



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

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Teresa Sofia Brites Antunes

dezembro | 2017





**Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto**  
Instituto Politécnico da Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

TERESA SOFIA BRITES ANTUNES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM  
COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro | 2017

# Ficha de Identificação

**Nome:** Teresa Sofia Brites Antunes

**Número de aluna:** 5008001

**Instituição de Estágio:** Robson Studios

**Morada:** Rua Projetada Mouzinho de Albuquerque nº6, 8500-725, Portimão

**Telefone:** 282 048 155

**Telemóvel:** 926 873 017

**E-mail:** robson.studios@hotmail.com

**Supervisora:** Joana Rodrigues

**Grau académico:** 12º em secretariado

**Instituição de Ensino:** Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda

**Orientador:** Jorge Gonçalves

**Início de estágio:** 3 de julho de 2017

**Fim de estágio:** 3 de outubro de 2017

# Agradecimentos

A realização deste estágio teve a colaboração, orientação, apoio e disponibilidade de várias pessoas, que ajudaram a torná-lo possível. Quero deixar os mais sinceros agradecimentos:

- ao Instituto Politécnico da Guarda e a todos os professores da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, que me transmitiram conhecimentos essenciais para a realização deste estágio;
- ao Professor Jorge Gonçalves pela sua orientação e conselhos;
- ao Luís Fernandes (Robson) e à Joana Rodrigues por me terem concedido a oportunidade de realizar este estágio e que me ajudaram e orientaram durante estes três meses;
- à Mariana Felleg pela ajuda e companhia;
- e aos meus pais, padrinho e familiares por todo o apoio incondicional.

# Resumo

O presente relatório foi elaborado no âmbito da unidade de formação Estágio, incluída na licenciatura de Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular decorreu no estúdio fotográfico, Robson Studios, localizado em Portimão, no período de 3 de julho a 3 de outubro de 2017.

Este estágio consistiu na produção de publicidade, captação e edição de vídeo e imagens, atendimento aos clientes, entre outras atividades.

Este relatório está dividido em dois capítulos, sendo o capítulo I a caracterização da organização e o capítulo II, estágio, que contém os objetivos e as atividades desenvolvidas.

**Palavras-chave:** captação, edição, vídeo, imagem, fotografia

# Índice Geral

<b>Ficha de Identificação</b> .....	i
<b>Agradecimentos</b> .....	ii
<b>Resumo</b> .....	iii
<b>Índice de figuras</b> .....	vi
<b>Índice de tabelas</b> .....	vii
<b>Introdução</b> .....	1
<b>Capítulo I: Robson studios</b> .....	3
1.1. Caracterização .....	4
1.2. Serviços .....	7
1.3. Estrutura Organizacional .....	10
1.4. Comunicação externa .....	<b>11</b>
1.5. Identidade Visual .....	14
1.6. Análise <i>SWOT</i> .....	16
<b>Capítulo II: Estágio</b> .....	19
2.1. Plano de estágio .....	20
2.2. Descrição das atividades desenvolvidas .....	21
2.2.1. Cartaz publicitário .....	21
2.2.2. Captação de imagens fotográficas .....	24
2.2.2.1. Sessão em estúdio .....	26
2.2.2.2. Sessões em exterior .....	27
2.2.3. Edição em <i>Photoshop</i> .....	28
2.2.4. Captação e edição de vídeo .....	30
2.2.4.1. Making of (processo de elaboração) das sessões fotográficas .....	31
2.2.4.2. Vídeo do estúdio .....	33

2.2.5. Atendimento ao público .....	34
2.2.6. Outras atividades .....	35
<b>Reflexão final</b> .....	<b>36</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>37</b>
<b>Lista de anexos</b> .....	<b>38</b>

# Índice de figuras

<b>Figura 1</b> - Robson Studios .....	4
<b>Figura 2</b> - Sala de entrada do estúdio .....	6
<b>Figura 3</b> - Estúdio geral .....	6
<b>Figura 4</b> - Estúdio dos bebés .....	7
<b>Figura 5</b> - Cenário real da campanha de verão .....	8
<b>Figura 6</b> - Equipa do estúdio .....	10
<b>Figura 7</b> - Facebook do Robson Studios .....	11
<b>Figura 8</b> - Instagram do Robson Studios .....	12
<b>Figura 9</b> - Site oficial do Robson Studios.....	13
<b>Figura 10</b> - Cartão do Robson Studios .....	13
<b>Figura 11</b> - símbolo da identidade visual .....	15
<b>Figura 12</b> - Logótipo e símbolo da identidade visual .....	15
<b>Figura 13</b> - identidade visual do Robson Studios.....	16
<b>Figura 14</b> - Palmeira .....	22
<b>Figura 15</b> - Bola de praia.....	22
<b>Figura 16</b> - 70% .....	23
<b>Figura 17</b> - Cartaz completo .....	23
<b>Figura 18</b> - Fotografia, Luís Fernandes .....	26
<b>Figura 19</b> - Fotografias de exterior.....	27
<b>Figura 20</b> - Fotografia original e editada.....	28
<b>Figura 21</b> - Fotografia original e editada.....	29
<b>Figura 22</b> - Fotografia original e editada.....	30
<b>Figura 23</b> - Edição do vídeo da Janine Medeira .....	32
<b>Figura 24</b> - Edição do vídeo do estúdio.....	33

# Índice de tabelas

<b>Tabela 1</b> - Estrutura Organizacional por departamentos .....	11
<b>Tabela 2</b> – Análise Swot.....	17

# Introdução

O presente relatório foi elaborado no âmbito da unidade de formação estágio, pertencente à licenciatura de Comunicação Multimédia, no Instituto Politécnico da Guarda. Foi elaborado de acordo com as normas da realização de estágios definidas pela Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda.

O estágio curricular foi realizado no Robson Studios, um estúdio de fotografia localizado em Portimão, na Rua Projetada Mouzinho de Albuquerque n.º6, 8500-725, Portimão.

O estágio decorreu entre 3 de julho de 2017 e 3 de outubro de 2017 num total de três meses. Neste período tomei conhecimento das atividades realizadas neste estúdio onde colaborei em diversas tarefas, utilizando os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos da licenciatura de Comunicação Multimédia.

Na minha escolha do local de estágio tive em conta as áreas que menos foram aprofundadas nesta licenciatura, sendo que escolhi a fotografia que considero de grande importância nesta área, especialmente na publicidade. Então escolhi o Robson Studios por ser um dos melhores estúdios fotográficos a nível nacional e com muita experiência. Uma das razões para a escolha deste local foi também o facto de ter muita atividade durante os meses em que este estágio decorreu.

Para este estágio foram feitas propostas de atividades a desenvolver durante estes três meses, as quais foram apresentadas no plano de estágio (Anexo I), neste relatório. Algumas destas tarefas incluem o atendimento ao público, edição de imagens, venda de artigos, entre outras.

Este estágio ofereceu-me a oportunidade de obter mais conhecimentos e capacidades sobre fotografia, integrar-me num ambiente laboral e colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante o ano letivo, especialmente captação e edição de vídeo, dando-me uma perspetiva das atividades que poderei desenvolver futuramente na área da Comunicação Multimédia.

Neste relatório vou escrever sobre vários pontos, sendo estes, no primeiro capítulo, a caracterização do meu local de estágio, Robson Studios, incluindo, os meios de comunicação utilizados, a sua marca gráfica e uma análise SWOT sobre este estúdio. No segundo capítulo estão apresentados os objetivos de trabalho e as atividades desenvolvidas.

# Capítulo I

---

**ROBSON STUDIOS**

Neste capítulo é feita uma apresentação do Robson Studios onde se indica a sua localização, os serviços, a estrutura organizacional, a comunicação externa, a identidade visual do estúdio e uma análise aos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças (SWOT).

## 1.1. Caracterização

Durante este estágio foi feita uma entrevista ao fotógrafo do estúdio, Luís Fernandes, mais conhecido como Robson, e segundo o *site* oficial do estúdio<sup>1</sup>, o Robson Studios está em funcionamento há cerca de sete anos, a sua localização inicial era na Rua João Braz Poeta, em Portimão. Posteriormente abriu as portas de um segundo estúdio a 1 de outubro de 2009, na Rua Projetada Mouzinho de Albuquerque nº6, 8500-725, Portimão (Fig. 1), perto da zona ribeirinha, tendo acabado por fechar o primeiro ficando apenas este último em funcionamento. Hoje em dia o estúdio conta apenas com o fotógrafo Luís Fernandes e a colaboradora Joana Rodrigues.

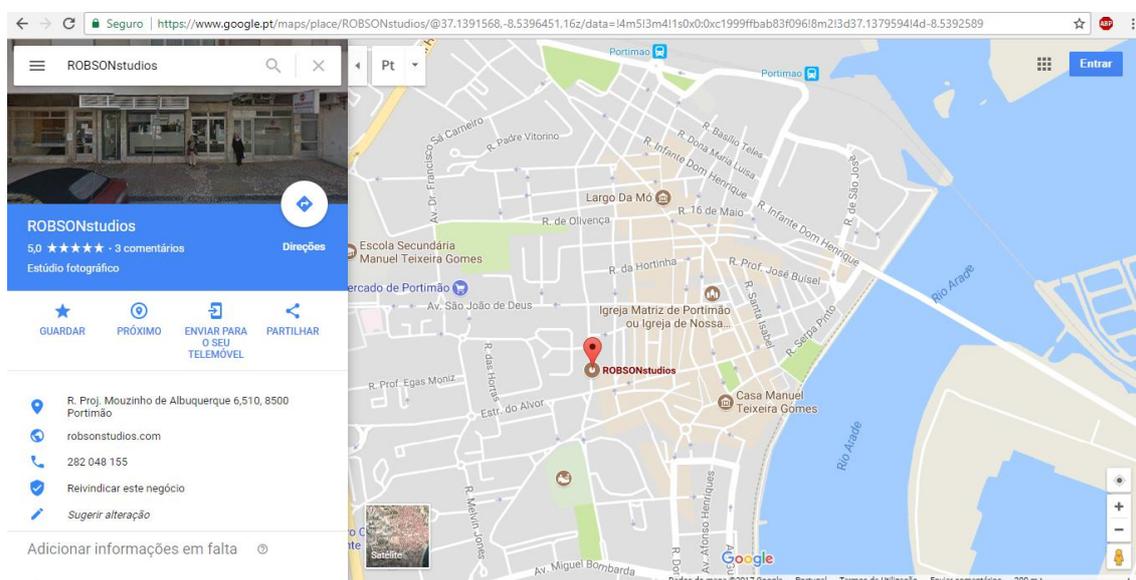


Figura 1 - Robson Studios  
(Fonte: Google Maps)

<sup>1</sup> Site oficial do RobsonStudios em: <http://www.robsonstudios.com/>. Consultado em Agosto de 2017.

Luís Fernandes frequentou vários cursos de fotografia nomeadamente, nos Laboratórios da Kodak (onde se produzem equipamentos na área do design, produção e comercialização de fotografia), na Fotosport (empresa líder no retalho especializado de fotografia em Portugal) e no SEC pertencente à Camara Municipal de Portimão. Entre 2004 e 2010 aprofundou a sua técnica em países como França, Itália, Áustria, Alemanha, Tanzânia e México.

Em 2010, Luís Fernandes, abriu o Robson Studios, onde pratica as atividades habituais de fotógrafo, desenvolve vários projetos, publica e assina diversas fotografias em revistas e pratica também a função de professor de fotografia na Escola Profissional Gil Eanes em Portimão. O Robson Studios faz também diversas parcerias, sendo algumas destas: AVA Makeup School<sup>2</sup> é uma escola de maquilhagem muito conceituada na zona de Portimão que oferece vários cursos e *workshops* de maquilhagem e participa em eventos e feiras. Esta parceria consiste na captação de imagens durante os seus eventos, e a escola faz a maquilhagem de alguns clientes do estúdio para as sessões; Poupadinhos e com vales<sup>3</sup> é um *blog* criado pela Janine Medeira que ganhou no ano de 2016 o selo de melhor *blog* de comércio e empreendedorismo em Portugal. O Robson Studios faz a maioria das sessões fotográficas para este *blog* e o *blog* faz a devida referência ao estúdio; ECOX 4D<sup>4</sup> é uma clinica de ecografias 4D em que ao fazer a sessão de grávida no estúdio resultaria em descontos nas ecografias da ECOX 4D.

Hoje em dia o estúdio está dividido em três salas, sendo a primeira (Fig. 2), a entrada onde são feitas as sessões das campanhas com os cenários reais, e onde se faz a receção aos clientes. Nesta pode encontrar-se todo o equipamento de edição e realização das fotografias, sendo este um monitor multimédia em que o cliente pode visualizar e seleccionar as fotografias que pretende das sessões previamente feitas, um computador *apple* onde se realiza toda a edição e realização para a impressão das fotografias, uma impressora de recortes automáticos, sendo esta a única utilizada pelo estúdio, e um computador portátil para a gravação de CDs. Aqui existem ainda sofás para os clientes e um pequeno espaço com brinquedos para as crianças.

---

<sup>2</sup> Site oficial do AVA em: <https://avamakeupschool.com/>. Consultado em Agosto de 2017.

<sup>3</sup> Blog oficial do Poupadinhos e com vales em: <http://poupadinhosecomvales.com/>. Consultado em Agosto de 2017.

<sup>4</sup> Site oficial do Ecox 4D em: <http://www.ecox4d.pt/>. Consultado em Agosto de 2017.



Figura 2 - Sala de entrada do estúdio  
(Fonte: elaboração própria)

A segunda sala, ou estúdio geral, (Fig. 3) é onde se faz a maioria das sessões fotográficas, sendo este composto por um vestiário. Aqui pode encontrar-se todo o material para as sessões de estúdio como os rolos de fundos, dando uma variedade de cores como o branco, o preto, o verde e o azul, sendo o único estúdio fotográfico a dispor desta última cor em Portimão.



Figura 3 - Estúdio geral  
(Fonte: elaboração própria)

Para a iluminação o estúdio está preparado com duas *softboxes* que têm como função suavizar e difundir a luz criada pelos *flashes* de forma uniforme durante os retratos em estúdio, como Amber Richards (2014) referencia em “Como configurar a iluminação em fotografia para ter um estúdio em casa”.

A última sala é portanto o estúdio dos bebês até aos três meses (Fig. 4), aqui encontra-se um fraldário com todos os acessórios necessários para bebês, desde fraldas, toalhetas, algumas peças de roupa e diversas mantas, as quais servem de base durante as sessões, juntamente com um ovo, ou seja, um sofá redondo no qual o bebê é colocado durante as sessões.



Figura 4 - Estúdio dos bebês  
(Fonte: elaboração própria)

Para a iluminação durante as sessões é apenas utilizada uma luz com diversos graus de luminosidade, aqui não são utilizados *flashes* devido à sensibilidade das crianças nestas idades.

## 1.2. Serviços

O Robson Studios dispõe de diversos serviços, passando estes pela oferta de campanhas, venda de artigos e uma variedade de pacotes de sessões fotográficas.

A maioria dos clientes do estúdio são habituais, participam em todas as campanhas realizadas pelo estúdio. Estas campanhas consistem numa promoção em que o cliente não paga a sessão e é oferecido um número de fotografias impressas, nestas campanhas muda apenas o tema, chegando a oferecer aos clientes um total de doze campanhas por ano tendo um tema diferente para cada mês. As campanhas da Páscoa, Natal e Verão contam ainda com um cenário real diferente todos os anos. Pode-se ver como exemplo o

cenário da campanha de Verão deste ano, da qual participei durante este estágio, na seguinte imagem abaixo apresentada (Fig. 5). Estas campanhas resultam a nível monetário, pois o cliente acaba por comprar fotografias extras ou o CD com o total de fotografias da sessão.



*Figura 5 - Cenário real da campanha de verão  
(Fonte: facebook do Robson Studios)*

O estúdio oferece, para além das campanhas já descritas neste relatório, vários pacotes de sessões fotográficas, estas podem ser tanto em estúdio como no exterior, sendo que as sessões de exterior têm um valor mais alto devido à deslocação do fotógrafo. Nestas o cliente pode escolher o local ou o fotógrafo pode dar a escolha de vários locais já habituais ao cliente, como por exemplo o local de eleição do estúdio, no passadiço de 6Km da praia de Alvor, Portimão.

Os preços dos pacotes das sessões de exterior, tal como nas de estúdio, diferem apenas na quantidade de fotografias impressas oferecidas, existindo um primeiro pacote com direito a três fotografias, um segundo com seis fotografias, um terceiro com direito a um álbum fotográfico até vinte e seis fotografias e um quarto pacote com direito a todas as fotografias em formato digital.

Nos pacotes de sessões de estúdio, como já foi mencionado, o valor é um pouco mais baixo que os de exterior, mas as diferenças nos pacotes são as mesmas, dependendo da oferta do número de fotografias, álbum ou formato digital. Nestas sessões é possível levar até duas crianças e duas mudas de roupa para cada pessoa, para estas mudas era

sempre aconselhado ao cliente que uma das mudas consistisse em partes de cima brancas e partes de baixo ganga, pois este é um vestuário que se adequa ao fundo branco. Para a segunda muda de roupa era aconselhado algo mais colorido à escolha do cliente, possivelmente para fotografar em fundo preto.

O estúdio fornece ainda pacotes de sessões para grávidas, com a mesma metodologia de valores dos pacotes acima descritos. Para estas sessões era possível levar uma outra pessoa, sendo normalmente o pai do bebé, e era também possível levar duas mudas de roupa, em que o fotógrafo aconselhava em uma consistir de roupa interior preta e uma outra à escolha do cliente.

Um outro serviço é também o dos pacotes de recém-nascidos, estes só eram possíveis até aos primeiros quinze dias de vida das crianças, para estas sessões é aconselhado que a criança faça a sessão sem roupa, para tal, como já foi referido neste relatório, este estúdio é designado às crianças até aos três meses de idade e encontra-se totalmente equipado com aquecimento e acessórios como fraldário, algumas roupas, mantas, entre outros acessórios que possam ser necessários. Para as sessões a partir dos três meses de idade é então utilizado o estúdio geral. O estúdio oferece ainda uma promoção que consiste em sessões fotográficas mensais desde o primeiro mês de vida da criança até ao primeiro ano de idade, sendo esta promoção uma das mais utilizadas pelas clientes habituais do estúdio.

Para todas as sessões o estúdio oferece uma variedade de acessórios que podem ser utilizados e dá também a possibilidade de ser o cliente a trazer os próprios acessórios.

Para além destes pacotes são também oferecidos os *standards* da fotografia de passe, podendo escolher entre um pacote de valor mais baixo com direito a seis fotografias e o de valor mais alto com direito a dez fotografias.

Outras ofertas do estúdio são, a impressão de telas, álbuns digitais e acessórios de estampados com fotografias como, canecas, almofadas, entre outros, os quais são feitos através da Digibook<sup>5</sup>, uma empresa *online* com a qual o estúdio tem um contrato. O estúdio oferece ainda uma variedade de molduras e é ainda possível obter em formato

---

<sup>5</sup> Site oficial do Digibook em: <http://www.digibook.pt/>. Consultado em Agosto de 2017.

digital as fotografias das sessões, sendo estas oferecidas em CD ou via *e-mail* pelo mesmo valor do pacote escolhido para a sessão.

Todas as sessões fotográficas são mantidas pelo estúdio por um período de três anos e as sessões das campanhas apenas por três meses, dando a possibilidade ao cliente de voltar a comprar fotografias extras ao pacote mais tarde. Era possível obter cada fotografia extra por um determinado valor dependendo do tamanho escolhido pelo cliente.

### 1.3. Estrutura Organizacional

O Robson Studios depende apenas de duas pessoas, o Luís Fernandes que gere o estúdio e é também o fotógrafo e a Joana Rodrigues como colaboradora, para além destas pessoas, durante este estágio, estiveram ainda duas estagiárias.

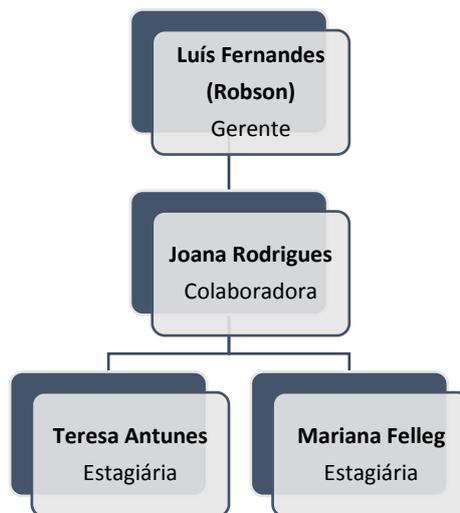


Figura 6 - Equipa do estúdio

(Fonte: elaboração própria)

A nível de departamentos a estrutura pode dividir-se pelos seguintes apresentados na tabela.

Tabela 1 - Estrutura Organizacional por departamentos

Estrutura organizacional por departamentos	
Departamento de Fotografia	Luís Fernandes
Departamento Comunicacional	Joana Rodrigues
Departamento Comercial	Joana Rodrigues
Departamento Criativo	Luís Fernandes

(Fonte: elaboração própria)

## 1.4. Comunicação externa

A comunicação exerce grande poder no desenvolvimento de uma organização. A este respeito Gaudêncio Torquato (1986: 15) refere que a comunicação é “uma área multidisciplinar, mediando os interesses dos participantes, os interesses da empresa, enquanto unidade económica, e os interesses da administração (...) é organizada pelos elementos – fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador, recetor, ingredientes que vitalizam o processo”.

O Robson Studios disponibiliza imagens, vídeos e informação através de diversos meios para a divulgação e comunicação dos seus eventos, utilizando as redes sociais como o *facebook*, *instagram* e o *site* próprio:

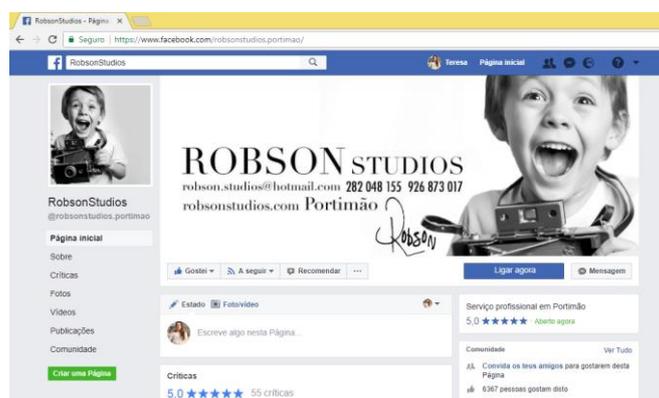


Figura 7 - Facebook do Robson Studios<sup>6</sup>

(Fonte: Facebook)

<sup>6</sup> Facebook oficial do Robson Studios em: <https://www.facebook.com/robsonstudios.portimao/>. Consultado em Agosto de 2017.

O *facebook* (fig. 7) é uma das ferramentas mais importantes na comunicação externa do estúdio, pois é através desta rede social que se faz a maior parte da publicidade e os clientes tendem a preferi-la, portanto é a partir do *facebook* que a maioria das sessões são marcadas. É também o único meio utilizado para a apresentação das campanhas, pois estas não são divulgadas através do *site* oficial nem do *instagram* do estúdio.

Aqui podem-se também encontrar vários trabalhos realizados pelo Robson Studios, contendo uma galeria bem formada, mas em termos de informação, encontram-se apenas a localização e os contactos do estúdio, não tendo qualquer informação explícita dos serviços oferecidos ou dos seus valores.



Figura 8 - Instagram do Robson Studios<sup>7</sup>

(Fonte: *instagram* do Robson Studios)

O *instagram* (fig. 8) do estúdio é a rede social menos utilizada, pois está bastante desatualizada e praticamente não fornece informações importantes sobre o Robson Studios e está simplesmente a mostrar alguns dos trabalhos do fotógrafo Luís Fernandes. Hoje em dia esta é das redes sociais mais utilizadas por parte dos jovens e por isso seria uma mais-valia para o estúdio apostar mais nesta página e começar a utilizá-la mais para o Robson Studios.

<sup>7</sup> *Instagram* oficial do Robson Studios em: <https://www.instagram.com/robsonstudios/>. Consultado em Agosto de 2017.

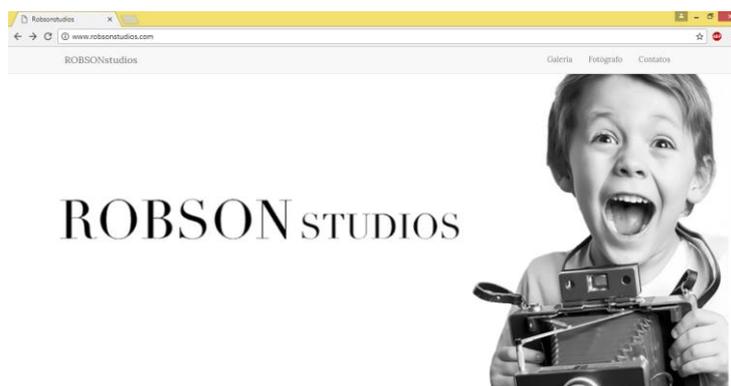


Figura 9 - Site oficial do Robson Studios<sup>8</sup>

(Fonte: site oficial do Robson Studios)

O *site* oficial (fig. 9) do Robson Studios apresenta uma galeria com alguns dos trabalhos feitos pelo estúdio, os seus contactos e uma breve introdução à carreira do fotógrafo, mais uma vez, tal como com o *facebook*, não há qualquer informação concreta sobre os serviços oferecidos pelo estúdio ou os seus valores.

Numa avaliação geral pode-se dizer que a comunicação externa do estúdio não será das mais eficazes, principalmente devido à falta de informação, mas também por não apostar noutras redes sociais utilizando maioritariamente o *facebook*, que cada vez mais está a ser posto de lado pelos jovens.



Figura 10 - Cartão do Robson Studios

(Fonte: Elaboração própria)

---

<sup>8</sup> Site oficial do Robson Studios em: <http://www.robsonstudios.com/>. Consultado em Agosto de 2017.

Os cartões-de-visita (Fig. 10) também utilizados como comunicação externa do estúdio foram desenhados pelo próprio Luís Fernandes e impressos pelo Espaço Imagem, empresa gráfica utilizada pelo Robson Studios.

Estes foram criados de modo inovador e de forma a distinguir-se, sendo estes de material transparente, tonando-os num dos meios mais eficazes da comunicação do estúdio, pois atraem muita atenção do público pelo seu *design* diferente. Estes estão expostos no estúdio para os clientes levarem e são também oferecidos e expostos em eventos da região.

## 1.5. Identidade Visual

A identidade visual é bastante importante, pois é o que o público utiliza para identificar a empresa ou os produtos/serviços. Segundo Newton Cesar (2006: 112), o logótipo é “o que fortalece e representa o conjunto entre empresa, produto e consumidor. (...) Logomarca ou logótipo, tanto faz, são a identidade da empresa. (...) A marca representa 80% do património de uma empresa.”

Também segundo Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2011: 117), “Uma marca pode ser composta por um só ou por vários componentes. A abundância de sinais distintos, todavia, prejudica a leitura da marca e a compreensão do consumidor. Os elementos que compõem a identidade visual de uma marca são o logótipo e o símbolo. O logótipo é a particularização escrita de um nome e tem obrigatoriamente letras.”

A identidade visual do Robson Studios foi totalmente criada pelo próprio Luís Fernandes em vez de por um profissional da área e é composta pelo logótipo e um símbolo, que como refere Gonzales (2010: 77) um logótipo é o “nome da empresa ou marca, mas com os atributos próprios da seleção tipográfica: tipo de letra, tamanho, cor e qualquer outra indicação que defina formas ou estilos” e um símbolo é um “elemento gráfico, figurativo ou abstrato, que constitua uma representação da identidade da empresa.”



*Figura 11 - símbolo da identidade visual*

*(Fonte: Facebook do Robson Studios)*

O símbolo desta identidade visual é uma fotografia (Fig. 11) de uma criança com uma câmara fotográfica antiga e foi escolhida tendo em conta o ramo de fotógrafo e o facto da maioria dos clientes do Robson Studios serem famílias e crianças, portanto segundo o que foi referido acima, este foi uma boa seleção para a identidade do estúdio.

ROBSON STUDIOS



*Figura 12 - Logótipo e símbolo da identidade visual*

*(Fonte: Facebook do Robson Studios)*

O tipo de letra (Fig. 12) utilizado tanto para o logótipo como para toda a comunicação externa do estúdio é o “didot”. Este é um tipo de letra com serifas que por norma não é utilizado em títulos ou textos curtos mas sim em textos corridos tal como Thiago Justo refere em *Diagramação: Fundamentos e técnicas*, 2017, os tipos de letra diferenciam-se principalmente entre os serifados e os não-serifados. As serifas são pequenos traços ou prolongamentos no final das hastes das letras. Os tipos de letra com serifas são utilizados para em blocos de texto longos para ajudar a guiar o olhar, enquanto que os

tipos de letra sem serifas costumam ser utilizados em blocos de texto curtos como títulos, pois possuem maior peso. No entanto quando aplicadas a logótipos os tipos de letra serifados podem dar um ar mais formal e diferente podendo assim diferenciar a marca, contando que seja legível e adequado para a empresa.



Figura 13 - identidade visual do Robson Studios

(Fonte: Facebook do Robson Studios)

Como se pode ver na imagem abaixo (Fig. 13), o logotipo do estúdio é na maioria das vezes apresentado juntamente com os contactos do estúdio e a assinatura do fotógrafo Luís Fernandes (Robson).

## 1.6. Análise *SWOT*

A análise *SWOT* é uma técnica para se compreender os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças numa empresa. Segundo Merhi Daychoum (2007: 7), a análise *SWOT* é “uma ferramenta utilizada para fazer Análises de Cenário, sendo usada como base para a gestão e planeamento estratégico de uma organização.” A análise *SWOT* serve para “posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão.” A análise *Swot* é uma análise simples e é utilizada tanto “para criar um *blog* ou para gerir uma multinacional”.

Segundo o mesmo autor, Merhi Daychoum (2007), o termo *SWOT* é uma sigla que provém do inglês que significa:

- *Strenghts* – pontos fortes: aspetos positivos e vantagens da organização em relação aos seus concorrentes;
- *Weaknesses* – pontos fracos: aspetos negativos e desvantagens da organização em relação aos seus concorrentes;
- *Opportunities* – oportunidades: aspetos positivos com o potencial de fazer crescer a vantagem competitiva relativamente aos seus concorrentes;
- *Threats* – ameaças: aspetos negativos que podem comprometer ou causar desvantagem relativamente aos seus concorrentes.
- Durante todo o percurso deste estágio foram recolhidas informações para realizar a análise *SWOT* do Robson Studios.
- Na tabela 1 encontra-se a análise *SWOT* realizada.

Tabela 2 - Análise Swot

<b><i>Strenghts</i></b> <b>Pontos fortes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grande número de clientes fidelizados</li> <li>• Qualidade de serviço</li> <li>• Prestígio na região</li> </ul>
<b><i>Weaknesses</i></b> <b>Pontos fracos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de outros colaboradores no estúdio</li> <li>• Localização do estúdio</li> <li>• Fraca presença nas redes sociais</li> </ul>
<b><i>Opportunities</i></b> <b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidade em contratar outros colaboradores</li> <li>• Contactos para os serviços não oferecidos</li> <li>• Possibilidade de abertura de filiais</li> </ul>
<b><i>Threats</i></b> <b>Ameaças</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência de outros estúdios</li> <li>• Fácil acesso a novas tecnologias de fotografia</li> </ul>

(Fonte: Elaboração própria)

Dos pontos fortes do Robson Studios salientam-se o número de clientes fidelizados e o prestígio na região sendo que a maioria dos clientes utilizam sempre os serviços deste estúdio.

Dos pontos fracos, a localização do estúdio não é a melhor, porque se encontra numa rua pequena, numa zona mais recôndita de Portimão. Em relação à falta de outros colaboradores, o estúdio tem apenas um fotógrafo e que trabalha como professor, portanto o horário em que é possível realizar as sessões fotográficas é muito limitado em relação à quantidade de clientes do estúdio. Também uma maior aposta nas redes

sociais como o *twitter*, *youtube*, entre outras, melhoraria a comunicação do estúdio com os clientes fidelizados e potenciais clientes uma vez que o estúdio utiliza apenas o *site* oficial, o *instagram* e o *facebook* como meios comunicacionais e mesmo estes não estão a ser devidamente aproveitados.

Em relação às oportunidades, já que é possível, a nível financeiro a contratação de outros fotógrafos e tendo uma maior facilidade em encontrar novos fotógrafos, devido à escola onde trabalha como professor de fotografia, seria a contratação de novos fotógrafos um bom investimento, pois o horário de sessões seria muito mais abrangente e assim daria a possibilidade de expandir o estúdio abrindo filiais em outras zonas. O estúdio de momento não oferece mais os serviços de fotografia em casamentos, batizados e outros eventos, mesmo tendo a procura destes por parte dos clientes, se estes serviços fossem de novo oferecidos o lucro seria muito maior.

A primeira ameaça será a concorrência por parte de outros fotógrafos, porque existem muitos nesta área. A outra ameaça será então o facto de hoje em dia qualquer pessoa ter fácil acesso a uma camara fotográfica, sendo que todos os telemóveis de hoje já vêm equipados com uma, por esta razão os fotógrafos já não são tão frequentados.

# Capítulo II

---

## Estágio

O presente capítulo apresenta as atividades que foram desenvolvidas e todo o processo para as desenvolver, aplicando os conhecimentos adquiridos durante o curso de licenciatura em Comunicação Multimédia que foram essenciais para a realização destas atividades, assim como os métodos utilizados.

## 2.1. Plano de estágio

Os seguintes pontos são a proposta de tarefas a realizar segundo o plano de estágio, definidos pela orientadora no Robson Studios (Anexo I):

- Atendimento ao público;
- Edição de imagem;
- Organização de documentos;
- Impressão de fotos;
- Venda de artigos;
- Atendimento de telefones;
- Receção e resposta a *e-mails*.

Todas as atividades propostas foram possíveis de colocar em prática maioritariamente devido a este estágio ter sido realizado durante os meses de verão, época em que o estúdio tem muita afluência.

Foram ainda desenvolvidas outras atividades no Robson Studios que não estavam propostas no plano de estágio:

- Captação de imagens;
- Captação de vídeo;
- Edição de vídeo;
- Edição de som;
- Criação de cartazes publicitários;
- Manutenção do estúdio e equipamentos;
- Assistência nas sessões fotográficas.

## **2.2. Descrição das atividades desenvolvidas**

Para a realização das atividades efetuadas durante este estágio, foram necessários os conhecimentos adquiridos durante todo o percurso do ano letivo, sendo que muitas das aprendizagens foram postas em prática.

Os programas utilizados no estágio foram *o Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Audition e CorelDraw*, os quais foram lecionados durante este curso.

Os programas *Adobe Photoshop e CorelDraw* foram utilizados na criação de cartazes, onde foram criadas imagens e formas gráficas para a criação do *design* destes.

Na captação de vídeo e fotografia foram utilizadas as técnicas aprendidas durante os três anos letivos, os planos e enquadramentos, luminosidade, focagem, abertura do diafragma entre outras. Foi utilizada a câmara em modo manual para ajustar todas estas funções para captar as imagens da melhor maneira possível.

Na edição de vídeo foi utilizado o *Adobe Premiere*, onde foram colocados efeitos de transição e cortes, o som utilizado na edição dos vídeos foi preparado no *Adobe Audition*.

### **2.2.1. Cartaz publicitário**

A palavra publicidade teve origem do latim *publicus* que significa divulgar, tornar público. Segundo Caroline Marshall (2002: 7), a publicidade é “um dos aspetos mais visíveis de um negócio e um dos que podem fazer uma diferença crucial para que uma empresa alcance os seus objetivos”. Portanto, a criação de cartazes publicitários das campanhas do Robson Studios é essencial para a adesão de novos clientes.

A criação deste cartaz (Anexo II) teve como objetivo publicitar uma promoção nas molduras expostas para venda no Robson Studios, de modo a aumentar as vendas de molduras, que é um dos serviços menos utilizados por parte dos clientes. Para tal foi feito um estudo para perceber como melhor chegar a este objetivo, aqui foram considerados todos os fatores, desde o público-alvo à época em questão.

A elaboração deste cartaz foi feita no programa *CorelDraw*, onde foram criadas várias imagens vetoriais. Como esta promoção foi alusiva ao verão, foram criadas imagens de palmeiras (Fig. 14).



*Figura 14 - Palmeira*

*(Fonte: Elaboração própria)*

Sendo a maioria dos clientes do estúdio famílias e crianças, e de modo a relacionar-se com a campanha presente na altura, foi também criada a imagem de uma bola de praia (Fig. 15).



*Figura 15 - Bola de praia*

*(Fonte: Elaboração própria)*

O tipo de letra utilizado foi o “Aharoni” por ser um tipo de letra bold chamativo, esta foi colocada em branco para se contrastar com o fundo azul, tendo sido aplicada uma

imagem de palmeiras dentro do “70%” (fig. 16) e com um contorno do mesmo tom de verde das plameira dar mais cor ao cartaz e assim chamar mais a atenção do público.



Figura 16 - 70%

(Fonte: Elaboração própria)

As cores utilizadas para este cartaz vão de acordo com os conceitos já explicados neste relatório, a época do ano ser o verão, localizar-se perto da praia e ser alusivo a crianças. Sendo estas cores maioritariamente os azuis, como se pode observar abaixo (Fig. 17) na imagem do cartaz finalizado.



Figura 17 - Cartaz completo

(Fonte: elaboração própria)

Este cartaz (Anexo II) foi exposto nas redes sociais e no próprio estúdio. Para ter uma ideia dos resultados o estúdio deveria procurar uma melhor maneira de medição da eficácia das suas publicidades, pois no *facebook* não é possível ter acesso ao número de

visualizações de uma imagem. O único meio de medição dos resultados desta publicidade terá sido o número de vendas das molduras que aumentou bastante, tendo assim sido o objetivo alcançado.

### **2.2.2. Captação de imagens fotográficas**

Na fotografia existem diversos fatores essenciais para que esta exista e seja manipulada, por isso antes de falarmos da fotografia como produto final primeiro tem de se falar sobre estes fatores.

Segundo Pupo (2011: 15), “podemos encarar a fotografia enquanto técnica e referirmo-nos ao processo fotográfico que está por trás das imagens que vemos: os objetos refletem luz que é orientada por uma lente para o interior da máquina fotográfica (...) podemos também encará-la como linguagem. Neste sentido, a fotografia é um meio de transmitir ideias através da imagem e dos significados que o observador lhe atribui (...) o enquadramento e a composição são dois domínios essenciais para quem quer produzir imagens de qualidade, imagens que sejam eficazes a comunicar as intenções do fotógrafo”.

O primeiro e mais importante fator é a luz, pois sem luz a fotografia não existe, até a própria palavra fotografia vem do grego e significa escrever com luz.

Como refere José Ramalho (2004) no seu livro “Fotografia Digital”, a luz é responsável pelo sucesso ou fracasso de uma fotografia, é a manipulação da quantidade certa de luz que entra na camara fotográfica que permite o registo da imagem, sem luz a fotografia não é possível. É também a luz que nos permite utilizar a criatividade e criar fotografias diferentes, aqui pode-se falar da exposição da fotografia, que é a quantidade de luz a que a fotografia é exposta, estas podem ser bem expostas que significa que foram expostas à quantidade correta de luz, fotografias sub-expostas foram expostas a uma quantidade de luz inferior ao necessário e sobre-exposição quando a fotografia foi exposta a luz em demasia. Para controlar estes fatores existem diferentes ferramentas que se podem utilizar, sendo estas as principais:

Ainda segundo José Ramalho (2004), a velocidade de obturador é uma ferramenta que permite controlar a quantidade de tempo em que o obturador permanece aberto, portanto, controla a quantidade de tempo em que a lente está a receber luz. Este tempo é medido em segundos e frações de segundos, permitindo tirar fotografias em que o obturador permanece aberto até trinta segundos ou apenas 1/400 de segundo. Dependendo desta velocidade é possível controlar o quão sub-, sobre- ou bem exposta será a fotografia. A velocidade de obturador é ainda responsável pela captura de movimento numa fotografia. Ao fotografar um carro em movimento é necessário utilizar uma velocidade de obturador rápida para que o carro fique na fotografia, quanto mais rápida for a velocidade de obturador, mais nítida será a fotografia, este efeito é chamado de congelamento, mas para dar movimento à fotografia é necessário que a velocidade de obturador seja mais lenta, quanto mais lenta, mais desfoque e arrastamento vai ser criado na imagem, passando a sensação de movimento.

Outra ferramenta importante é a abertura do obturador que segundo Renata Myiagusku (2007), é controlada por valores “f”, quanto mais baixo for o valor, como por exemplo, f1, maior será a abertura do obturador e quanto maior for o valor, menor será a abertura, portanto menor será a entrada de luz. A abertura também é responsável pela maior ou menor profundidade de campo, quanto maiores forem os valores, maior a profundidade de campo, ou seja, mais focado ficará o fundo da fotografia.

Estas são as ferramentas mais importantes para controlar a luz na fotografia, outro fator importante na fotografia é a composição. A composição é o que mais permite diferenciar a fotografia, pois esta depende de como cada pessoa vê uma imagem, é aqui que se pode ter mais criatividade na fotografia, pois não existem duas formas idênticas de observar e fotografar.

Nestes três meses foram feitas algumas sessões fotográficas com a orientação do fotógrafo do estúdio, Luís Fernandes, como modo de aprendizagem em que a camara utilizada foi uma Canon 500D semiprofissional e uma Canon 5D Mark IV profissional.

### 2.2.2.1. Sessão em estúdio

Em estúdio tive a possibilidade de fazer uma sessão fotográfica (Anexos III) ao Luís Fernandes (Robson), único fotógrafo do estúdio, esta foi feita com uma Canon 5D Mark IV em fundo branco e com a utilização de dois *flashes* com *softbox*. Pode ser observada uma das fotografias desta sessão na figura abaixo apresentada (Fig. 18).



*Figura 18 - Fotografia, Luís Fernandes  
(Fonte: elaboração própria)*

Nesta sessão o objetivo era criar um retrato, ou seja, fotografar a pessoa do tronco para cima, para tal o estúdio foi organizado com um banco e um fundo branco. Primeiramente foram tiradas fotografias como teste para decidir os valores certos, visto que no estúdio não se utiliza qualquer tipo de medidor de luz.

Durante toda a sessão foram dadas dicas sobre a posição do modelo de maneira a melhor se realçar na camera e os planos utilizados foram sempre os de retrato apenas utilizando mais ou menos *zoom* da lente.

### 2.2.2.2. Sessões em exterior

Tive ainda a possibilidade de fazer algumas sessões de exterior (Anexos IV e V), as quais foram possíveis porque as modelos se voluntariaram. Estas foram feitas na praia com uma camara fotográfica Canon 500D. Estas sessões foram realizadas durante o final da tarde, de modo a evitar a luz dura do início da tarde. Primeiramente foram tiradas fotografias de teste para perceber os valores necessários, de seguida foram estudados os locais específicos e algumas poses. Também durante toda a sessão foram dadas orientações às modelos.



*Figura 19 - Fotografias de exterior*

*(Fonte: elaboração própria)*

Estas fotografias foram tiradas com aberturas de obturador altas para que o fundo ficasse desfocado de modo a chamar a atenção para a modelo e foram também utilizadas velocidades de obturador rápidas de modo a não existir efeitos de arrastamento na água ou no cabelo por parte do vento. Seguem-se então alguns exemplos destas sessões (Fig. 19).

### 2.2.3. Edição em *Photoshop*

Por pedido do fotógrafo do estúdio foi feita uma sessão fotográfica com o tema “Harry Potter” (Anexo VI) para aplicar e praticar os conhecimentos na edição de fotografia mais avançados com uma Canon 500D. Esta sessão consistia em editar as fotografias de modo a se assemelharem ao filme “Harry Potter”. A edição destas foi feita em *Adobe Photoshop*, no qual as fotografias foram editadas em formato RAW. O formato RAW é o formato de melhor qualidade em que as câmaras fotográficas podem fotografar, este é utilizado para manter todas as informações captadas pela câmara, podendo assim ter mais controlo sobre a fotografia ao editá-la.

A seguir estão expostas a imagem original e a imagem editada (Fig. 20) de modo a ser possível fazer a comparação entre as duas.



Figura 20 - Fotografia original e editada

(Fonte: elaboração própria)

Para a edição de fotografias o melhor programa a ser utilizado seria o *Adobe Photoshop Lightroom*, as funcionalidades que este programa oferece vão desde a organização, gestão, categorização, georreferenciação, edição, impressão, apresentação e partilha

*online* de imagens (Santos, 2012). No entanto no Robson Studios este é apenas utilizado para a organização das fotografias e o programa utilizado para a edição e impressão é o *Adobe Photoshop* e a sua extensão *Adobe Camera RAW* que permite editar ficheiros em formato RAW, tendo sido estes últimos os utilizados na edição das seguintes fotografias.

Em primeiro lugar foi feita a sessão, esta foi realizada dentro de casa com luzes amarelas, o que não é o ideal para fotografar, pois altera as cores da fotografia que sai em tons amarelos. Aqui foi montado um pequeno cenário com adereços alusivos ao tema e decididas algumas poses para a modelo. Para esta sessão não foi disponibilizado qualquer tipo de material auxiliar de fotografia.

Na edição destas fotografias foram então alteradas a luminosidade, contraste e tonalidade da fotografia de modo a dar um tom que melhor se identificasse com o tema da sessão. De seguida foi também aplicada uma limpeza do tom da pele da modelo para que ficasse mais uniforme, tapando a zona da pele que se encontrava avermelhada, depois foi utilizado um filtro de desfoque para melhor misturar estes tons de modo a dar um aspeto natural.



*Figura 21 - Fotografia original e editada  
(Fonte: elaboração própria)*

Noutras fotografias para além das mesmas edições já explicadas acima foi também utilizado um efeito para recriar um “feitiço mágico”, que foi colocado por cima da fotografia no local adequado, como se pode observar nas imagens, original e editada (Fig. 21).



Figura 22 - Fotografia original e editada

(Fonte: elaboração própria)

Por último, numa outra fotografia foram mais uma vez aplicadas todas as edições já mencionadas e também foi recortado o fundo da fotografia e colocada uma outra imagem, foi também acrescentado um efeito de luminosidade. Em cima apresenta-se então a fotografia original e a editada (fig. 22).

#### **2.2.4. Captação e edição de vídeo**

Na captação e edição de vídeo existem vários tipos de planos como os planos gerais, planos médios e planos próximos, para além dos planos temos também os movimentos da câmara como o *travelling*, o *zoom* e a panorâmica. A panorâmica é um movimento giratório realizado com a câmara fixa, podendo ser horizontal, vertical, ou descritiva, o *travelling* é um movimento de câmara mais dinâmico realizado em deslocamento e o *zoom* cria a sensação de movimento. Estas técnicas dão a oportunidade de se ser mais criativo e passar a mensagem desejada ao público.

Segundo Nogueira (2010: 13), “A forma como vemos e lemos as imagens cinematográficas é em grande medida – e para além da cultura e rotinas visuais do espectador – o resultado das opções do realizador no que respeita à escolha e organização dos planos”.

Na criação de vídeo existem três fases começando pela pré-produção que é a fase mais importante onde se clarificam todos os detalhes para a realização de vídeo. É nesta fase

que se cria um guião para se poder definir o que se vai realizar, e então são escolhidos e contratados o realizador e a produtora. Depois de analisados todos os detalhes técnicos e artísticos fundamentais é apresentado um orçamento estimado. Após expandir e decidir o guião final faz-se a expansão da produção, que é uma ferramenta básica para conhecer todos os aspetos básicos e incidências do guião e como consequência todos os elementos que precisaremos para a rodagem do texto. Isto servirá para se conhecer o número de localizações, cenários, sequências, personagens, assim como outros aspetos da direção artística como vestuário, som e iluminação. A pré-produção dá-se por finalizada quando o cliente estiver de acordo com todas as decisões.

A segunda fase é a produção, aqui passa-se por uma sala de composição para realizar correção de cores, bem como adaptar a imagem às necessidades estéticas da produção. Para além das imagens, também o som é tratado de forma exclusiva para melhorar a qualidade e o impacto certo com a expressividade das imagens.

Terminada a fase de produção passa-se para a pós-produção onde se realiza a composição com os elementos utilizados e tratados. De seguida trata-se da masterização e da distribuição, ou seja, o suporte e o formato do vídeo.

Para todos os vídeos foram utilizados dois programas, sendo estes o *Adobe Premiere* para a edição dos vídeos e o *Adobe Audition* para a edição do som. Para a captação de dez dos vídeos foi utilizada uma câmara fotográfica Canon 5D Mark III e para um dos vídeos, uma câmara fotográfica Canon 5D Mark IV.

#### **2.2.4.1. *Making of* (processo de elaboração) das sessões fotográficas**

Durante este estágio foram feitos dez vídeos dos *making of* (Anexo VII) das sessões fotográficas feitas à Janine Medeira, estas sessões foram incorporadas no seu *blog* “Poupadinhos e com vales” que ganhou no ano de 2016 e 2017 o selo de melhor blog de comércio e empreendedorismo em Portugal.

Foi ainda elaborado um vídeo com todas as sessões do mês de agosto.

Durante a pré-produção destes vídeos foram conhecidos os locais e as personagens que iriam aparecer, sendo estas a modelo e o fotógrafo. Estes foram sempre filmados fora do estúdio em vários locais nomeadamente, no Hotel Tivoli Carvoeiro, onde foram estudadas e decididas todas as localizações em que se iria filmar, e no passadiço de Alvor e nas ruas de Alvor, por esta razão foi necessário estudar um horário que se adequasse especialmente devido à luminosidade. Antes das filmagens foram também estudadas algumas posições estratégicas para filmar e alguns enquadramentos por forma a melhor alcançar o objetivo deste vídeos que consistiram em filmar todo o processo de elaboração destas sessões, com a intenção de publicitar tanto o estúdio como o *blog*. Durante a pré-produção e na produção não houve grande controlo ou planeamento, pois as filmagens não podiam interromper ou perturbar as sessões fotográficas.

Na pós-produção todos os vídeos tiveram o mesmo tipo de edição, onde foram utilizadas as ferramentas de corte, efeitos de transição de vídeo como o *dip to white*, *dip to black* e *cross dissolve* no *Adobe Premiere* (Fig.23). Nestes vídeos não foi utilizado o som captado durante as filmagens, apenas foram utilizadas músicas de fundo editadas no programa *Adobe Audition*, onde foram usadas apenas as ferramentas de corte e o efeito de *fade out*.



Figura 23 - Edição do vídeo da Janine Medeira

(Fonte: elaboração própria)

Os vídeos foram partilhados no *facebook* do *blog* e do Robson Studios, onde foi publicado um vídeo por semana, chegando um dos vídeos a atingir um total de mais de 9000 visualizações. Para tal foram utilizados apenas formatos digitais como o MP4 de

modo a que os vídeos funcionassem completamente no *facebook*, inclusive na aplicação para telemóveis.

#### 2.2.4.2. Vídeo do estúdio

Foi também elaborado um vídeo do interior do estúdio (Anexo VIII) para ser igualmente publicado nas redes sociais como modo de apresentação do Robson Studios. Este foi feito com uma câmara fotográfica Canon 5D Mark IV sem tripé ou qualquer tipo de suporte para a câmara.

Na realização deste vídeo já foi possível um melhor planeamento durante a pré-produção, onde foram estudados e decididos todos os locais que se iriam filmar, a sua iluminação e os planos a serem utilizados.

Durante a produção houveram algumas dificuldades devido à falta de equipamento apropriado, pois como já foi referido, este vídeo foi filmado com uma camera fotográfica que não tem a estabilidade necessária em movimento. Devido a estas dificuldades os planos deste vídeo ficaram muito limitados.



Figura 24 - Edição do vídeo do estúdio  
(Fonte: elaboração própria)

A edição deste vídeo, na pós-produção, foi feita em *Adobe Premiere* (Fig. 24) onde foram feitos cortes e utilizados efeitos de transição, tal como nos outros vídeos já

descritos neste relatório. O som foi editado também da mesma maneira já descrita, em *Adobe Audition*.

## **2.2.5. Atendimento ao público**

O atendimento aos clientes foi feito diretamente na loja, através das redes sociais do estúdio e por telefone. O atendimento consistiu em oferecer informação, marcação de sessões fotográficas, encomendas de fotografias e álbuns, venda de produtos, impressão de fotografias e recepção dos clientes.

Como refere Santos (2007), o grau de eficiência de uma organização é refletido na qualidade do atendimento ao cliente, que hoje em dia é essencial para a conquista e manutenção de clientes, sendo necessário que as organizações formem estratégias de atendimento adequadas.

Em relação ao atendimento por telefone, este tinha de ser feito de maneira específica, em que se tinha de anunciar que se estava a ligar para ou do Robson Studios e informar sempre com quem se estava a falar por parte do estúdio. O atendimento direto no estúdio envolvia não só a recepção dos clientes e o prestar de informação, mas também a venda de produtos expostos na loja e de fotografias impressas, as quais tinham de ser devidamente editadas e impressas na hora, para tal era utilizada uma impressora de recortes automáticos, o que facilitava esta atividade.

A marcação de sessões fotográficas era maioritariamente feita através das redes sociais e do telefone e eram marcadas na agenda do estúdio e no computador que está conectado com o telemóvel do fotógrafo, para estas marcações era sempre necessário ter informação de quantas pessoas iriam ser fotografadas, o nome em que ficaria marcada, o contacto telefónico e dependendo do tipo de sessão escolhida, ou seja, de estúdio ou exterior, teriam de se esclarecer pormenores como o local e vestuário.

## 2.2.6.Outras atividades

Ao longo destes três meses para além de todas as atividades já referidas foram também feitas a manutenção diária do estúdio e do equipamento e a assistência ao fotógrafo durante as sessões de estúdio, principalmente nas sessões de recém-nascidos. Durante estas sessões foi possível aprender sobre o equipamento a utilizar para diferentes tipos de sessões e como manuseá-lo, como aplicar a luminosidade de diferentes formas para diferentes resultados e especialmente nas sessões de recém-nascidos, que acessórios utilizar e como lidar com estes durante uma sessão. Por exemplo ao lidar com recém-nascidos existem sempre muitas dificuldades, pois a maneira ideal de fotografar é enquanto dormem mas nem sempre é esse o caso, também o facto de as sessões serem feitas sem fraldas, pois muitas vezes acontecem alguns acidentes e todos os acessórios utilizados têm de se trocar, por estas razões, estas sessões são geralmente as que demoram mais tempo. Ainda para os recém-nascidos é necessário saber como os acalmar, como lhes pegar e ainda como os colocar nas posições corretas para fotografar, muitas vezes é necessário segurá-los alguns minutos para que fiquem numa certa posição sem lhes tocarmos. Também a fotografar crianças maiores existem algumas dificuldades, é necessário captar a sua atenção constantemente e muitas não gostam de ser fotografadas devido aos *flashes*. Fotografar crianças nem sempre é possível pois depende do humor destas e às vezes tem de se remarcar a sessão.

## Reflexão final

Este estágio foi muito bom para uma melhor aprendizagem na área da fotografia como meio de comunicação. De todas as atividades desenvolvidas a que mais gostei foi a captação de vídeo dos *making of* (processo de elaboração) das sessões fotográficas, onde me foi dada mais liberdade na elaboração. Apesar de ser um estúdio fotográfico, pude colocar em prática muitos dos conhecimentos adquiridos durante os anos letivos, como a utilização de alguns programas já referidos e a utilização de câmaras fotográficas. Gostaria de ter tido mais acesso às sessões fotográficas dentro do estúdio, mas como a maioria dos clientes são fidelizados ao fotógrafo limitou muito essa possibilidade.

Em relação às pessoas envolvidas no Robson Studios, com quem tive a oportunidade de interagir durante estes três meses de estágio, não foram tantas quanto poderiam ter sido noutra altura do ano em que o estúdio tem mais estagiários, tendo apenas trabalhado com uma estagiária do curso de fotografia, Mariana Felleg, durante três semanas, mas todas as que estiveram presentes foram de grande ajuda e mostraram disponibilidade.

Em relação à licenciatura de Comunicação Multimédia, considero que foi uma mais-valia, adquirir conhecimentos essenciais para seguir esta área. Tudo o que foi aprendido durante estes três anos foi essencial para a realização deste estágio. No entanto existem algumas áreas que poderiam ser mais aprofundadas nesta licenciatura, tendo sido a fotografia uma delas. Também durante este estágio percebi a importância e a falta de alguns programas da *Adobe* que não foram lecionados como o *Adobe Illustrator* e o *Adobe After Effects*, também o *Adobe Photoshop* não foi muito aprofundado e penso que seria uma mais-valia para esta licenciatura. Durante esta licenciatura a fotografia foi sempre um ponto muito importante, pois na comunicação é essencial saber passar a imagem certa. Por isso os conhecimentos aprendidos, durante estes três anos, sobre a manipulação e a utilização da fotografia foram essenciais durante este estágio.

Este estágio foi uma experiência importante que me ajudou a aprofundar muitos conhecimentos sobre uma das áreas que considero muito importante tanto na comunicação como em multimédia e deu-me também a oportunidade de aprender a lidar com os clientes que penso ser muito importante em qualquer área.

# Bibliografia

- Alvarenga, A. (2008). *Introdução à fotografia e ao vídeo digital*. Botucatu/SP
- Cesar, N. (2006). *Direção de arte em propaganda*. Senac
- Daychoum, M. (2007). *40 Ferramentas e técnicas e gerenciamento*. Brasport
- Gonzalez, P. (2010). *Teoría y práctica de la publicidad impresa*. Campgráfic.
- Justo, T. (2017). *Diagramação: fundamentos e técnicas, gráfica e editorial*. SESI SENAI Editora
- Lindon, D. et al. (2011). *Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing*. Publicações Dom Quixote
- Marshall, C. (2002). *Tudo sobre publicidade – exame*. Nobel
- Myiagusku, R. (2007). *Curso prático de fotografia digital*. Universo dos Livros Editora
- Nogueira, L. (2010). *Manuais de Cinema III – Planificação e Montagem*. LabCom
- Pupo, J. (2011). *Fotografia, som e cinema – para dar vida às suas ideias*. Texto editores
- Ramalho, J. (2004). *Fotografia Digital*. Gulf Professional Publishing
- Richards, A. (2014). *Como configurar a iluminação em fotografia para ter um estúdio em casa*. Babelcube Inc.
- Santos, J. (2012). *FOTOedição*. Centro Atlântico
- Santos, J. (2007). *Qualidade no atendimento ao cliente*. Clube de Autores
- Torquato, G. (1986). *Comunicação empresarial/comunicação institucional*. Summus editorial

# Anexos

## **Lista de anexos**

Anexo I – Plano de estágio

Anexo II – Cartaz publicitário da promoção em molduras

Anexo III – Fotografia em estúdio, Luís Fernandes

Anexo IV – Sessão de exterior, Mariana Brites

Anexo V – Sessão de exterior, Catarina Mota

Anexo VI – Edição em *Photoshop*, Beatriz Brites

Anexo VII – *Making of*, Janine Medeira

Anexo VIII – Vídeo do estúdio

# **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: Teresa Sofia Brás Antunes N.º 5005001  
Docente orientador: Jorge Gonçalves  
Supervisor: Jorge Rita Lourenço Rodrigues

#### 2. PLANO DE ESTÁGIO

Atendimento ao público;  
Edição de imagem;  
Organização de documentos;  
Impressão de fotos;  
Venda de artigos;  
Atendimento de telefones;  
Recepção e resposta e-mails.

#### 3. ASSINATURAS

O Estudante

25/02/2017  
Data

Teresa Sofia Brás  
(assinatura)

O Docente Orientador

25/02/2017  
Data

Jorge Gonçalves  
(assinatura)

O Supervisor

25/02/2017  
Data  
Instituto Politécnico da Guarda  
com 2528-9000 telm: 683649932  
rua João de Deus, 1001 edif. Torre de S. João 2  
8509-015 Quinta da Malata, Portimão  
(assinatura e carimbo de entidade)

## **Anexo II**

---

Cartaz publicitário da promoção em  
molduras

**SALDOS EM  
MOLDURAS**

**ATÉ**

**70%**

ROBSON STUDIOS



## **Anexo III**

---

Fotografia em estúdio, Luís Fernandes



## **Anexos IV, V, VI, VII, VIII**

Sessão de exterior, Mariana Brites

Sessão de exterior, Catarina Mota

Edição em Photoshop, Beatriz Brites

Making of, Janine Medeira

Vídeo do estúdio



