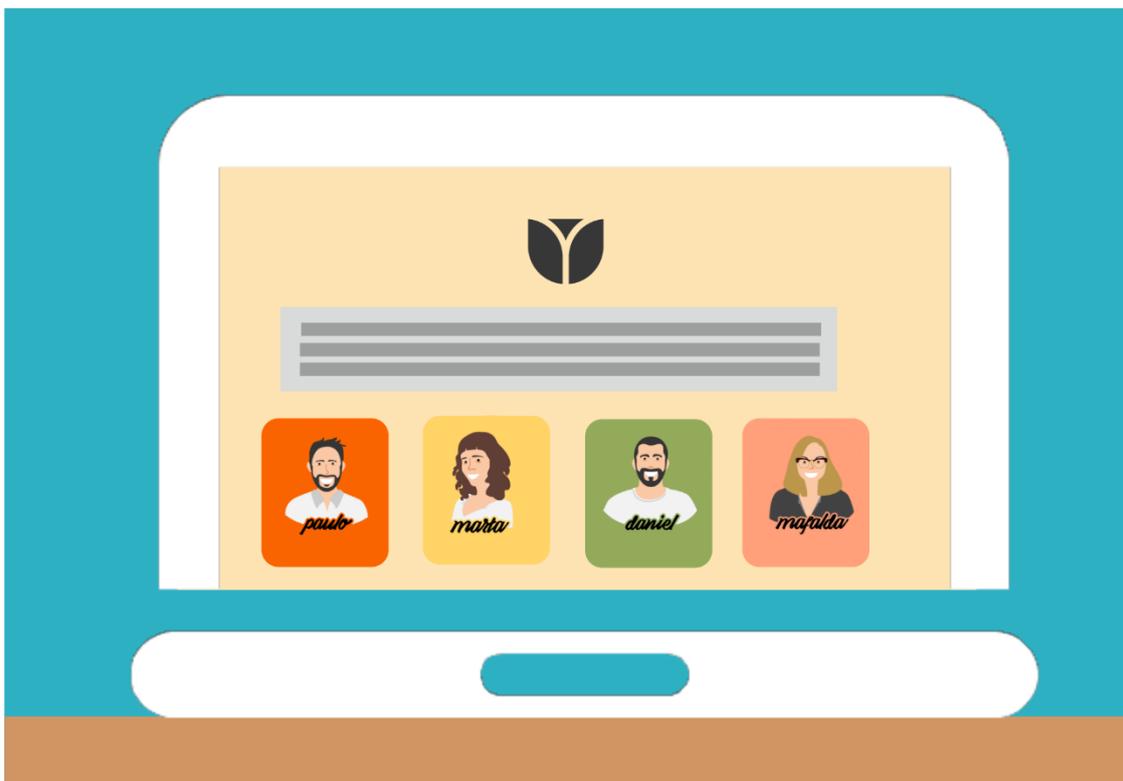


Figura 1 - Equipa de trabalho.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

⁵ *Motion Graphics* é o processo de aplicar animação em elementos gráficos/vetoriais.

⁶ *Branding* é a elaboração gráfica (desenho vetorial) de uma marca comercial.

A **Figura 2** é a representação gráfica de todas as divisões estruturais associadas à equipa de trabalho das empresas APT e AÉREO, assim como a inclusão dos novos membros como a Dra. Marta Marinho, a Dra. Mafalda Gomes e o Dr. Daniel Assunção.



Figura 2 - Departamentos da empresa.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

O departamento de gestão tem como responsável máximo o Dr. Paulo Couto, diretor de ambas as empresas. O Dr. Daniel Assunção e a Dra. Marta Marinho são os profissionais associados ao departamento multimédia, criando todos os serviços digitais partilhados pelas empresas. Por último, o departamento de comunicação está ao encargo da Dra. Mafalda Gomes, sendo responsável pelo sucesso comunicativo das empresas em questão.

1.3. Identidade Visual das Empresas

Todos os elementos gráficos fazem referência à comunicação visual, seja ela propositada ou não. São as imagens captadas pelo sentido da visão que estimulam mais alterações emocionais entre um indivíduo. O autor Bruno Munari (2006) afirma que todos os elementos visuais observados fazem parte de uma comunicação visual, podendo esta ser

interpretada de diferentes maneiras dependendo do seu recetor. Essa mesma comunicação visual é utilizada automaticamente quando se cria a imagem de uma empresa, falando mais precisamente da identidade visual.

A identidade corporativa apresenta-se como o seu ADN, onde o seu criador consegue um controlo praticamente absoluto sobre todos os seus aspetos. Outro aspeto importante é a personalidade própria que cada empresa possui, devendo ser aplicado a todos os elementos pertencentes à sua composição visual (Raposo e Costa, 2011).

Pedro Gonzalez (2006) afirma que os elementos que formam uma identidade visual são: a marca, o logótipo e o símbolo. A identidade visual apresenta-se como um elemento obrigatório a qualquer empresa, permitindo a sua identificação e distinguindo-a das restantes entidades presentes no mundo empresarial.

1.3.1. Marca

O primeiro elemento (marca) é dos aspetos mais importantes quando se fala em identidades visuais. Erradamente, existe a noção de que se deve ter maior atenção aos aspetos gráficos, mas sem uma marca (nome) nenhuma empresa pode existir. A marca identifica e distingue os produtos e serviços de uma empresa no mercado de trabalho, através das suas normas de estruturação (Sampaio, 2002). Por outras palavras, Pedro Gonzalez (2006) refere que de uma forma global uma marca é o nome de uma empresa e depois partilhado com o público. Dito isto, o nome da empresa é possuidor de uma enorme relevância corporativa e empresarial, colocando nas mãos de uma simples expressão os principais elementos responsáveis pelo sucesso de uma empresa no mercado de trabalho. O mesmo autor (González, 2006) dita que o nome deve ser de fácil memorização, simples, coerente, criativo e que tenha em si um significado plausível respetivamente ao produto, serviço ou empresa em questão.

A ideia inicial para o nome da empresa seria Túlipa Azul, contudo depois de alguns problemas legais não havia mais nenhuma solução a não ser a completa mudança. No primeiro ano de existência, em 2006, a empresa alterou o seu nome para A Pequena Túlipa, que continuou o mesmo pelos próximos 10 anos. Se for elaborada uma breve análise ao nome escolhido salta logo à vista um problema significativo: o significado não é de direta compreensão, que por sua vez pode corresponder a uma falta de associação por parte dos clientes. Porém, apesar do enorme risco, a ideia em mente era exatamente

essa. A palavra “túlipa” remete diretamente para a natureza, visto ser a representação alfabética de uma flor. Quer isto dizer que a ideia geral seria fazer com que o cliente pensasse na empresa de forma diferente, com bases mais profundas e filosóficas. Trata-se de proporcionar uma visão bela, diferente e natural nos diversos projetos multimédia realizados pela APT.

No que concerne à empresa AÉREO, a situação apresenta-se diferente, proporcionando um nome de uma noção mais direta e de simples compreensão. O objetivo principal passava por tornar evidente que se trata de uma empresa produtora de conteúdos audiovisuais aéreos, aproveitando a simplicidade da expressão “aéreo” e aplicando-a relativamente aos seus projetos. Enquanto existe uma melhoria na associação da palavra aos serviços prestados pela empresa, o aspeto criativo e diferencial não marca aqui presença. Dessa forma, é astuto afirmar que nenhuma das abordagens é perfeita, pois ambas apresentam prós e contras interessantes.

1.3.2. Logótipo

Mais do que um nome, um logótipo deve tornar evidente o valor máximo da empresa representada. Não é só a existência do nome que conta, mas sim a forma como este pode vir a ser utilizado. De acordo com Egan (2007) um logótipo é um emblema usado para identificar ou distinguir uma marca. Muitas vezes o logótipo é confundido com a própria marca, no entanto é necessário estabelecer as suas diferenciações. Enquanto que a marca se caracteriza como o nome escolhido, o logótipo tem o principal objetivo de aplicar esse mesmo nome de forma criativa e original, utilizando como base algumas ferramentas de produção multimédia. Lampreia (1998) vai ainda mais longe e afirma que um logótipo com qualidade deve primar pela sua memorização, pois esta é inegavelmente uma das suas principais funções quando apresentada em formato de identidade corporativa.



a pequena túlipa

Figura 3 - Logótipo da A Pequena Túlipa.

Fonte: Arquivo A Pequena Túlipa.

Como é possível verificar na **Figura 3**, o logótipo da APT apresenta um toque especial nas extremidades dos caracteres representativos da marca. A função de tal alteração criativa passa pela aproximação visual entre o logótipo e o desenho vetorial existente no símbolo. Por outro lado, o logótipo da empresa AÉREO não sofreu qualquer tipo de alterações referente à fonte tipográfica utilizada.

1.3.3. Símbolo

Quando se visualiza uma marca, grande parte da atenção do consumidor gira em torno dos aspetos mais gráficos. É através do símbolo que se alcança o impacto visual necessário para estimular interesse e proximidade pela marca em questão. O símbolo é o verdadeiro elemento gráfico de uma marca. Juntamente com o logótipo consegue criar a estrutura base de uma entidade visual, estando o seu sucesso agregado às expressões comunicativas, artísticas e estéticas (González, 2006).

O símbolo criado para a marca da APT é de compreensão direta, visto que é a representação vetorial de uma tília. O seu desenho acompanha as tendências modernas, optando por uma representação gráfica simples e fiel quando comparado com o objeto no mundo real. A representação gráfica da empresa AÉREO usufrui de uma maior liberdade criativa. A utilização de cinco círculos e as suas devidas disposições estratégicas remete para a visualização de um *drone*, essencial para captação de vídeos e fotografias aéreas.

A cor é um elemento extremamente relevante para a transmissão de uma mensagem visual. Quando falamos em símbolos de uma identidade visual não há como discutir que esta ajuda a transcrever a imagem para o pensamento cognitivo de quem a observa. Através de várias técnicas, a cor pode proporcionar sentimentos, propósitos e até criar uma relação entre a marca e o seu respetivo cliente (Gordon e Gordon, 2005).



Figura 4 - Marcas APT e AÉREO.

Fonte: Arquivo A Pequena Túlipa.

Na **Figura 4** é possível visualizar as cores utilizadas na criação das marcas das respetivas empresas. Em ambos os casos temos uma simplicidade na abordagem da cor, estabelecendo uma referência a um *design* mais moderno, simplicista e apelativo. No caso da APT é utilizado o branco, que traz consigo associado a pureza, serenidade e beleza encontrada na natureza. A cor utilizada na marca alusiva ao AÉREO é um dourado, que representa o sentimento de riqueza e prosperidade encontrado nos projetos realizados na empresa.

1.4. Metodologia de Trabalho

Uma empresa necessita de traçar os seus objetivos mais importantes e construir um caminho que consiga alcançar todas as etapas destacadas. Um exemplo dessa afirmação está representado sob a forma da metodologia, procurando estabelecer regras de produtividade básicas que possam auxiliar o sucesso comercial de uma empresa. Nuno Ribeiro (2012) afirma que a metodologia de um projeto multimédia possuiu uma enorme importância no seu sucesso produtivo, visto que organiza todas as etapas, previsíveis e imprevisíveis, referentes à realização das tarefas. Existem, por sua vez, alguns cuidados na aplicação de uma metodologia de trabalho, apostando sempre numa constituição mais flexível, não recorrendo a uma estrutura rígida, de forma a possibilitar a sua reorganização caso aconteça algum imprevisto durante o decorrer do projeto.

De acordo com o diretor Dr. Paulo Couto, a metodologia de trabalho praticada pelas empresas APT e AÉREO consiste na elaboração de uma comunicação personalizada, concisa, clara e apoiada, depois, nos melhores elementos visuais possíveis. O uso das tecnologias digitais alusivos à criação de produtos multimédia é deveras importante, contudo a preocupação inicial é de conseguir passar a mensagem que o cliente propõe. Inicialmente, a APT e a AÉREO elaboram uma análise das necessidades do cliente, assim como todos os objetivos por ele propostos. De seguida realiza-se uma proposta de orçamento consoante os serviços requeridos pelo respetivo cliente. Assim que o projeto tiver “luz verde” para avançar, as empresas partem para a fase de pré-produção, onde serão elaborados os guiões do filme, estudo das localizações de filmagem e a observação de elementos climatéricos de forma a proporcionar um trabalho de campo bem estruturado. Após a conclusão desta fase, seguem-se as duas últimas etapas criativas que são a produção e pós-produção, que por sua vez formam o produto final apresentado ao cliente.

Para além da metodologia utilizada na produção dos conteúdos multimédia, existe também a abordagem que as empresas fazem perante os seus estagiários. Esta é claramente importante de referir, pois esses mesmos estagiários são integrados na equipa de trabalho e ajudam no desenvolvimento dos projetos. No caso da APT e da AÉREO, existe uma enorme preocupação em integrar os estagiários curriculares nos desafios criativos, colocando-os na “pele” de um profissional da área. Não só é possível usufruir de importantes experiências de produtividade, como também é possível crescer como profissional ultrapassando as barreiras criadas pela pressão do trabalho.

1.5. Análise *SWOT*

O funcionamento de uma empresa pode ser um fator importante para o seu futuro sucesso. O entendimento de como uma empresa funciona é crucial para compreender a sua inserção no mercado e de como se pode melhorar. Para isso, utilizam-se métodos de avaliação tais como a análise *SWOT*. Este método tem como objetivo verificar quais as forças da empresa e quais as fraquezas que devem ser trabalhadas (Chang e Huang, 2006). Permite verificar fraquezas e forças internas, bem como oportunidades e ameaças externas (Schroeder, Minocha, e Schneider, 2010), demonstrando ser um bom método para elaborar estratégias se for utilizado de forma adequada (Chang e Huang, 2006).

A análise *SWOT* foi realizada pela coordenação e supervisão do responsável das devidas empresas, Dr. Paulo Couto, proporcionando assim maior veracidade informativa.

De seguida, apresenta-se a análise *SWOT* das empresas responsáveis pelo estágio curricular, APT na **Tabela 1a** e AÉREO na **Tabela 1b**.

Tabela 1a - Análise *SWOT* da APT.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| ANÁLISE <i>SWOT</i> DA APT | |
|---|---|
| Análise Interna | |
| Forças | Fraquezas |
| <ul style="list-style-type: none"> - Equipa pequena e coesa; - Selo de qualidade; - Visão criativa, original e jovem; - Equipa especializada; - Bons instrumentos de trabalho. | <ul style="list-style-type: none"> - Equipa criativa partilhada em ambas as empresas (APT e AÉREO); - Ausência de profissionais especializados em outras áreas de multimédia; - Incapacidade de produzir projetos de maior dimensão. |
| Análise Externa | |
| Oportunidades | Ameaças |
| <ul style="list-style-type: none"> - Globalização e internacionalização; - Empregabilidade; - Serviços de multimédia são mais requisitados; - Reconhecimento a nível nacional; - Boa localização permite o alcance a grandes empresas. | <ul style="list-style-type: none"> - Competitividade empresarial; - Crise económica; - Reduzido apoio à área de multimédia em Portugal; - Oferta dos mesmos serviços com menor custo por profissionais <i>freelancer</i>⁷. |

⁷ *Freelancer* caracteriza a produção de trabalhos independentes.

A análise *SWOT* é composta por dois tipos de análise, sendo eles: análise interna e análise externa. Numa primeira fase, foi imprescindível explicar as forças e fraquezas internas referentes à empresa APT.

A equipa que integra uma empresa multimédia tem em si o maior destaque positivo. Um dos pontos fortes da APT é que detém uma equipa de profissionais pequena e coesa, produzindo conteúdos repletos de criatividade e originalidade. A comunicação interpessoal é claramente mais fácil, não necessitando de um cuidado mais reforçado para colocar todos os setores em sintonia. Outra força corporativa existente nesta empresa é o selo de qualidade assegurado em todos os projetos realizados pelas mesmas. A ideia principal é de conseguir criar projetos personalizados, pormenorizados e o mais próximo possível dos requisitos dos clientes. Para além disso, é extremamente importante que exista visão que apele a abordagens originais, modernas e sofisticadas dentro da indústria multimédia. A equipa integrante da APT caracteriza-se como jovem e criativa, preocupando-se em inovar os seus modelos produtivos após cada projeto aceite. Por consequência, o sucesso da aplicação da visão perante as várias fases de produção encontra-se interligada com as capacidades da equipa de trabalho, sendo esta especializada em todas as funções referentes aos serviços disponibilizados pela empresa APT. Constate-se que são necessários bons instrumentos de trabalho para o fluído desenvolvimento das tarefas propostas, visto que permitem progresso no trabalho da equipa de multimédia.

A análise *SWOT* procura colocar em evidência dados transparentes, reais, honestos e práticos. Para alcançar tamanha virtude informativa, é necessário abordar os pontos fracos da empresa com atenção. O facto de ambas as empresas (APT e AÉREO) possuírem a mesma equipa criativa e esta ser de uma dimensão reduzida, impossibilita a produção de conteúdos em todas as frentes multimédia (*design* gráfico, *web design*, novas tecnologias). Como referido previamente, a dimensão da equipa de trabalho é deveras reduzida e naturalmente responsável pela ausência de profissionais especializados em outras áreas. Este é um dos “calcanhares de Aquiles” da empresa, pois impossibilita a fácil expansão da APT dentro do mercado multimédia. Por fim, outra fraqueza é a incapacidade da APT em desenvolver projetos de grande dimensão, uma vez que a sua equipa criativa é constantemente prejudicada devido à sua dimensão limitada.

Após o término da análise interna da empresa, é necessário explorar as oportunidades e ameaças externas provenientes do mundo de trabalho de onde esta se insere.

No que diz respeito às oportunidades, há claramente a possibilidade de tornar os produtos e serviços da APT globais e internacionais. Portugal é um país pequeno e torna-se evidente que ao abranger mercados estrangeiros é criada uma oportunidade para um saudável crescimento corporativo. Para além disso, expandir os setores multimédia das empresas e a expansão de empregabilidade nacional caracteriza-se como uma oportunidade interessante para um aumento de trabalhos e capital económico. Outro aspeto importante é o crescimento constante do requisito de serviços multimédia por empresas alheias à indústria. As empresas têm encontrado cada vez mais valor na publicidade visual e nas abordagens originais que os serviços multimédia conseguem transpor. Ao longo dos anos de existência da APT foi possível aumentar o seu reconhecimento nacional, em grande parte auxiliado pela qualidade constante inserida nos seus serviços. Este reconhecimento encontra-se também interligado com a boa localização da empresa, que permite o alcance a grandes empresas e a mais projetos de notabilidade. O distrito do Porto é forte em produções artísticas, apresentando-se como uma mais valia para o aumento do valor comercial da APT.

Em conclusão, existem grandes ameaças ao sucesso, prosperidade e crescimento da empresa. Por um lado, a alta competitividade, aumentando dia após dia, dentro do mercado empresarial da multimédia cria algumas barreiras no que toca a potenciais clientes. A crise económica vivida no país também é uma ameaça constante para a estabilização financeira das empresas. Por esta razão, surge uma nova ameaça dentro do mercado multimédia sendo mais precisamente conhecida como mão de obra *freelancer*. Os *freelancers* oferecem os mesmos serviços das empresas multimédia (mesmo que sejam mais limitados) a baixo custo, o que torna cada vez menos apelativa a contratação de entidades especializadas. Ademais, o reduzido apoio fornecido pelo governo português para o desenvolvimento das artes, cultura e obras multimédia, provoca uma ameaça constante ao crescimento das empresas produtoras desses serviços.

Tabela 1b - Análise SWOT do AÉREO.
Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| ANÁLISE SWOT DO AÉREO | |
|--|---|
| Análise Interna | |
| Forças | Fraquezas |
| <ul style="list-style-type: none"> - Equipa pequena e coesa; - Selo de qualidade; - Utilização de técnicas revolucionárias de captação de imagem (<i>drones</i>); - <i>Staff</i>⁸ especializado no controlo de <i>drones</i>. | <ul style="list-style-type: none"> - Monotonia quanto à variedade de projetos; - Forte dependência das alterações climáticas; - Necessidade de deslocação; - Custos acrescidos quanto à manutenção dos <i>drones</i>. |
| Análise Externa | |
| Oportunidades | Ameaças |
| <ul style="list-style-type: none"> - Globalização e internacionalização; - Empregabilidade; - Poucas empresas especializadas neste ramo; - Oferta de serviços a baixo custo. | <ul style="list-style-type: none"> - Competitividade empresarial; - Crise económica; - Aumento do uso de tecnologias aéreas pela sociedade (exclusiva AÉREO). - Mercado do género não se encontra muito desenvolvido. |

A análise *SWOT* interna referente à empresa AÉREO demonstra que existem alguns pontos em comum com a empresa APT. Em primeiro lugar, alguns dos pontos fortes partilhados são a equipa criativa pequena e coesa e o selo de qualidade atribuído aos seus projetos. Todavia, devido à sua especialização no mercado, é possível observar que a empresa AÉREO possui forças distintas da sua “irmã” mais velha. É necessária a aquisição de uma licença especializada para o controlo de *drones* em âmbito profissional, sendo um ponto forte presente no *staff* da empresa. Para além disso, a equipa é perita na aplicação de técnicas criativas durante a captação de imagens aéreas. Consequentemente,

⁸ *Staff* é uma expressão estrangeira que se refere à equipa de trabalho.

são criados conteúdos originais que acrescem o valor comercial da empresa e de todos os seus serviços.

Apesar de a equipa tentar sempre produzir conteúdos distintos, criativos e originais, é evidente que as limitações dentro dos serviços oferecidos pela empresa possam criar um sentimento de monotonia nos projetos realizados. Torna-se importante salientar que as técnicas de filmagem aplicadas são limitadas, visto tratar-se de uma captação exclusivamente aérea. Outro aspeto negativo é a forte dependência nas alterações climáticas, uma vez que se trata de equipamentos sensíveis e dispendiosos que não podem ser expostos a condições extremas. Adicionalmente, os projetos podem necessitar de um adiamento caso o clima não permita a produção dos conteúdos. Para além disso, é extremamente imprescindível o deslocamento da equipa criativa para os estabelecimentos dos clientes, que por sua vez cria despesas necessárias para a realização da captação aérea. Por último, os custos acrescidos na manutenção dos *drones* caracterizam-se como um obstáculo à forte rentabilização através dos serviços disponibilizados pela entidade AÉREO.

Remetendo a análise para uma componente mais externa, foi possível verificar algumas oportunidades criadas pela entidade AÉREO. Num primeiro instante, existem poucas empresas especializadas no ramo de produção aérea, o que permite um crescimento saudável e veloz da entidade dentro da indústria multimédia. Além do mais, a simplicidade nos serviços oferecidos e rapidez na execução das tarefas propostas permite o baixo custo praticado pela empresa AÉREO. Por fim, a empresa AÉREO partilha também duas oportunidades com a empresa APT, pronunciando-se mais precisamente sobre o fenómeno de globalização e a empregabilidade nacional.

Para finalizar, resta fazer uma abordagem analítica às ameaças ao sucesso da empresa AÉREO. O aumento do uso das tecnologias aéreas pela sociedade apresenta-se como um embargo à valorização da empresa, visto que as ofertas *freelancer* (baixo custo) começam a crescer no mercado de trabalho. Em seguida, o mercado especializado em produção aérea ainda não se encontra muito desenvolvido e esse atraso provoca limitações na exploração de novas estratégias de negócio dentro da área. Em último lugar, a empresa AÉREO é também ameaçada pelo aumento da competitividade empresarial e a crise económica vivida pelo mundo nos últimos anos.

CAPÍTULO II

Estágio Curricular

O segundo capítulo deste relatório de estágio explora os objetivos principais impostos pelo estagiário e as estratégias constituídas de forma a obter um bom aproveitamento profissional. Os conteúdos que vão ser apresentados são o plano de estágio, elaborado pela empresa responsável, cronogramas referentes aos três meses de estágio, toda a descrição das atividades e tarefas elaboradas nas empresas APT e AÉREO, e por último os desafios e barreiras que o estagiário teve que ultrapassar.

2.1 Objetivos

O percurso académico realizado durante o decorrer do curso de Comunicação Multimédia serviu para determinar os objetivos mais importantes perante o futuro profissional. Os conhecimentos adquiridos nas devidas unidades curriculares devem servir de base para a produção de novos projetos multimédia, nomeadamente referentes às tarefas propostas no plano de estágio (**Anexo I**).

Após a elaboração do plano de estágio (**Anexo I**) pela empresa responsável, deve ser do interesse do estagiário conseguir alcançar os devidos requisitos e até conseguir ir mais além produtivamente. A boa relação criada entre o empregador e o empregado é conseguida através do esforço intelectual do segundo, apostando fortemente nas suas capacidades de produção multimédia.

Visto que é impossível captar todos os conhecimentos referentes às diversas áreas da multimédia durante o decorrer do curso, as novas barreiras deverão ser ultrapassadas através da investigação técnica, contribuindo assim para uma evolução prática nas capacidades do estagiário. Deve ser tido em conta a área de eleição do estagiário, sendo também um objetivo do estágio conseguir receber novas experiências profissionais dentro dos projetos de eleição.

2.2 Estratégias

O sucesso no estágio curricular está interligado com alguns aspetos sociais fundamentais. A aceitação do estagiário por parte da empresa responsável assim como a devida atenção, são essenciais na criação de um bom ambiente de trabalho. No entanto, o estagiário deve ser o primeiro interessado na boa relação, tentando dar sempre o seu melhor durante o desenvolvimento dos projetos propostos.

Arghode e Wang (2012) defendem que os estagiários devem demonstrar interesse e paixão no seu local de trabalho. Para além disso, os mesmos autores referem ser extremamente importante demonstrar competências e capacidades criativas, colocando o estágio num patamar de enorme importância. Dessa forma, a vontade de trabalhar agregada à vontade de captar novos conhecimentos técnicos demonstra ser capaz de contribuir para o sucesso certo de um estágio curricular (Arghode e Wang, 2012).

2.3. Plano de Estágio

Numa primeira fase, o estagiário e os responsáveis da empresa procedem à elaboração do plano de estágio. (**Anexo I**). Este é importantíssimo para o desenvolvimento do estagiário enquanto produtor multimédia dentro da empresa, visto que apresenta as tarefas que irá realizar ao mesmo tempo que prepara o estagiário para os desafios futuros. A empresa APT foi a responsável oficial pela lista de tarefas atribuídas ao estagiário, sendo elas:

- Introdução à Edição em *Final Cut*;
- Introdução aos programas *Affinity Photo* e *Affinity Designer*;
- Trabalho em Edição de Vídeo;
- Edição e Tratamento de Fotografia;
- Desenho Vetorial;
- Pré-Produção e Produção de Filmes.

O plano de estágio elaborado teve em atenção as capacidades do estagiário em distintas áreas de multimédia. A empresa não deu apenas atenção ao tipo de trabalho que necessita de produzir, como também procurou corresponder aos desejos criativos e práticos do estagiário.

Durante o decorrer do estágio profissional, foi possível realizar todas as tarefas descritas anteriormente, todavia o trabalho na edição (pós-produção) de vídeo foi a atividade mais praticada durante os três meses, sendo um estágio de enorme carácter audiovisual.

2.4 Cronogramas do Estágio

A elaboração deste relatório de estágio tem como principal objetivo demonstrar o desempenho, tarefas e conhecimentos adquiridos pelo estagiário. Porém, este tipo de

avaliação deve basear-se num estudo de dados que possam demonstrar o verdadeiro percurso profissional percorrido durante os três meses de estágio curricular. Para tal, o método escolhido passa pela elaboração de cronogramas que consigam demonstrar as atividades diárias do estagiário nas empresas APT e AÉREO.

O cronograma é um método que representa o planeamento de um projeto, colocando em evidência os seus principais pontos de controlo (Xavier, Xavier, Reinert, e Stoeckicht, 2011). É indiscutível que o cronograma se baseia numa metodologia de investigação quantitativa ou qualitativa, que por sua vez é sujeita apenas à clarificação e explicação dos dados através de factos reais, sem intrometer qualquer tipo de opinião e informações subjetivas (Kothari, 2004).

Os dados representados (**Tabela 2**, **Tabela 3** e **Tabela 4**) são referentes aos três meses de duração do estágio curricular, que se iniciou no dia 11 de julho de 2016 e terminou no dia 24 de outubro de 2016, colocando em evidência todas as tarefas desenvolvidas pelo estagiário. Feriados e fins de semana não estão incluídos, visto que o estagiário não frequentou o seu local de trabalho nesses precisos dias. Por fim, resta referir que o horário de trabalho nas empresas APT e AÉREO começava às 9:00 horas e terminava às 18:00 horas.

O primeiro cronograma (**Tabela 2**) diz respeito ao mês de julho e as tarefas desenvolvidas durante esse período de tempo.

Tabela 2 - Cronograma do mês de julho.
Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| | JULHO | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| Captação | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Videográfica | | | | | | | | | | | | | | | |
| Design Gráfico | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Fotográfica | | | | | | | | | | | | | | | |
| Investigação | | | | | | | | | | | | | | | |

O primeiro mês de estágio costuma apresentar-se como o período de habituação do estagiário ao ritmo da empresa. Neste caso, é possível verificar que foi um mês forte em trabalhos de edição de vídeo e de edição fotográfica, colocando ao encargo do estagiário importantes tarefas em projetos multimédia.

No que diz respeito às restantes tarefas, é possível verificar que foram concretizados poucos trabalhos de desenho vetorial, ocupando apenas dois dias do mês de julho. Existiu uma investigação inicial, respetiva aos novos *softwares* a serem utilizados, contudo não se realizaram tarefas de trabalho de campo, que por sua vez impossibilitou a captação de vídeos ou fotografias para novos projetos.

A **Tabela 3** coloca em evidência as tarefas realizadas durante o mês de agosto.

Tabela 3 - Cronograma do mês de agosto.
Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| | AGOSTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--------|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Captação | █ | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Videográfica | | | | | | | █ | █ | | | | █ | █ | █ | | | | █ | | █ |
| <i>Design</i> Gráfico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Fotográfica | | | █ | █ | █ | █ | | | | | | | | | | | | █ | █ | █ |
| Investigação | | | | | | | | | █ | █ | █ | | | | | █ | █ | | | █ |

O mês de agosto deu grande importância a trabalho de investigação, repartido por todos os elementos do escritório. Neste caso, foi requerido pelo Dr. Paulo Couto (diretor) que a equipa da APT e AÉREO realizasse uma pesquisa intensiva sobre possíveis futuros clientes, que por sua vez significa incluir novos contactos industriais numa base de dados específica para esse efeito.

O estagiário teve o seu primeiro contacto com o trabalho de campo, realizando dois dias seguidos de captação videográfica em dois projetos distintos. Porém, o mês de agosto foi possuidor de um grande número de trabalhos fotográficos, sendo da responsabilidade do estagiário a sua devida edição e manipulação digital. Devido ao facto de ser um mês acompanhado de pausa para férias (nas empresas e nos clientes) o ritmo de trabalho não foi tão intenso no escritório, não criando a necessidade de realizar trabalhos de carácter vetorial/*design* gráfico. Por fim, ambas as empresas APT e AÉREO usufruíram de uma pausa para férias de verão, que se iniciou no dia 29 de agosto e cessou no dia 5 de setembro.

Na **Tabela 4** será possível ver o registo de tarefas realizadas durante o mês de setembro.

Tabela 4 - Cronograma do mês de setembro.
Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| | SETEMBRO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|----------|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 8 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| Captação | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Videográfica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Design Gráfico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Fotográfica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Investigação | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

De volta ao trabalho depois de uma semana de férias, ambas as empresas se depararam com mais projetos nas áreas audiovisuais. Mais uma vez, não existiram ofertas de trabalho nas vertentes vetoriais e investigação, sendo um mês claramente mais ativo em trabalho de edição videográfica e fotográfica.

Novamente, o estagiário voltou a efetuar trabalho de captação em vários projetos aéreos realizados no mesmo dia. Esses projetos serviram de base para a execução de tarefas de edição nos dias seguintes.

A **Tabela 5** é referente ao cronograma do mês de outubro, que por sua vez se apresenta como o último mês de estágio.

Tabela 5 - Cronograma do mês de outubro.
Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

| | | OUTUBRO | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--|---------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | | 3 | 4 | 6 | 7 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 24 |
| Captação | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Videográfica | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Design Gráfico | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edição Fotográfica | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Investigação | | | | | | | | | | | | | | | | |

O último mês de estágio revelou ser mais equilibrado nas tarefas elaboradas. Os dados demonstram que as atividades de edição de vídeo, *design* gráfico e edição fotográfica ocuparam todos os seis dias de produção no calendário do estagiário. No entanto, é possível verificar que não se realizaram trabalhos de investigação, visto este ter sido um mês mais prático.

Outro ponto positivo para a experiência do estagiário foi a existência de três dias dedicados à captação de imagens no terreno. Foram dois projetos distintos, sendo que um deles necessitou de uma dupla visita às instalações da empresa. Não obstante, dois desses dias foram também ocupados com outras tarefas distintas, visto as gravações não necessitarem mais do que o período da manhã.

2.5 Atividades e Projetos

O estagiário teve de realizar várias tarefas nos mais variados tipos de multimédia, recorrendo ao uso dos conhecimentos adquiridos em edição fotográfica, edição de vídeo e *design* gráfico, durante todo o decorrer do curso de Comunicação Multimédia. Porém, o facto de as empresas responsáveis (APT e AÉREO) pelo devido estágio curricular serem especializadas em serviços audiovisuais, fez com que maior parte das tarefas concretizadas fossem de carácter videográfico, mais concretamente na componente de pós-produção (edição).

O diretor de ambas as empresas, o Dr. Paulo Couto, defende que os estágios são completamente influenciados pelo *timing* onde estão inseridos. Por conseguinte, numa primeira fase o estagiário foi informado que teria a possibilidade de participar em muitos projetos de captação, nomeadamente em trabalho de campo. Todavia, devido a acontecimentos incontrolláveis e de impossível previsibilidade, muitos foram os projetos que se viram ser adiados para outros períodos de produção após o término do estágio curricular. Desta forma, tanto o estagiário como a entidade responsável pelo estágio não devem ser culpados, visto tratar-se de uma eventualidade não controlável. Outra situação menos positiva, também relacionada com o *timing*, é a análise dos meses onde o estágio foi frequentado. O período de espaço que vai de julho a outubro é mais pacato e lento, visto que por norma grande parte das empresas nacionais fazem pausa para férias. Esta situação dificulta todo o processo produtivo, levando maior parte das vezes ao adiamento de novos serviços.

A experiência criada através da participação no estágio curricular não deixou de ser relevante para o estagiário, mesmo apesar dos incómodos presenciados. Não obstante, o estagiário conseguiu trabalhar em vinte e sete projetos multimédia distintos, fazendo o melhor uso possível das suas capacidades intelectuais, ao mesmo tempo que adquiriu novas noções rítmicas dentro da pressão laboral. Existem também alguns projetos onde o estagiário participou ativamente que não poderão ser mencionados neste relatório, devido ao facto de se apresentarem como secretos e protegidos pelo sigilo profissional (**Anexo II**).

Os pontos seguintes têm como principal objetivo demonstrar as atividades e projetos realizados pelo estagiário curricular.

2.5.1. O primeiro contacto

Numa primeira fase foi importante, afirmando-se até crucial, criar um espaço de conversação interpessoal com os membros integrantes da equipa nas entidades APT e AÉREO, com especial atenção ao responsável máximo da mesma, Dr. Paulo Couto. Foi assim possível o começo de uma conversa entre o estagiário e o órgão máximo da empresa onde se realizou o estágio curricular, abordando assuntos de carácter informativo acerca das suas expectativas e todo o plano de estágio a ele associado.

Ao apresentar-se como estudante integrado no curso de Comunicação Multimédia, pertencente à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, deverá ser importante refletir que os mais variados *softwares* multimédia utilizados durante as atividades letivas podem diferenciar-se das empresas existentes no mercado de trabalho. Existe certamente uma enorme preocupação do Instituto Politécnico da Guarda, assim como da respetiva escola onde se insere determinado curso, apresentar uma aproximação entre os *softwares* de produção multimédia adquiridos e os que são requeridos diariamente no mercado de trabalho. No entanto, cada entidade possuiu uma metodologia própria de trabalho, que lhe permite alcançar mais rapidamente e facilmente todos os objetivos traçados. Desta forma, é possível obter sucesso através de ferramentas pensadas no melhor dos profissionais da área.

Parte do processo de integração dentro da equipa passa pela aquisição de conhecimentos mais teórico-práticos, que possam permitir aprofundar conhecimentos profissionais e experienciais, ao mesmo tempo que oferecem a base técnica necessária para ajudar a empresa a desenvolver todos os seus serviços. Dito isto, através de um processo gradual e estruturado, foi concebida a oportunidade de obter esses mesmos conhecimentos através do uso prático e teórico dos *softwares* de produção multimédia existentes dentro da APT e AÉREO. Referindo novamente o processo gradual, num primeiro instante o desafio proporcionado passava por explorar a edição de elementos audiovisuais através do uso do *Final Cut Pro X*, desenvolvido pela empresa multinacional norte-americana *Apple Inc.*

Para o sucesso da aprendizagem executada na área de multimédia, é sem dúvida necessário que exista um equilíbrio base entre a informação teórica da utilização da ferramenta, assim como a execução prática dentro do seu próprio sistema. Por conseguinte, através da correta facultação dos documentos de suporte técnico, foi possível manipular os elementos audiovisuais durante o uso do *software Final Cut Pro X*. Dentro da manipulação de elementos audiovisuais, refere-se com maior destaque a iniciação de um projeto de edição, seleção de conteúdos a serem manipulados, utilização de cortes, efeitos e transições entre diferentes cenas e a elaboração de uma montagem final de carácter experimental.

2.5.2. Vídeo Promocional Pála-Pála

Após a conclusão dos exercícios alusivos ao treino prático das novas ferramentas, foi tempo de iniciar um caminho produtivo mais sério, assumindo assim uma maior importância empresarial e responsabilidade profissional. Com esta afirmação procura-se fazer referência ao primeiro grande desafio lançado, mais precisamente a primeira edição de conteúdos audiovisuais em formato de vídeo promocional. O produto em questão são as batatas fritas da marca Pála-Pála, sendo esta das mais conceituadas marcas alimentares associadas à multinacional *PepsiCo*.

Através do convite da marca, foi proposto à equipa da APT realizar um pequeno vídeo promocional sobre a presença da marca no evento “Festa do Continente”. Durante o contacto, foram colocados em evidência todos os objetivos principais pretendidos através deste projeto multimédia. A ideia base passava pela partilha interpessoal da felicidade e divertimento obtido através do serviço alimentar oferecido pela Pála-Pála. Mais do que alimentar, o produto (neste caso as batatas fritas) conseguia transmitir uma sensação de bem-estar ao mesmo tempo que acompanhava os clientes num ambiente festivo. Contudo, foi plenamente indicado que este projeto audiovisual deveria oferecer uma duração entre os dois e três minutos, de forma a conseguir transmitir com sucesso a mensagem pretendida.

Posteriormente, logo após a aceitação do desafio a equipa foi enviada para o terreno para realizar a devida captação das imagens necessárias. Esta afirma-se com uma fase importantíssima no desenvolvimento de um projeto de vídeo, pois reflete a base visual no processo de edição exercido pelo editor de vídeo. Neste caso, grande parte do trabalho de edição foi atribuído ao estagiário, depositando assim confiança nas suas capacidades práticas e de decisão artística. Consequentemente, foi crucial dividir o seu trabalho em várias partes de forma a organizar com sucesso a metodologia mais correta. Num primeiro instante, a principal tarefa destinava-se a observar todos os conteúdos captados e escolher um leque de *clips*⁹ de vídeo que apresentassem a qualidade desejada. Para se conseguir organizar todos os conteúdos, optou-se na criação de *keywords*¹⁰ no *software* que permitissem um agrupamento mais especializado, à semelhança do sistema de arquivo por pastas.

⁹ O *clip* é um fragmento de vídeo geralmente escolhido para o processo de edição videográfica.

¹⁰ *Keyword*, palavra-chave em português, é a opção de organização manual de elementos multimédia dentro do *software Final Cut Pro*.

Após a conclusão deste método de escolha, foi tempo de encontrar uma música que fizesse jus ao sentimento global que se pretendia transmitir pela marca. Para tal, realizou-se uma pesquisa *online*, através de portais dedicados e bibliotecas de músicas gratuitas que pudessem ser utilizadas em ambiente profissional. Posto isto, em terceiro lugar seguiu-se a iniciação do processo de montagem do projeto de vídeo. Esta etapa tem como principal objetivo ilustrar a visão do editor na relação entre os conteúdos captados e os objetivos traçados. É sem dúvida um trabalho mais pessoal, visto que não existem duas edições iguais. Por conseguinte, o principal objetivo do estagiário foi conseguir contar a sua versão narrativa, apoiada na sua realidade e na sua forma de pensar. O processo de montagem é realizado através do uso do *software Final Cut Pro X*, que possibilita um enorme leque de opções de edição audiovisual, proporcionando ao seu utilizador o controlo de elementos visuais, auditivos e ainda aplicação de efeitos que melhorem a qualidade de imagem (Hurkman, Wohl, e Spencer, 2012), como é possível verificar na **Figura 5**.



Figura 5 - Edição do projeto Pála-Pála.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

O processo de montagem necessita da aplicação de alguns efeitos visuais nos *clips* de vídeo existentes na *timeline*¹¹, de forma a construir transições mais apelativas ao olho humano. Caso disso foi a aplicação da marca do cliente Pála-Pála no início e final do

¹¹ A *timeline* é uma linha de montagem temporal, que permite a devida edição dos elementos multimédia utilizados em projetos audiovisuais.

vídeo. Depois dos elementos visuais terem sido animados no *software Adobe After Effects*¹² pelo *motion animator* Dr. Daniel Assunção, o estagiário necessitou de aplicá-los no seu projeto recorrendo apenas à aplicação do efeito *cross dissolve*, que cria a sensação de *fade in* e *fade out* na animação. De uma forma mais específica, o efeito *cross dissolve* permite o aumento da opacidade no elemento escolhido durante as *frames*¹³ ou segundos necessários (Jordan, 2012).

Após a conclusão da montagem e a aceitação do diretor Dr. Paulo Couto e do respetivo cliente, é tempo de trabalhar na última fase do processo de pós-produção que se apresenta como a aplicação da *color correction* e *color grading*. A **Figura 6** é a representação gráfica destes dois processos.

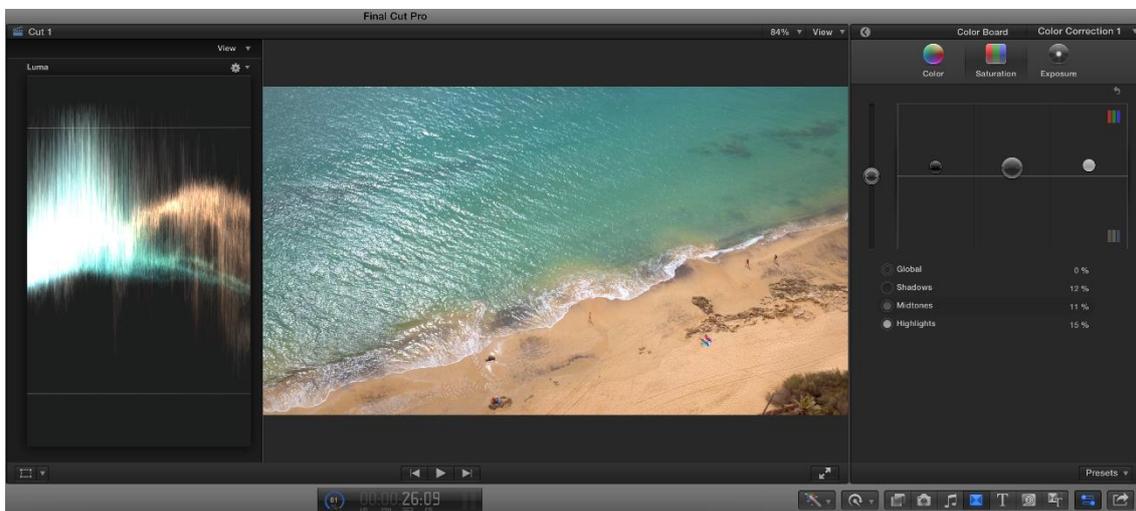


Figura 6 - Uso do *color correction* e *color grading*.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

O efeito *color correction* tem como principal objetivo colocar a imagem o mais natural possível, corrigindo assim problemas causados durante o ato de captação (Whol e Gross, 2007). Isto é feito através do controlo dos pixéis de uma imagem, produzindo uma correção digital que procure o maior equilíbrio possível entre os diversos níveis. Dito isto, o autor Hurkman (2007) afirma que *color correction* consiste na alteração de três grandes valores, sendo eles: *exposure*¹⁴, *saturation*¹⁵ e *color*. Em cada um destes níveis existem

¹² O *software Adobe After Effects*, criado pela *Adobe Systems*, permite a criação de animação e efeitos especiais de possível aplicação em elementos multimédia (Team, 2013).

¹³ *Frames* são imagens estáticas que representam um projeto videográfico ou fotográfico.

¹⁴ *Exposure* é a quantidade de luz aplicada a uma imagem/vídeo.

¹⁵ *Saturation* apresenta-se como a proporção de cor utilizada numa imagem/vídeo.

quatro opções de alteração na imagem, como é o caso dos *highlights* (tons mais claros), *midtone*s (tons equilibrados da imagem), *shadows* (sombrias) e *global* (toda a imagem). Referente ao projeto Pála-Pála, foi necessário um cuidado pormenorizado na aplicação da correção de cor, visto que as imagens foram captadas através de duas câmaras diferentes (*DJI X5* e *Nikon D800*). Concluindo a correção de cor, segue-se o *color grading* que é basicamente a escolha dos tons coloridos que o vídeo irá possuir. Não existe uma aplicação mais ou menos correta, sendo um processo estritamente criativo que tem como principal função auxiliar na transmissão de sentimentos visuais. Neste projeto, o estagiário optou por utilizar cores mais vivas e quentes, em volta de tons mais laranjas, criando um impacto visual mais animador e festivo.

Para finalizar, o projeto foi depois novamente conferido pelo diretor Dr. Paulo Couto, que deu “luz verde” para exportar todos os conteúdos no seu formato final. Deste modo, o estagiário exportou os conteúdos nos formatos *High Definition*¹⁶ (*HD*) e *Full High Definition*¹⁷ (*Full HD*), fazendo o uso do *codec*¹⁸ *Apple ProRes 422 HQ*, que permite a compressão de ambos os vídeos sem existir perda de qualidade visual (Weynand, 2012). Por fim, é necessário afirmar que todos os projetos comerciais realizados pelas empresas APT e AÉREO são exportados neste mesmo *codec*.

2.5.3. Vídeo Promocional do Município de Alcanena

Com o término da montagem do projeto “Pála-Pála”, seguiu-se a iniciação de mais um projeto de edição de vídeo. Porém, desta vez o trabalho não pertencia diretamente à APT, mas sim à empresa AÉREO, que partilha a direção administrativa com APT. De uma forma geral, é possível afirmar que o AÉREO se apresenta como um serviço *spin-off* dos criadores da APT. Por conseguinte, esta empresa dedica-se a produzir vídeos aéreos a empresas, produtos ou serviços que assim necessitem. Aproveitando as novas tecnologias videográficas obtidas através do uso de *drones*, é possível para a AÉREO captar as melhores imagens ao melhor preço.

O segundo projeto realizado pelo estagiário consistiu na edição de imagens captadas sobre o Município de Alcanena, construindo um vídeo turístico/demonstrativo da zona em

¹⁶ *High Definition* é a denominado de alta resolução/definição (1280px x 720px).

¹⁷ *Full High Definition* é uma resolução ainda mais definida do que a HD (1920px x 1080px).

¹⁸ *Codec* é um programa que codifica/descodifica sinais.

questão. Todo o processo de montagem foi elaborado em *Final Cut Pro X*, recorrendo ao mesmo processo criativo utilizado no trabalho pertencente à marca “Pála-Pála”.

O objetivo principal passou por montar um vídeo com uma duração máxima de um minuto e trinta segundos, apoiando-se na beleza estética oferecida pelos planos aéreos captados.

Assim sendo, inicialmente foi crucial visualizar todos os ficheiros de vídeo captados, possibilitando o conhecimento do material de trabalho que tinha em mãos e auxiliando na escolha da música de fundo. Desse modo, a fase seguinte resumiu-se à iniciação da montagem do vídeo, utilizando os planos mais indicados quando relacionado com o ritmo imposto pela banda sonora escolhida. A **Figura 7** demonstra o processo de edição neste projeto.



Figura 7 - Edição do projeto Alcanena.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Com o término da montagem, seguiu-se todo o processo de *color correction* e *color grading*, onde o estagiário tenta aproximar esteticamente todos os *clips* de imagem usados (Hurkman, 2007). Como maior parte dos projetos são de carácter promocional, as cores utilizadas durante o *grading* das imagens devem ser mais quentes e vibrantes, apelando pela vivacidade da zona de Alcanena. Dito isto, os *clips* devem possuir mais tons de vermelho, laranja e/ou amarelo, dependendo das imagens editadas, para partilharem um sentimento mais alegre e vivo que tanto se procura transmitir.

A última fase do projeto é dedicada a exportar o vídeo final para os mais variados formatos. No caso dos vídeos realizados para a empresa AÉREO, existe outro formato a ter em conta como é o caso do *4K* (4096 x 2160). Isto acontece nos vídeos aéreos devido ao facto de serem captados pela câmara *DJI X5*, pertencente à empresa *DJI*, que consegue captar os vídeos na resolução de *4K*¹⁹. Para além deste formato, foi também necessário exportar o vídeo nos formatos *HD* e *Full HD*.

2.5.4. Projeto *Sandeman*

O estagiário foi abordado com novos projetos e com novas funções de necessária execução. O primeiro caso faz referência a um trabalho contínuo iniciado pela APT há cerca de um ano, onde o objetivo é promover a qualidade das vinhas que dão luz ao produto apresentado nos vinhos da empresa *Sandeman*. A função do estagiário foi ajudar na escolha das imagens visualmente mais apelativas, para que pudessem ser utilizadas no corpo do vídeo durante a narração existente no mesmo. A **Figura 8** é a demonstração do trabalho elaborado na escolha de novos vídeos.



Figura 8 - Escolhas de novos vídeos.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

A segunda fase do trabalho exercido pelo estagiário passou por realizar uma produção de carácter gráfico, mais precisamente desenho vetorial. Continuando dentro do âmbito do projeto indicado para a empresa *Sandeman*, foi necessária a construção de um mapa vetorial sobre uma zona em específico do Douro (Porto). Dito isto, a sua principal função

¹⁹ *4K* é a nova resolução de *ultra HD* (4096px x 2160px), que se apresenta como mais definida do que a resolução em *Full HD*.

foi de produzir um mapa vetorial onde fosse colocado em evidência as respetivas zonas mencionadas pelo vídeo.

Para a produção vetorial foi essencial explorar as ferramentas adquiridas pela entidade, sendo neste caso os novos *softwares Affinity Designer* (produção vetorial) e *Affinity Photo* (edição de imagem). Esta nova empresa, *Affinity*, e os seus mais recentes *softwares* tem vencido imensos prémios nas áreas da multimédia, apresentando-se como uma aposta segura dentro do mercado digital mundial.

Para o desenho do mapa, o estagiário apenas utilizou a ferramenta *pen* que tem como principal objetivo produzir linhas vetoriais através da junção de pontos. O último ponto deve encontrar-se com o primeiro ponto criado, possibilitando assim uma forma gráfica fechada e pronta para ser colorida através da ferramenta *Coloring/Fill*²⁰. A **Figura 9** demonstra o trabalho do estagiário alusivo ao mapa vetorial.

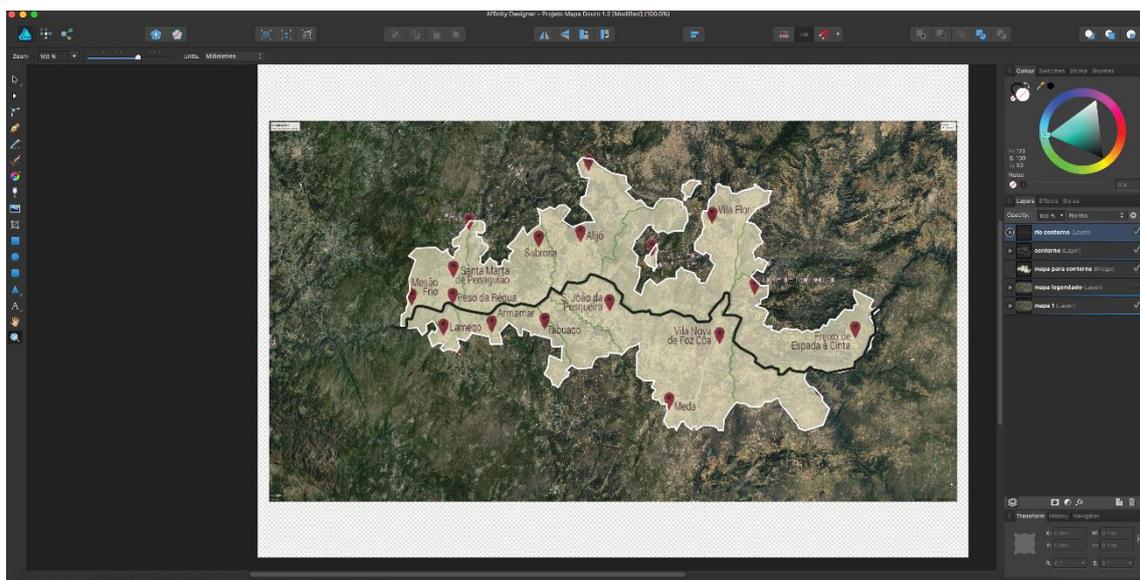


Figura 9 - Desenho vetorial da região do Porto.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

No seguimento do trabalho no projeto “*Sandeman*”, surgiu a necessidade de criar novos detalhes vetoriais que servirão de base para a projeção de dados e elementos visuais animados. Neste caso, após discussão entre a equipa profissional da APT, concluiu-se que seria necessária a realização de vários ícones (através de desenho vetorial) que

²⁰ A ferramenta *Coloring/Fill* tem o principal objetivo de aplicar uma cor nos elementos vetoriais criados dentro do *software*.

representassem pontos de localização importantes para o conteúdo a si associado. Deste modo, foi também necessária a inclusão de novos pormenores gráficos na componente de localização, de forma a produzir conteúdo mais informativo e especializado como pode ser visualizado na **Figura 10**.

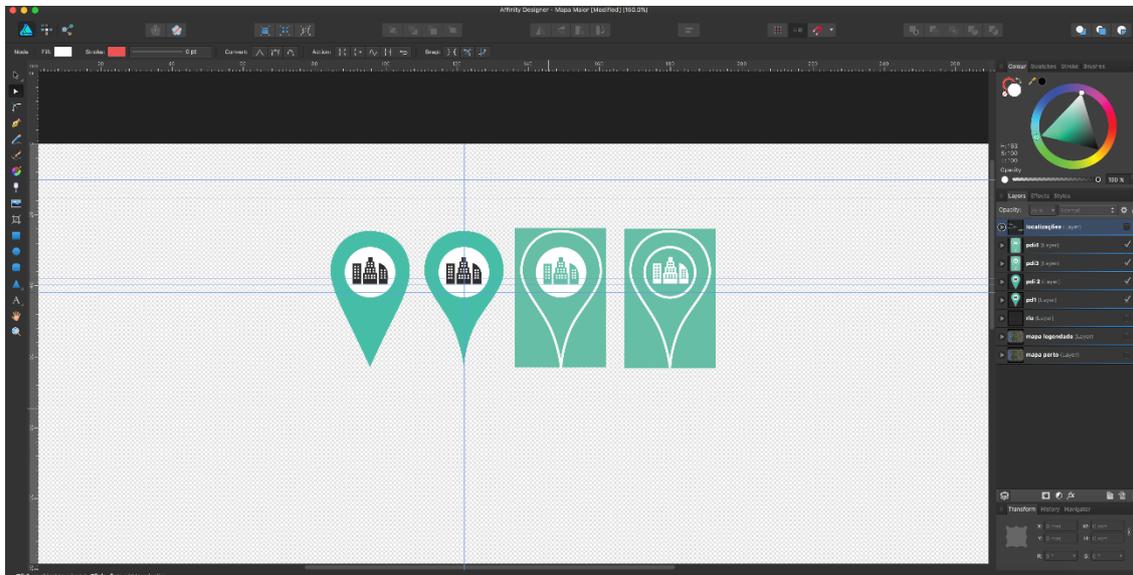


Figura 10 - *Design* dos pontos de interesse.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Com o objetivo de auxiliar o trabalho de importância vetorial, o estagiário teve em mãos a tarefa de manipulação de imagem, recorrendo ao *software Affinity Photo*. Explicando as funções mais gerais deste *software*, afirma-se que o *software Affinity Photo* se apresenta como um concorrente direto ao *Adobe Photoshop*²¹, sendo que ambos possuem a função de edição e manipulação fotográfica. Dito isto, uma das tarefas passava pela manipulação de imagens, para que depois fossem inseridas no vídeo em questão. Ao encargo do estagiário ficou a tarefa de editar essas mesmas imagens, conseguindo separar elementos essenciais para o desenvolvimento do projeto, assim como esconder vestígios de manipulação nelas exercidos. A ferramenta utilizada para esse efeito foi o *clone brush*, que permite a clonagem de texturas/elementos existentes na mesma imagem. O principal objetivo desta edição gráfica passa por permitir no processo de pós-produção a inserção de animações com efeito *parallax*, que por sua vez cria uma ilusão de animação em

²¹ *Adobe Photoshop* é um *software* multimédia, criado pela *Adobe Systems*, que tem como principal função a edição e manipulação de imagens/fotografias (Team, 2012).

elementos anteriormente estáticos. A **Figura 11** torna evidente a manipulação realizada pelo estagiário.

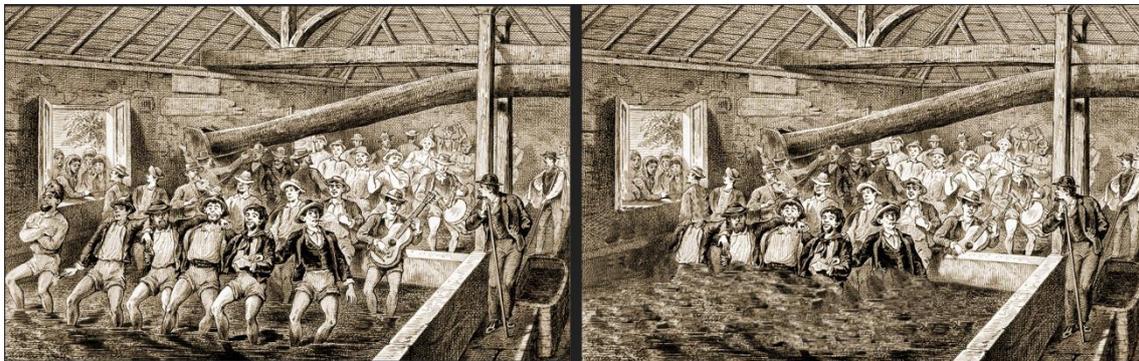


Figura 11 - Ferramenta de clonagem.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Por fim, todas as tarefas realizadas no âmbito vetorial ou de manipulação de imagem dever ser gravadas nos ficheiros editáveis, possuindo assim a opção de futuro melhoramento caso seja necessário. Para além dos ficheiros editáveis, todos os trabalhos devem ser exportados em formato *Portable Network Graphics (PNG)*, pois não possui perda de qualidade e permite a criação de imagens sem *background*²².

2.5.5. Projeto Bastos Viegas

A empresa Bastos Viegas é o principal produtor de dispositivos médicos não ativos em Portugal, que por sua vez cria uma nova relação empresarial muito importante para o valor da empresa AÉREO. O serviço escolhido foi a captação de fotografias aéreas que servissem para demonstrar a beleza exterior das instalações Bastos Viegas. Para além disso, as fotografias também tinham o objetivo de demonstrar as instalações nas páginas sociais do cliente, criando uma imagem mais profissional e digna dentro do mercado nacional.

Seguindo em frente, um dos novos desafios atribuídos ao estagiário foi a edição fotográfica exercida no *software* desenvolvido pela *Adobe Systems, Adobe Lightroom*. Este *software* tem o principal objetivo de apresentar ao utilizador várias ferramentas que

²² *Background* é uma expressão inglesa, muito utilizada em produção multimédia, que faz referência ao fundo de uma imagem.

possibilitam a manipulação e tratamento de imagem direcionado à arte fotográfica. O estagiário foi lecionado e introduzido às suas funcionalidades pelo Dr. Daniel Assunção, produtor multimédia da APT e AÉREO, que teve a delicadeza de indicar que tipo de tratamento deveria ser aplicado nas imagens fotográficas. Contudo, este processo apresentou-se como facilitado, devido ao facto de o estagiário ter aprendido a trabalhar no programa através de trabalhos fotográficos pessoais e extracurriculares por ele produzidos e editados.

Num primeiro caso, é necessário escolher as melhores imagens captadas e só depois será necessário aplicar algumas edições mais rápidas. Isto para que as imagens sejam apresentadas aos clientes, que por sua vez têm como principal função escolher as que revelam maior interesse. O processo de edição fotográfica encontra-se representado graficamente na **Figura 12**.



Figura 12 - Edição fotográfica em *Adobe Lightroom*.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

As fotografias são enviadas ao cliente numa dimensão de 1000 x 1000 pixéis, 72 *dots per inches* (*dpi*) e em formato *Joint Photographic Experts Group* (*JPEG*), ao mesmo tempo que levam uma marca de água alusiva à empresa AÉREO. Isto acontece devido ao facto de estas imagens serem apenas para escolha, deixando a edição final para o conjunto

fotográfico escolhido pelo cliente. Por fim, as imagens são colocadas no perfil *Flickr*²³ oficial da empresa, partilhando o devido link para com o respetivo cliente.

Após a escolha das fotografias pelo cliente, é tempo de iniciar o processo de edição final. Para a realização do processo de edição fotográfica foi extremamente necessária a compreensão a interpretação de um histograma. De uma forma geral, um histograma apresenta-se como um gráfico demonstrativo de valores das tonalidades dos pixéis de uma imagem (Team, 2014). Para um equilíbrio aceitável é necessário conseguir manter os valores das tonalidades o mais centrado possível, sendo que a imagem perde qualidade visual quando se incidem nela inclinações mais laterais. Simplificando ainda mais este processo explicativo, convém compreender que do lado esquerdo encontra-se a tonalidade mais escura, conhecidos como *black*, enquanto que no lado direito encontra-se a tonalidade mais clara, neste caso conhecida como *white*. Dito isto, é no centro que a imagem encontra uma estrutura mais equilibrada, no entanto podem existir exceções onde seja necessária a compensação de uma tonalidade específica, devendo optar-se por uma maior inclinação no extremo oposto.

Inicialmente é necessário aumentar o detalhe visual através do efeito *sharpen*, acrescentando um filtro de maior pormenorização dos pixéis provenientes da imagem. Depois tentou-se investigar vestígios de ruído visual, de forma a eliminar qualquer elemento que prejudique a qualidade da fotografia. A solução ideal para esse tipo de problema é a ferramenta *spot removal*, que por sua vez irá clonar uma textura escolhida a um ponto selecionado. Por fim, muitas vezes nas fotografias existem certas zonas que

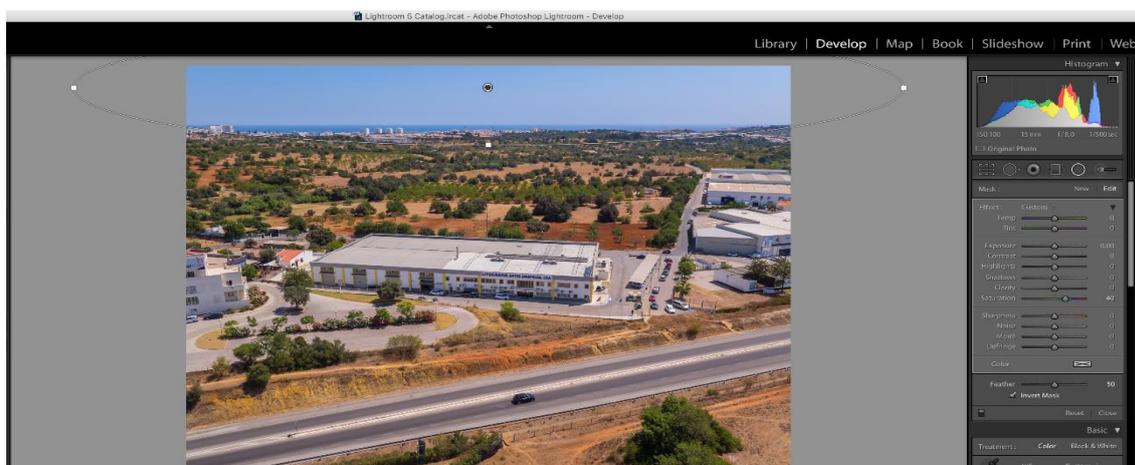


Figura 13 - Uso da ferramenta *mask* em edição fotográfica.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

²³ *Flickr* é uma rede social de partilha fotográfica criada pela empresa *Yahoo*, permitindo o registo grátis de utilizadores amadores e instituições corporativas.

se encontram em maior desequilíbrio de tonalidades. Porém, esta situação é revertível com a ferramenta *mask*, que cria uma máscara completamente editável sem provocar alterações no resto da imagem, como pode ser visto na **Figura 13**.

Para concluir, após todas as edições aplicadas as fotografias devem ser exportadas na sua qualidade máxima. Para tal, os valores da dimensão devem ser os máximos captados pela câmara, deve-se colocar o valor máximo de 300 *dpi* e exportar no formato *JPEG*.

2.5.6. Projetos Metalúrgica Medence e Vilartex

Os clientes Metalúrgica Medence e Vilartex são empresas completamente distintas, contudo a sua produção no terreno foi partilhada num único dia. Num primeiro caso, a empresa Metalúrgica Medence fabrica dos mais variados produtos metalúrgicos (moldes), enquanto que a empresa Vilartex produz matéria prima têxtil (malhas circulares). Todavia, ambas as empresas contrataram os serviços fotográficos aéreos disponibilizados pela empresa AÉREO.

A função de copiloto é atribuída ao estagiário em todos os trabalhos de captação aérea, que fora inicialmente lecionado sobre os métodos de utilização e todos os cuidados a ter com o material após a utilização. Como o vídeo não se situa apenas na edição, convém serem adquiridos conhecimentos e experiência prática na utilização do equipamento. Enquanto o Dr. Paulo Couto trabalhava na captação de imagens visuais aéreas com o *drone*, o estagiário tinha a importante tarefa de o auxiliar no campo de visão exterior por ele controlado.

Após a captação de imagens estar concluída, a principal tarefa do estagiário foi de realizar a devida edição fotográfica dos conteúdos adquiridos. À semelhança dos processos efetuados no projeto “Bastos Viegas”, o estagiário deve inicialmente realizar uma edição mais geral nas imagens, retocando apenas alguns elementos de maior visibilidade, como pode ser verificado na **Figura 14**.

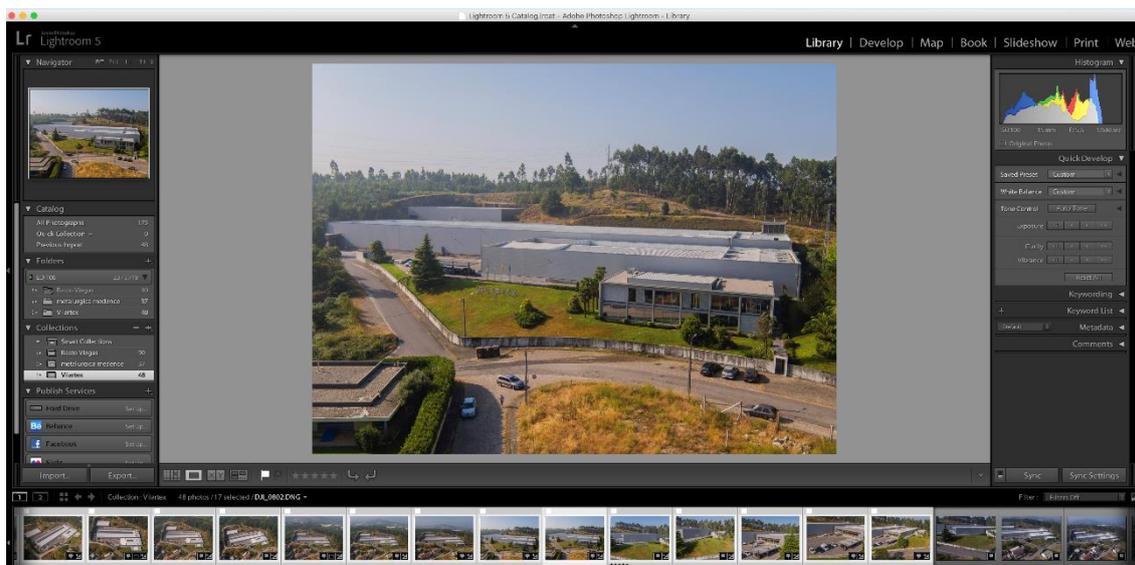


Figura 14 - Edição fotográfica do projeto Vilartex.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Depois, as melhores fotografias devem ser enviadas aos clientes, que por sua vez têm a importante tarefa de escolherem as imagens mais apelativas. Para finalizar, o estagiário deve mais uma vez retomar a edição fotográfica e aprofundar a mesma através do enorme leque de ferramentas partilhadas pelo *software Adobe Lightroom*.

2.5.7. Vídeos *iStock*

A empresa *iStock* classifica-se como uma plataforma *online (website)* que disponibiliza aos seus utilizadores um serviço de compra e venda de produtos audiovisuais. Desta forma, sempre que possível a APT dedica-se a vender imagens retiradas de forma aleatória.

Fazendo um uso inteligente de um mercado de nicho é possível conseguir monetizar imagens apelativas que foram captadas sem qualquer propósito a si associado. O trabalho do estagiário passou por fazer uma escolha das captações mais próximas da perfeição, seguindo-se uma edição aplicada aos elementos de *color correction* que melhora a condição visual do produto final. O processo de *color correction*, referido anteriormente, é deveras importante na edição de imagens para este efeito. Dessa forma, a correção de cor deve ser feita com o maior cuidado e dedicação possível. A **Figura 15** coloca em evidência a transformação entre um clip de vídeo sem tratamento para o mesmo clip de vídeo possuidor de uma correção de cor.

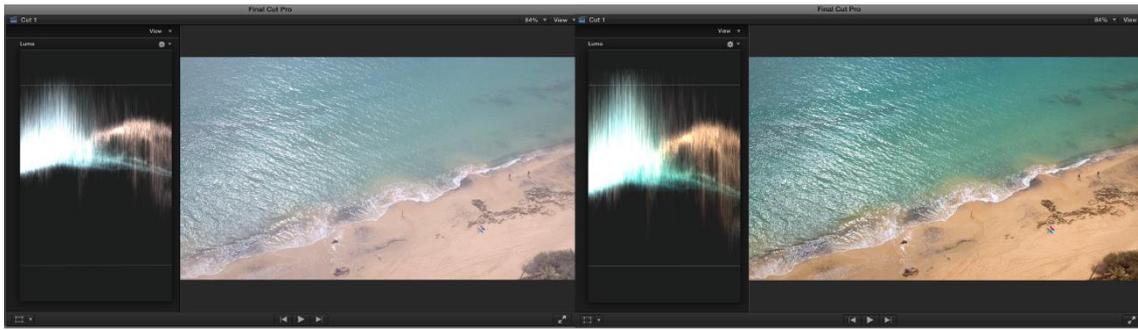


Figura 15 - Sem *color correction* vs. com *color correction*.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Depois da edição estar concluída, foi crucial colocar os ficheiros na página oficial da entidade na plataforma *iStock*, onde poderão ser vendidas a possíveis clientes. No entanto, a exportação dos vídeos para o *iStock* tem algumas particularidades. Para ser possível o *upload* de conteúdos audiovisuais nos servidores da empresa *iStock* é necessário exportar os vídeos utilizando o *codec PhotoJPEG*, evitando ultrapassar a resolução de *Full HD*.

2.5.8. *Making of Sandeman*

O projeto “*Sandeman*” foi um dos mais ambiciosos trabalhos realizados pela entidade APT. Não só devido à sua duração produtiva, que se prolonga por mais de um ano, como também pela sua magnitude estrutural. Desta forma, não é de todo difícil pensar que para além da captação dos pontos de interesse, também os momentos vividos pela equipa nos bastidores devessem ter um lugar especial em formato digital.

Consequentemente, o estagiário teve a especial tarefa de elaborar um pequeno *Making of*²⁴ do projeto através das imagens recolhidas no terreno. A sua ideia em geral foi de produzir uma edição mais apelativa, demonstrativa, extrovertida e curta, deixando de parte quaisquer elementos informativos (como são muitas vezes presentes no cinema). Não foi atribuída nenhuma restrição à duração do vídeo, contudo após verificar todas as imagens captadas pensou-se na duração máxima de um minuto. A partir destes dados iniciais, foi possível para o estagiário elaborar algumas propostas de montagem, sendo depois analisadas e devidamente criticadas.

²⁴ *Making of* é a demonstração dos bastidores durante o processo de produção de um projeto em específico.

Para o acompanhamento das imagens, teve a necessidade de escolher várias músicas adquiridas pela entidade e apropriadas ao ritmo de edição realizado. Como um projeto audiovisual, este necessitou de ser editado no *software Final Cut Pro X* como é demonstrado na **Figura 16**.



Figura 16 - Making of Sandeman.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Por conseguinte, ao apresentar-se como mais um projeto audiovisual da empresa este requereu a típica edição de vídeo realizada em projetos anteriores, passando pelas etapas da montagem, *color correction* e *color grading*. Não foi necessária a exportação dos vídeos em 4K, visto que as imagens foram captadas numa resolução máxima de *Full HD*.

2.5.9. Projeto Vila Vita

A entidade iniciou o trabalho de campo em alguns dos novos projetos recebidos de braços abertos. Para ser mais específico, um dos trabalhos realizados para a entidade AÉREO foi um vídeo promocional de Vila Vita, que se situa na região Algarvia. Esta empresa consiste num parque turístico que oferece aos seus clientes o melhor conforto e lazer no mercado, provido da sua forte aposta no luxo e requinte das suas instalações.

Posto isto, no que concerne à produção do projeto multimédia, parte da função do estagiário foi inaugurar o trabalho de editor de vídeo, começando por visualizar e catalogar as imagens e processos de montagem.

Todavia, o cliente Vila Vita optou pela escolha de um pacote de serviços diferentes. Para além do vídeo promocional, a entidade pediu para que fossem oferecidos conteúdos fotográficos das instalações turísticas. A edição fotográfica e videográfica ficou totalmente a cargo do estagiário, aplicando as mesmas regras criativas que foram utilizadas em projetos do mesmo âmbito. A **Figura 17** demonstra o desenvolvimento técnico de ambos os processos.



Figura 17 - Projeto Vila Vita.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Por fim, este projeto tinha como principal objetivo passar uma imagem cativante das instalações turísticas, apelando pela beleza visual existente dentro da empresa hoteleira. Para o sucesso na transmissão da mensagem e para não desenvolver monotonia visual, o vídeo teria de possuir um minuto e 30 segundos de duração máxima.

2.5.10. Edição Fotográfica Litográfis

A entidade Litográfis é especializada na produção de conteúdos de impressão gráfica e conta com mais de dez anos de existência no mercado nacional. No seu portfólio encontram-se variados projetos como revistas, livros, cartões de visitas, documentos oficiais, posters e cartazes, sempre produzidos com alto teor de qualidade. Nessa conformidade, a Litográfis contratou os serviços de captação fotográfica da empresa AÉREO, com o intuito de partilhar a dimensão das suas instalações nas redes sociais e no *website* oficial.

O serviço que a entidade AÉREO prestou incluiu no seu portfólio a captação e produção de fotografias aéreas. Desta forma, tanto o projeto de vídeo “Vila Vita”, como o projeto exclusivamente fotográfico “Litográfis”, fizeram uso do *drone* para a captação das imagens esteticamente mais atrativas alusivas aos clientes solicitados. Mais uma vez, este

tipo de projeto é concluído através de várias fases estruturais que passam pela recolha e análise das imagens, escolha das melhores imagens e edição/correção de cores e problemas existentes nas suas tonalidades. Estas são depois enviadas ao cliente para escolha, sendo que o número final dependerá do serviço adquirido pelo mesmo.

Na fase final, todas as fotografias escolhidas pelo cliente são tratadas através de uma edição detalhada, retirando elementos visuais desnecessários (*spot removal*), uso de *masks* para melhorar tonalidades de cor e o aumento controlado de detalhe (*sharpen*), sem que este sofra de ruído visual.

2.5.11. Projeto Raclac

A *Raclac* afirmar-se como uma empresa com extrema presença no mercado internacional, sendo uma entidade europeia de capital privado, especializada na conceção, fabricação e comercialização de produtos descartáveis para a área da saúde. De forma a tornarem o seu *website* informativo mais apelativo e atualizado, a empresa decidiu contactar a entidade APT para a produção de um vídeo institucional, com vista em demonstrar o porquê dos seus padrões de alta qualidade. O estagiário de multimédia, foi convidado a participar na fase de produção/captação de imagens, tanto de interiores como aéreas. Afirma-se assim, que se tratou de um projeto mais prático para o estagiário, estando presente nas fases de captação visual no terreno.

Por conseguinte, teve a principal função de auxiliar o Dr. Paulo Couto, realizador e operador de câmara no projeto “*Raclac*”, em todas as necessidades criadas. Foi necessária a utilização de materiais de luzes artificiais, diversas objetivas, tripé com *slider* e duas câmaras distintas (*Nikon D800* e *DJI X5*). Uma das políticas da empresa APT era captar os mesmos planos de variadas formas, desde a utilização de uma técnica mais estática até à repetição do plano com movimento (importante uso do *slider*).

O objetivo do projeto passou pela demonstração de todo o trabalho exercido nos bastidores da *Raclac*, desde a organização efetuada no armazém até aos gabinetes técnicos, fulcrais para a existência da empresa. Durante todo o processo de captação, foram explicados vários processos de relevante importância, como a devida montagem dos materiais e algumas técnicas de filmagem (planos, movimentos e informações técnicas) que pudessem acrescentar maior beleza visual.

Apesar da importância dentro da qualidade das filmagens, foi concebida ao estagiário a oportunidade de exercer algumas funções mais práticas durante o projeto. Este teve o prazer de captar algumas imagens de detalhe, usufruindo de planos fixos e planos com movimento. Outros conhecimentos adquiridos foram de uma componente mais técnica, como a correta manipulação do *ISO* (sensibilidade da câmara à luz), *shutter speed* (tempo em que o sensor é exposto à luz) e *f-stop* (profundidade de campo) da câmara. Para além disso, o estagiário auxiliou o Dr. Paulo Couto durante a captação de imagens aéreas, sendo o seu segundo “par de olhos” que vigiava o movimento aéreo do *drone*.

De seguida, após a conclusão da captação de imagens o projeto entra na sua fase de pós-produção, onde se realizam todas as transformações digitais necessárias para o alcance do produto final. A edição de vídeo ficou a cargo do profissional Dr. Daniel Assunção, porém o estagiário teve em mãos a edição fotográfica aérea também requerida no contrato pela *Raclac*, como é possível verificar na **Figura 18**.

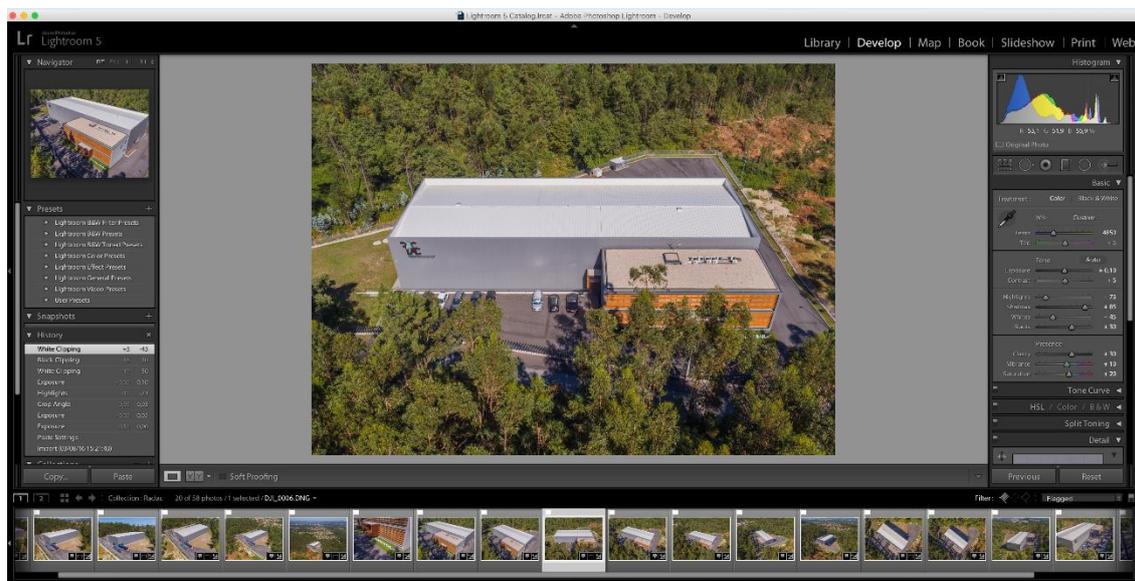


Figura 18 - Edição fotográfica do projeto *Raclac*.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

A edição fotográfica solicitada neste projeto vai ao encontro das anteriores edições realizadas pelo estagiário, melhorando o aspeto visual de todas as fotografias com o devido apoio das ferramentas do *software Adobe Lightroom*.

2.5.12. Filmagens *Perfect Go*

A empresa *Perfect Go*, situada no distrito do Porto, é umas das mais conceituadas produtoras de rolhas para garrafas de vinho do país. Após contacto com a equipa da APT, foi produzido um vídeo institucional que demonstrasse pequenos detalhes gerais da fase de produção. Existe uma comunicação recíproca, bidirecional e constante entre os clientes e a entidade, sendo que estes possuem o direito de criticarem e darem sugestões para que o produto seja criado de acordo com o pretendido. Dito isto, a direção achou necessário a troca de algumas imagens colocadas na proposta de edição por algo mais direcionado à tecnologia de ponta existente dentro da indústria.

O estagiário teve a principal função de auxiliar o operador de câmara Dr. Daniel Assunção na captura de novas imagens alusivas à maquinaria utilizada na produção das rolhas. Foram realizadas filmagens que fizeram uso de planos fixos e planos de movimento, sendo executada uma seleção das melhores imagens obtidas durante o processo de edição.

2.5.13. Edição Fotográfica José Maria Vieira

A empresa José Maria Vieira (JMV) contratou os serviços da entidade APT para um trabalho fotográfico aéreo das suas instalações. Apesar de não estar presente para a captura dessas mesmas imagens, foi atribuída ao estagiário a função de edição das melhores fotografias a serem enviadas para o cliente. Na **Figura 19** encontra-se o processo de edição fotográfica aplicado neste projeto.

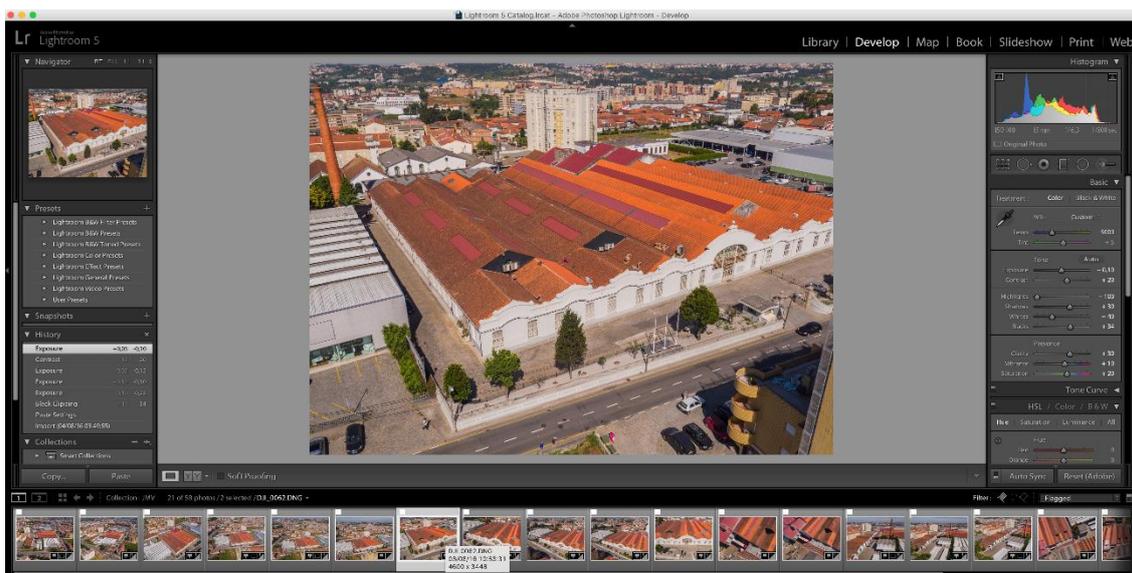


Figura 19 - Edição fotográfica do projeto JMV.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Este foi um projeto caracterizado pela sua pequena dimensão, visto que apenas requereram os serviços de captação aérea prestados pela empresa AÉREO.

2.5.14. APT Easy

Durante as reuniões semanais realizadas dentro da equipa da APT foram colocadas em cima da mesa algumas ideias para a elaboração de um novo serviço. Inicialmente, estas informações eram confidenciais e não possíveis de transcrever neste relatório de estágio. No entanto, o projeto assumiu uma maior importância comercial e a sua produção passou para primeiro lugar.

O nome escolhido para o projeto foi “APT Easy”, que por sua vez associa a um programa de produções/serviços mais simplistas oferecidos pela entidade. O público-alvo serão clientes com menos margem monetária e que queiram usufruir de serviços multimédia mais baratos, que por sua vez se classificam como pequenas e médias empresas (PME). Porém, os preços mais baixos estão associados a um trabalho mais simplista, curto e não tão pormenorizado.

Acaba por se afirmar como mais uma opção de pacote para aumentar o número de clientes no portfólio da entidade. Uma das fases é criar exemplos de edição e trabalhos realizados dentro do pacote *Easy*, abordando imagens anteriormente utilizadas em outros projetos

(com a devida autorização dos respetivos clientes) e editando de forma a transcrever uma nova visão mais básica.

Por consequência, foi requerido ao estagiário a edição de vários vídeos de carácter simplista, tornando evidente os elementos pertencentes nos projetos da linha *Easy*.

2.5.15. Procura de Clientes *Online*

De forma a aumentar o catálogo de possíveis clientes interessados nos serviços da entidade APT e AÉREO, foi necessário realizar uma pesquisa *online* de portais de exposição empresarial. Dito isto, os novos possíveis clientes e os seus respetivos contactos de comunicação são colocados numa base de dados, que por sua vez poderá criar laços interpessoais corporativos que permitam a criação de novos projetos multimédia.

O estagiário praticou a atividade de investigação, apontando todas as empresas apelativas na respetiva base de dados associada aos clientes.

2.5.16. Projeto Maxmat

A empresa Maxmat, é uma das mais conhecidas cadeias de lojas de matérias de construção e bricolage a atuar em Portugal, apostando fortemente no seu respetivo mercado. Mais do que isso, este cliente aposta constantemente nos meios mediáticos, criando anúncios publicitários memoráveis que ajudam o crescimento da marca entre os portugueses. Como tal, durante a apresentação dos seus novos produtos a empresa decidiu contratar os serviços da APT, mais precisamente para desenvolver um pequeno vídeo demonstrativo dessa mesma gama de produtos, devendo ser apresentado num monitor em *loop*²⁵. Este projeto audiovisual tem o principal objetivo de ser demonstrado pela empresa durante a sua participação numa convenção industrial.

Numa primeira fase, foi necessário realizar uma edição aprofundada às imagens dos respetivos produtos, conseguindo retirar todos os elementos em *background* para que

²⁵ *Loop* caracteriza-se como o efeito de criar repetições constantes sem término, aplicado em elementos multimédia.

estas possam ser utilizadas em fundos associados à edição de vídeo, como é possível verificar na **Figura 20**.

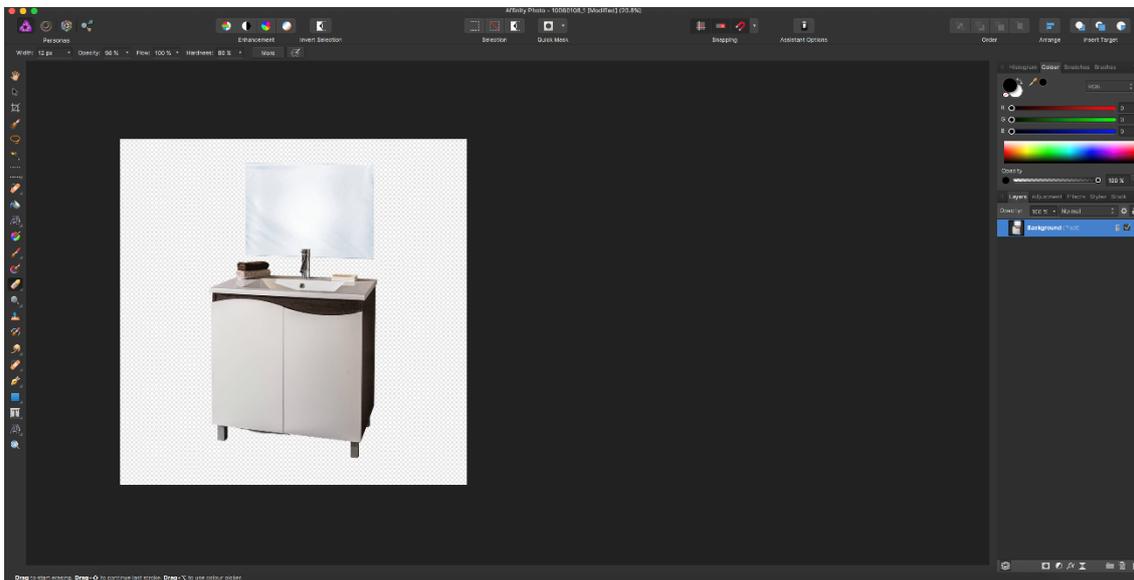


Figura 20 - Manipulação das imagens do projeto Maxmat.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Após o término da edição aplicada nas imagens dos produtos da empresa Maxmat, foi tempo de iniciar toda a produção audiovisual a ser mostrada nos ecrãs da convenção. A ideia principal foi elaborar um vídeo em constante *loop* que demonstre as publicidades produzidas para os meios televisivos e o extenso catálogo de produtos existentes. Para tal, foram facultados os diversos *spots* televisivos que ainda hoje são apresentados nos canais genéricos/abertos portugueses e todas as imagens editadas pelo estagiário na fase anterior. A **Figura 21** demonstra o processo de edição de vídeo dentro deste projeto.

Ao todo foram facultados seis anúncios publicitários, sendo que cada um antecede um processo demonstrativo visual. A montagem geral passa por apresentar em primeiro lugar um dos vídeos publicitários, duas fotografias das secções físicas das lojas Maxmat e a demonstração de vários produtos, repetindo-se assim todo o processo através dos diversos vídeos facultados.



Figura 21 - Edição de vídeo do projeto Maxmat.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Por fim, existiu ainda a necessidade de se criar uma imagem *background* para a demonstração dos diversos produtos (imagens anteriormente editadas) através do uso do *software Affinity Designer*.

2.5.17. Adega Cooperativa de Redondo

A empresa Adega Cooperativa de Redondo é especializada em produzir dos melhores vinhos nacionais, provenientes do Alentejo, contando já com mais de meio século de existência e liderança na zona sul do país. Como tal, a empresa contactou a equipa da APT e AÉREO para a captação de imagens aéreas, tanto a nível videográfico como a nível fotográfico.

Após a conclusão do trabalho de campo, o estagiário teve a tarefa de editar o projeto videográfico e fotográfico, como é possível verificar na **Figura 22**.



Figura 22 - Edição do projeto Adega Cooperativa de Redondo.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

O cliente procurou que a equipa criativa realizasse um vídeo com uma duração máxima de um minuto, com o objetivo de apelar a enorme dimensão das suas instalações.

2.5.18. Projetos Carvema, Braval e ERT

A captação dos três projetos foi realizada no mesmo dia, tendo o estagiário auxiliado o diretor Dr. Paulo Couto durante o processo de produção. As três entidades solicitaram os serviços audiovisuais aéreos exercidos pela empresa AÉREO, sendo desta forma necessária a utilização do *drone* acompanhado da câmara *DJI X5*.

Num primeiro caso, a empresa Braval apresenta-se como um aterro sanitário que ajuda na transformação do lixo e do bem-estar ambiental na zona de Braga, procurando demonstrar os seus serviços no site oficial através da captação fotográfica.

De seguida, a entidade Carvema conta já com mais de 40 anos de existência dentro da indústria têxtil nacional. De forma a festejar tamanha data, requisitou somente os serviços fotográficos prestados pela empresa AÉREO.

Por fim, o projeto ERT consiste na realização de captação fotográfica e dois vídeos promocionais aéreos. O primeiro visa demonstrar uma empresa em ruínas (Oliva) adquirida pela corporação ERT e o segundo vídeo procura demonstrar as instalações da sede da empresa, que atua fortemente sobre o mercado têxtil nacional e internacional. Na **Figura 23** é possível visualizar o processo de edição de vídeo no projeto “ERT Oliva”.



Figura 23 - Edição do vídeo sobre as instalações “Oliva”.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Toda a edição videográfica e fotográfica foi exercida pelo estagiário, após o encerramento do processo de produção (trabalho de campo).

2.5.19. Madeira e Porto Santo

De forma a cativar novos/possíveis clientes, a entidade APT criou novos vídeos apelativos e estritamente baseados nas imagens mais belas e cativantes, captadas no arquipélago da Madeira. Assim sendo, é possível demonstrar as qualidades do serviço da APT ao mesmo tempo que se estende o catálogo de contactos empresariais da entidade. Para além disto, caso as empresas não procurem usufruir de um serviço pormenorizado, estas podem simplesmente adquirir (através de um processo de compra) os direitos de uso dessas mesmas imagens através do uso da plataforma *iStock*.

A principal função exercida pelo estagiário relativa a este projeto passou pela realização dos respetivos vídeos demonstrativos, agrupando um conjunto de imagens apelativas, belas e aprumadas de qualidade, de forma a contruir um produto desejável aos olhos dos clientes. As imagens foram captadas via aérea na região da Madeira e Porto Santo através do uso de um *drone* e da câmara *DJI X5*.

2.5.20. Areias Douradas e Paraíso Dourado

Foram elaborados dois projetos de vídeo dedicados aos hotéis Areias Douradas e Paraíso Dourado, pertencentes à mesma empresa e ambos situados na ilha do Porto Santo. O objetivo principal consistiu na divulgação da beleza dos estabelecimentos, bem como da paisagem que rodeia toda a área costeira referida. Desta maneira, será possível promover o cliente, aumentando o interesse nas suas instalações e o seu valor turístico.

A principal tarefa do estagiário passou pela realização da edição de vídeos associada aos respetivos projetos, utilizando as imagens captadas pela entidade no qual esteve inserido. Ambos os projetos partilharam da mesma ideologia e metodologia criativa, visto que pretendem alcançar os mesmos objetivos turísticos. A **Figura 24** entende-se como o processo de pós-produção (edição de vídeo) dos respetivos projetos.



Figura 24 - Edição dos projetos Paraíso Dourado e Areias Douradas.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

A estrutura base da narrativa é relativamente simples, tendo o estagiário optado por iniciar com imagens mais gerais direcionadas para o hotel. Depois, tentou-se aprofundar o estabelecimento, passando subtilmente para a demonstração das praias e edifícios presentes à sua volta. Por fim, a narrativa volta de novo a mostrar o edifício principal da empresa, acabando assim ambos os vídeos promocionais.

2.5.21. A Cebola e o Prego

A Cebola e o Prego foi um projeto cinematográfico da autoria do diretor Dr. Paulo Couto, responsável máximo pelas empresas APT e AÉREO. Após a finalização da curta-metragem, foi necessária a elaboração de vários elementos multimédia para a sua inscrição em festivais de cinema.

O primeiro objetivo deste projeto foi a realização de um curto vídeo promocional (*trailer*) deste trabalho videográfico, de forma promovê-lo nas redes sociais da APT. Foi ao estagiário concebida total liberdade criativa neste projeto multimédia, tendo conseguido criar um produto final que cumpre com sucesso todos os objetivos traçados. A **Figura 25** demonstra o processo de edição do trailer.



Figura 25 - Realização do trailer da curta A Cebola e o Prego.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

A **Figura 26** é alusiva à produção vetorial do cartaz do filme.

O cartaz foi a segunda etapa alusiva a este projeto, voltando o estagiário a possuir total liberdade criativa na sua produção. Como tal, este decidiu elaborar uma representação vetorial da história do filme, tendo utilizado as ferramentas (*pen* e *color fill*) existentes dentro do *software Affinity Designer*.

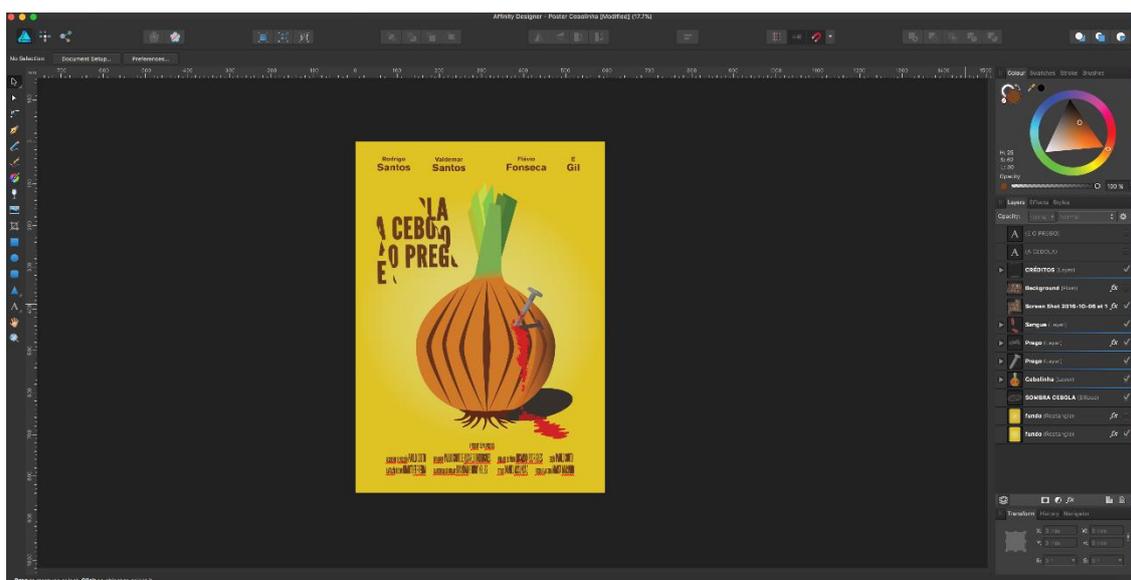


Figura 26 - Design do cartaz da curta A Cebola e o Prego.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Na construção do cartaz, o estagiário teve a ideia de desenhar uma cebola, em formato vetorial, com um prego espetado no seu lado direito, que por sua vez tivesse a si agregado um enorme rasto de sangue. À primeira vista pode não fazer sentido a ligação entre ambos os elementos gráficos, contudo a mensagem torna-se perceptível após a visualização da curta-metragem. A ideia principal era de criar um mistério intrigante através do uso da comunicação visual, sem que esta estragasse o secreto argumento. As cores utilizadas tiveram em consideração o aspeto real de ambos os elementos, explicando a aplicação de tons mais acastanhados na cebola e cinzentos no prego. Para além disso, existe o efeito *dégradé*²⁶ no *background* da imagem, que varia entre um amarelo mais claro na posição central e um amarelo torrado nos contornos.

O cartaz final do projeto “A Cebola e o Prego” (**Apêndice I**) encontra-se disponível para ser devidamente analisado.

2.5.22. Banners para Redes Sociais A Pequena Túlipa e AÉREO

No âmbito da renovação gráfica e apresentação visual das entidades, foi requerida a produção de várias propostas de carácter vetorial (design gráfico), mais precisamente a criação de *banners* criativos e apelativos que pudessem ser colocados nas redes sociais e *website*. Foi ao estagiário concedida total liberdade criativa, tendo criado conteúdos inteiramente pensados por ele. Para tal, foi necessária a utilização do *software Affinity Designer*, especializado em produção/desenho vetorial. A primeira imagem, **Figura 27**, diz respeito ao *banner* criado para o AÉREO.

O objetivo passou pela criação de uma imagem que fizesse referência imediata às atividades da empresa AÉREO. Por conseguinte, o estagiário elaborou uma cidade, apoiada pelo pôr do sol (uma das *golden hours* em filmagens), a ser captada pela tecnologia de um *drone*. Todos os elementos visuais foram criados de raiz, sendo necessário a utilização da ferramenta *pen* para esse efeito. A *pen* permite criar vários pontos seguidos, contruindo assim um conjunto de linhas que compõem uma forma visual. Esses mesmos pontos depois podem ser convertidos em linhas, através da opção vetorial *convert to curves*, que por sua vez possibilita uma edição mais liberal (como a possibilidade de criar curvas) dos pontos/linhas criados(as) anteriormente.

²⁶ *Dégradé* é uma sequência de tons contínuos criado através da junção de duas ou mais cores distintas entre si.

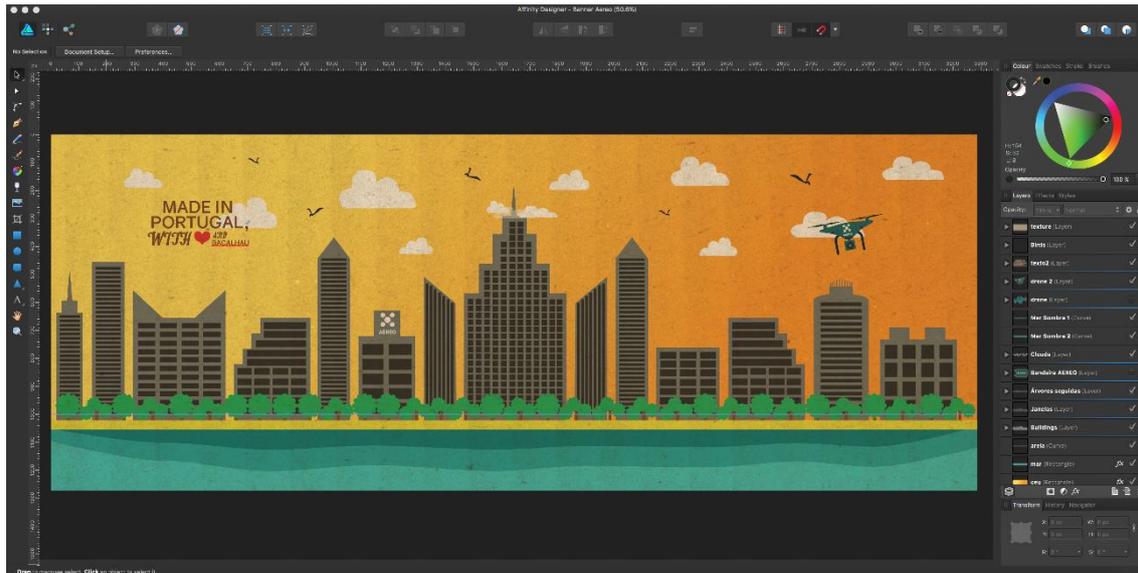


Figura 27 - Banner para as redes sociais AÉREO.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Para captar a sensação de final do dia, suportado por um brilhante pôr do sol, o estagiário produziu um *background* possuidor de um dégradé à imagem do fenómeno real. Todavia, de forma a criar uma sintonia visual entre os diferentes elementos o estagiário optou por escurecer a imagem geral, aplicando uma fotografia de uma caixa de cartão com valores de *opacity*²⁷ bastante elevados, criando um maior impacto visual apoiado por uma decisão possensora de originalidade.

A **Figura 28** é a representação gráfica do trabalho exercido no *banner* da APT.

²⁷ *Opacity* é um conjunto de valores que origina a transparência aplicada a um determinado objeto.

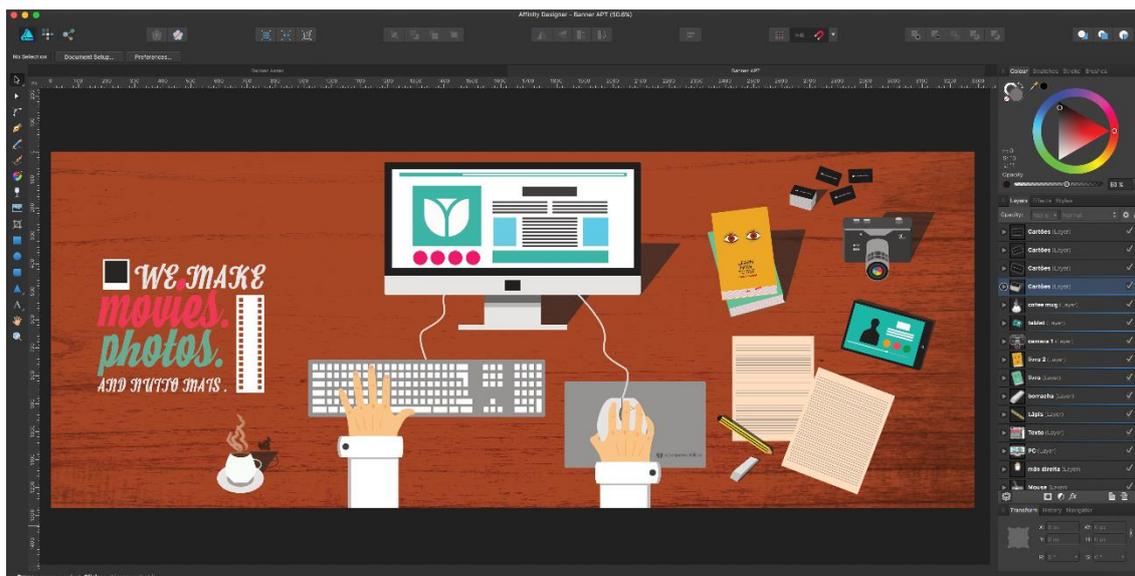


Figura 28 - Banner para as redes sociais APT.

Fonte: Elaborado pelo Estagiário.

Para finalizar, o segundo *banner* (APT) transmite o trabalho efetuado dentro do escritório. O trabalho de captação é deveras importante, porém é através do uso de *softwares* que se constrói o produto à sua imagem final. Assim sendo, o estagiário decidiu contruir a mesa de trabalho de um profissional multimédia, apelando por uma representação gráfica satírica da uma metodologia de trabalho baseada em *multitasking*²⁸, visto que são várias as aéreas em que este necessita de trabalhar.

O resultado final de ambos os *banners* gráficos (**Apêndice II** e **Apêndice III**) encontram-se disponíveis para visualização e devida análise.

2.5.23. Filmagens *Spiralpack*

A *Spiralpack* oferece serviços e produtos extremamente importantes no dia a dia do cidadão comum. Dito isto, esta empresa produz serviços através do uso do papel/cartão (rolos de papel), utilizados como base nos mais variados produtos existentes no mercado. Devido à ótima relação criada com a empresa APT, a *Spiralpack* solicitou novos serviços audiovisuais para promover a qualidade produtiva dentro da marca.

O estagiário participou assim em mais um projeto de captação videográfica, auxiliando o profissional Dr. Daniel Assunção com ideias criativas, planos de filmagens, captação de

²⁸ *Multitasking* apela à produção de várias tarefas em simultâneo, sendo uma condição normal do dia a dia de um profissional da área da multimédia.

imagens e montagem de equipamento. De uma forma geral, a metodologia de trabalho foi ao encontro do que foi realizado nos projetos “*Raclac*” e “*Perfect Go*”, que por sua vez dita a participação ativa do estagiário na captação de conteúdos videográficos e partilha de ideias/soluções durante o trabalho efetivado em campo.

2.5.24. Universidade Portucalense

O último projeto realizado pelo estagiário durante o seu estágio curricular foi a captação e edição fotográfica das instalações da Universidade Portucalense. O intuito principal seria a captação de uma atividade realizada entre os alunos e professores da Universidade. A atividade em questão passava pela libertação de uma mancha visual colorida composta por balões de ar, transmitindo a mensagem de liberdade interpessoal no futuro profissional dos alunos. Por outras palavras, esta fase académica possibilita voar mais alto e alcançar os objetivos propostos pelos alunos universitários.

Após a conclusão da captação aérea, o estagiário conseguiu ainda concluir o processo de edição fotográfica, afirmando-se assim como o último trabalho multimédia realizado pelo mesmo.

2.6. Dificuldades e Barreiras

O estágio curricular é o primeiro contacto estabelecido entre os jovens estudantes e o mercado de trabalho. No que concerne à importância do estágio, pode-se afirmar que este é deveras relevante para o enriquecimento da experiência do estudante respetivamente à pressão imposta pelo mundo de trabalho. Seja através do cumprimento das *deadlines*²⁹ ou a próprias críticas criativas aplicadas às decisões do estagiário, é certo que existam dificuldades e barreiras que devam ser ultrapassadas.

Num primeiro momento, logo após a escolha da empresa onde iria realizar o estágio curricular, o estagiário teve conhecimento da existência de algumas barreiras iniciais que necessitavam de ser obrigatoriamente ultrapassadas. Portanto foi requerida ao estagiário a utilização de um novo sistema operativo denominado de *Mac OS*, desenvolvido pela empresa multinacional americana *Apple Inc.* A inclusão de um sistema operativo

²⁹ *Deadlines* são os prazos de término e entrega associados aos projetos realizados.

dissemelhante ao que o estagiário utilizava, neste caso o *Windows*³⁰, criou a necessidade de uma adaptação rápida à nova metodologia de trabalho das empresas APT e AÉREO, visto ser essencial para a conceção das tarefas propostas no plano de estágio (**Anexo I**).

Não só o sistema operativo se apresentou como diferente, como também grande parte dos *softwares* de produção multimédia utilizados durante o estágio curricular se apresentaram como dissemelhantes aos que foram lecionados nas unidades curriculares. De um modo geral, apesar das barreiras estabelecidas perante tamanha diferença metodológica, o estagiário encarou esta mudança como um desafio positivo para o enriquecimento da sua experiência profissional. Assim sendo, tornou-se possível adquirir novos conhecimentos técnicos nos *softwares* em questão (*Affinity Photo*, *Affinity Designer* e *Final Cut Pro*), que por sua vez podem criar futuras oportunidades no mundo do trabalho.

Por último, o estagiário deparou-se com desafios a nível criativo, mais precisamente durante a fase de pós-produção em projetos audiovisuais (edição de vídeo) e na criação de elementos vetoriais (*design* gráfico). No que diz respeito aos projetos audiovisuais, o estagiário teve a preocupação de criar narrativas distintas para todos os projetos, realçando os valores singulares e específicos de cada cliente, ao mesmo tempo que respeitava os objetivos propostos. Este foi um desafio complexo devido às semelhanças presentes nos vídeos promocionais editados, particularmente para a empresa AÉREO, visto que grande parte das vezes partilhavam os mesmos objetivos.

Para finalizar, pode-se afirmar que os desafios integrados na produção de elementos vetoriais são de carácter construtivo, estrutural e refletivo. A principal preocupação do estagiário enquanto *designer* criativo foi a correta transmissão da mensagem, também designada de comunicação visual, perante o público-alvo. No entanto, para possibilitar o sucesso comunicativo o estagiário necessitou de se reinventar criativamente, produzindo conteúdos que primassem maioritariamente pelo seu aspeto visual e originalidade. Não importa apenas criar uma boa imagem, sendo também extremamente importante que a ação decorrente na mesma consiga transmitir a mensagem pretendida de forma clara e concisa. Não obstante, o estagiário conseguiu superar os respetivos desafios em projetos como “A Cebola e o Prego” e “*Banners* para as redes sociais APT e AÉREO”.

³⁰ *Windows* é o sistema operativo desenvolvido pela empresa multinacional americana *Microsoft*.

REFLEXÃO FINAL

Os três anos de licenciatura em Comunicação Multimédia foram possivelmente os três mais importantes no percurso académico do estagiário. Esta é claramente uma afirmação muito forte, mas que traz consigo uma verdade pura e simples. Quando pensamos no futuro dentro do mercado de trabalho, existe sempre a necessidade de o alicerçar com uma base académica enriquecedora, completa e significativa, pois é através desta aprendizagem que as verdadeiras oportunidades surgirão. O objetivo principal do estagiário sempre foi de aproveitar ao máximo os conhecimentos lecionados e dar o seu melhor nos desafios impostos pelo trajeto académico. Desde o primeiro ano, conhecido como o ano de adaptação, até ao último sente-se que existiu uma melhoria significativa. Dependendo das unidades curriculares foi possível obter resultados excelentes, contudo fica sempre preso na ideia a vontade de fazer mais e melhor.

Desde o início do curso que o estagiário tinha uma ideia formada no que concerne ao estágio curricular. Apesar de existir também a opção de realizar um projeto final multimédia no final da licenciatura, sempre teve em mente a realização de um estágio curricular. A verdadeira razão para tamanha decisão deveu-se ao facto de pretender uma preparação o mais profissional possível, de modo a poder fazer frente às dificuldades do mercado de trabalho. Outro aspeto fundamental consistiu na sua expansão de horizontes territoriais, optando por contactar diversas empresas de multimédia nas grandes cidades/distritos do país. Foi assim possível encontrar a empresa APT, e o seu *spin off* AÉREO, que tinha no seu portfólio imensos projetos audiovisuais de enorme valor criativo. Não só eram projetos que vinham ao encontro dos gostos pessoais do estagiário, como também abriam portas para aumentar significativamente todo o seu conhecimento nas diversas áreas de multimédia.

Desde o primeiro dia de estágio foi recebido sempre de braços abertos por toda a equipa da APT e AÉREO. Sabiam das suas limitações enquanto estudante sem experiência profissional, mas sabiam também que tinha imensas capacidades intelectuais. O voto de confiança dado por toda a equipa foi o suficiente para superar os obstáculos que foram aparecendo, contribuindo para o verdadeiro aumento de conhecimento laboral e prático. A importância do curso de Comunicação Multimédia teve aqui o seu esplendor, visto que grande parte dos conhecimentos utilizados durante o desenvolvimento dos projetos de estágio tinham sido adquiridos nas unidades curriculares. Este pormenor pode parecer

normal e um dado adquirido, mas têm na verdade uma relevância superior ao que aparenta. É extremamente importante estar preparado em níveis técnicos e a licenciatura permitiu uma *performance* positiva durante o decorrer do estágio curricular. Tudo o que o estagiário não sabia teve de aprender de forma autónoma, através de visualização de tutoriais e a leitura de livros especializados para o mesmo.

Subsiste a noção que três anos passam a voar e não possibilitam a aprendizagem total das ferramentas. Porém, quere-se apenas deixar o pedido de consideração para a ferramenta *Adobe After Effects*, que entre muitas coisas permite a produção de *motion animation*, sendo assim possível embelezar o projeto multimédia na sua fase de pós-produção. Esta começa a ser uma ferramenta cada vez mais requisitada pelos empregadores de empresas de conteúdos audiovisuais, sendo cada vez mais importante a sua aprendizagem na licenciatura de Comunicação Multimédia. Deve ser dito que a pressão inserida pelos professores para a entrega dos trabalhos práticos nas suas unidades curriculares foi extremamente importante para a sua adaptação no mundo de trabalho. Não foi muitas vezes fácil conseguir entregar grande volume de trabalhos e colocar as devidas capacidades ao máximo, contudo essa é apenas uma simples reflexão do quanto é difícil ser produtivo no mundo de trabalho e dessa forma o estagiário fica eternamente grato pelo ritmo imposto pelos professores.

Por fim, afirma-se que o estagiário adorou todo o seu percurso académico como todo o trajeto realizado no estágio curricular. A experiência que as empresas APT e AÉREO lhe propositaram foram enriquecedoras no mínimo e contribuíram para a sua evolução enquanto profissional de multimédia. Conseguiu pôr em prática todas as suas capacidades, tendo realizado todas as tarefas solicitadas nas empresas. Dito isto, não restam dúvidas de que o estágio foi a escolha acertada, pois caracteriza-se como um elemento fundamental para inserção dos jovens alunos no mercado de trabalho. Se este for aproveitado devidamente, pode possibilitar um conjunto de experiências valiosas para o futuro profissional dos estudantes portugueses.

BIBLIOGRAFIA

Arghode, V., e Wang, J. (2012). Exploring trainers' engaging instructional practices: a collective case study. *European Journal of Training and Development*.

Bowditch, J. L., e Buono, A. F. (1992). *Elementos de comportamento organizacional*. São Paulo: Cengage Learning.

Chang, H.-H., e Huang, W.-C. (2006). Application of a quantification SWOT analytical method. *Mathematical and Computer Modelling*, 43(1-2), 158-169. <https://doi.org/10.1016/j.mcm.2005.08.016>

Egan, J. (2007). *Marketing communications*. London: Thomson Learning.

González, P. P. G. (2006). *Teoría y práctica de la publicidad impresa*. Valencia: Campgràfic.

Gordon, B., e Gordon, M. (2005). *The complete guide to digital graphic design*. London: Thames e Hudson.

Henttonen, K., Janhonen, M., e Johanson, J. (2013). Internal social networks in work teams: structure, knowledge sharing and performance. *International Journal of Manpower*, 34(6), 616-634. <https://doi.org/10.1108/IJM-06-2013-0148>

Hurkman, A. Van. (2007). *Apple Pro Training Series: Encyclopedia of color correction / field techniques using Final Cut Pro*. Berkeley: PeachPit Press.

Hurkman, A. Van, Wohl, M., e Spencer, M. (2012). *Apple Pro Training Series: Final Cut Pro X advanced editing*. Berkeley: Pearson Education.

Jordan, L. (2012). *Final Cut Pro X: making the transition*. Berkeley: PeachPit Press.

Kothari, C. R. (2004). *Research methodology : methods and techniques*. New Delhi: New Age International (P) Ltd.

Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação empresarial as relações públicas na gestão*. Lisboa: Texto Editora.

Munari, B. (2006). *Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática*. São Paulo: Martins Fontes.

Raposo, D., e Costa, J. (2011). *Design para os olhos: Marca, cor, identidade e sinalética* (1ª Edição). Lisboa: Dinalivro.

- Ribeiro, N. (2012). *Multimédia e tecnologias interativas* (5ª edição). Lisboa: FCA - Editora Informática.
- Sampaio, R. (2002). *Marcas de A a Z*. Rio de Janeiro: Campos.
- Schroeder, A., Minocha, S., e Schneider, C. (2010). The strengths, weaknesses, opportunities and threats of using social software in higher and further education teaching and learning. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(3), 159–174. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2010.00347.x>
- Team, A. C. (2012). *Adobe Photoshop CS6: classroom in a book*. San Jose: Adobe Systems.
- Team, A. C. (2013). *Adobe After Effects CC: classroom in a book*. San Jose: Adobe Systems.
- Team, A. C. (2014). *Adobe Photoshop Lightroom 5: classroom in a book*. San Jose: Adobe Systems.
- Weynand, D. (2012). *Apple Pro Training Series: Final Cut Pro X*. Berkeley: PeachPit Press.
- Whol, M., e Gross, D. (2007). *Apple Pro Training Series: Color: correcting and grading in Final Cut Studio*. Berkeley: PeachPit Press.
- Xavier, C., Xavier, L., Reinert, J., e Stoeckicht, I. (2011). *Gerenciamento de projetos de inovação, pesquisa e desenvolvimento: uma adaptação da metodologia* (4ª edição). Rio de Janeiro: Brasport Livros Ltd.

APÊNDICES

Lista de Apêndices

Apêndice I – Cartaz da curta-metragem A Cebola e o Prego

Apêndice II – *Banner* para as redes sociais AÉREO

Apêndice III – *Banner* para as redes sociais A Pequena Túlipa

Apêndice I

Cartaz da curta-metragem A Cebola e o Prego

Rodrigo
Santos

Valdemar
Santos

Flávio
Fonseca

E
Gil

A CEBOLA E O PREGO



A PEQUENA TÚLPA APRESENTA

ARGUMENTO E REALIZAÇÃO **PAULO COUTO**
CAPTAÇÃO DE SOM **DUARTE FERREIRA**

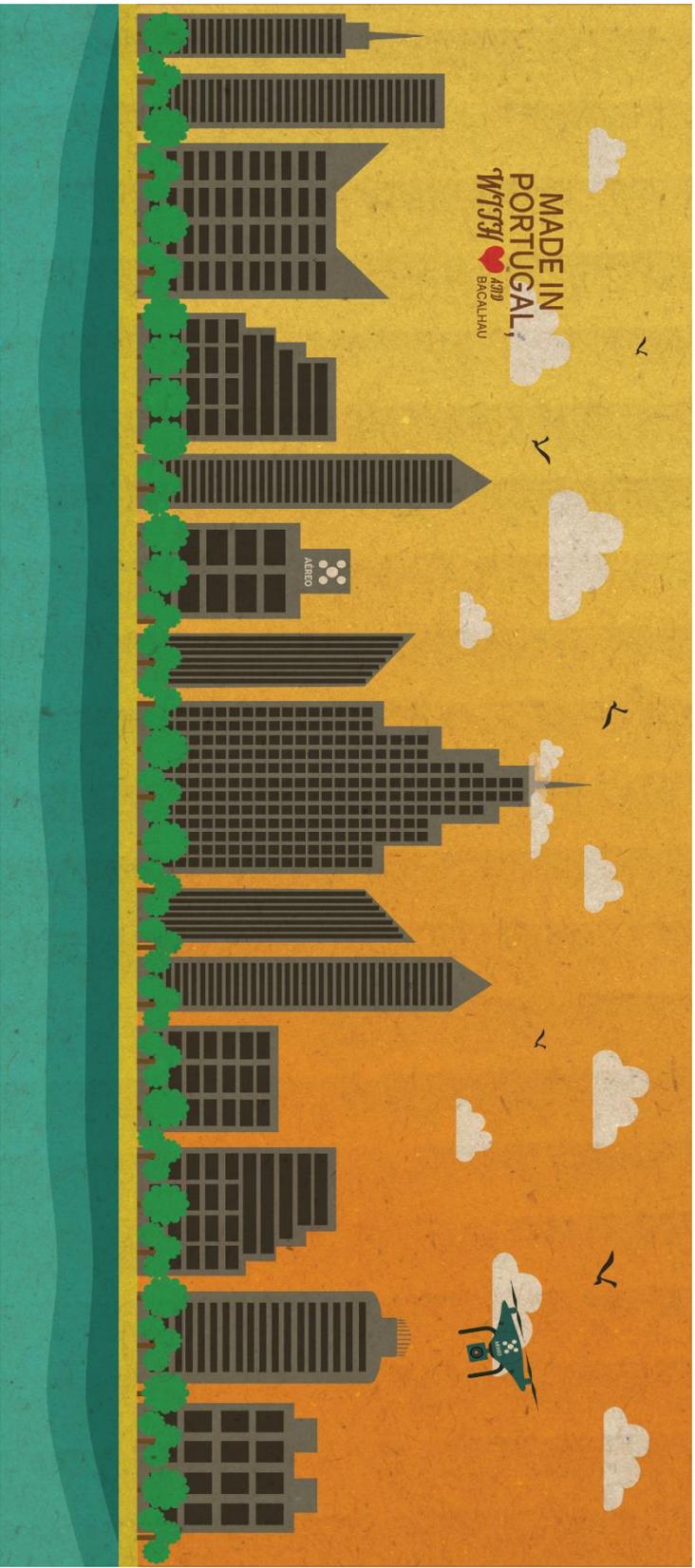
FOTOGRAFIA **PAULO COUTO E RICARDO RODRIGUES**
CARACTERIZAÇÃO **BÁRBARA BRANDÃO E RUBY KRUISS**

OPERADOR DE CÂMARA **RICARDO RODRIGUES**
TÍTULOS **DANIEL ASSUNÇÃO**

EDIÇÃO **PAULO COUTO**
FOTOGRAFIA DE CENA **MARTA MARINHO**

Apêndice II

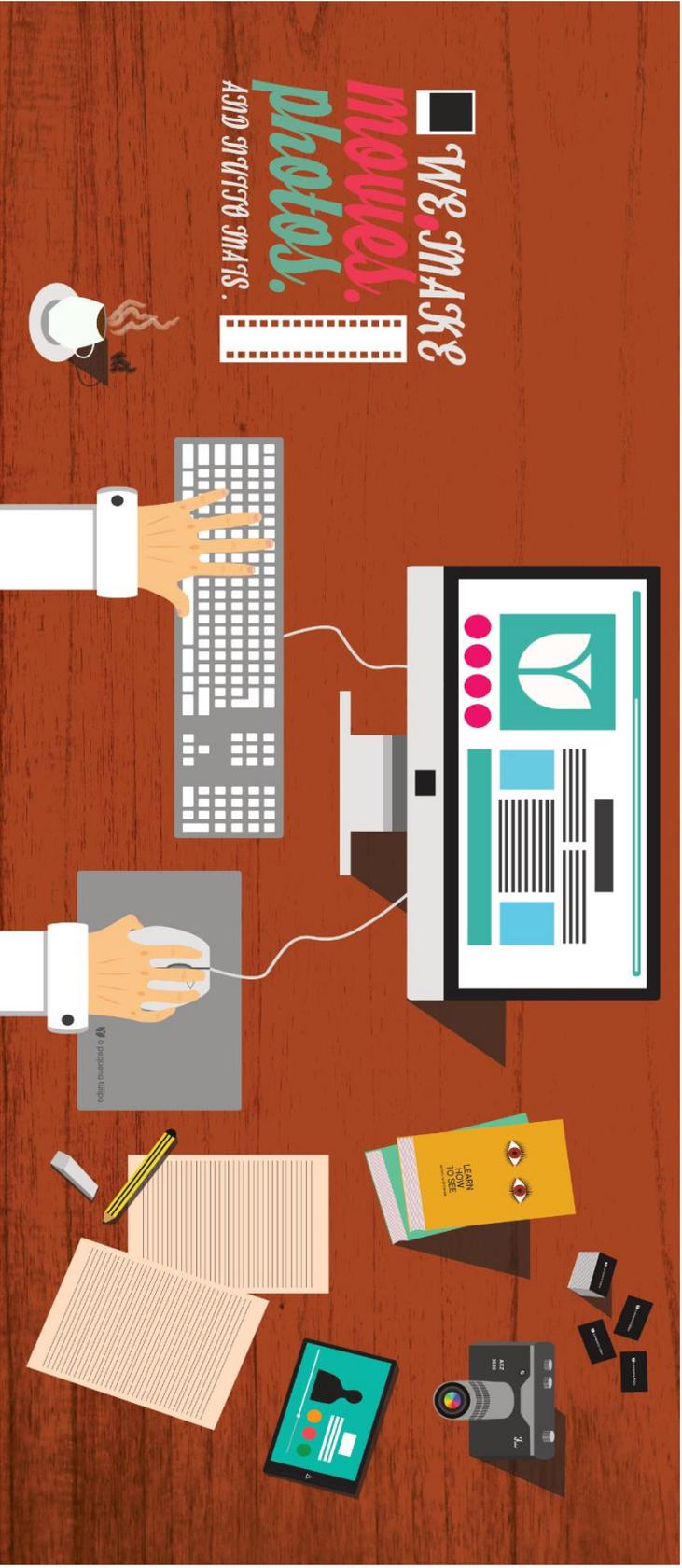
Banner para as redes sociais AÉREO



MADE IN
PORTUGAL,
MAGGI
AETEO
BROUHAU

Apêndice III

Banner para as redes sociais A Pequena Túlipa



ANEXOS

Lista de Anexos

Anexo I – Plano de Estágio

Anexo II – Declaração de Sigilo Profissional

Anexo I
Plano de Estágio

PLANO DE ESTÁGIO

Cursos de Especialização Tecnológica (CET)
Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO

GESP.004.03

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia do Estágio:
 Curricular Extracurricular Outro: _____

Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? Sim. Qual? _____

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO

Estudante: Gil Figueiredo Correia N.º 5007927

Docente orientador: Guilherme Francisco Rosa Monteiro

Supervisor: Paulo Costa

2. PLANO DE ESTÁGIO

- Introdução à Edição em final Cut x
- Introdução aos programas After Effects, Photo e Design
- Trabalho de edição de vídeo
- Edição e tratamento de fotografia
- Desenho vectorial
- Produção e Pós-Produção de filmes

O estágio será integrado no âmbito de trabalho da empresa, onde desempenhará todas as funções disponíveis no âmbito da actividade

3. ASSINATURAS

| | | |
|--|---|--|
| <p>O Estudante</p> <p><u>11/10/17 12/10/16</u> Data</p> <p><u>Gil Correia</u> (assinatura)</p> | <p>O Docente Orientador</p> <p>_____ Data</p> <p>_____ (assinatura)</p> | <p>O Supervisor</p> <p><u>11/10/17 12/10/16</u> Data</p> <p><u>Paulo Silva Couto, Unip. Lda</u> (assinatura e carimbo da Entidade)</p> |
|--|---|--|

Anexo II

Declaração de Sigilo Profissional

Declaração

Eu Gil Figueiredo Correia, com o C.C. nº 14286130, válido até 28 de Agosto de 2016, venho desta forma declarar que me comprometo a guardar sigilo sobre toda e qualquer área e/ou matéria que tenha lidado aquando da sua presença nas instalações de A pequena tília (Paulo Silva Couto, Uni Lda – 510 964 648), no decorrer do estágio curricular promovido pelo Instituto Politécnico da Guarda (IPG).

Mais, compreendo que no decorrer do meu estágio é minha obrigação os seguintes:

- Guardar sigilo sobre todas as matérias abordadas, por escrito ou de forma verbal, no interior das instalações ou em trabalhos externos
- Não copiar, ou partilhar, ficheiros de fotografia, vídeo ou outros, nem transportar os mesmos para fora do local de trabalho sem o prévio consentimento
- Não manusear ou ler documentos que não tenham sido diretamente disponibilizados pelo sócio-gerente da empresa
- Não abordar diretamente qualquer atual ou potencial cliente da empresa, com a oferta de serviços de qualquer tipo
- Não instalar software ou ficheiros não licenciados nos computadores da empresa
- Não transportar para fora das instalações da empresa qualquer equipamento sem o prévio consentimento do sócio-gerente

Compreendo que qualquer desrespeito a estas disposições constitui uma infração grave e que levará à suspensão imediata do estágio e aos devidos procedimentos e legais.

O formando

Gil Figueiredo Correia

22, 07, 2016

Gil Figueiredo Correia

Sócio-Gerente de Paulo Silva Couto Uni Lda

Paulo Fernando da Silva Couto (C.C. 12771957)

Paulo Silva Couto, Unip. Lda
Gerência