



IPG

Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Diogo de Sousa Proença

dezembro | 2018





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

Relatório de Estágio

DIOGO DE SOUSA PROENÇA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

dezembro/2018

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO



Discente | Diogo de Sousa Proença

Número de Aluno | 5008412

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

Curso | Licenciatura em Comunicação Multimédia

Orientador na ESECD | Prof. Doutor Carlos Canelas

Entidade de Acolhimento | ComSom II

Morada | Av. Infante D. Henrique, n° 333 H, Esc. 45 - Edifício Lisboa Oriente
1800-282 Lisboa

Supervisor na Empresa | Dr. Mário Brito

Grau académico | Licenciado em Engenharia Informática

E-mail | mario.brito@comsom.tv

Período do Estágio | 2 de julho de 2018 a 28 de setembro de 2018

AGRADECIMENTOS

Com o terminar desta etapa, não posso deixar de agradecer a algumas pessoas que, direta ou indiretamente, me ajudaram nesta caminhada pessoal e profissional, e que, desta maneira, me ajudaram a crescer e a conquistar os meus objetivos.

Em primeiro lugar, agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto pela qualidade da formação adquirida. Aos professores desta instituição, pelos conhecimentos partilhados, os quais vou desenvolver no futuro e sobretudo no meu trajeto profissional.

Ao professor Carlos Canelas que se disponibilizou, desde o primeiro dia, para me orientar na realização deste trabalho, pela sua sabedoria e pelas suas contribuições.

Aos responsáveis da ComSom II, José Guerreiro e Mário Brito, e a sua equipa que foram fantásticos na minha integração, pela oportunidade que me deram de conhecer e partilhar o seu trabalho.

Em especial, ao Wandilson Moreira, realizador da empresa, por ser o meu professor na empresa e se ter tornado num amigo que nunca mais vou esquecer.

Aos meus companheiros e amigos, em especial à Kayla Bento, ao Filipe Lino, ao André Martins, à Margarida Carvalho, à Catarina Carvalho, à Patrícia e ao Fábio por todos os momentos que me proporcionaram e por estarem sempre presentes.

A toda a minha família, por estar sempre do meu lado, em todos os momentos.

A todos os amigos de Fernão Joanes, em especial à Clara, ao António, ao Zé Manel, ao Carlos Cruz, ao João Filipe, ao João Araújo, ao Alexandre, ao Luís, à Diana e ao Fábio pelo fato de ter crescido com eles e de serem os melhores amigos que alguém pode ter.

À minha namorada, Rita Pinto, por todo o amor, carinho e amizade. Obrigado por me aturares, por todos os raspanetes que me deste, por estares sempre presente, por fazeres parte dos meus dias. Sem ti não seria a mesma coisa.

Aos meus pais. Os últimos são os primeiros. Um dos maiores motivos de orgulho deles está em breve concluído: o final da minha licenciatura realizada com sucesso. Obrigado por me terem permitido tudo isto e por terem lutado para que tudo fosse possível. Por toda a educação que me foi transmitida e pelo apoio que me dedicaram ao longo destes três anos de licenciatura.

OBRIGADO!

RESUMO

O presente relatório de estágio, que diz respeito à fase final do percurso académico do curso de licenciatura em Comunicação Multimédia, descreve a experiência vivida ao longo de três meses, como parte integrante do grupo de trabalho da ComSom II, localizada em Lisboa, descrevendo o trabalho desenvolvido na mesma.

O relatório está, assim, dividido em dois capítulos: o primeiro corresponde a uma abordagem e caracterização da empresa, contendo aspetos como a sua identidade visual, localização, estrutura, clientes e serviços; no segundo, consta a apresentação das atividades realizadas enquanto estagiário, com a necessária sustentação teórica.

Em jeito de conclusão, apresentar-se-á uma reflexão final, acerca da experiência vivida ao longo de todo o estágio curricular, o primeiro contacto com o mercado de trabalho, o facto de se ser parte integrante de uma grande equipa, bem como todos os conhecimentos adquiridos na área de vídeo.

Palavras-chave: Edição, Estágio, Multimédia, Vídeo.

ÍNDICE GERAL

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	I
AGRADECIMENTOS	II
RESUMO	III
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
ÍNDICE DE TABELAS	VI
LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS	VII
GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS	VIII
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I	
A Empresa	2
1.1 História	3
1.2 Serviços	4
1.3 Localização	5
1.4 Estrutura Orgânica	6
1.5 Identidade Visual	7
1.5.1 Nome	8
1.5.2 Logótipo	8
1.6 Clientes	9
1.7 Análise <i>SWOT</i>	10
CAPÍTULO II	12
O Estágio	12
2.1 Plano de estágio	13
2.2 Importância da Licenciatura	13
2.3 Trabalho realizado	14
2.3.1 Criação de oráculos e aberturas de vídeos	14
2.3.2 Retina Bayer	15
2.3.3 IPO Porto	17
2.3.4 Museu dos Coches	18
2.3.5 Caixa Geral de Depósitos	19

2.3.6	Unir o Sporting - Frederico Varandas	19
2.3.7	Fora da Caixa - Caixa Geral de Depósitos	21
2.3.8	Compras	22
2.3.9	CUF Porto	22
2.3.10	Escritora	23
2.3.11	Legendagem SONAE e Cabify	24
2.3.12	Palácio Nacional de Mafra	24
REFLEXÃO FINAL		26
BIBLIOGRAFIA		27
Outras fontes		27
ANEXOS		
APÊNDICES		

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Escritório da ComSom II.....	5
Figura 2 - Estúdio de vídeo da ComSom II.....	5
Figura 3 - Estúdio de vídeo da ComSom II.....	6
Figura 4 - Logotipo ComSom	9
Figura 5 - Alguns clientes da ComSom II.....	10
Figura 6 - Análise SWOT.....	11
Figura 7 - Tabela de tarefas semanais	13
Figura 8 - Edição em Adobe After Effects de uma introdução	15
Figura 9 - Filmagens Retina Bayer	16
Figura 10 - Edição em Adobe Premiere Retina Bayer	17
Figura 11 - Filmagens IPO Porto	18
Figura 12 - Filmagens Museu dos Coches	18
Figura 13 - Filmagens Caixa Geral de Depósitos.....	19
Figura 14 - Filmagens Frederico Varandas	20
Figura 15 - Edição em Adobe Premiere Frederico Varandas.....	20
Figura 16 - Régie Vídeo	21
Figura 17 - Edição em Adobe Premiere CUF Porto.....	22
Figura 18 - Filmagens Escritora	23
Figura 19 - Edição em Adobe Premier Cabify	24
Figura 20 - Palácio Nacional de Mafra	25
Figura 21 - Filmagens no Palácio Nacional de Mafra.....	25
Figura 22 - Equipa ComSom II.....	Erro! Marcador não definido.

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Código dos sentidos das cores em Portugal	9
--	---

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

HD - High Definition

LED - Light Emitting Diode

SD - Standard Definition

SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

VHS - Video Home System

4K - Ultra HD

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

Adobe After Effects - Programa de criação de *motion graphics*.

Adobe Premiere - Programa de edição de vídeo.

Atomos 4K - monitor HDR com alta resolução e alta velocidade de gravação.

Chroma - é uma técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre uma outra através da anulação de uma cor padrão.

Flare - é uma aberração ótica causada pela dispersão da luz que entra na lente através das suas extremidades.

LedWalls – projeção de vídeo em paredes de *led* gigantes.

Motion Graphics – Gráficos em movimento.

Régie de Vídeo - local para controlo técnico de um espetáculo.

Slogan – Frase de fácil memorização, utilizada na publicidade comercial.

Streaming - é uma tecnologia que envia informações multimédia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet.

Takes – é a junção de vários clipes de vídeo.

VideoMapping - é uma técnica que consiste na projeção de vídeo em objetos ou superfícies irregulares, tais como estruturas de grandes dimensões e fachadas de edifícios.

Virtual Reality - é uma tecnologia de interface que permite ao usuário interagir com um sistema, com o objetivo de obter uma sensação de realidade.

Voz off - voz exterior à cena, que comenta ou narra os acontecimentos.

Windows – Sistema operativo de computadores.

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio surge no âmbito do curso de Licenciatura em Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, que teve início em 2015.

Optar por um estágio curricular em vez da elaboração de um projeto, pareceu-me desde início a decisão mais correta, pois, na minha opinião, adquirir experiência profissional é fundamental para desenvolver novas aptidões. De entre as várias empresas às quais me candidatei, fui aceite pela ComSom II.

Candidatei-me apenas para produtoras audiovisuais por se tratar de uma organização que me possibilitaria desenvolver trabalho na minha área de preferência: produção e realização de vídeo.

Inicialmente, foi acordado que iria realizar trabalhos de captação de vídeo. Porém, mais tarde, comecei por fazer a edição de vídeo de alguns trabalhos.

Assim sendo, foi possível aplicar diariamente saberes adquiridos durante os três anos da referida licenciatura e aprender, bem como, desenvolver e fortalecer novos conhecimentos.

No que diz respeito à estrutura do relatório, este encontra-se organizado em dois capítulos. O primeiro contém uma breve apresentação da ComSom II, onde exponho as características principais, os serviços, os clientes, a identidade visual e a sua comunicação.

O segundo capítulo centra-se no estágio realizado, pretendendo apresentar e refletir sobre as atividades mais relevantes, dada a amplitude do trabalho desenvolvido.

Para terminar, apresento uma reflexão final, essencialmente focada na importância que o estágio teve como início de uma carreira profissional.

As tarefas que me foram proposta no estágio foram definidas antes de este começar e podem ser consultadas no Anexo I.

CAPÍTULO I

A Empresa

1.1 História

A ComSom¹ é uma empresa que existe há cerca de 24 anos, tendo sido fundada no dia 21 de setembro de 1994, por José Guerreiro e Mário Brito, atuais diretores.

Inicialmente, era uma empresa dedicada à área da informática. Contudo, mais tarde, decidiram fazer cursos de formação de *Windows* em *VHS*, de forma a alargar a margem de mercado, e a partir daí começaram a produzir conteúdos multimédia.

O seu primeiro escritório esteve situado na Falagueira, Amadora. O seu primeiro cliente foi uma agência publicitária chamada Degrau. Foi pioneira na produção de séries de TV em animação 3D, tais como: Missão Segurança, com a Nestlé, Brisa, Volkswagen e Allianz como parceiros. Este projeto foi integralmente concebido pelos criativos da empresa, desenvolvendo as mascotes Brisinha, Beetle e EspaciAAL para os patrocinadores, bem como a conceção em 3D do Quicky, mascote da Nesquik.

Posteriormente, começou por efetuar trabalhos para a LPM The House of PR. Passados sete anos, surgiu a oportunidade de fazer uma fusão com esta empresa, dando assim origem à ComSom II.

Presentemente, conta com uma equipa constituída por realizadores, produtores, técnicos de imagem e som, diretores de fotografia e criativos, capazes de concretizar os mais diversos projetos. Disponibilizam os mais recentes meios e tecnologias para desenvolver projetos audiovisuais em diversos formatos, como *SD*, *HD* e *4K*. Fazem edição digital não-linear, com recurso a várias plataformas, e oferecem recursos ilimitados na edição de vídeo. Trabalham ainda com *Motion Graphics* e animação de elementos gráficos em 2D e 3D, de forma a conseguir um produto final diferenciado que pode ser aplicado em diversas plataformas.

Atualmente, a LPM The House of PR está sediada no Parque das Nações, na Av. Infante D. Henrique, Edifício Lisboa Oriente

A LPM The House of PR é empresa portuguesa líder em Consultoria de Comunicação e foi fundada em 1986 por Luís Paixão Martins. Foi este que constituiu a primeira oferta independente de conselho em comunicação no país. Passados trinta anos mantém-se a referência no setor, liderando um grupo de empresas centradas na prestação

¹ A história da organização tem por base informação disponibilizada no *site* oficial da LPM The House of PR (<http://www.lpmcom.pt>), consultado durante o mês de novembro de 2018.

de serviços de Relações Públicas e Comunicação que lhe permitem ter uma abordagem multidisciplinar e ser o maior agregador de competências na área.

É constituída por uma equipa de mais de 150 consultores e especialistas em Comunicação, que gerem quase duas centenas de programas de Comunicação, diariamente, numa base permanente.

A LPM é uma consultora exclusivamente portuguesa e independente, que conhece bem as companhias e instituições, sendo por isso que os clientes contam com a LPM para se afirmarem internacionalmente. Para além do mais, gere programas de comunicação em nove outros mercados: Espanha, França, Reino Unido, Itália, Alemanha, Angola, Cabo Verde, Moçambique e Brasil.

1.2 Serviços

Com cerca de 24 anos de experiência, a ComSom II está em permanente evolução, para encontrar as soluções adequadas a cada projeto, a cada produto, a cada cliente, prestando assim os seguintes serviços:

- “Produção: conta com uma equipa com vasta experiência na produção audiovisual, desde documentários, promoções televisivas, *spot's* publicitários, institucionais, promocionais e *corporate*. Com profissionais de produção e realização, jornalistas, editores e criativos que têm uma relação direta com clientes e parceiros, otimizando a capacidade de produção e comunicação;
- Conteúdos: com equipamento próprio, a produtora dispõe de diversos meios técnicos: câmaras, objetivas, material de iluminação, equipamento de som, cabine de locução, incluindo um vasto leque de acessórios indispensáveis na produção. Disponibilizam várias ilhas de edição para *motion graphics*, integração de imagem e animação 3D;
- Meios: Desde os formatos *standards broadcast* até aos populares vídeos para as redes sociais, desenvolvem conteúdos para projetos com formatos especiais de *Projeção*, *LedWalls*, *Virtual Reality*, *VideoMapping*, entre outras soluções.”

1.3 Localização

Como referido anteriormente, a ComSom II situa-se na Av. Infante D. Henrique, n° 333 H, Esc. 45 - Edifício Lisboa Oriente.

O escritório é um espaço amplo e acolhedor, tornando o ambiente muito mais relaxado e facilitador no trabalho em equipa (figura 1).

Para além disso, as instalações dispõem de um estúdio de vídeo preparado com equipamento de iluminação e *chroma* para trabalhos de vídeo em que sejam necessárias estas condições (figuras 2 e 3).



Figura 1 - Escritório da ComSom II

Fonte: Própria



Figura 2 - Estúdio de vídeo da ComSom II

Fonte: Própria



Figura 3 - Estúdio de vídeo da ComSom II

Fonte: Própria

1.4 Estrutura Orgânica

A estrutura orgânica é a forma como uma organização está dividida e hierarquizada. Ou seja, é ela que define como é feita a gestão das suas atividades e a comunicação entre os seus setores, visando atingir os seus objetivos estratégicos.

A importância de se definir uma boa estrutura orgânica deve-se ao facto de ser essencial para garantir o sucesso da empresa, tornando claras as funções dos seus elementos e a forma como eles se relacionam. Também evita problemas de comunicação, garantindo eficiência e agilidade na execução das tarefas.

Quando falamos em estrutura organizacional referimo-nos às “relações formais tal como são desenhadas num organograma, e às obrigações dos membros da organização, como estão especificamente na definição de funções, e manuais de procedimento” (Bilhim, 2008, p. 23). Se comunicar é condição essencial para um ser humano, também para o funcionamento de uma organização a comunicação é fundamental, sendo através dela que se estabelecem relações no seio da organização. Deste modo, a forma como uma empresa se encontra estruturada, desde o seu organograma à definição das relações, influencia diretamente o modo como a comunicação é encarada na organização.

Assim sendo, a ComSom II é constituída hierarquicamente por:

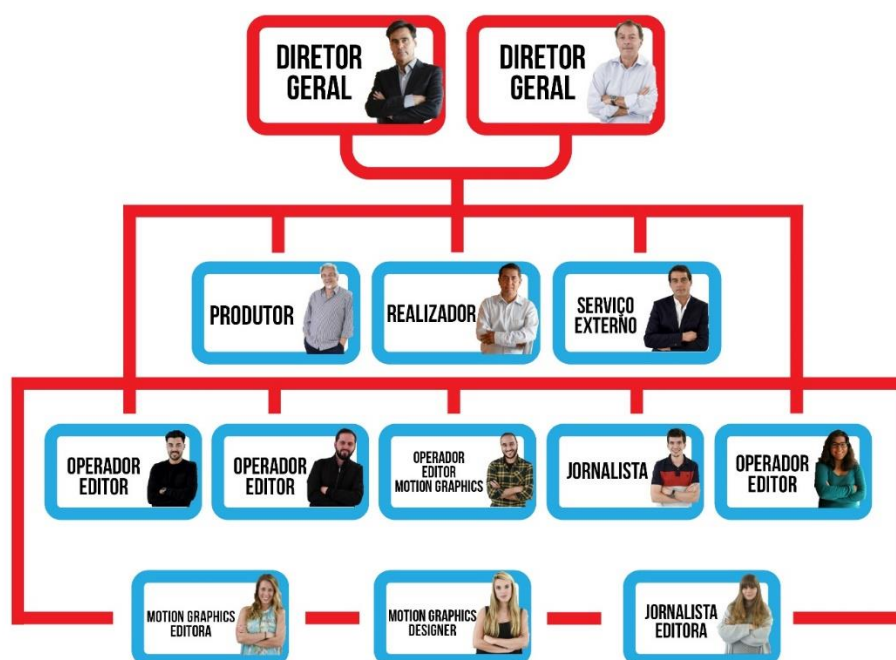


Figura 4 - Organograma Hierárquico ComSom II

Fonte: Própria

1.5 Identidade Visual

A identidade visual é um ponto com bastante importância, pois trata dos elementos e símbolos visuais, gerados a partir dos valores da empresa, transmitida visualmente através de ícones. Desta forma, transmitem ideias, nomes e produtos através do nome, logótipo, tipografia, cores e *slogan*.

A este respeito, Strunk (1989: 44) salienta que a identidade visual é um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas, sendo considerada a expressão da sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criada e implantada, traduz exatamente a forma pela qual a empresa gostaria de ser vista pelos seus públicos interno e externo.

1.5.1 Nome

Um dos elementos que causam o maior impacto da instituição é o nome. Por isso, este deve ser um nome atrativo. Segundo Lampreia (1998, p. 49), o nome pode ter várias categorias sendo elas:

- Nome individual;
- Associação de nomes em função das pessoas que integram a sociedade inicialmente constituídas;
- Nome descritivo;
- Nome por analogia;
- Nome fabricado;
- Iniciais;
- Nome abreviado.

O nome ComSom destaca-se em relação à concorrência e dá a entender que tipo de empresa é e o que faz.

1.5.2 Logótipo

Um logótipo é a representação de elementos gráficos ou visuais, que servem para identificar uma marca, uma empresa, um produto ou um serviço.

Estes elementos podem ser formados por letras, números, símbolos, entre outros, que sirvam para transmitir, da melhor maneira possível e com a maior precisão e proximidade também possíveis, o que a empresa representa e o que ela deseja passar para o mercado em que vai atuar.

Para Iva Vieira (2016), o logótipo individualiza o estabelecimento, uma vez que é um sinal distintivo da empresa e é frequentemente bem cuidado, por ser objeto de um projeto elaborado, numa perspetiva globalizadora do estabelecimento/empresa, por consultores de imagem, arquitetos e *designers*, e que, só por si, caracteriza imediatamente a empresa, sem necessidade de se identificar a firma, por se saber que, àquele logótipo, corresponde um determinado produto ou serviço.

O logótipo da ComSom II (figura 4) é constituído por uma linha que representa uma banda sonora, elemento que está presente em quase todos os trabalhos realizados. Estas cores, no contexto de uma produtora, representam o dinamismo, a paixão, a distinção e o rigor com base no código do sentido das cores da tabela 1.

Este logótipo deve ser de fácil perceção, de grande clareza, de boa memorização e de fácil associação à instituição.



Figura 5 - Logótipo ComSom

Fonte: ComSom

COR	ASSOCIAÇÃO POSITIVA	ASSOCIAÇÃO NEGATIVA
Vermelho	A paixão, o dinamismo, o revolucionário, o sexo, a masculinidade	A guerra, o sangue, o fogo, a morte, o Demónio
Preto	O luxo, a distinção, o rigor, a dimensão artística	A morte, o desespero, o desconhecido

Tabela 1 - Código dos sentidos das cores em Portugal

Fonte: Lindon *et al.* (2008: 205)

1.6 Clientes

A ComSom II conta com uma grande variedade de clientes .

Os clientes que a seguir se representam são apenas alguns dos muitos para quem a ComSom II já trabalhou (figura 5).



Figura 6 - Alguns clientes da ComSom II

Fonte: Site da ComSom II

1.7 Análise SWOT

A análise *SWOT* representa as condicionantes que afetam uma empresa. De um lado, são apresentados os aspetos diferenciadores no mercado, ou seja, as forças (*Strengths*) e as fraquezas (*Weaknesses*); do outro lado, apresentam-se os fatores do mercado que podem influenciar a evolução da empresa, isto é, as oportunidades (*Opportunities*) e as ameaças (*Threats*). Este diagnóstico é apresentado em dois quadros, um com forças e fraquezas da empresa, outro com oportunidades e ameaças do mercado, identificadas ao longo da análise de mercado e da concorrência (Lindon *et al.*, 2004). Depois de analisar todos os pontos, se os fortes superarem os fracos então significa que essa empresa é competitiva no mercado.

No esquema seguinte é representada a análise *SWOT* da ComSom II, que resultou de uma pesquisa realizada ao longo dos três meses de estágio curricular.

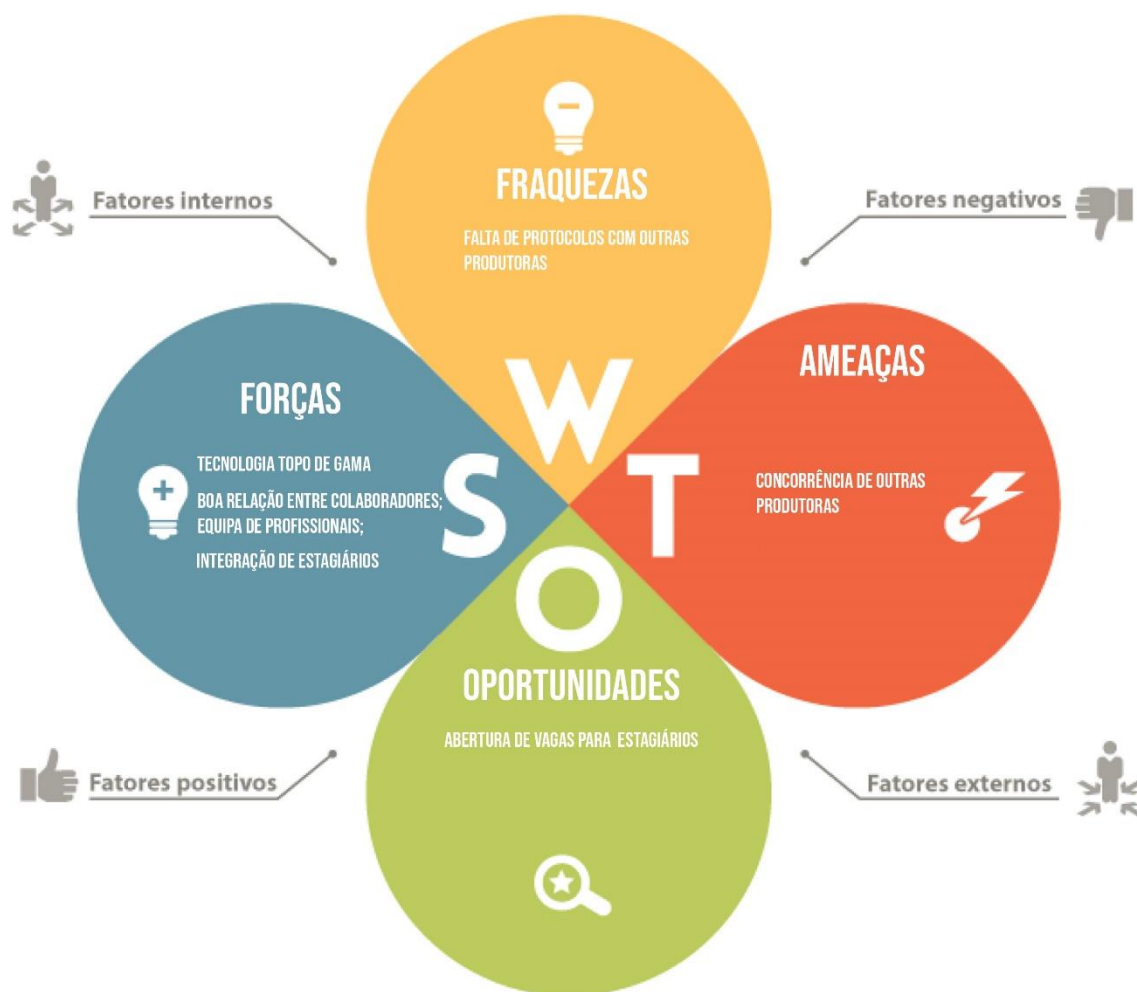


Figura 7 - Análise SWOT

Fonte: Própria

CAPÍTULO II

O Estágio

2.1 Plano de estágio

Foi definido um plano conforme as obrigações estabelecidas no regulamento específico do IPG (Anexo I).

Durante o estágio, não foi elaborado qualquer tipo de planeamento de trabalhos ou cronograma mensal ou trimestral. Todas as segundas-feiras eram colocados no painel existente no escritório (figura 7), ou seja, o plano de trabalhos para cada semana.



TRABALHO	TERÇA 6	QUARTA 7	QUINTA 8	SEXTA 9	SÁBADO 10	DOMINGO 11	SEGUNDA 12	PEOPLE	CLIENTE
Ferrovia 2020 CIN								Laria, Samuel	IdP
Lusiadas Saúde @WebSummit								Inês	LPM
Reunião Interna CGD Óbidos								João Raimundo	CGD
Entrevista Viseu								Laria	Newsengage
Ferrovia 2020 CIN								Laria, Jorge	IdP
Mylan - HOTEL TRÓIA DESIGN								Molarinho	Newsfarma

Figura 8 - Tabela de tarefas semanais

Fonte: ComSom II

2.2 Importância da Licenciatura

Todos os conteúdos abordados e conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Comunicação Multimédia revelaram-se de enorme importância para a realização do estágio.

Geralmente, os trabalhos realizados foram desenvolvidos com recurso aos programas informáticos *Adobe Premiere CC* e *Adobe After Effects CC*. As competências no âmbito da manipulação dos referidos programas permitiram que me sentisse à vontade na utilização dos mesmos.

Tornou-se fundamental a interiorização de uma metodologia de trabalho em contexto curricular, sobretudo no último ano da licenciatura. Na prática, tive a oportunidade de desenvolver inúmeros trabalhos de forma sistemática, num processo geralmente subdividido em quatro fases principais: recolha (de imagens);

desenvolvimento (em termos de planeamento e conceção); apresentação (a nível interno e ao cliente, visando a seleção e validação de propostas); conclusão (de propostas selecionadas e validadas ou aceites, procedendo às alterações necessárias, solicitadas pelo cliente ou internamente apontadas).

2.3 Trabalho realizado

Durante o estágio o trabalho que desenvolvi foi maioritariamente ao nível do vídeo, e tudo o que isto envolve, nomeadamente, assistente de captação de imagem, assistente de iluminação e maquinaria, assistente de produção, operador de imagem, operador de som, edição de imagem e som, edição de conteúdos gráficos, sonorização de peças de reportagem e masterização de conteúdos em formato digital.

Como refere Alberto Paduan (2014: 7), “o êxito da produção de um vídeo depende em grande parte de toda a equipa” e a ComSom II conta com uma equipa de profissionais aptos para oferecer a melhor qualidade de serviço que o cliente deseja.

2.3.1 Criação de oráculos e aberturas de vídeos

Na primeira semana, foi a fase de adaptação e comecei por fazer oráculos através do programa informático *Adobe After Effects* (figura 8) que eram necessários para alguns clientes, nomeadamente para a OGMA Indústria Aeronáutica de Portugal e a MERCK, que é uma empresa alemã da indústria química e farmacêutica.

Foi um trabalho difícil, pois o referido *software* é um programa muito complexo e a minha experiência de utilização era muito reduzida. Porém, com a ajuda dos meus colegas, consegui fazer o trabalho que me foi pedido.

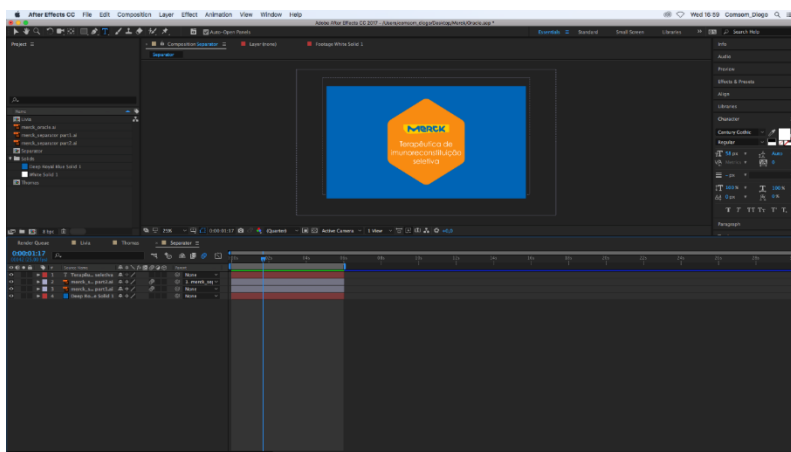


Figura 9 - Edição em *Adobe After Effects* de uma introdução

Fonte: Própria

2.3.2 Retina Bayer

Retina Bayer foi um projeto pelo qual fiquei responsável. Foi o primeiro trabalho que realizei fora do escritório. O projeto consistia em fazer uma peça com doentes que sofreram da doença EMD (Edema Macula Diabético) e DMI (Degenerescência Macular da Idade). Foram 4 entrevistados, divididos por dois vídeos, um sobre EMD e outro sobre DMI.

Segundo Anthony Artis (2008: 5) “um verdadeiro processo de aprendizagem começa no momento em que você se compromete com um projeto e aperta o botão de gravar”.

Quando entrei no projeto, este já tinha iniciado e só me restavam filmar dois doentes. O primeiro foi o Sr. Rogério Costa que reside em Mafra, localidade onde decorreram as filmagens (figura 9).

Começámos por recolher planos do personagem a visitar a cidade. Recebi as instruções do realizador sobre qual era o objetivo e o que tinha de filmar. No início, foi um bocado difícil, pois deram-me uma câmara de vídeo que não conhecia, e como o entrevistado estava sempre em movimento, tive de me adaptar rapidamente. No entanto, consegui fazer os planos que me pediram. De seguida, dirigimo-nos para casa do Sr. Rogério para realizar a entrevista. Montámos o sistema de iluminação e as câmaras e a nossa jornalista formulou as perguntas.



Figura 10 - Filmagens Retina Bayer

Fonte: Própria

Posto isto, as semanas seguintes foram passadas a rever as filmagens dos outros entrevistados para ter conhecimento do material audiovisual que tinha. O realizador elaborou-me um esquema, dividido em quatro partes, isto é, a apresentação dos doentes, o diagnóstico onde tinha de colocar os transtornos, a desmotivação da vida e a perspetiva de vida/futuro, a terapia onde coloquei o medo do sucesso e o tipo de tratamento, e o resultado final para organizar os clipes de forma ordenada. Eram cerca de 60 minutos de filmagens e o vídeo final só podia ter quatro minutos de duração, pelo que foi um processo muito trabalhoso.

Para Harris Watts (1990: 95), “a melhor forma de abordar este estágio do processo de produção é pensar nele como um método de seleção”, acrescentando que “ao editar você está a selecionar as melhores cenas, ou as melhores partes das melhores cenas, a fim de realizar a sua matéria” (Watts, 1990: 95).

Após algumas tentativas, enviei o vídeo para o cliente. Este gostou, mas sofreu alguns ajustes e, depois disso, ficou aprovado.

Passadas umas semanas, fomos filmar o último doente a Miraflores, era o Sr. Joaquim Loureiro. Desta vez, fui só com o realizador e fiquei responsável pela captação de tudo.

Na fase de edição de vídeo, o realizador foi de férias e tive de ser eu a editar e corrigir cor (figura 10). Contudo, como já tinha editado o primeiro, já sabia o que o cliente pretendia, e, desta vez, o vídeo ficou aprovado à primeira. Foi um trabalho que me deu muito gosto em realizar.

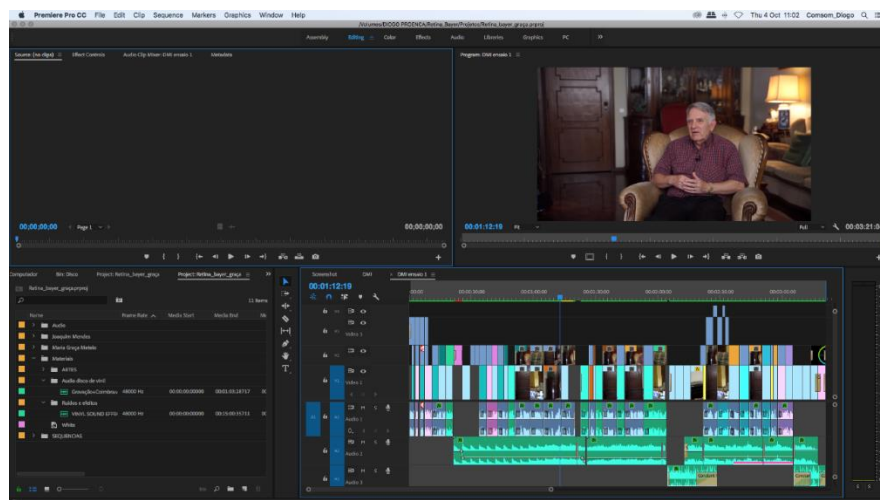


Figura 11 - Edição em Adobe Premiere Retina Bayer

Fonte: Própria

Para Russel Evans (2010: 63) “não são os atores, não é a história, nem o preço da câmara, o que realmente afeta o filme é a maneira como você usa a câmara”, e nesse sentido eles gostaram da minha experiência.

2.3.3 IPO Porto

Desta feita, o trabalho era na cidade do Porto, no Instituto Português de Oncologia (figura 11). Foi um serviço simples, mas um pouco cansativo, tendo em conta a distância. O objetivo era filmar uma entrevista a um médico de Londres, especialista na área da Oncologia, que se tinha deslocado ao país para um Congresso. Depois disto, tive de fazer a edição do vídeo, assim como os *motions* necessários.



Figura 12 - Filmagens IPO Porto

Fonte: Própria

2.3.4 Museu dos Coches

No Museu dos Coches, em Lisboa, decorreu uma explicação sobre as leis que vão entrar em vigor na área da arquitetura. Neste âmbito, a ComSom II ficou responsável pela cobertura do evento. Fiquei numa câmara com o gravador da *Atomos 4K* (Figura 12), sendo muito simples de usar, pois tem um menu muito intuitivo.



Figura 13 - Filmagens Museu dos Coches

Fonte: Própria

2.3.5 Caixa Geral de Depósitos

A Caixa Geral de Depósitos (CGD) é um dos principais clientes da empresa.

Desta vez, fui filmar o evento da apresentação do relatório de contas do semestre que decorreu no edifício principal da Caixa Geral de Depósitos (figura 13).

Tivemos de fazer *streaming* para o *site* da CGD, e era apenas uma câmara a filmar o evento, que foi onde eu fiquei. Tinha uma grande responsabilidade, pois se falhasse em alguma coisa, era eu o responsável. Mas tudo correu como esperado e o cliente gostou do trabalho.

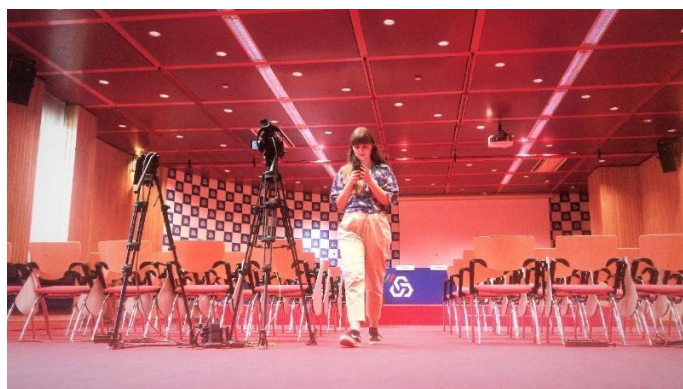


Figura 14 - Filmagens Caixa Geral de Depósitos

Fonte: Própria

2.3.6 Unir o Sporting - Frederico Varandas

A campanha de Frederico Varandas ficou a cargo da LPM, e com isso toda a produção audiovisual foi da responsabilidade da ComSom II. Este foi um dos meus trabalhos preferidos, pois tivemos de acompanhar o Dr. Frederico Varandas inúmeras vezes, de conferências de imprensa a vídeos no estúdio (figuras 14 e 15). Foi um projeto muito complexo, pois a quantidade de material utilizado era enorme, desde microfones, câmaras, estúdio preparado com *chroma*, gravador *Atomos 4K* e todo o sistema de iluminação.

Segundo Paduan (2014, p. 13), a iluminação é parte fundamental na produção do vídeo, sendo até desnecessário dizer que sem ela não existe vídeo.

As edições destes vídeos também eram muito trabalhosas (figura 16), pois tivemos que fazer muitas recolhas de imagens antigas da academia do Sporting, gravar *voz off*, *motion graphics* e, no final, juntar tudo. Porém, foi um trabalho que valeu muito a pena, pois enriqueceu muito o meu conhecimento sobre a área.



Figura 15 - Filmagens Frederico Varandas

Fonte: Própria

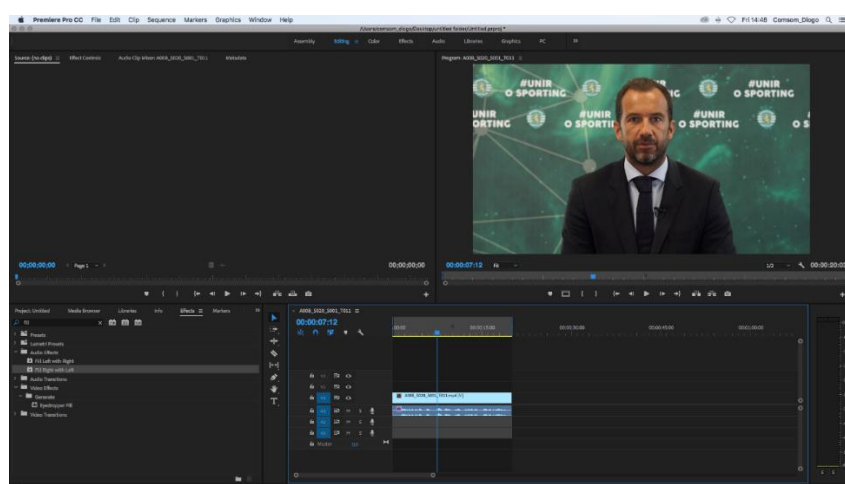


Figura 16 - Edição em Adobe Premiere Frederico Varandas

Fonte: Própria

2.3.7 Fora da Caixa - Caixa Geral de Depósitos

Como referi anteriormente, a CGD é um dos principais clientes da empresa e, como tal, realizamos muitas coberturas dos seus eventos. A título de exemplo, a CGD promoveu a 9 de agosto do corrente ano, um encontro dedicado aos portugueses residentes no estrangeiro. Este encontro inseriu-se na iniciativa «Pelos caminhos de Portugal», que a esta instituição bancária levou a cabo durante o mês de agosto com o objetivo de estar mais próxima das populações, nomeadamente dos portugueses residentes no estrangeiro, que, nesta altura do ano, estão de regresso a Portugal.

Este encontro teve lugar na Quinta do Paúl, em Leiria (figuras 17 e 18), mas o Sr. Paulo Moita de Macedo, Presidente da Comissão Executiva da CGD, começou o dia a visitar as agências em Fátima, passando por Alcobaça, Batalha e acabando em Leiria.

Tive uma responsabilidade acrescida, visto que eu era o único operador de câmara, e a imagem estava a ser projetada em dois ecrãs ao lado do palco. Tive de montar todo o equipamento sozinho, pois os meus colegas eram jornalistas e *designers*.

No final do evento, fomos felicitados por um membro da CGD.

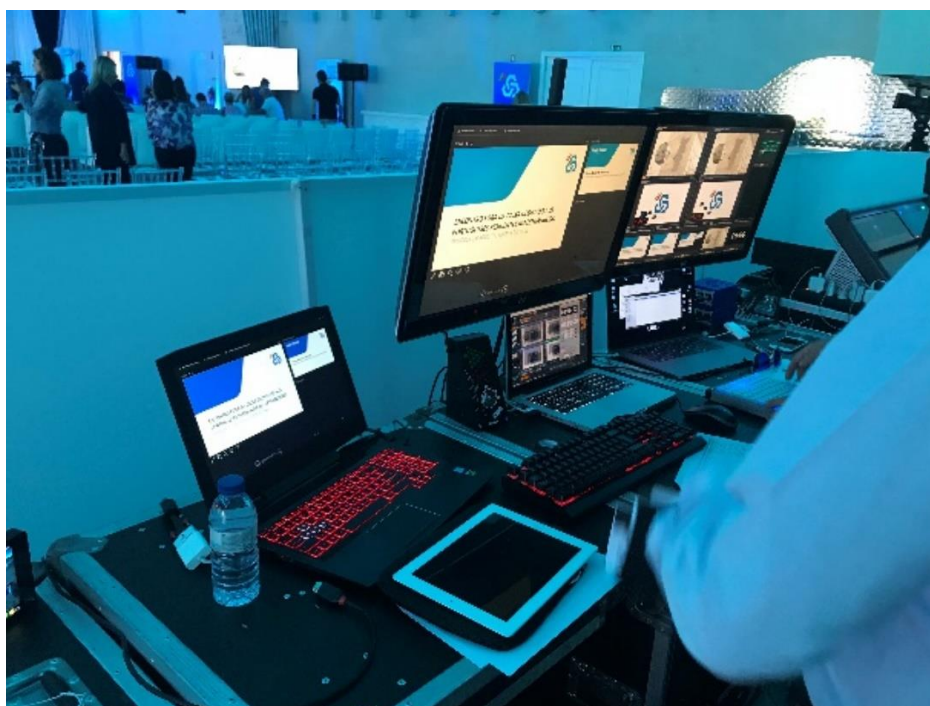


Figura 17 - Régie Vídeo

Fonte: Própria

2.3.8 Compras

Quando o realizador estava de férias, foi necessário ir comprar um iluminador de *led's* para uma câmara. O diretor da empresa disse para ir eu escolher um adequado. Pesquisei lojas em Lisboa que vendessem material de vídeo e fui com um colega dos serviços externos a uma loja e comprei o iluminador. Foi um passo muito importante, porque percebi que a cada semana estavam a depositar mais confiança em mim.

2.3.9 CUF Porto

Quando me propuseram ir ao Porto sozinho filmar uma entrevista a um médico, fiquei com algum receio, mas ao mesmo tempo lisonjeado, na medida em que percebi que estavam a confiar em mim para fazer um trabalho fora da empresa, sozinho. Disse que sim e no dia a seguir parti para a CUF do Porto, com uma jornalista. Levei o carro da empresa, e quando chegámos, montei o equipamento de iluminação e câmaras e dei o sinal à jornalista que estava pronto. Filmei, e regressámos a Lisboa, onde editei a peça (figura 19) a qual foi aprovada à primeira.

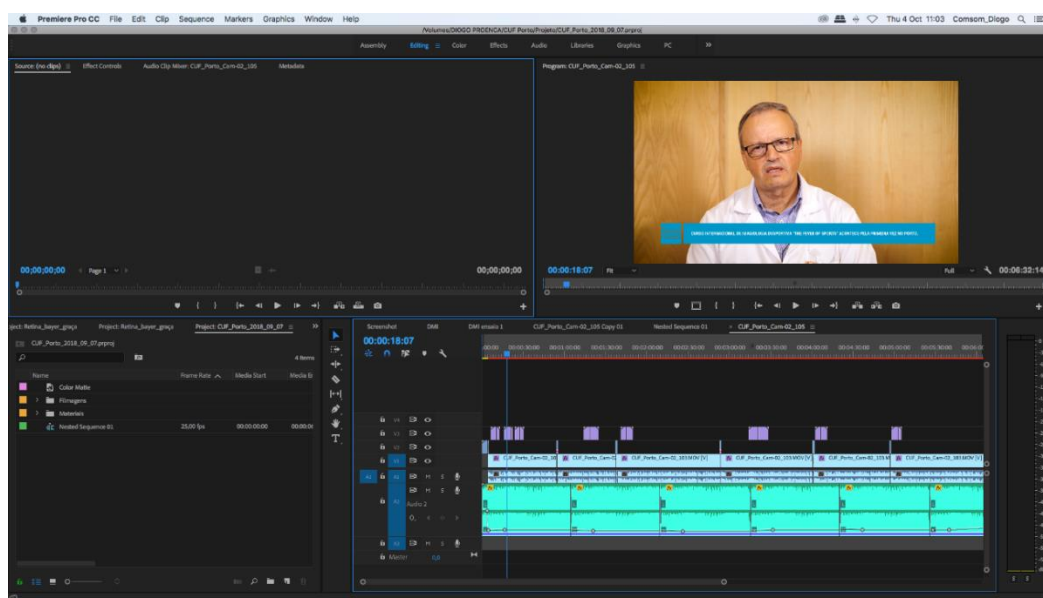


Figura 18 - Edição em Adobe Premiere CUF Porto

Fonte: Própria

2.3.10 Escritora

Este serviço foi realizado num bar em Lisboa e o objetivo era filmar uma escritora brasileira que tinha acabado de lançar um livro (figura 20).

Fui o único operador de câmara da empresa, juntamente com o produtor e um realizador.

Foi um trabalho simples, mas que gostei muito, porque tivemos de trabalhar muito bem o cenário e utilizámos uma técnica que eu desconhecia, que era colocar um copo à frente da objetiva para criar o efeito de *flare* (figura 21).

Segundo Evans (2010: 63) “a maneira como você aponta a câmara é crucial e não se trata apenas de descrever a ação para que possamos acompanhar o enredo. Você precisa fazer duas coisas ao mesmo tempo: mostrar o que está a acontecer na cena, mas também transmitir algum sentimento ou estado de espírito”, e eu tive a ideia de colocar outra câmara com uma teleobjetiva, só para captar as expressões faciais da entrevistada.



Figura 19 - Filmagens Escritora

Fonte: Própria

2.3.11 Legendagem SONAE e Cabify

Este trabalho consistiu em fazer a legendagem para um vídeo promocional da SONAE e para a Cabify. Foi muito interessante, tendo em conta a dimensão destas empresas.

O programa informático utilizado foi o *Adobe After Effects* (figuras 22 e 23), que segundo Lynda Weinman's (2007: 3) é usado profissionalmente através das indústrias de filmes e vídeos, para sequências de títulos, identificação de campanhas para emissoras de TV, comerciais de TV, vídeos industriais, CDs e DVDs, animações *web* e muito mais.

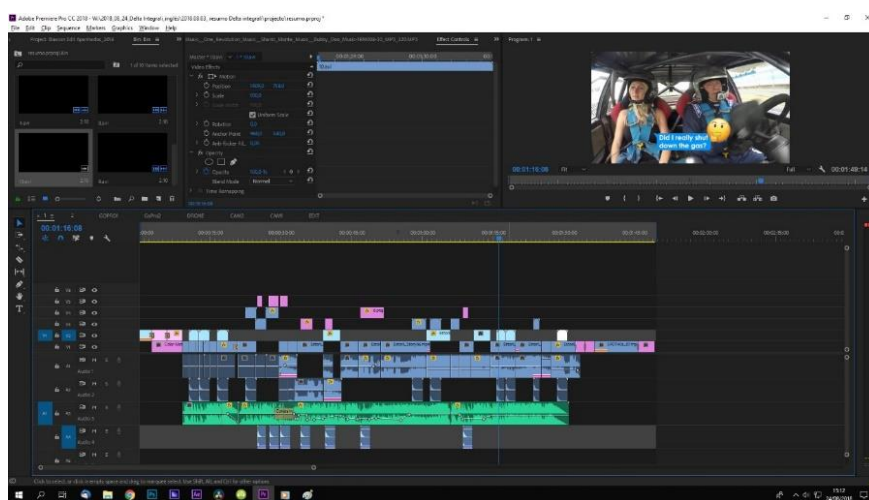


Figura 20 - Edição em Adobe Premier Cabify

Fonte: Própria

2.3.12 Palácio Nacional de Mafra

Foi-me proposto conceber um guião através de um texto, juntamente com o realizador, para um vídeo promocional do Palácio Nacional de Mafra (figura 24) que ia ser visto pela UNESCO para se tornar património material da humanidade.

A este propósito Watts (1990: 43) escreve que “o roteiro consiste em relacionar, num pedaço de papel tudo aquilo que você pretende colocar na produção. Sob a forma de anotações, com as imagens à esquerda e indicação do respetivo som à direita”.

Começámos por escrever quantos *takes* íamos fazer e o tempo necessário para cada plano. No dia seguinte, deslocamo-nos para o terreno para começar a rodagem do vídeo. Para Artis (2008: 7), “uma boa filmagem começa muito antes da produção, com uma extensa preparação, o que também é conhecido como pré-produção.”

Foi uma grande tarefa, devido às dimensões do edifício que tem 37.000 m², 1200 divisões, mais de 4700 portas e janelas e 156 escadarias. Para além disso, ainda é complementado pela Tapada Nacional de Mafra com uma área de 1200 hectares e um muro com uma extensão de 21 km (figuras 25 e 26).



Figura 21 - Palácio Nacional de Mafra

Fonte: Própria



Figura 22 - Filmagens no Palácio Nacional de Mafra

Fonte: Própria

Foram dois dias muito intensos de rodagem, mas que valeram muito a pena pelos locais fantásticos que conheci.

REFLEXÃO FINAL

O estágio curricular é um passo muito importante para concluir o curso de Licenciatura em Comunicação Multimédia, uma vez que colocamos em prática a aprendizagem de três anos.

Desde muito cedo que tenho um forte interesse pela multimédia, nomeadamente o vídeo, tendo já alguma experiência na área.

Entre muitas possibilidades, tentei estagiar na Plural Entertainment, mas infelizmente não estavam em fase de recrutamento. Foi aí que encontrei a ComSom e com a ajuda dos serviços do Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais do IPG aceitaram o estágio de forma positiva e com muita simpatia.

O estágio iniciou-se a 2 de julho de 2018 e prolongou-se até dia 28 de setembro desse mesmo ano.

A primeira pessoa que vi quando cheguei ao edifício foi o Wandilson, e este foi a pessoa com quem tive mais contacto e o senhor mais experiente que conheci em toda a minha vida. Foi basicamente um professor para mim. Fez-me adquirir muitos conhecimentos e técnicas que desconhecia.

Não posso deixar de realçar também toda a equipa da empresa (figura 27), pela maneira como me receberam, sinto que não podia ter escolhido melhor, para esta etapa da minha vida académica.

Os três meses de estágio foram imprescindíveis para a minha evolução, tanto a nível profissional, como a nível pessoal. Graças à possibilidade de prosseguir para a realização de estágio profissional, aumentei ainda a experiência na área em que mais gosto de trabalhar. Tive diversas oportunidades de pôr em prática teoria aprendida até então, testar os meus limites e comecei a desenvolver competências noutras áreas relacionadas.

Após terminar o estágio curricular e dando como concluída esta licenciatura, vou com um espírito mais ambicioso, dando assim mais uma etapa da minha vida por concluída.

Agradeço a todos por esta experiência única.

BIBLIOGRAFIA

- Artis A. Q. (2008). *Silêncio: Filmando!* Elsevier Editora: Rio de Janeiro
- Bilhim, J. A. F. (2008). *Teoria Organizacional, Estruturas e Pessoas*. (6.^a ed.). Lisboa: ISCSP.
- Evans, R. (2010) *Curtas Extraordinários. Como filmar e compartilhar seus curtas na internet*. Rio Janeiro
- Lampreia, J. M. (1998). *Comunicação empresarial as relações públicas na gestão*. Lisboa: Texto Editora.
- Lindon, D. et al. (2004). *Mercator XXI, Teoria e prática do marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Munari, B. (2006). *Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática*. São Paulo: Martins Fontes.
- Paduan, S. D. A (2014). *Broadcast Produção e Pós-Produção de Programa de TV*. São Paulo: Clube de Autores.
- Strunck, G. L. (1989). *Identidade Visual: a direção do olhar*. Rio de Janeiro: Europa Emp. Graf. Ed.
- Vieira I.C. (2016). *Guia Prático de Direito Comercial*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Watts, H. (1990). *On Camera O curso de produção de filme e vídeo da BBC* (5.^a ed.). São Paulo: Summus.
- Weinman, L. (2007). *Adobe After Effects 7 Hands On Training*. Berkeley, CA.

Outras fontes

<http://www.comsom.tv> (Consultado em 18/10/2018)

<http://www.lpmcom.pt> (Consultado em 19/10/2018)

ANEXOS

Lista de Anexos:

Anexo 1 – Plano de Estágio

 IPG Politécnico da Guarda Polytechnic of Guarda	PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.04
---	--	----------------------------------

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

Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH
Tipologia do Estágio/Ensino Clínico:				
	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____	
Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____				

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO

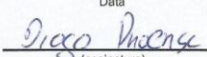
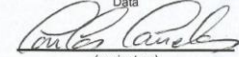

Estudante:	<u>Diogo Sousa Proença</u>	N.º	<u>5008412</u>
Docente orientador(a):	<u>Carlos Francisco Lopes Canelas</u>		
Supervisor(a):	<u>Mário Filipe Mendonça Brito</u>		

2. PLANO DE ESTÁGIO / ENSINO CLÍNICO

Durante o Estágio são desenvolvidas as seguintes atividades:

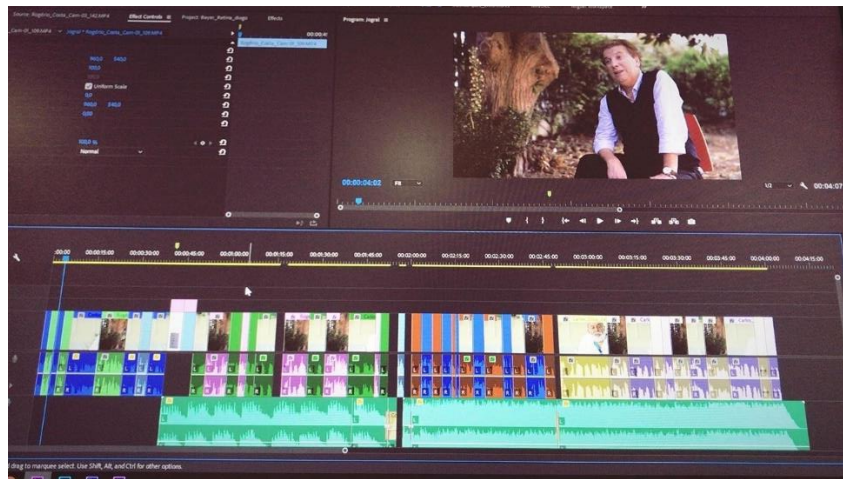
- assistente de captação de imagem
- assistente de iluminação e maquiagem
- assistente de produção
- operador de imagem
- operador de som
- Edição de imagem e som
- Editor de conteúdos gráficos
- Sonorização de peças de reportagem
- Masterização de conteúdos em formato digital

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante	O(A) Docente Orientador(a)	O(A) Supervisor(a)
<u>10/11/2018</u> <small>Data</small>  <small>(assinatura)</small>	<u>12/11/2018</u> <small>Data</small>  <small>(assinatura)</small>	<u>10/11/2018</u> <small>Data</small>  <small>(assinatura e carimbo da Entidade)</small>

COMSOM II
 PRODUÇÃO DE AUDIOVISUALS, LDA

APÊNDICES







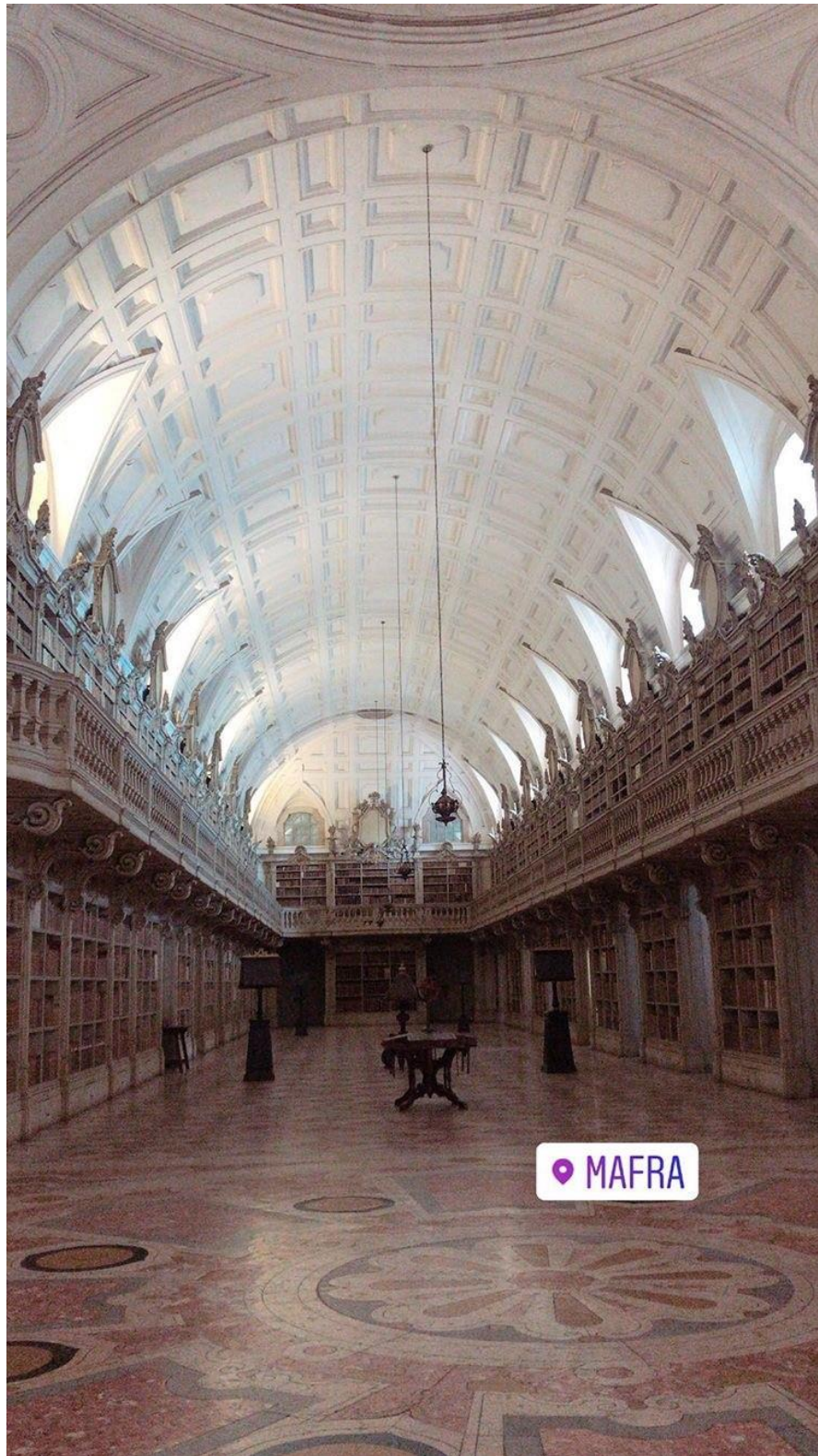












MAFRA

