



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

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Sónia da Fonseca Sequeira

dezembro| 2017





**Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto**

Instituto Politécnico da Guarda

---

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

SÓNIA DA FONSECA SEQUEIRA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

dezembro de 2017

**FICHA DE IDENTIFICAÇÃO**

**Aluna:** Sónia da Fonseca Sequeira

**Número:** 5008528

**Curso:** Comunicação Multimédia

**Ano:** 2017

**Instituição:** Instituto Politécnico da Guarda

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

**Morada:** Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, 50 – 6300-559 Guarda

**Telefone:** (+351) 271 220 100

**Fax:** (+351) 271 222 690

**Correio eletrónico:** ipg@ipg.pt

**Docente orientador de estágio:** Jorge Manuel Braz Gonçalves

**Empresa:** Twoplay, Lda

**Morada:** Rua dos Loureiros, nº16, 1º Direito, 3500-148 Viseu- Portugal

**Telefone:** (+351)232449392

**Website:** www.2playmore.pt

**E-mail:** geral@2playmore.pt

**Duração do estágio:** três meses

**Supervisor:** Márcio da Costa Cortez

**Data de início do estágio curricular:** 19 de julho de 2017

**Data de fim do estágio curricular:** 19 de outubro de 2017

## AGRADECIMENTOS

Esta página é dedicada a todas as pessoas que me ajudaram e motivaram, a concluir esta fase da minha vida académica durante os três meses de estágio com sucesso, e principalmente com dedicação.

Após três anos de licenciatura no curso de Comunicação Multimédia, agradeço aos professores do Instituto Politécnico da Guarda que estiveram desde o início presentes na minha vida académica, não só pela aprendizagem e conhecimentos que fui adquirindo durante este tempo, mas também pelos conselhos que todos os professores foram dando para conseguir atingir o sucesso. Um agradecimento privilegiado ao meu orientador de estágio Jorge Gonçalves, que esteve sempre presente em todas as minhas dificuldades ajudando com os seus conhecimentos a corrigir os meus erros e consequentemente a melhorá-los.

Agradecer também ao meu supervisor Márcio Cortez diretor da empresa 2Play+, que aceitou realização do meu estágio curricular na empresa. Quero agradecer também a todos os funcionários que fazem parte da equipa de trabalho da empresa, pois estes também fizeram parte da minha experiência curricular onde proporcionaram momentos de troca de experiência entre os vários departamentos num ambiente que se tornou a minha segunda casa. Nunca irei esquecer o meu primeiro dia de estágio curricular e todos os momentos que ao longos destes meses foram vividos na 2Play+, fazer parte da equipa foi uma experiência que voltaria a repetir, pois, foram adquiridos muitos conhecimentos em relação ao mercado de trabalho e feitas amizades que deixaram saudades.

Um agradecimento muito acarinhado a toda a minha família principalmente aos meus avós e aos meus pais, pois sem eles nada disto estaria a acontecer, todo o apoio monetário que investiram em mim para conseguir acabar com sucesso o ensino superior e oferecer-me uma vida melhor, vou agradecer toda a minha vida por cada sacrifício que fizeram por mim e confiança que me depositaram para conseguir terminar a minha licenciatura, e puder de alguma forma retribuir mais tarde, tudo o que me deram emocionalmente como monetariamente. Agradeço de coração, e a terminar esta fase da minha vida académica posso finalmente ser um orgulho para os meus avós e para os meus pais.

Finalmente quero agradecer a todos os meus amigos e amigas que estiveram presentes e me apoiaram tanto na minha vida acadêmica como nesta última fase do estágio curricular, foram um apoio incondicional e que nunca esquecerei quem esteve do meu lado nos momentos difíceis, especialmente há minha amiga Telma Tenreiro que sempre me apoiou com a sua amizade durante todo o percurso acadêmico, Mas a força que uma pessoa tem às vezes desmorona-se, e existe sempre alguém especial nas nossas vidas que nos ajuda, protege, cuida e principalmente ajuda-nos a encontrar a nossa própria força que por vezes não conseguimos ter sozinhos. Estou a falar de uma pessoa que me ajudou e fez de mim uma pessoa melhor neste caso em termos de conseguir e aguentar todo o processo de estágio. É nas dificuldades que conseguimos observar e dar valor a quem acredita em nós e daí conseguirmos ter força para ultrapassarmos todos os problemas que aparecem, e por isso quero agradecer a uma pessoa muito especial, que esteve e continua a estar presente na minha vida e que sem dúvida foi a pessoa que mais me ajudou e levantou a cabeça para encontrar a força que não sabia que existia em mim, agradeço-lhe infinitamente pela pessoa madura que me tornei pessoalmente e na minha fase académica.

Foi graças a estas pessoas todas que foi possível conseguir ultrapassar muitos obstáculos e momentos menos bons ao longo dos três anos de curso, e principalmente nesta última fase da licenciatura. A força dos outros faz com que a nossa se torne ainda mais forte.

## RESUMO

Este relatório apresenta todo o processo teórico dos trabalhos elaborados durante o estágio curricular, inserido no terceiro ano da licenciatura de Comunicação Multimédia concedido no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) com a finalidade de utilizar os conhecimentos que foram obtidos no decorrer de toda a licenciatura. O objetivo do estágio curricular é integrar todos os conceitos e conhecimentos adquiridos nas aulas e utilizados na prática.

A principal tarefa realizada no estágio curricular foi a edição de vídeos, mais propriamente a edição de cinco casamentos e uma festa de finalistas de um infantário. A estagiária também participou em trabalhos de campo propostos pela empresa, a sua função foi ser assistente operadora de câmara e iluminação. Cada um dos dias dos três meses de estágio foram distribuídos para a realização intercalada de seis edições de vídeo, e dez trabalhos de campo.

**Palavras-chave:** Edição de Vídeos, Trabalhos de Campo, Assistente Operadora de Câmara.

## ÍNDICE GERAL

<b>FICHA DE IDENTIFICAÇÃO</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	<b>iii</b>
<b>RESUMO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE GERAL</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABELAS</b> .....	<b>ivx</b>
<b>LISTA DE SIGLAS</b> .....	<b>x</b>
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo I - A Empresa 2Play+</b> .....	<b>2</b>
1.1. A Empresa.....	3
1.2. Estrutura organizacional .....	4
1.3. Missão, Visão e Valores .....	6
1.3.1. Missão .....	7
1.3.2. Visão .....	7
1.3.3. Valores .....	7
1.4. Comunicação .....	8
1.4.1. Comunicação Interna .....	9
1.4.2. Comunicação Externa .....	10
1.5. Identidade visual .....	10
1.5.1. Marca.....	11
1.5.2. Logótipo .....	13
1.6. Análise SWOT.....	14
<b>Capítulo II - Estágio Curricular</b> .....	<b>Erro! Marcador não definido.18</b>
2.1. Objetivos.....	19

2.2. Plano de Estágio.....	19
2.3. Cronograma das atividades desenvolvidas no estágio curricular .....	20
2.4. Atividades Realizadas .....	22
2.4.1. Edição de Vídeo .....	23
2.4.1.1. Edição de Vídeo do Casamento da Andreia e do Hugo .....	23
2.4.1.2. Festa de finalistas do infantário de Tondela.....	27
2.5. Assistente operadora de câmara em trabalhos de campo .....	28
2.5.1. Assistente operadora de câmara na produção do projeto- Ricardo Silvestre Personal Trainer .....	29
2.5.2. Assistente operadora de câmara na produção do projeto – Sessão videográfica dos noivos Daniela e Pedro .....	29
2.5.3. Assistente operadora de câmara na produção do projeto – Casamento dos noivos Daniela e Pedro.....	30
2.5.4. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Viseu Habita.....	31
2.5.5. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Maçã Bem Boa..	31
2.5.6. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Unidade Empreende .....	32
<b>REFLEXÃO FINAL .....</b>	<b>33</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS</b>	

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> - Estrutura organizacional da 2Play+.....	3
<b>Figura 2</b> - Primeira identidade visual da 2Play+.....	3
<b>Figura 3</b> - Segunda Identidade visual da 2Play+.....	4
<b>Figura 4</b> - Atual identidade visual da 2Play+.....	5
<b>Figura 5</b> - Edição do casamento da Andreia e do Hugo.....	1

**ÍNDICE DE TABELAS**

<b>Tabela 1</b> - Análise SWOT da 2Play+. .....	1
<b>Tabela 2</b> - Cronograma do mês de julho, agosto, setembro e outubro. ....	1

## LISTA DE SIGLAS

<b>IPG</b>	Instituto Politécnico da Guarda
<b>ESECD</b>	Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
<b>SWOT</b>	Forças ( <i>Strengths</i> ), Fraquezas ( <i>Weaknesses</i> ), Oportunidades ( <i>Opportunities</i> ) e Ameaças ( <i>Threats</i> )
<b>INPI</b>	Instituto Nacional da Propriedade Industrial

## INTRODUÇÃO

Para a conclusão da Licenciatura em Comunicação Multimédia, integrante da oferta curricular da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda foi necessária a preparação e elaboração do presente relatório de estágio. O principal objetivo deste relatório é a descrição de todas as tarefas desenvolvidas pela estagiária ao longo dos três meses de estágio. Este iniciou-se no dia 19 de julho a 19 de outubro, foi exercido na 2Play+, uma empresa especializada na edição e produção de vídeos institucionais e promocionais, como também na área de design e na área de multimédia.

Foram necessárias várias pesquisas em artigos científicos, relacionados com a área de audiovisuais, que serviram de auxílio para a elaboração deste relatório. O Plano de Estágio (Anexo I) foi elaborado de forma a intercalar os conhecimentos adquiridos nas aulas, neste caso a realização de edição de vídeos, e a realização de trabalhos de campo, como assistente operadora de câmara. Foi necessário aprender a forma como a empresa realizava os seus trabalhos, assim como os seus métodos para a estagiária adaptar-se ao ambiente e a toda a equipa pertencente a esta empresa.

O presente relatório é composto e dividido por dois capítulos essenciais, no qual, o primeiro capítulo contém uma apresentação da empresa 2Play+ descrevendo o seu historial, a sua estrutura organizacional, a missão, a visão e os valores, a sua comunicação interna e externa, a sua identidade visual e uma análise SWOT. O segundo capítulo refere-se ao plano de estágio, a um cronograma de todas as atividades realizadas durante os três meses, e a uma análise das atividades desenvolvidas.

Finalmente é feita uma reflexão final onde são colocadas em relevância as conclusões da estagiária em relação a todo o percurso académico na licenciatura em Comunicação Multimédia e posteriormente uma apreciação do estágio curricular.

## **Capítulo I –**

A Empresa 2Play+

**2 PLAY+**

## 1.1. A Empresa

A empresa 2Play+ considera que os melhores resultados de negócio, são alcançados através de uma comunicação eficaz, simples e inovadora, através da envolvimento ativa e permanente dos clientes, onde todos os trabalhos realizados pela empresa integram diferentes áreas, conseguindo adaptar cada projeto a cada cliente. Para Bentes (2012) conhecer, entender e saber produzir necessidades, passa primeiro por saber se relacionar e comunicar, criando intimidade com clientes.

No mês de abril do ano de 2008, iniciou-se uma nova etapa na vida profissional de dois amigos, Sílvia Magalhães e Márcio Cortez, que decidiram juntar-se e iniciar um projeto juntos. Fundaram a empresa inicialmente designada por 2Play – Produções. No dia 1 de maio de 2009, a empresa oficializou a sua entrada no mercado, e o sucesso foi notório a nível nacional, pois os sócios já eram reconhecidos como ótimos profissionais, devido a outros projetos passados<sup>1</sup>.

Inicialmente a entidade dedicava-se à produção de reportagens sociais, mais precisamente à produção e edição de vídeos de casamentos e batizados, mas rapidamente iniciou os serviços para a produção de vídeos institucionais, promocionais e documentais, a nível nacional. Mas a maioria dos seus clientes encontravam-se na capital de Portugal, Lisboa. Após o sucesso de 2010, os sócios decidiram investir num espaço comercial, para assim garantirem uma maior proximidade e profissionalismo com os clientes.

Já no ano de 2011, entraram no mercado institucional para assim expandirem os seus trabalhos, e por isso, abandonaram o espaço que tinham adquirido em Lisboa, e começaram a realizar reuniões com os clientes, através da *web*. Esta foi apenas a primeira mudança que adotaram, pois em janeiro de 2013, a 2Play – Produções Audiovisuais mudou o nome da empresa para 2Play+, devido a mudanças positivas dos negócios da empresa, pois o antigo nome já se encontrava limitado, assim como refere Aaker (1998), quando um nome tem associações que se tornam prejudiciais ou limitativas, ou quando novas associações incompatíveis com o antigo nome são necessárias, ou outro, novo, pode ser requerido.

---

<sup>1</sup> Breve historial da 2Play+: documento interno da empresa.

Segundo Morita (2012: 9) “Com o aumento da concorrência e das exigências dos consumidores, as empresas precisaram se diferenciar, oferecendo produtos e serviços que pudessem satisfazê-los, gerando lealdade, repetição de compras e lucratividade”. Foi o que aconteceu nesta empresa, nomeadamente o aumento da concorrência e a ambição de satisfazer os clientes, fez com que os sócios decidissem alargar ainda mais o leque de prestação de serviços tornando-se uma agência de publicidade oferecendo serviços na área de design e multimédia. Segundo Bentes (2012: 20), “Tecnologia, qualidade de processos e produtos, equipamentos, dinheiro para investimentos, são importantíssimos para produzir, vender e manter a carteira de clientes”. A 2Play+ teve necessidade de contratar mais funcionários e adquirir mais equipamentos para melhorar o funcionamento da empresa mantendo os clientes habituais e nomeadamente futuros clientes satisfeitos.

Em agosto de 2014 associou-se um novo sócio, Ivan Terras. A empresa pretendia uma maior satisfação das necessidades crescentes dos clientes da empresa nomeadamente na área de programação informática, criação de páginas *Web*, e aplicações interativas.

A sede da 2Play+, localiza-se no centro da cidade de Viseu, na Rua dos Loureiros, nº16, 1ºD. Mais especificamente numa zona movimentada e estratégica, pois permite um contato mais gradual com os clientes, de forma a existir uma divulgação dos trabalhos mais ativa. Porém o contato com o público, também é possível através das redes sociais da entidade, nomeadamente o seu website<sup>2</sup> sempre atualizado, e a página no Facebook<sup>3</sup>, assim como, o contacto telefónico<sup>4</sup> e via e-mail<sup>5</sup>.

## 1.2. Estrutura organizacional

Segundo Longo (2011) a estrutura organizacional é representada pelo organograma da empresa, manual de funções, quadro geral de cargos, nomes e ligações hierárquicas. D’Avila (2002) afirma que o organograma de qualquer empresa é um elemento-chave no alcance de seus objetivos. Através deste, a empresa planeja, executa, controla e monitora

---

<sup>2</sup> Website da empresa 2Play+: [www.2playmore.pt](http://www.2playmore.pt).

<sup>3</sup> Página oficial de Facebook da empresa 2Play+.

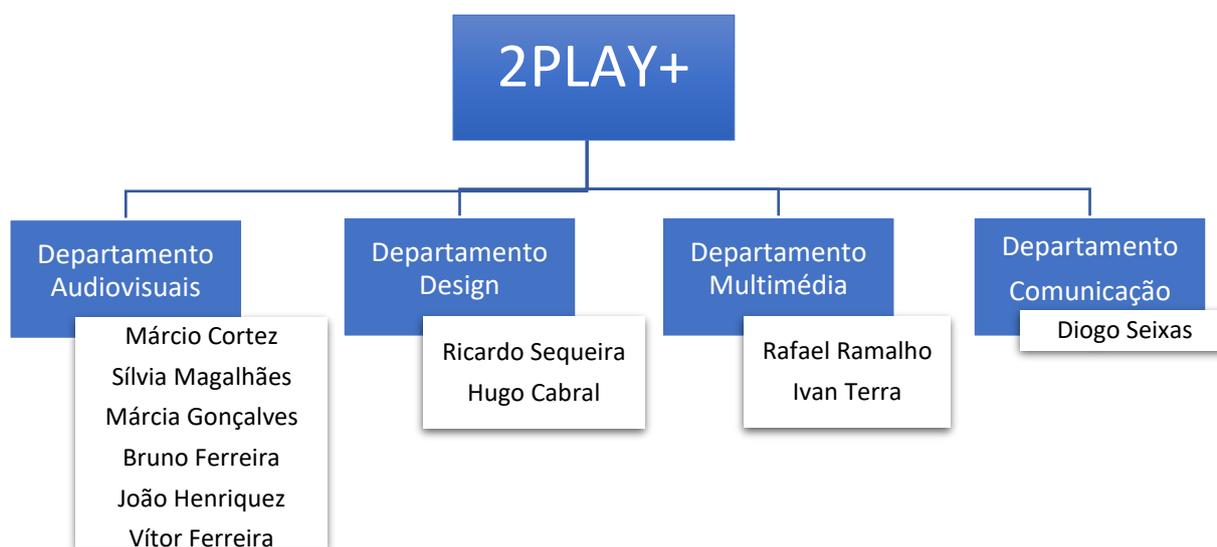
<sup>4</sup> Contato telefónico da empresa 2Play+: 232 449 392.

<sup>5</sup> E-mail da empresa 2Play+: [geral@2playmore.pt](mailto:geral@2playmore.pt).

suas atividades. Seu desenho vai se adequar às necessidades de cada ramo de negócio, metas planejadas, tamanho da empresa e filosofia gerencial.

Segundo Longo (2011: 51) “As estruturas organizacionais abrangem um conjunto lógico e ordenado de cargos funcionais e níveis hierárquicos, que se baseiam no princípio de que as pessoas vão funcionar efetivamente de acordo como sistema racional”.

Assim, a estrutura organizacional da 2Play+, encontra-se representada de uma forma liberal, com a devida divisão das pessoas que trabalham na empresa tendo em conta as áreas em que são especializadas: o departamento dos Audiovisuais, de Design, de Multimédia e de Comunicação.



*Figura 1 - Estrutura organizacional da 2Play+.*

*Fonte: Elaboração própria.*

No departamento Audiovisual integra-se a Sílvia Magalhães, o Márcio Cortez, Bruno Ferreira, o Vítor Ferreira, o João Henriquez e a Márcia Gonçalves. Este departamento tem como objetivo a realização de vídeos promocionais, institucionais, sociais (casamentos, por exemplo), *motion graphics*, spots TV, reportagens, sonorização e a cobertura de diretos e reportagens televisivas para o Porto Canal sendo a 2Play+ a empresa que representa este canal, na região de Viseu.

No departamento multimédia estão presentes o Rafael Ramalho e o Ivan Terra. Este departamento oferece serviços de construção e manutenção de websites de qualidade para

todos os tipos de opções, a criação de aplicações inovadoras interativas com o público de realidade virtual, aplicações não só para *websites* mas também para telemóveis.

No departamento de design integram-se, o Hugo Cabral e o Ricardo Sequeira, onde são desenvolvidos projetos de design gráfico. Os serviços que são mais desenvolvidos nesta área são mais precisamente, a criação de marcas, as soluções para a criação de web design, especialização de criação de cartazes, campanhas publicitárias, políticas ou de animação.

No departamento de comunicação encontra-se o Diogo Seixas, que trata de assuntos referentes a toda a empresa, é o relações-públicas de toda a comunicação da empresa.

A ligação que existe entre estes quatro departamentos é notória pois, as preparações dos websites complementam-se com os projetos que são realizados no departamento de design, assim como, os vídeos registados e editados no departamento de audiovisuais também por vezes são necessários para a implementação de um website.

A empresa 2Play+, atua de acordo com a doutrina de Kotler (1998: 27), “Empresas que buscam alto desempenho estão optando por uma reengenharia nos fluxos de trabalho através das equipas interfuncionais, onde seus componentes não pertencem somente a um departamento, mas que por vezes estão interligados através de processos de trabalho”. A 2Play+ integra equipas interfuncionais, pois os funcionários de cada departamento trabalham em conjunto, isto é, estes geram várias ideias para solucionar problemas ou mesmos encontrar soluções.

### **1.3. Missão, Visão e Valores**

Segundo Moraes (2008: 56) “Após a empresa ter clara qual a sua estratégia, fica fácil definir os seus objetivos, ou seja, quais ações ela irá desenvolver para que sua missão, visão e valores se concretizem baseados na sua estratégia”.

A empresa 2Play+, desenvolve a sua missão, visão e valores baseados na sua estratégia de negóc

### **1.3.1. Missão**

Segundo o autor Moraes (2008: 58), “A missão da empresa é a sua razão de ser. Representa sua vocação, aquilo na qual ela se destaca, essência dos seus negócios”.

A 2Play+ tem como principal missão, garantir a satisfação dos clientes com soluções criativas, ideias inovadoras e serviços de qualidade.

A empresa segue a doutrina de Moraes, utilizando a sua missão como um vínculo de destaque para a essência dos seus negócios e serviços<sup>6</sup>.

### **1.3.2. Visão**

Segundo Moraes (2008: 58) “A visão representa aonde a empresa pretende chegar no longo prazo. Significa uma afirmação visionária que a empresa faz para direcionar sua energia a um objetivo maior, este autor acrescenta também que a visão é sempre um objetivo ambicioso que obriga a empresa a mobilizar esforços para atingi-la. Ela representa o papel de agente de mudança na organização.”

A visão que esta entidade tem para o futuro e no qual sempre acreditou, é ser cada vez mais reconhecida no mercado nacional e internacional, e continuar a ser uma empresa moderna. (Cortez: 2017)

### **1.3.3. Valores**

Segundo Xavier (2009: 26) “Os valores de uma organização sustentam sua visão de futuro e impulsionam o conjunto em direção às metas estabelecidas.”

---

<sup>6</sup> Breve historial da 2Play+: documento interno da empresa.

Os valores que traspõem todo o trabalho e ambiente da 2Play+ são:

- Trabalho em equipa - é uma empresa com uma equipa profissional que responde aos pedidos dos clientes, através de todo o trabalho de equipa que os departamentos realizam entre eles, o que vai originar uma satisfação dos clientes.
  - Criativos - é essencial para os processos de criação dos trabalhos e projetos desenvolvidos nesta entidade.
  - Rigor - todos os trabalhadores da 2Play+ desenvolvem todos os projetos com rigor, até conseguirem o resultado pretendido.
  - Inovar - todos os dias a empresa tenta inovar e desenvolver projetos e ideias inovadoras, para conseguirem atingir um patamar de clientes ainda mais alto<sup>7</sup>.

#### **1.4. Comunicação**

Segundo Nassar, (2009: 64), citado por Suzuki (2017) “É por meio da comunicação que ela [a organização] estabelece diálogos a respeito de suas políticas, suas ações e suas pretensões; informa, organiza e reconhece os seus públicos de interesse, entre os quais seus colaboradores; legitima a sua existência; e trabalha pela melhoria do ambiente de trabalho, entre outros objetivos”. É através da comunicação, que empresa 2Play+ consegue chegar ao público.

Segundo Freire (2015: 78) “A partir de análise e identificação das necessidades do ambiente comunicacional e dos resultados esperados pela organização, podem ser oferecidos dois módulos de comunicação. O primeiro módulo tem o objetivo de promover a integração entre os funcionários e entre estes a empresa, utilizando a comunicação interna e o segundo visa à criação e/ou manutenção da imagem institucional por meio do desenvolvimento e aplicação de ações de comunicação externa. A empresa pode optar por um único módulo, ou pela combinação de ambos, de acordo com sua necessidade”. A empresa 2Play+ segue a combinação de ambos os módulos referidos pelo autor, onde

---

<sup>7</sup> Breve historial da 2Play+: documento interno da empresa.

esta promove a integração de todos os trabalhadores de forma a existir um ambiente profissional, assim como, a empresa promove a sua imagem institucional para que consiga atrair ainda mais clientes.

Como foi referido, a comunicação é essencial para o bom funcionamento e política da empresa, neste caso a 2Play+ tem que exercer uma boa comunicação, é importante para os seus trabalhadores e os seus clientes. De seguida nos pontos 1.4.1. e 1.4.2. está descrita a comunicação interna e externa da empresa.

### **1.4.1. Comunicação Interna**

Segundo Duarte (2010), citado por Freire (2015) “Resume a imagem da empresa como o resultado de felicidade gerada pelo mercado competitivo que por sua vez tem ligação com a felicidade dos empregados. O ator define, então, que a comunicação interna age fazendo a manutenção desse campo de felicidade. Esse é o principal motivo que leva a comunicação interna a integrar e promover através de programas, o comprometimento e qualidade do trabalho desempenhado”.

Dentro da 2Play+ existe uma boa capacidade de comunicação entre todos, sendo um processo que integra e informa os trabalhadores da empresa sobre as transformações sucedidas no ambiente onde se encontram, assim como engloba uma comunicação organizada com o objetivo de facilitar a interação de todos os colaboradores dos departamentos que a empresa constitui. E por isso a qualidade dos trabalhos é notória, o sucesso dos projetos realizados pelos trabalhadores são resultado da felicidade e a comunicação entre os trabalhadores faz com que tudo se torne mais simples, para o trabalho em equipa se tornar ainda mais produtivo e para transmitir aos clientes um ambiente de qualidade e simpatia.

### 1.4.2. Comunicação Externa

Segundo Freire (2015: 26) “As empresas não passam despercebidas pelo público em geral. Na realidade, elas têm uma plateia que acompanha seus movimentos desde os mercadológicos até os sociais. Com os recursos tecnológicos ficou mais fácil conhecer as empresas e é do interesse delas que esta plateia as acompanhe e, preferencialmente, as aplauda. Ou seja, que aprove as suas ações e a sua participação na sociedade”.

É do interesse da 2play+ apresentar ao público uma comunicação que transmita confiança. Esta comunicação relaciona a empresa, os seus trabalhadores e os seus clientes. Tem que se ter em atenção toda a comunicação que é transmitida ao público, pois são os clientes que aprovam as ações que a empresa transmite, como refere o autor. A 2Play+, possui dois principais meios de comunicação, o seu website oficial<sup>8</sup>, a presença sempre ativa nas redes sociais (Facebook<sup>9</sup> e Instagram), ou uma comunicação através do seu e-mail<sup>10</sup> ou contato telefónico<sup>11</sup>. O website fornece todo o tipo de informação necessária para o público, como a apresentação dos seus serviços, os contatos, os departamentos que complementam a empresa, e alguns dos projetos já criados realizados pela mesma. As redes sociais que a empresa possui também têm uma grande relevância para um reconhecimento positivo e ativo perante o público, pois as redes sociais estão presentes no quotidiano das pessoas, o que permite uma comunicação imediata entre estas e a empresa, através da aplicação do Facebook e Instagram.

## 1.5. Identidade visual

Segundo Trojack et al. (2017) toda a identidade visual é o conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de forma sistematizada, um nome, uma ideia, um produto, uma empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos costuma ter como base o logotipo, um símbolo visual que se complementa nos códigos de cores, das tipografias,

---

<sup>8</sup> Website da empresa 2Play+: [www.2playmore.pt](http://www.2playmore.pt).

<sup>9</sup> Página oficial de Facebook da empresa 2Play+.

<sup>10</sup> E-mail da empresa 2Play+: [geral@2playmore.pt](mailto:geral@2playmore.pt).

<sup>11</sup> Contato telefónico da empresa 2Play+: 232 449 392.

nos grafismos, em personagens, nas personalidades e outros componentes que reforçam o conceito a ser comunicado por meio dessa imagem. Resumidamente, a identidade visual é a imagem ampliada da marca. Existem assim, vários elementos que sustentam a imagem de uma empresa que influenciam a escolha dos possíveis clientes em termos de aceitação de uma nova identidade visual.

Para Gonzalez (2010) os componentes básicos que desenvolvem a identidade visual de uma empresa são: a marca, o logotipo e o símbolo. Estes elementos tornam a identidade visual das empresas apelativas e construtivas de forma a diferenciarem-se uma das outras.

### **1.5.1. Marca**

Segundo Gonzalez (2010) a marca é um nome comercial do produto, a empresa ou o serviço oferecido ao público. Pode ou não corresponder ao nome da organização.

Segundo Coelho (2011: 112) referido por Boff (2017: 143) “É considerado como marca um nome ou termo, signo, *design* ou qualquer outro elemento capaz de diferenciar um produto ou serviço de uma empresa das demais, em outras palavras, “é o designativo que identifica produtos ou serviços”.

Quando se cria uma marca é indispensável ser original e simples, desta forma, o nome da empresa 2Play+ foi escolhido e pensado pelo facto de ser simples, criativo e eficaz perante o público. O objetivo deste nome é recolher a atenção dos clientes e assim ficar memorizado, como sendo um nome criativo e solucionador, tal e qual como a empresa age e se identifica. Para Negrão (2003) referido por Boff (2017: 143), “As marcas podem ser classificadas conforme a relação com a sua finalidade, aplicação, forma e extensão de conhecimento pela população”.

Para uma melhor compreensão da marca 2Play+, foram obtidas informações do historial da empresa através do diretor executivo Márcio Cortez. Inicialmente o primeiro nome da empresa designava-se por 2Play – Produções Audiovisuais, designação escolhida pelos dois sócios que fundaram a empresa Márcio Cortez e Sílvia Magalhães. A escolha deste nome deveu-se ao facto de inicialmente serem dois sócios e os únicos trabalhadores da empresa, e daí a escolha do número dois, o Play foi escolhido porque é uma designação

que engloba o que a empresa praticava na altura em que apareceu ao público, sendo um ponto fulcral na área dos audiovisuais. A denominação de Produções Audiovisuais, foi integrada no nome designar a área em que a empresa trabalhava e era especialista.



*Figura 2 - Primeira identidade visual da 2Play+.*

*Fonte: Arquivo da 2Play+.*

Em 2013, a empresa aumentou em termos de colaboradores e nas áreas de trabalho, pois, além de já existir o departamento de Audiovisuais, foi incluído o de Design e o de Multimédia. O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) aponta que as marcas podem ser criadas de acordo com os elementos visuais que as compõem, sendo normativos ou verbais, figurativos ou emblemáticos, mistos ou tridimensionais. A empresa apostou num novo nome, para que os clientes e futuros clientes tivessem conhecimento que esta entidade entraria num mercado mais alargado em termos de serviços prestados ao público, delineando uma nova estratégia de negócio, seguindo o princípio de Aaker (1998: 207) “O interessante é que o mercado de ações, em geral, reaja positivamente porque isto sinalize uma mudança de visão ou de estratégia da empresa”.

A empresa após ter crescido com aumento dos clientes e dos trabalhadores, decidiu alterar os elementos gráficos da mesma que originou uma nova imagem de marca. Esta é constituída por um balão com a forma de um cérebro, com o objetivo de demonstrar que a empresa se tornou ainda mais criativa e estrategicamente inteligente. O triângulo do play continuou presente na imagem de marca da empresa. Foi incluído um hexágono apenas por uma questão de estética e por fim foi retirada a designação Produções Audiovisuais.



*Figura 3 - Segunda Identidade visual da 2Play+.*

*Fonte: Arquivo da 2Play+.*

A imagem da marca atual foi criada de acordo com os elementos visuais que a compõe, foi incluído o símbolo (+) que é um sinal de evolução da 2Play+, por ter crescido em várias áreas e mais trabalhadores. A criação deste nome da marca, teve como objetivo criar um nome mais simples que ficasse memorizado pelo público, e passar a mensagem que a empresa pretende que é oferecer mais que um serviço ao público. A decisão de alteração do nome da empresa foi previamente preparada e pensada pois já existiam clientes fixos, o que poderia gerar alguns contratemplos inesperados e rejeições do público.

Foi uma mudança bem-sucedida pois a empresa começou a trabalhar com alguns clientes internacionais, e grandes clientes a nível nacional, mas também todo o reconhecimento do profissionalismo da empresa foi uma mais valia para tanto sucesso.

### **1.5.2. Logótipo**

Segundo a American Marketing Association (1960), referido por Pinho (1998), reflete este novo entendimento de logotipo, definindo-o como “a parte da marca que é reconhecível, mas não é pronunciável, como um símbolo, desenho ou cores e formatos de letras distintivas”.

Segundo Pertile (2014) um logotipo é a cara que uma empresa vai mostrar na rua e é o primeiro contato do cliente com ela, então, são necessários uma série de cuidados

estéticos, técnicos e mercadológicos para que a sua mensagem seja transmitida fazendo com que desperte o interesse em que realmente interessa para sua empresa.

A entidade optou por utilizar o nome da empresa para a elaboração do seu logotipo, pois torna-se visualmente simples e memorável, apesar de verbalmente o nome ser traduzido em inglês. Mas não é de todo uma desvantagem, pois permite que a empresa se torne ainda mais conhecida internacionalmente, tornando-se uma mais valia para o seu reconhecimento e aumento de clientes.

Segundo Duarte (2016) a cor azul representa a tecnologia, grandes empresas no setor utilizam a cor para sua representação, posteriormente a empresa escolheu a cor azul para a sua representação que é repetidamente utilizada na comunicação da empresa, é uma cor predominante pois transmite lealdade, fidelidade, personalidade e o ideal, são adjetivos que englobam tudo o que a 2 Play+ significa e trabalha para se tornar ainda mais apelativa perante os clientes.



*Figura 4 - Atual identidade visual da 2Play+.*

*Fonte: Arquivo 2Play+.*

## **1.6. Análise SWOT**

Segundo Zenone (2007: 48) a Análise SWOT é uma ferramenta de gestão muito utilizada por empresas como parte do planejamento estratégico dos negócios. O termo SWOT vem do inglês e representa as iniciais das palavras *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). O mesmo autor cita que o objetivo dessa análise é relacionar os pontos fortes e fracos internos da empresa com as oportunidades e ameaças externas do mercado e da concorrência. Afirma também que a

análise é dividida em duas partes: o ambiente externo à organização (oportunidades e ameaças) e o ambiente interno à organização (pontos fortes e pontos fracos). Esta divisão é necessária porque a organização tem de agir de forma diferentes em diferentes casos.

Foi realizada com a ajuda do supervisor Márcio Cortez, uma análise SWOT da empresa 2 Play+ o que permitiu uma autoavaliação da mesma. Os resultados desta análise encontram-se representados e estruturados na Tabela 1.

**Tabela 1** – Análise SWOT da 2Play+.

ANÁLISE SWOT DA EMPRESA 2PLAY+			
<b>ANÁLISE INTERNA</b>	<b>Forças</b>	- Recursos humanos e o ambiente criado pelos mesmos.	<b>Fraquezas</b>
			- Espaço físico pequeno.
<b>ANÁLISE EXTERNA</b>	<b>Oportunidades</b>	- Internacionalização.	<b>Ameaças</b>
			- Mais concorrência na área; - Mercado alto e exigente.

*Fonte: Elaboração própria, com a colaboração de Márcio Cortez.*

A análise SWOT é apresentada por dois tipos de análise sendo estes, a análise interna e a análise externa. Pode-se constatar que as forças e as fraquezas internas da empresa são imprescindíveis. Nomeadamente os pontos fortes da empresa são os recursos humanos e o ambiente criado pelos mesmos, pelo facto de os colaboradores serem uma mais valia para a empresa devido ao talento de cada um, ao profissionalismo e criatividade, para além da convivência entre os funcionários e os seus superiores transformar o ambiente de trabalho num lugar prazeroso para todos os que fazem parte da “família” 2Play+.

Este ponto forte faz com que existe um reconhecimento do profissionalismo por parte dos clientes.

A empresa cresceu muito rapidamente, o que deixou algumas fragilidades a nível de organização interna, neste caso o crescimento da 2Play+ em termos de serviços e mais projetos, originou a um número maior de funcionários o que tornou o espaço físico da empresa muito pequeno para o número de colaboradores, o que pode de alguma forma interferir com o desempenho profissional dos mesmos. Para solucionar estas fragilidades a empresa deveria investir no aumento do espaço, nomeadamente obras no local onde esta se situa ou delinear uma estratégia que permita a organização dos funcionários mais acessível.

Logo após da análise interna da empresa, analisa-se a parte externa da mesma, onde é fundamental analisar as oportunidades e as ameaças provenientes do estudo realizado.

No que se refere às oportunidades há claramente a vantagem de tornar os produtos e serviços da 2Play+ globais e internacionais, o que se torna fundamental nos dias de hoje, pois a internacionalização da empresa faz com que o seu mercado seja muito mais alargado e expansivo. É evidente que ao abranger mercados estrangeiros é desenvolvida uma oportunidade, pois o aumento de trabalhos e capital económico é sem dúvida uma mais valia para o reconhecimento do trabalho que é exercido na empresa. E esta deve aproveitar todas as propostas de possíveis clientes de forma a chegar ainda mais longe no mercado internacional.

Outro dos aspetos importantes relativos à análise SWOT da empresa são as ameaças identificadas, cada vez mais concorrência e um mercado mais alto e mais exigente principalmente no distrito de Viseu, onde a empresa está inserida. As empresas cada vez mais encontram mais valor nas abordagens que devem ter com o público, muitas das vezes exercem preços próximos do valor de custo, e alguns dos clientes não têm noções técnicas que permitam distinguir uma boa empresa e limitam-se a olhar para os baixos custos que algumas empresas oferecem. Isto torna-se um ciclo vicioso pois a concorrência aumenta o mercado cresce e a exigência profissional também, o que pode ser uma ameaça permanente se não existir soluções por parte da empresa. No entanto se esta desenvolver ideias inovadoras e criar novos projetos e mais publicidade para ser reconhecida, pode resultar num bom investimento perante a concorrência, uma vez que a 2Play+ tem todas

as condições, especializações, tecnologia e uma equipa de profissionais que pode ultrapassar qualquer obstáculo no mercado.

**Capítulo II –**  
Estágio Curricular

2 ΠΛΔΥ+

Para Brito e Brito (1997) referido por Coltre (2016), todos os estágios curriculares constituem um lugar privilegiado na formação do aluno, é uma atividade em que os alunos adquirem e incorporam os esquemas conceituais do curso na prática. É onde os saberes são fortemente contextualizados.

O segundo capítulo do relatório de estágio é importante pelo facto de ser uma etapa em que a estagiária teve o primeiro contacto com o mundo empresarial, o que também permitiu aplicar os conhecimentos obtidos nos três anos da licenciatura. Os conteúdos que vão ser apresentados neste capítulo são o plano de estágio, o cronograma que representa os três meses de estágio, e descrição das atividades desenvolvidas e dos trabalhos realizados na empresa.

## **2.1. Objetivos**

Os conhecimentos adquiridos na área dos audiovisuais permitiram a realização das atividades propostas de edição de vídeo na empresa acolhedora 2Play+.

Foi elaborado pelo supervisor um plano de estágio (Anexo I) relativo às atividades que iriam ser realizadas. Foi um plano estruturado com base nas aptidões da estagiária, para que esta pudesse aperfeiçoar os conhecimentos já adquiridos na licenciatura. A estagiária foi devidamente apoiada pelos trabalhadores que ajudaram nas dificuldades foram existindo, durante todo o estágio curricular.

## **2.2. Plano de Estágio**

Numa primeira fase, foi elaborado um plano de estágio (Anexo I) realizado entre a estagiária e o supervisor Márcio Cortez, que conferenciaram sobre qual seria a melhor opção do plano de estágio para o bom funcionamento da empresa. A elaboração deste plano de estágio foi importante, pois foi a partir dele que foram apresentadas e descritas todas as tarefas realizadas pela estagiária ao longo dos três meses.

As principais tarefas delineadas pelo diretor da empresa juntamente com a estagiária para a realização do estágio foram as seguintes:

- Assistente operadora de câmara para vídeos institucionais e eventos sociais;
- Pós-produção, edição de vídeos de eventos sociais;
- Assistente técnico de iluminação.

Este plano de estágio foi estruturado de uma forma simples, mas ao mesmo tempo eficaz, isto é, todas as tarefas foram implementadas e realizadas com sucesso, uma vez que foram escolhidas tendo em atenção as capacidades da estagiária. De todos os pontos implementados no plano de estágio, o ponto que mais ajudou a estagiária a adquirir mais experiência e conhecimentos foi a pós-produção e edição de vídeos.

As tarefas propostas no plano de estágio foram concluídas com sucesso, existindo por parte da empresa uma reação muito positiva e de muita satisfação pelo trabalho realizado pela estagiária. Foram ultrapassadas todas as dificuldades referente às tarefas implementadas com a ajuda dos trabalhadores que estão inseridos no departamento dos audiovisuais.

### **2.3. Cronograma das atividades desenvolvidas no estágio curricular**

Segundo Xavier (2008: 25) o documento que representa o planeamento de tempo em um projeto é o cronograma. Ele apresenta a data planeada para o início e a data esperada para a conclusão das atividades.

O cronograma representado (Tabela 2) cumpre a doutrina de Xavier (2008: 25), pois este cronograma representa o planeamento do tempo do estágio curricular, tendo em conta a representação da data do início do estágio até ao fim do mesmo



Foram desenvolvidos com mais facilidade os últimos trabalhos propostos pela empresa, pois já existia um maior conhecimento em relação aos métodos utilizados pela empresa.

Este cronograma foi realizado pela estagiária, com o objetivo de demonstrar todas as tarefas implementadas e realizadas de uma forma geral durante os três meses de estágio.

## **2.4. Atividades Realizadas**

Foram realizadas várias tarefas durante o período de estágio, a tarefa que mais sobressaiu foi a realização de atividades relacionadas com a edição de vídeos. A empresa 2Play+, é especialista na área de audiovisuais, design e multimédia. Os conhecimentos mais aprofundados da estagiária na área dos audiovisuais, fez com que os trabalhos realizados fossem de carácter videográfico (edição de vídeos). Todos os vídeos editados pela estagiária estavam relacionados com eventos sociais, como casamentos e uma festa do infantário. A empresa tem uma enorme quantidade de clientes fotógrafos, que realizam a produção das filmagens. Filmagens essas, que são enviadas para a empresa para que esta possa proceder a toda a edição. E consequentemente esta, tem as suas próprias produções audiovisuais de casamentos, produções essas que foram atribuídas para a edição de casamentos realizada pela estagiária.

Existiu sempre uma coordenação entre os projetos de edição de vídeos e os trabalhos de campo, pois estes ocupavam muito tempo do dia, o que atrasava todo o procedimento de edição. No entanto, a estagiária participou nas produções dos trabalhos de campo que realizou.

As atividades desenvolvidas estão divididas em duas categorias: edição de vídeo e assistente operadora de câmara em trabalhos de campo. Na categoria de edição de vídeo, foram realizadas cinco edições de vídeos de casamentos e uma edição de vídeo de uma festa de finalistas do infantário de Tondela. As edições dos vídeos de casamentos criadas pela estagiária tornaram-se idênticas, uma vez que o processo de pós-produção foi igualitário para todas as edições. Portanto nesta categoria irá ser explicado todo o processo apenas de um casamento realizado pela estagiária, tendo em conta que os restantes quatro casamentos foram realizados da mesma forma

Ainda nesta categoria encontra-se a tarefa desenvolvida pela estagiária da edição de vídeo da festa de finalistas do infantário de Tondela, que se diferencia pelo facto de ser um projeto diferente dos já realizados anteriormente, visto que é de intuito educacional, para crianças que frequentam um infantário.

### **2.4.1. Edição de Vídeo**

Esta primeira categoria teve como principal objetivo, a realização de edições de vídeo de casamentos no programa Adobe Premiere. A primeira tarefa exercida no início do estágio, foi a edição do primeiro de vários casamentos que ainda seriam editados, assim como a edição da festa de finalistas do infantário de Tondela. Iniciou-se a pós-produção do vídeo onde foi seguida a metodologia de Souza (2001) referindo que todas as imagens selecionadas, a pesquisa e todo o material resultante das filmagens devem estar sempre à disposição, organizadamente, para os procedimentos de edição/montagem. Dessa forma o material filmado deve ser colocado em sincronismo de som e imagem (seja na mesa de montagem ou no computador), e revisado para uma pré-seleção daquilo que está potencialmente em condições de ser utilizado. Será elaborada toda a análise de um casamento realizado pela estagiária, devido ao facto de todos os outros quatro casamentos terem sido editados da mesma forma que o primeiro.

#### **2.4.1.1. Edição de Vídeo do Casamento da Andreia e Hugo**

Os clientes (noivos) têm referências próprias para o projeto de edição final, ou seja, estes têm a oportunidade de escolherem as músicas e o tempo que desejam para o vídeo, apesar da empresa realizar as edições normalmente num tempo entre 25 a 35 minutos.

Foi realizada uma observação aprofundada dos casamentos já editados pela empresa, ou seja, foi necessário interpretar a forma como o departamento de audiovisuais idealizava os casamentos. Após essa extensa observação nos vários casamentos, foram detetadas quatro partes essenciais para a execução da edição de vídeo do casamento.



*Figura 5 - Edição do casamento da Andreia e do Hugo.*

*Fonte: Elaboração própria.*

A parte inicial da edição que foi observada pela estagiária refere-se a todo o procedimento realizado em casa dos respetivos noivos, nomeadamente a preparação de todo o vestuário e acessórios dos mesmos, e a captação de imagens de todos os familiares e convidados que estão presentes nesse dia. Segue-se a segunda parte da edição de vídeo, a cerimónia, que se designa por ser uma parte do casamento importante para os noivos, pois são captadas todas as imagens da cerimónia desde a entrada do noivo e da noiva, a troca das alianças dos noivos, todo o procedimento normal de um casamento realizado numa igreja, passando pelos votos, as palavras do sacerdote assim como, as leituras que são discursadas por familiares ou convidados, finalizando com a saída dos noivos da igreja.

Depois de uma ambiente mais cerimonial, a terceira parte da edição é constituído por um ambiente de festa, desde a entrada dos noivos na quinta onde se realiza o copo de água, o ambiente exterior da mesma onde se encontram todos os convidados, de seguida, a entrada dos noivos no salão para assim dar-se início ao almoço com os convidados, depois é necessária a introdução das filmagens da sessão fotográfica que é realizada no exterior podendo estas serem intercaladas pelas quatro partes de toda a edição, isto é, estas filmagens permitem a captação dos momentos mais íntimos e românticos dos noivos, a

sós. Essas imagens podem ser utilizadas na edição do vídeo de casamento se assim se adequarem visualmente com as quatro partes necessárias para uma edição deste tipo. Ainda na terceira parte da edição são introduzidas e escolhidas as imagens captadas já no final da noite, desde o baile com os convidados e os noivos a dançarem, passando pelo lançamento do ramo da noiva, até ao corte do bolo e o fogo de artifício no final.

A última parte observada é referente ao *trailer*, nem sempre é necessária a introdução e realização da mesma, pois tudo depende das escolhas dos clientes. O *trailer* é um complemento que pode ser introduzido no início ou no fim da edição do vídeo. Considera-se uma síntese de todo o casamento, com os seus melhores momentos, normalmente realizado e finalizado com apenas dois minutos de edição.

Depois de serem identificadas as quatro partes necessárias para a edição de um casamento, foi iniciada a edição do primeiro casamento realizado pela estagiária, o casamento da Andreia e do Hugo no programa *Adobe Premiere CC 2017*, um programa adaptado para a edição de vídeos profissionais. O primeiro passo implementado no programa *Adobe Premier CC 2017*<sup>12</sup>, foi a separação e a distribuição dos vídeos em bruto por vários compartimentos, que permitiu a divisão das capturas de imagens referentes às quatro fases que constituem a edição de vídeo do casamento. No primeiro compartimento foram colocados os vídeos em bruto da casa do noivo e da noiva, no segundo foram colocados os vídeos de toda a celebração da cerimónia e no terceiro compartimento foram colocadas as filmagens do copo de água até ao corte do bolo. O *trailer* foi realizado após a edição do vídeo estar finalizada, pois já existia por parte da estagiária uma perceção mais acentuada dos melhores momentos vividos pelos noivos no dia do casamento.

As músicas utilizadas na edição do casamento são sempre escolhidas pelos clientes. Estes enviaram para a empresa 2Play+, as músicas que queriam incluir no vídeo do casamento. Uma das estratégias utilizadas para uma edição deste tipo, é a utilização de uma música para cada uma das partes da edição do casamento, tendo em conta os momentos de cada parte do casamento. Também deve existir sempre que possível, uma ligação entre as melhores imagens e a música escolhida, ou seja, se esta for uma música rítmica e movimentada é necessário que as imagens acompanhem a música.

---

<sup>12</sup> O *Premiere Pro CC* é um editor de vídeo avançado, personalizável e não linear que permite a edição de vídeos.

A diretora de operações da empresa e uma das coordenadoras do departamento de audiovisuais Sílvia Magalhães, recebe via e-mail as listas com os nomes das músicas utilizadas nas edições de casamentos, sendo estas escolhidas e enviadas pelos clientes.

Depois foi necessário criar uma sequência na *timeline*, que se designa por ser uma linha de tempo que permite estruturar uma sequência de imagens consequentemente pode ser adicionada mais do que uma sequência. Foram colocados todos os vídeos em bruto que estavam organizados no compartimento número um, para a iniciação da sequência da primeira parte do casamento relativa a toda a preparação dos noivos nas suas casas, juntamente com uma das músicas escolhidas pelos mesmos.

Na primeira parte desta edição, foi escolhida uma música de género romântica, pois o momento e as filmagens adequavam-se a tal. Na segunda parte da edição deste casamento foi realizada uma cerimónia civil no qual já difere um pouco das cerimónias de carácter religioso, mas todos os procedimentos são apresentados de igual forma, desde a entrada dos noivos, a trocas das alianças, os votos, até há saída dos noivos. As músicas escolhidas para esta parte foram discretas e calmas, porém durante o decorrer da cerimónia, já existia uma música de fundo o que foi necessário ajustar essa música com a escolha da música dos noivos relativa há cerimónia. A terceira parte engloba os momentos da festa do casamento, nomeadamente a entrada dos noivos no salão onde a música utilizada foi a mesma que estava a tocar no momento em que os noivos iniciaram o copo de água no salão, assim como os momentos dos convidados que estavam no salão a conviver, logo de seguida a dança dos noivos e o baile com os restantes convidados, para finalizar esta parte também esteve presente as imagens da noiva a atirar o ramo, assim como um momento mais romântico designado pelo corte do bolo dos noivos, intercalado com um espetáculo pirotécnico. Os noivos não optaram por nenhum *trailer*.

A edição de casamento não foi de fácil compreensão inicialmente, pois ainda era necessária muito aprendizagem e prática até serem absorvidos todos os métodos que a empresa utilizada neste tipo de edições de casamentos. Os vídeos em bruto não se encontravam com boa qualidade imagem o que levou a algumas dificuldades técnicas de corte. Foi implementado em praticamente todas as partes da edição, o estabilizador de distorção, que se designa por ser um efeito de vídeo utilizado para as filmagens que estão mais tremidas, devido a erros técnicos na hora da recolha das imagens captadas.

Os efeitos de transições de vídeo foram muito utilizados, mais precisamente o efeito de dissolução cruzada que tem como função realizar uma transição de transparências entre as imagens. Também o efeito de dissolver para preto, foi devidamente adicionado em algumas das imagens, tendo como função o mesmo que o efeito anterior, mas em vez de ser uma passagem com transparência tem como base a cor preta.

A ferramenta RGB Curves foi aplicada no fim de toda a edição que permitiu a correção das cores das imagens, pois nem todas tinham a mesma tonalidade de cores, nem estavam inseridas todas no mesmo ambiente.

Como foi dito anteriormente, apenas seria analisado um dos cinco casamentos criado pela estagiária, pelo facto de todos terem sido efetuados com os mesmos métodos e a mesma forma de edição.

#### **2.4.1.2. Festa de finalistas do infantário de Tondela**

Outra das tarefas de pós-produção realizada pela estagiária, foi a edição de uma festa de finalistas do infantário de Tondela. Neste caso, a forma de edição diferiu das edições de casamentos que foram feitas, pois, era uma festa de crianças e o método de produção dos vídeos em bruto que foram entregues para a criação da edição foi completamente diferente. Não foi permitida a introdução das imagens desta edição, devido aos direitos reservados dos clientes.

Foi utilizado um plano fixo, pois segundo Pupo (2011: 144) “Nos planos fixos, o movimento que exista é feito pelas personagens ou objetos dentro do enquadramento. Por vezes a câmara move-se ligeiramente e detetamos movimento, mas nesses casos, aliás pouco evidentes, consideramos que o plano continua a ser fixo, já que em principio pode ter acontecido uma de duas coisas: ou o operador de câmara sentiu a necessidade de fazer um reenquadramento em função dos gestos do ator, por exemplo, ou o filme é feito com a câmara à mão esse movimento resulta da instabilidade natural dessa maneira de filmar”. E foi também utilizado um plano em movimento que segundo Mello (2003) a câmara em movimento é a câmara em movimento ou por vários tipos de “movimento de aparelhos”. Instituição de ponto de vista”.

Todo o projeto foi criado no programa Adobe Premiere CC Pro 2017, com o objetivo de ajustar as filmagens da câmara fixa com as da câmara em movimento, ou seja, os clips dos planos fixos foram colocados na *timeline*, e na camada acima desta foram inseridas as imagens dos planos em movimento, devidamente cortadas e sempre em conexão com os planos fixos, de forma a existir o máximo de aproveitamento entre os dois planos, foram incluídas e escolhidas pela estagiária músicas infantis. Por fim foi necessário utilizar novamente a ferramenta RGB Curves, para corrigir as cores das imagens que não estavam devidamente iluminadas e visíveis.

Esta edição difere-se das outras já realizadas pela estagiária, devido ao facto desta edição conter duas câmaras com planos diferentes, assim como objetivos e clientes diferentes.

## **2.5. Assistente operadora de câmara em trabalhos de campo**

Esta categoria pertence aos trabalhos em que a estagiária participou como assistente operadora de câmara, onde auxiliou o supervisor em todos os projetos propostos pela empresa. Nomeadamente o objetivo da estagiária foi ser assistente do diretor, nas produções de vídeo de captação de imagens, assim como assistente de iluminação e equipamento., como refere Alonso (2003) no momento em que o iluminador e equipe técnica estão preparados, ou o diretor realizará um teste mecânico sobre os atores, antes da primeira parte. Com a interpretação e satisfação dos diretores técnicos, e a instalação de suportes de som, começa a gravação, só após o diretor Márcio Cortez, e a estagiária terem o material preparado e todos os pormenores técnicos prontos, e consequentemente realizadas vários testes é que era iniciada a gravação.

Nos trabalhos de campo em que a estagiária participou, nunca teve participação na pré-produção, pois todos os procedimentos desta fase foram efetuados pelo supervisor Márcio Cortez, nomeadamente os processos de escolha e preparação do material necessário para a captação de imagens, de iluminação e de som, como foi dito anteriormente.

Foram realizados dez trabalhos de campo onde os métodos utilizados na produção destes eram idênticos, no qual não é necessária uma análise individualista de todos os projetos.

### **2.5.1. Assistente operadora de câmara na produção do projeto- Ricardo Silvestre Personal Trainer**

O projeto Ricardo Silvestre - Personal Trainer foi a primeira tarefa proposta pela empresa para participação da estagiária no trabalho de campo. Este cliente é um profissional especializado em performance e movimento humano, e contactou a empresa 2Play+, com o propósito de solicitar os seus serviços para a produção de vários vídeos de testemunhos de pessoas que praticam este tipo de atividade. Neste caso a pessoa escolhida para testemunhar, era uma cliente do personal trainer. Esta foi previamente avisada pelo diretor Márcio Cortez, que necessitava de se apresentar de uma forma simples, e com um vestuário informal.

Na fase de produção e captação de imagens, no interior da casa da cliente, a principal função da estagiária neste projeto foi assistir o supervisor nos procedimentos de assistente de câmara, de iluminação, de som, e ajudar a testemunha do vídeo a tranquilizar-se, pois nestes casos algumas pessoas não sabem como devem proceder e começam a ficar nervosas por estarem em contato com uma câmara. Sendo a primeira vez que a estagiária participou num trabalho de campo de captação de imagens, foi necessária a observação de todos os passos realizados pelo diretor, desde a chegada à casa da testemunha e após toda a produção estar concluída.

### **2.5.2. Assistente operadora de câmara na produção do projeto – Sessão videográfica dos noivos Daniela e Pedro**

Este projeto consiste num trabalho de campo constituído por uma sessão videográfica de momentos românticos de um casal de noivos. A participação da estagiária foi novamente necessária apenas na produção das filmagens do trabalho de campo, onde auxiliou o diretor Márcio na mudança das lentes da câmara, na posição em que os noivos deveriam estar expostos, nos aspetos de vestuário e performance, e nos pormenores da iluminação. Este trabalho de campo foi realizado em vários espaços verdes que permitissem o contato com a natureza, com uma boa localização em termos de iluminação natural, pois segundo

Nunes (2005), quando são realizadas filmagens externas o sol é a principal fonte luz, mas no entanto, estagiária auxiliou o diretor no decorrer das filmagens com um refletor que permitiu a existência de uma iluminação direcionada para os noivos, que segundo o mesmo autor esta iluminação artificial facilita e acelera o trabalho de campo e garante uma boa qualidade de imagens.

Esta sessão videográfica teve como propósito, captar imagens do casal de noivos ainda solteiros, para depois essas imagens serem intercaladas com as imagens captadas pela empresa no dia do casamento.

### **2.5.3. Assistente operadora de câmara na produção do projeto – Casamento dos noivos Daniela e Pedro**

A estagiária também esteve presente no dia do casamento da Daniela e do Pedro, onde participou nos momentos de produção que englobam todo o procedimento de um casamento. A primeira etapa deste trabalho de campo foi a captação de imagens na casa do noivo, sempre auxiliando o supervisor na troca de lentes. No mesmo local foram obtidas filmagens no quarto do noivo com a preparação de todo o vestuário deste, assim como a captação de imagens dos familiares e convidados que se encontravam na casa. O procedimento de captação de imagens do vestuário da noiva foi idealizado por outros dois trabalhadores que fazem parte do departamento de audiovisuais.

Depois desta fase, seguiu-se a segunda etapa que foi na igreja de Tabuaço, vila onde a noiva pertence, e onde foi realizada toda a cerimónia. A produção dentro da igreja foi planeada de forma estratégica, foram utilizadas duas câmaras para captar toda a cerimónia, onde a estagiária esteve presente auxiliando os trabalhadores que estavam a gravar e a utilizar as câmaras.

Após a segunda etapa estar concluída, seguiu-se a captação das imagens numa quinta em Tabuaço, onde se realizou o copo de água e toda a festa. Primeiramente as filmagens na quinta englobaram todo o espaço exterior e interior, todos os pormenores das mesas e de todo o espaço que foi realizado o copo de água. Já no espaço onde se realizou o almoço e toda a festa, também foram obtidas todas as imagens das mesas, mas neste caso já se

encontravam presentes todos os convidados e familiares. Por fim, a última produção videográfica foi no final da noite, quando se iniciou o baile, e por fim o corte de bolo dos noivos. A estagiária esteve sempre presente a auxiliar o diretor com o material necessário para uma produção que durou um dia inteiro.

#### **2.5.4. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Viseu Habita**

O projeto Viseu Habita é um programa do âmbito municipal do concelho de Viseu com o objetivo de apoiar a reabilitação de casas de pessoas e agregados familiares, através da criação de condições de habitabilidade aos munícipes. Este projeto teve como objetivo a captação de imagens das casas que foram reabilitadas através desta iniciativa, e o papel da empresa foi mostrar através da produção de captação de imagens o resultado final após estas casas terem sido reconstruídas e melhoradas.

Este foi outro trabalho de campo realizado pela estagiária, sempre auxiliando o diretor Márcio Cortez com o material necessário para a produção. Foram captadas imagens do espaço exterior e interior das casas, assim como, os proprietários das mesmas. As imagens foram usadas para a preparação de um vídeo institucional, que foi pedido pela Câmara Municipal de Viseu, para este projeto ser reconhecido e encarado como uma iniciativa de ajudar os outros. Foram visitadas cinco casas de pessoas que aderiram a esta iniciativa, para todo o procedimento de captação de imagens.

#### **2.5.5. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Maçã Bem Boa**

A entidade Maçã Bem Boa desenvolveu a produção e a colheita das maçãs, e contactou a empresa para a realização de um vídeo publicitário, onde pretendia mostrar através do vídeo o local de produção das maçãs e todo o terreno onde estas são criadas. A estagiária

auxiliou novamente o diretor Márcio Cortez em toda a produção no terreno, seguindo os métodos anteriores dos trabalhos de campo que já tinham sido realizados.

### **2.5.6. Assistente operadora de câmara na produção do projeto - Unidade Empreende**

Este projeto teve como objetivo o apoio ao desenvolvimento económico e à realização de eventos relacionados com a atividade económica de interesse municipal de Nelas, tendo em vista o aumento da atividade económica, a criação de emprego e empresas no Concelho e a sua sustentabilidade económica. E por estas razões o município de Nelas contactou a empresa 2Play+, para a realização de um vídeo institucional para dar a conhecer todo o projeto.

A estagiária acompanhou o diretor Márcio Cortez na captação das imagens em trabalho de campo. Foram visitadas lojas de eletrodomésticos e casas reabilitadas para turismo, com o objetivo de serem efetuadas filmagens das pessoas que aderiram a este projeto, de forma a testemunharem o quão bom foi esta iniciativa para todo o concelho de Nelas. Como anteriormente nos outros trabalhos de campo os métodos utilizados foram os mesmos, tanto em termos de material utilizado como nos procedimentos.

## REFLEXÃO FINAL

A licenciatura em Comunicação Multimédia foi uma jornada de aprendizagem e recolha de conhecimentos através das aulas lecionadas pelos professores. Desde o primeiro ano de licenciatura até ao último existiram barreiras, mas também existiu uma vontade enorme de adquirir mais conhecimentos e conseguir terminar a licenciatura de uma forma justa.

No entanto, eu sempre fui informada das opções que poderia escolher nomeadamente entre a realização de um projeto final ou de um estágio curricular, porém a opção inicial sempre foi a realização de um estágio, pois sabia que através deste teria a oportunidade de interagir com o mercado de trabalho e pôr em prática os conhecimentos adquiridos durante a licenciatura. Eu contactei a empresa 2Play+ para a realização do estágio, pelo facto desta ser uma empresa dinâmica em termos de projetos e especializada em três áreas (audiovisuais, design e multimédia), sobretudo o departamento de audiovisuais despertou-me um interesse profundo na escolha desta entidade.

No meu primeiro dia de estágio fui apresentada a todas as pessoas que fazem parte da empresa 2Play. Apesar das dificuldades inicialmente notórias que as pessoas que trabalham no departamento dos audiovisuais visualizaram em relação à minha inexperiência, sempre existiu um grande auxílio por parte dos elementos do departamento.

Foram utilizadas várias ferramentas nas aulas práticas, mas no meu caso a que foi mais útil para a realização dos projetos no estágio curricular foi o programa Adobe Premiere, que tem como função a edição de vídeos, que permitiu a pós-produção da edição de vídeos de casamentos.

Sempre existiu muita pressão por parte dos professores em relação aos trabalhos que deveriam ser entregues na data limite, e só passado três anos é que realmente damos importância a essas pressões, e a tudo o que na altura não fazia sentido agora faz. Só depois de me integrar no mercado de trabalho é que dei a devida importância àqueles relatórios que exigiam muito tempo, muita pesquisa e muito trabalho e que os professores avisavam sempre que um dia iria precisar para uma boa adaptação e preparação no mundo do trabalho.

Apesar de muitos obstáculos que existiram desde início da licenciatura até ao último dia de estágio, valeu a pena todos os esforços, toda a dedicação. Foram três anos de muita aprendizagem, muitos erros, mas também muitas alegrias. O estágio tornou-se uma forma mais visível de encarar o mercado de trabalho, permitiu-me observar a vida real com outros olhos, de uma forma mais profissional e madura.

Voltaria a repetir a experiência na empresa 2Play+, foi uma escolha que me ajudou a crescer tanto para a minha futura entrada no mercado de trabalho, mas também cresci a nível pessoal. Este estágio curricular teve uma importância única e incomparável, pois foi a minha primeira experiência dentro de uma empresa, onde tive a oportunidade de aprender novos métodos de trabalho na empresa 2Play+, que permitiram uma evolução dos meus conhecimentos e uma preparação técnica e profissional mais positiva.

## BIBLIOGRAFIA

- Aaker, D. A. (1998). *Marcas: brand equity: gerenciando o valor da marca (10ª Edição)*. São Paulo: Negócio Editora.
- Alonso, X. (2003). *Introducción a Producción Publicitaria en Medio Audiovisuales*. Madrid: Servicio de Publicaciones Universidade de Vigo.
- Bentes, O. (2012). *Atendimento ao cliente*. Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Boff, S. O., Fortes, V. B., Menegazzo, A. F., Tochetto, G. Z. (2017). *Propriedade intelectual e gestão da inovação*. Erechim: Deviant.
- Branco, V. R. C. (2008). *Rumo ao sucesso: aprenda como transformar sua vida profissional em uma carreira de sucesso*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Coltre, S. M. (2016). *Qualidade de ensino em instituições de ensino superior através da espiral do conhecimento (1ª Edição)*. Curitiba: Appris.
- D'Avila, M. Z., Oliveira, M. A. M. (2002). *Conceitos e técnicas de controlos internos de organizações*. São Paulo: Nobel.
- Duarte, T. P. P. J. (2016). *Criação publicitária: evolução, linguagem e processo (1ª Edição)*. Curitiba: Appris.
- Freire, M. T. M. (2015). *A comunicação no ambiente empresarial: as micros e pequenas empresas em evidência (1ª Edição)*. São Paulo: Editora Biblioteca24horas.
- Longo, G. L. P. (2011). *Organização de empresas e técnicas comerciais*. São Paulo: Baraúna.
- Matar, F. N. (2011). *Administração de varejo (recurso eletrônico)*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Mello, J. G. (2003). *Dicionário Multimídia: jornalismo, publicidade e informática*. São Paulo: Arte & Ciência.
- Moraes, G. (2010). *Elementos do Sistema de Gestão da SMSQRS – Sistema de Gestão Integrada (2ª Edição)*. Brasil: Gerenciamento verde consultoria editora e livraria virtual.

- Moraes, F. C. C. (2008). *Formação de competências*. Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Morita, M. (2012). *Análise de Mercado*. Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Nunes, J. W (2005). *Patrimónios em Brasília*. São Paulo: Snnablume.
- Pertile, M. (2014). *Segredos para um bom logotipo: o que você precisa de saber antes de contratar um designer*. São Paulo: Nova Alexandrina.
- Pinho, J. B. (1996). *O poder das marcas (3º Edição)*. São Paulo: Summus.
- Pupo, J. F. (2011). *Fotografia, som e cinema: para dar vida às suas ideias*. Alfragide: Texto Editores, Lda.
- Souza, H. A. G. (2001). *Documentário, realidade e semiose: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento*. São Paulo: Annablume.
- Suzuki, E. (2017). *Gestão da comunicação na UNB (1985-2005) (1ª Edição)*. São Paulo: Baraúna.
- Trojack, C. L., Wrobel, J, S., Oechsler, V. (2017). *Matemática com arte: sugestões de atividades interdisciplinares (1º Edição)*. Curitiba: Appris.
- Veras, M. (2014). *Gerenciamento de projetos: Project Model canvas (PCM)*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Xavier, J. C. P. (2009). *Marketing: Fundamentos e Processos*. Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Zenone, L. C. (2007). *Marketing Estratégico e Competitividade Empresarial Formulando estratégias mercadológicas para organizações de alto desempenho*. São Paulo: Novatec.

**ANEXOS**

## **Lista de Anexos**

**Anexo I** - Plano de Estágio

**Anexo I –**

	<b>PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO</b> Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	<b>MODELO</b>  GOSP 004.04
Este documento é um complemento do formulário GOSP.003 - Convenção de Estágio/Ensino Clínico.		
Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECO <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH Tipologia de Estágio/Ensino Clínico: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____ Ao estágio de profissões em especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____		
<b>1 DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO</b>		
Estudante: <u>Sónia da Fomira Loureiro</u> N.º <u>500528</u> Docente orientador(a): <u>João Gonçalves</u> Supervisor(a): <u>Miguel Costa Cortez</u>		
<b>2 PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assistente operadora de câmara para vídeos institucionais e eventos locais.</li> <li>- Pós-produção, edição de vídeos de eventos locais</li> <li>- Assistente Técnico de iluminação</li> </ul>		
<b>3 ASSINATURAS</b>		
O(A) Estudante <u>19/07/2017</u> Data <u>Sónia Loureiro</u> (assinatura)	O(A) Docente Orientador(a) _____ Data <u>João Gonçalves</u> (assinatura)	O(A) Supervisor(a) <u>19/07/2017</u> Data <b>TWOPLAY, Lda.</b> <u>[assinatura]</u> (assinatura)