



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

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Diogo Carlos Mota Valverde

dezembro | 2018





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

---

## RELATÓRIO DE ESTÁGIO

DIOGO CARLOS MOTA VALVERDE  
RELATÓRIO PARA OBTER O GRAU DE LICENCIADO  
EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro 2018

## Ficha de Identificação

<b>Discente</b>	Diogo Carlos Mota Valverde
<b>Número</b>	5008615
<b>Instituição de ensino</b>	Instituto Politécnico da Guarda
<b>Escola</b>	Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
<b>Curso</b>	Comunicação Multimédia
<b>Docente Orientador</b>	Prof. Doutor Nelson Clemente Oliveira
<b>Entidade de acolhimento &amp;</b>	Rubrica - Sociedade de Publicidade, Imagem Engenharia, Lda.
<b>Morada</b>	Rua da Indústria, 22 Cave B   6200-114 Covilhã – Portugal
<b>Telefone</b>	(+351) 275 181 767
<b>Telemóvel</b>	(+351) 962 602 827
<b>E-mail</b>	info@rubrica.eu
<b>Website</b>	<a href="http://www.rubrica.eu/">http://www.rubrica.eu/</a>
<b>Supervisor</b>	Eng.º Carlos Manuel Vicente
<b>Grau académico</b>	Licenciatura em Comunicação Multimédia
<b>Duração do estágio</b>	Três meses
<b>Início de estágio</b>	3 de setembro de 2018
<b>Fim de estágio</b>	30 de novembro de 2018

## Agradecimentos

Antes de mais, começo por dizer que nunca pensei chegar onde cheguei. Sinto que completei um grande desafio que a vida me proporcionou, no entanto, sei que este percurso académico não seria completo se não tivesse a ajuda de múltiplas pessoas. Foram estas que, de uma maneira ou de outra, me ajudaram, apoiaram e me fizeram crescer para me tornar na pessoa que sou hoje. Posto isto, deixo aqui o meu enorme obrigado:

Ao Instituto Politécnico da Guarda, mais precisamente à escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, por me acolher e orientar, da melhor maneira possível na minha formação académica;

Ao Professor Nélson Oliveira, por ter aceitado a minha proposta para ser meu orientador de estágio e pelo sua amizade e disponibilidade, enquanto docente;

À empresa *Rubrica*, com especial atenção ao Eng.º Carlos Vicente, que me auxiliou durante todo o tempo que dediquei a este projeto e pelos conhecimentos transmitidos e, desde o primeiro momento me acolheu como um dos seus incentivando-me a fazer mais e melhor.

Aos meus amigos e companheiros de casa, Pedro Correia, Pedro Paixão e Bruno Alves, que ao longo destes anos, sempre me apoiaram e me ajudaram a por as ideias no sítio; pelo conhecimentos partilhados, pelos imensos cafés e jantaradas que me proporcionaram, por todas as brincadeiras... mas, acima de tudo, pela sincera amizade que se prolonga já há muito e há de continuar por muitos e largos anos;

Agradeço, também, às amizades que nasceram na “cidade mais alta”, Roberto Nunes, João Neves, Vasco Carvalho, Stéphane Cerveira, Tiago Lucas, Diogo Proença, Catarina Carvalho, Pedro Duarte, Pedro Oliveira e Margarida Carvalho por me terem sempre apoiado e por estarem sempre ao meu lado, ... por todas as saídas e histórias que vivenciámos e por todas as horas de trabalho partilhado. Espero que estas amizades se prolonguem por muito tempo. Obrigado a todos, pelas conselhos e palavras nos momentos certos. À minha família, pelo apoio e encorajamento ao longo da minha vida e, neste caso, ao longo destes três anos de licenciatura. De um modo muito especial, aos meus, pais por me terem proporcionado esta possibilidade, por todos os conhecimentos transmitidos, pela

educação que me deram ao longo da minha vida e por todos os esforços e sacrifícios que fizeram para que, hoje, possa estar a cumprir este objetivo;

Por fim, mas não menos importante, agradeço a todas as outras pessoas que não mencionei, mas que, de uma forma ou de outra, tiveram um papel preponderante no meu desenvolvimento e crescimento neste percurso.

Obrigado!

## Resumo

O presente relatório de estágio descreve todas as atividades e aprendizagens desenvolvidas na empresa *Rubrica – Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.*, ao longo dos três meses do estágio curricular, da Licenciatura em Comunicação Multimédia, da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, da Guarda.

Durante este tempo acompanhei alguns dos trabalhos e atividades realizados na empresa, o que acabou por contribuir, em alguns aspetos, para a melhoria do meu conhecimento em determinados temas e conceitos de *design* e produção do mesmo.

O objetivo principal deste estágio passa por colocar em evidência todos as competências adquiridas ao longo dos três anos de aprendizagem e levar ao possível desenvolvimento da empresa. Deste modo, foram realizadas várias tarefas. Começando com um período de adaptação à empresa, deste modo ficamos a conhecer melhor as instalações e tudo o que nos pode proporcionar durante o estágio, foi realizado um tratamento e uma catalogação da informação a ser inserida, depois houve a realização de um esboço e de seguida passou-se para o ponto fundamental que foi a elaboração do *site*, este processo englobou várias fases: foram feitas várias pesquisas e documentação, foi definido o projeto base e por fim foi elaborado o sítio internet. Por fim, foi feita uma análise e correção do projeto final.

**Palavras-chave:** *design*, *site*, Rubrica

## Índice Geral

Ficha de Identificação .....	I
Agradecimentos .....	II
Resumo.....	IV
Glossário.....	VII
Lista de siglas .....	VIII
Introdução.....	1
<b>Capítulo I – Caracterização da empresa .....</b>	
1.1. Localização .....	3
1.2. A sua História .....	3
1.3. Missão e Valores .....	4
1.4. Produtos e serviços.....	5
1.5. Escritório e equipamento .....	6
1.6. Comunicação externa .....	8
1.7. Identidade visual .....	9
1.8. Público-alvo .....	10
1.9. Análise <i>SWOT</i> .....	10
1.10. Sugestões e estratégias .....	12
<b>Capítulo II – Tarefas desenvolvidas .....</b>	
1. Objetivos .....	14
2. Web Design .....	15
3. Ferramentas utilizadas .....	15
4. Trabalho desenvolvido.....	16
4.1. Esboço do site da empresa.....	17
4.2. Logo 25º aniversário Rubrica .....	20
4.3. Website Rubrica.....	22
Reflexão Final .....	30
Bibliografia.....	32
Webgrafia .....	33
<b>Anexos .....</b>	
<b>Apêndices .....</b>	

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> - Localização da empresa .....	3
<b>Figura 2</b> - decoração de várias estantes com garrafas de vinhos cujo rótulos foram desenhados pela Rubrica .....	6
<b>Figura 3</b> - Escritório principal .....	6
<b>Figura 4</b> - Escritório Secundário.....	7
<b>Figura 5</b> - KONICE MONOLTA Pro C6500.....	7
<b>Figura 6</b> - MIMAKI CJV 150-160 .....	8
<b>Figura 7</b> - Marca da empresa .....	9
<b>Tabela 1: Figura 8</b> - Análise SWOT forças e fraquezas Rubrica .....	11
<b>Tabela 2: Figura 9</b> - Análise SWOT oportunidades e ameaças Rubrica .....	11
<b>Figura 10</b> - modo live view Adobe Dreamweaver .....	18
<b>Figura 11</b> - Homepage (esboço) .....	18
<b>Figura 12</b> - Código página inicial Adobe Dreamweaver (esboço).....	19
<b>Figura 13</b> - Página de estilos Adobe Dreamweaver (esboço) .....	19
<b>Figura 14</b> - cursos a passar na imagem mais informação do estilo (esboço) .....	20
<b>Figura 15</b> - logo 25º aniversário Rubrica .....	21
<b>Figura 16</b> - Logo 25º aniversário Rubrica Adobe Illustrator .....	21
<b>Figura 17</b> - cor do logo e das letras.....	22
<b>Figura 18</b> - fundo Illustrator e do Website .....	22
<b>Figura 19</b> - cor da barra de navegação, do logo e dos separadores da homepage .....	23
<b>Figura 20</b> - tipo de letra, cor do texto e cor do fundo .....	23
<b>Figura 21</b> - Embed code from Spotify .....	24
<b>Figura 22</b> - código Empresa no Dreamweaver.....	24
<b>Figura 23</b> - objeto exportado do Animate para o Dreamweaver .....	25
<b>Figura 24</b> - Serviços homepage .....	25
<b>Figura 25</b> - JavaScript adicionado ao Portefólio .....	26
<b>Figura 26</b> - navegar pelo portefólio e fechar a imagem .....	26
<b>Figura 27</b> - informações empresa .....	27
<b>Figura 28</b> - caixa de comentário .....	27
<b>Figura 29</b> – código modal caixa de comentários .....	28
<b>Figura 30</b> - medidas mínimas para serem aplicadas as media queries.....	28
<b>Figura 31</b> - disposição por colunas dependendo do dispositivo .....	29



## Glossário

<b>Bootstrap</b>	é um framework web com código-fonte aberto para desenvolvimento de componentes de interface e front-end para sites e aplicações web usando HTML, CSS e JavaScript.
<b>Copyright</b>	direitos de autor.
<b>CorelDRAW</b>	é um programa de desenho vetorial bidimensional para design gráfico
<b>Dosis</b>	fonte utilizada na realização do website.
<b>Google Fonts</b>	endereço internet para consultar estilos de letra.
<b>Maillings</b>	base de dados para serem utilizados em marketing exterior.
<b>Media Queries</b>	características de uma media para definir formatações para diversos dispositivos.
<b>Modal</b>	caixa de informação, muitas vezes confundido com pop-up.
<b>MUPI's</b>	são os expositores de publicidade, com dimensões médias, e um formato de cartaz, geralmente protegidos por um vidro, que vemos espalhados.
<b>Newletter</b>	boletim informativo.
<b>Outdoor</b>	é a designação de publicidade exterior.
<b>Responsive</b>	é uma abordagem ao design da web que torna as páginas da web renderizadas em uma variedade de dispositivos e tamanhos de janelas ou telas.
<b>Spotify</b>	é um serviço de streaming digital que dá acesso a músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos de artistas de todo o mundo.
<b>Web design</b>	pode ser visto como uma extensão da prática do design, onde o foco do projeto é a criação de web sites e documentos.

## Lista de siglas

**CSS** – Cascading Style Sheets

**HTML** – Hypertext Markup Language

**JS** – JavaScript

**JPEG** – Joint Photographic Experts Group

**PNG** – Portable Network Graphics

**SWOT** – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

## Introdução

O presente relatório surge no âmbito do estágio curricular da Licenciatura em Comunicação Multimédia, da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda e constitui o último passo da licenciatura.

A entidade escolhida para realizar os três meses de estágio foi a empresa *Rubrica - Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda*. Foi escolhida após uma pesquisa levada a cabo nas várias empresas existentes no país, de acordo com a área em que pretendia estagiar. Acabou por ter início a 3 de setembro de 2018 e foi finalizado a 30 de novembro de 2018.

Esta experiência permitiu o desenvolvimento de várias competências e possibilitou a aplicação de vários conteúdos programáticos adquiridos durante os três anos da licenciatura.

Este relatório de estágio pretende descrever de forma objetiva a experiência vivida enquanto estagiário e as tarefas realizadas.

Estruturalmente, este documento está, pois, dividido em dois capítulos: no primeiro surge a apresentação e caracterização da entidade acolhedora; no segundo capítulo será exposto o conteúdo realizado ao longo dos três meses de estágio, que está de acordo com o plano de trabalho a desenvolver (Anexo I), proposto pelo supervisor. Quanto à metodologia de trabalho utilizada começou-se por fazer um *brainstorm*, para se identificarem os problemas, possíveis soluções, recursos necessários e competências a adquirir. Na fase inicial é onde se aplicam os conhecimentos e materiais recolhidos na fase anterior criando assim o produto. Após a produção, é feita uma crítica ao conteúdo criado, testa-se se os conceitos foram bem expostos e aplicados e se há necessidade de se fazer alguma alteração. Na fase final apresenta-se o produto já corrigido e faz-se a manutenção do mesmo se aplicável. A utilização desta metodologia melhor bastante a eficácia nas tarefas desenvolvidas.

Por fim, a reflexão final que colimará com opinião pessoal resultante de todo o percurso na empresa, com especial incidência para as experiências vividas durante este período.

# CAPÍTULO I

---

Rubrica®



Neste capítulo, apresenta-se uma breve descrição da instituição acolhedora do estágio. Serão abordados elementos relevantes como a sua história (origem), a sua missão e valores, a localização, a descrição da sede e dos vários equipamentos que a constituem, assim como a comunicação externa, a identidade visual e o público-alvo. Por fim, será apresentada uma análise *SWOT* (Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats) onde irão constar os pontos fortes e as suas fraquezas, bem como as suas oportunidades e ameaças.

## 1.1. Localização

A Rubrica – Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda (Figura 1) está localizada na cidade da Covilhã, pertencendo ao distrito de Castelo Branco, mais propriamente na Rua da Indústria, 22, Cave B, 6200 – 114.

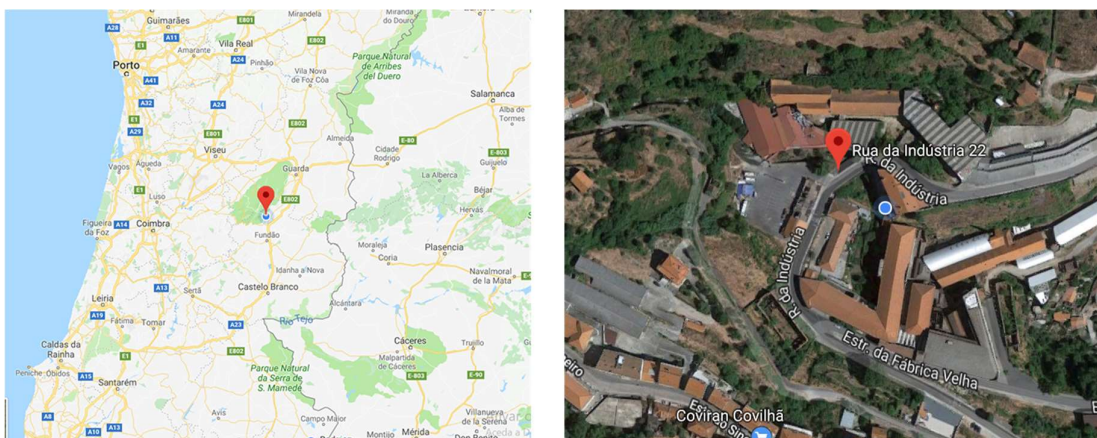


Figura 1 - Localização da empresa  
(fonte: google maps)

Como se pode verificar na figura, estas instalações encontram-se num local de fácil acesso e estão muito próximas do centro da cidade.

## 1.2. A sua História

A empresa *Rubrica* exerce a sua atividade no setor dos serviços de publicidade e engenharia, com sede na cidade da Covilhã, distrito de Castelo Branco.

A empresa surge “em setembro de 1994 num projeto desenvolvido por Carlos Vicente e Nuno Abrunhosa, ainda estudantes de engenharia na Universidade da Beira Interior. Inicialmente com a denominação de P&B, o seu processo de licenciamento e legalização conclui-se em 1995, como sociedade irregular. No ano seguinte, conclui-se o registo da marca Rubrica ®. Em março de 1997, foi transformada a sociedade irregular na sociedade por quotas Carlos Vicente & Nuno Abrunhosa, Lda.”

Entre 2006 e 2007 “a empresa sofreu o processo profundo de reestruturação, a alteração da denominação, sede, capital e pacto social”; fizeram-se investimentos nas instalações e nos equipamentos e “a empresa tomou a designação atual de Rubrica-Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.”<sup>1</sup>

### 1.3. Missão e Valores

É imperativo que uma empresa, desde logo, defina os seus valores, para conseguir alcançar os seus objetivos com menos dificuldade. Todas as empresas que transmitam os seus valores tornam-se mais fortes perante as outras. Isto permite aos colaboradores da empresa efetuarem ações que ajudam a tornar esses valores mais fortes.

De acordo com Scott, Jafe e Tobe (citado por Machado, 2009 p.28), a definição de *missão* deve distinguir uma empresa das outras, ao clarificar as suas funções.

Machado (2009) afirma que os valores são objetivos que auxiliam todos os procedimentos das pessoas, que no exercício das funções, estejam a executar a missão, com a visão em mente.

A empresa tem vindo a desenvolver nas áreas de engenharia, design, passando pela publicidade, “um trabalho de qualidade reconhecida e a assumir uma posição de relevo com soluções profissionais; é responsável pela imagem e campanhas de inúmeras empresas, instituições, produtos, feiras, congressos, conferências nacionais e internacionais.” Durante o tempo de existência, a empresa “recebeu inúmeros prémios em concursos de ideias.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Adaptado de <http://www.rubrica.eu/empresa.htm>, consultado a 30 de novembro de 2018.

<sup>2</sup> Adaptado de <http://www.rubrica.eu/empresa.htm>, consultado a 30 de novembro de 2018

Assim, assume-se que a missão da Rubrica consiste em adquirir a maior cota de mercado possível, bem como a confiança dos seus clientes, através do seu profissionalismo e qualidade que demonstram em todos os trabalhos realizados. Quanto aos valores da Rubrica, foram-se definindo, ao longo dos anos, através do contacto com os seus clientes e dos projetos realizados. São eles satisfação do cliente, qualidade, honestidade, superação dos resultados, compromisso, respeito, seriedade, criatividade.

#### 1.4. Produtos e serviços

Relativamente aos produtos e serviços que são prestados pela empresa, Rubrica, destacam-se o *design* gráfico, editorial e de produto e, deste fazem parte a identidade corporativa que se refere aos logotipos, símbolos, marcas, estacionários, kits de normas de utilização, personalização de vestuário e viaturas, entre outros. O design gráfico e editorial é constituído pelos cartazes, *newsletter*, revistas, jornais, livros, publicações, catálogos, brochuras, folhetos, comunicações internas, *mailings* diretos, circulares, informativos, relatórios de contas, entre outros. Relativamente ao design de produto destacam-se os produtos e bens de consumo, os rótulos, as etiquetas e as embalagens.

A Rubrica também fornece serviços na área de *web design*, *internet marketing* e multimédia, neste tipo de funções a empresa desenvolve páginas *web*, *mailings*, publicidade *web*, CD's e DVD's.

A comunicação, publicidade e sinalética também fazem parte do leque de serviços prestados pela Rubrica. Assim, são desenvolvidos serviços e produtos como a difusão comercial de produtos nos media (TV, rádio, imprensa, internet, redes sociais). A publicidade estática, interior e exterior, *outdoors*, MUPI's, painéis, entre outros. Por fim a publicidade móvel e a decoração de viaturas.

Em relação à fotografia e imagem esta empresa trabalha com a fotografia conceptual, estúdio, natureza e fotografia.

Por fim, mas não menos importante, são desenvolvidos projetos de engenharia, arquitetura e interiores, focando-se no design de interiores, no maquetismo, na prototipagem, entre outros.<sup>3</sup>

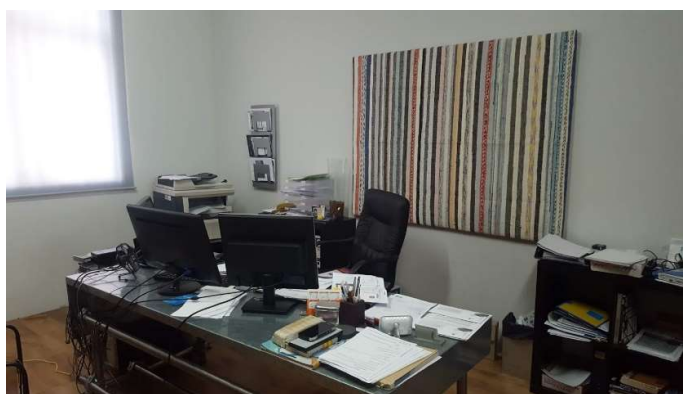
### 1.5. Escritório e equipamento

O escrito da Rubrica é um espaço amplo, acolhedor e descontraído.



*Figura 2 - decoração de várias estantes com garrafas de vinhos cujo rótulos foram desenhados pela Rubrica  
(Fonte: captura própria)*

Este espaço é composto pela zona dos escritórios, sendo estes dois (Figura 3 e 4) referenciados como zona de montagem e zona de produção.



*Figura 3 - Escritório principal  
(Fonte: captura própria)*

---

<sup>3</sup> Adaptado de <http://www.rubrica.eu/servicos.htm>, consultado a 30 de novembro de 2018





*Figura 4 - Escritório Secundário  
(Fonte: captura própria)*

A Rubrica possui equipamentos modernos e equipamento de qualidade, que permitem satisfazer todos os interesses dos clientes com o leque de serviços disponíveis. Segue-se, então, uma breve descrição destes equipamentos:

- KONICE MINOLTA bizhub Pro C6500 (Figura 5)

É um equipamento de impressão digital e possui um finalizador com guilhotina e um equipamento de dobragem.



*Figura 5 - KONICE MINOLTA Pro C6500  
(Fonte: captura própria)*

- Plotter de impressão digital MIMAKI CJV 150-160<sup>4</sup> (Figura 6)

É uma máquina de impressão digital com alta precisão de corte e com adaptação ao uso de tintas solventes.

---

<sup>4</sup> Adaptado de <http://www.dados.pt/plotters/mimaki-cjv-150-160-clone.html>, consultado a 30 de novembro de 2018

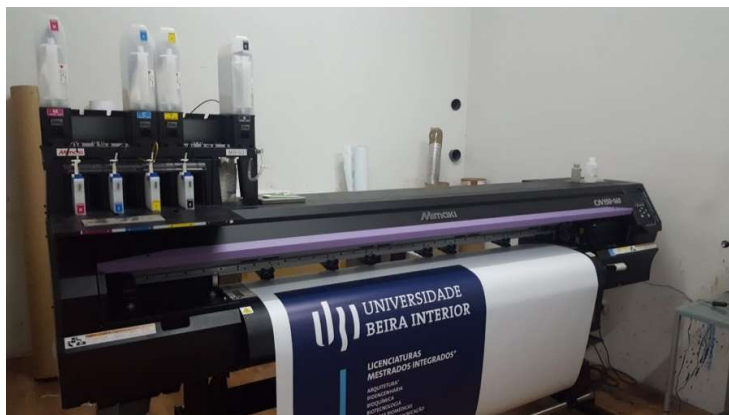


Figura 6 - MIMAKI CJV 150-160  
(Fonte: captura própria)

- Plotter de corte de Vinil

É um equipamento que nos permite realizar o corte da película de vinil para posterior decoração de viaturas, vidros, paredes e outro tipo de suportes.

- Sistema de modelação (CNC)

As iniciais CNC<sup>5</sup> correspondem a Controlo Numérico Computadorizado, isto é, um sistema que permite o controlo de máquinas através de uma lista de movimentos escritos num código. Permite modelar e cortar certos materiais, como acrílicos, PVC's, entre outros.

## 1.6. Comunicação externa

É fundamental que a comunicação externa de uma empresa ou organização seja eficaz. Este tipo de comunicação é de extrema relevância nas estratégias de qualquer tipo de empresa. Oliver (2008) define a comunicação externa como a que ocorre entre gestores e pessoas de fora da organização. Compreende todo tipo de informação que esteja ligada com as atividades que a organização desenvolve com o intuito de atingir seu público.

O principal objetivo da comunicação externa é facilitar a cooperação com o público bem como a promoção dos valores da empresa.

<sup>5</sup> Adaptado de <http://www.protoprimus.com.br/maquinas-cnc-historia-comando-numericocomputadorizado>, consultado a 30/11/2018

Na Rubrica, o contacto com os clientes é, principalmente, feito via e-mail, por telefone ou até mesmo na forma presencial.

### 1.7. Identidade visual

É consensual afirmar-se que a “divulgação da identidade visual de uma empresa ou serviço é primordial para a comunicação com o seu público. É através do conhecimento da identidade da empresa que o público se fideliza à marca e reconhece a mesma” (Lindon et al., 2004). É com o delineamento de um nome e a incorporação de um design, que a identidade conceitual se materializa. Por meio dos elementos visuais, a marca ganha a sua própria personalidade, distinguindo-a, assim, de outro qualquer tipo de marca. Com o passar dos tempos e com o aparecimento de uma maior concorrência, a imagem das empresas tem vindo demarcar-se. Quando as empresas se apresentam num nível de qualidade elevado, são os pormenores que podem fazer a diferença no que toca à comparação das organizações. Para não haver distorção da mensagem e dos valores, a organização deve ter uma cultura forte, consolidada e bem fundamentada para a elaboração de uma boa imagem empresarial. Vásquez (2007 p.10) refere que *“o grau de reconhecimento da marca vai depender da forma como a identidade conceitual foi concretizada por meio do aspeto visual. A identidade visual deve seguir os seguintes princípios: ser única [...], autêntica [...], original [...], criativa [...], consistente [...], clara [...], coerente [...], adaptável [...], viável [...] e suscetível a proteção”*.



Figura 7 - Marca da empresa

Fonte: <https://www.facebook.com/rubrica.eu/photos/a.414545892014963/414545908681628/?type=3&theater>

Tendo em conta estes conceitos e princípios, os componentes da identidade visual (Figura 7) da marca devem ser definidos, executados e examinados para se tornarem eficientes.

### 1.8. Público-alvo

Tendo em conta o mercado competitivo que existe atualmente, nesta área, as empresas procuram responder às necessidades de cada cliente da melhor forma possível, como é o caso da Rubrica. As pequenas e médias empresas e, principalmente, as empresas que estão localizadas no interior do país, que não têm tanta visibilidade, sentem o dever de mostrar inovação e originalidade nos serviços prestados. Para isso, têm de ter recursos humanos versáteis, a fim de corresponderem aos pedidos e exigências de todos os clientes, e, assim, permitir a expansão do negócio e consolidar o seu sucesso.

Posto isto, podemos constatar que o público-alvo da Rubrica são, essencialmente, instituições da região, bem como pequenas e médias empresas de vários ramos de negócio.

### 1.9. Análise *SWOT*

Qualquer empresa ou organização deve realizar uma análise estratégica, de maneira a identificar o contexto interno e externo onde a empresa está inserida.

Segundo Turra e Rodrigues (2014 p.21) a “*análise SWOT é uma ferramenta que analisa os pontos fortes e fracos internos e as oportunidades e ameaças impostas pelo ambiente externo*”.

É fundamental fazer uma análise à empresa e ao meio que lhe é envolvente. Com isto, pretende-se identificar, relativamente aos concorrentes, todos os recursos e capacidades que a empresa possuiu e que lhe permita oferecer mais valias ao cliente, mas também, perceber em que aspetos se encontra em desvantagem relativamente à concorrência. Com a análise ao meio envolvente pretende-se determinar as oportunidades e ameaças a que a empresa está sujeita, analisando os fatores externos e internos da mesma.

O termo *SWOT* deriva da sigla inglesa para Forças (*Strenghts*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*) e consiste num modelo de avaliação da posição competitiva de uma organização no mercado.

A análise é efetuada numa perspetiva dinâmica e permanente. Nas tabelas seguintes está exposta a análise *SWOT* relativa à empresa Rubrica.

Forças	Fraquezas
Diversidade na oferta de produtos e serviços	Recursos humanos (equipa reduzida)
Reconhecimento da empresa através de prémios e menções honrosas	Concentração de tarefas/ responsabilidades/ competências no empresário
Qualidade de serviços prestados e reconhecimento da comunidade	Área de atuação limitada em termos locais e regionais
Empresa completa com domínio na parte criativa e na conceção final	

*Tabela 1: Figura 8 - Análise SWOT forças e fraquezas Rubrica  
(Fonte: realização própria)*

Esta tabela define os pontos fortes e os pontos fracos da empresa.

Oportunidades	Ameaças
Parceria com outras empresas	Empresas da mesma área na região (concorrência)
Diversidade de produtos e serviços prestados	Contexto socioeconómico
Aparecimento/criação de novos produtos e serviços	Diminuição de apoios do estado
Falência de empresas concorrentes e consequentemente angariação dos seus clientes	Elevado número de falências de empresas e clientes e potenciais clientes
	Aumento do risco de incumprimento por parte dos clientes

*Tabela 2: Figura 9 - Análise SWOT oportunidades e ameaças Rubrica  
(Fonte: realização própria)*

Tabela onde são referidas as oportunidades e as ameaças a que a empresa está sujeita.

### 1.10. Sugestões e estratégias

Perante esta análise é possível delinear caminhos e estratégias para uma melhor consolidação da empresa:

- Criar mais alianças e/ou melhorar as já existentes;
- Divulgar a empresa nos meios empresariais;
- Definir equipas de trabalho na área comercial/marketing;
- Por em prática novas estratégias de desenvolvimento de produtos e serviços;
- Melhorar as políticas de marketing, gestão, administrativa/financeira e recursos humanos;
- Elaborar análise detalhada dos potenciais fornecedores e dos potenciais clientes;

# CAPÍTULO II

---

## 0 Estágio



Para muitos, como no meu caso, o estágio é a primeira experiência profissional, faz parte do último ano do curso de Comunicação Multimédia e visa, não só promover a aquisição de vários conhecimentos e o desenvolvimento de competências pessoais, como também profissionais.

Neste capítulo são descritas todas as tarefas realizadas e conhecimentos adquiridos ao longo do estágio curricular. Irá conter uma breve descrição dos objetivos, tendo em conta o plano de estágio previamente definido e também de um enquadramento teórico na área do *web design*.

Todas as atividades realizadas estarão acompanhadas da respetiva explicação sobre a forma como foram executadas e referência aos *softwares* e ferramentas utilizados na sua execução.

## 1. Objetivos

O estágio curricular permite complementar as aprendizagens no contexto escolar e enriquecê-las mediante a possibilidade de aplicá-las em contextos profissionais.

Foi elaborado um plano de estágio com o objetivo de definir e planejar todas as funções a serem desenvolvidas durante o decorrer do mesmo e que vão ao encontro dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e dos objetivos da identidade acolhedora.

Neste sentido, e segundo o plano (Anexo I) previamente definido, podemos apresentar os objetivos a atingir durante o período de estágio na empresa Rubrica:

- Período de adaptação à empresa;
- Elaboração do *site*
  1. Análise do caderno de encargos;
  2. Pesquisa e documentação;
  3. Definições projeto base;
  4. Construção do *site*;



- Tratamento e catalogação da informação a inserir;
- Análise e correção final do projeto;

Embora o plano de estágio definia particularmente estas tarefas, foram desenvolvidas outras atividades complementares com a finalidade de enriquecer o trabalho final. Por isso, procedeu-se à elaboração de vários logótipos modelo, que pudessem representar a nova imagem a apresentar aos clientes na comemoração do 25º aniversário da empresa Rubrica. Assim, procedeu-se à composição de vários esboços possíveis; fez-se, de igual forma, o tratamento e catalogação de informação pertinente a inserir. Desenvolveram-se, ainda, técnicas de aprendizagem sobre o processo de criação e produção de produtos executados pela identidade acolhedora.

De um modo geral, foram concretizados todos os objetivos propostos.

## 2. Web Design

O *Design* tem como possível causa a capacidade de integração do conhecimento de diversas disciplinas e áreas de estudo, na reflexão a respeito da tríade de produção, ambiente e consumo. Segundo Schneider (2010 p.197), “Design é a visualização criativa e sistemática dos processos de interação e das mensagens de diferentes atores sociais” que facilitam o envolvimento com profissionais de áreas afins.

É dentro da perspetiva da multidisciplinaridade do *design* que o *Web design* se insere, pois segundo Gomes Filho (2006) ele está enquadrado no Design Gráfico e analisa as condicionantes relacionadas com sistemas gráficos ou visuais, na relação com o homem e a informação e na composição de *sites*, *homepages*, projetos multimídia e outros.

## 3. Ferramentas utilizadas

Para a preparação das atividades a executar durante este período de estágio, houve a necessidade de recorrer a diversas ferramentas de trabalho, algumas delas foram objeto de

estudo no curso de Comunicação Multimédia e outras foram utilizadas, nesta fase, pela primeira vez, permitindo, assim, quer a consolidação quer a aquisição de novos conhecimentos:

- Adobe Dreamweaver – O Dreamweaver é um programa de edição de páginas da internet, onde se pode trabalhar com imagens, textos, e outros elementos para a Web. Permite a criação e edição de páginas na internet, sendo em alguns aspetos, muito parecido com programas de criação de layouts. Esta ferramenta tem suporte à maioria das linguagens estruturadas do mercado. O programa cria códigos na linguagem desejada e o usuário só precisa utilizar a interface gráfica.
- Adobe Photoshop – é um aplicativo de edição de imagens digitais, retoque de fotografias e produção de gráficos para a Web. É considerado o líder no mercado dos editores de imagem profissional, assim como o programa de facto para edição profissional de imagens digitais e trabalhos de pré-impressão.
- Adobe Illustrator – é uma ferramenta de criação e manipulação de imagens digitais. Este *software* é recorrentemente utilizado pelos designers gráfico, *web designer*, ilustrador, para desenho técnico rigoroso, na criação de logótipos, entre outros.
- Adobe Animate – esta ferramenta é uma adaptação do *Flash*, ambos produzidos pela Adobe. Produz conteúdos HTML5, Canvas nativo, bem como para WebGL, é uma ferramenta que possibilita desenvolvimento de animação interativa.

#### 4. Trabalho desenvolvido

No decorrer do estágio curricular foi-me atribuída a missão de construir o *site* da identidade acolhedora, a Rubrica. Esta proposta de renovação do *site* tem razão de ser porque a empresa comemora, no presente ano, vinte e cinco anos de existência. Para isso ocorreram várias reuniões com o supervisor para se definir o *layout*/estrutura do mesmo e ficou definido que a ferramenta a ser usada iria ser o *Adobe Dreamweaver*. Discutiu-se, ainda, a forma mais adequada de fazer o tratamento e a catalogação da informação a ser inserida no sítio internet.

Posteriormente, foram executadas várias propostas para o logo do 25º aniversário, a serem consideradas e trabalhadas afim de ser inserido no *website*. Para a convenção do sítio internet foi, primeiramente, elaborado um esboço e só depois o *website* final, já com o *layout* e a informação base bem definidos. Para ajudar na convenção recorreu-se, ao *Adobe Dreamweaver*; porém, para diversificar as estratégias foram também consultados dois *websites*<sup>6</sup> em pontos específicos, como por exemplo o código de Java Script e outros pormenores à cerca do *style*.

#### 4.1. Esboço do site da empresa

Antes de surgir o produto final – o *site* da empresa – foram efetuados vários testes que serviram de adaptação ao *software* que iria ser utilizado, o *Adobe Dreamweaver*, ferramenta que nunca fora lecionada durante a formação em Comunicação Multimédia.

A execução deste esboço inicial permitiu seleccionar e estudar a informação a inserir no *website*, bem como os diferentes conteúdos a introduzir na barra de navegação.

Tendo em atenção que esta seria a primeira aventura na Rubrica, foi peremptório recorrer a todo o saber adquirido durante a licenciatura em Comunicação Multimédia, sobre os conceitos de *HTML*, *CSS* e *Bootstrap*, mesmo sabendo que na elaboração deste primeiro esboço a atenção não recaísse sobre a utilização das cores e do tipo de letra, ou se o sítio internet era totalmente *responsive*.

Este *software* permite visualizar as alterações efetuadas sem haver a necessidade de abrir o navegador (Figura 11); permite, de igual forma, alterar, diretamente, pormenores, como o texto e os aspetos no *style* do conteúdo, no modo *Live view*.

---

<sup>6</sup><https://www.w3schools.com/>; <https://getbootstrap.com/>

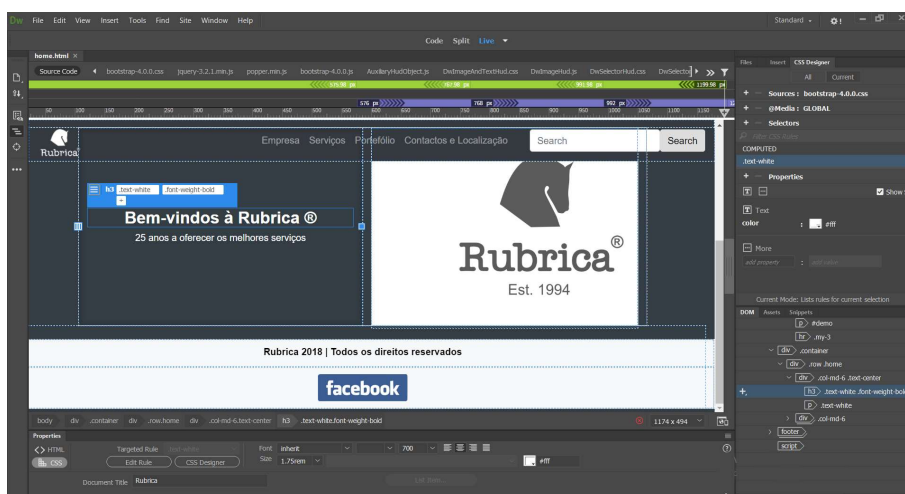


Figura 10 - modo live view Adobe Dreamweaver  
(Fonte: realização própria)

Com a informação previamente seleccionada, mas não sabendo ainda concretamente como posicionar o conteúdo, ficou concluída a *homepage* (Figura 11). Desenvolver as páginas seguintes, será uma nova etapa.

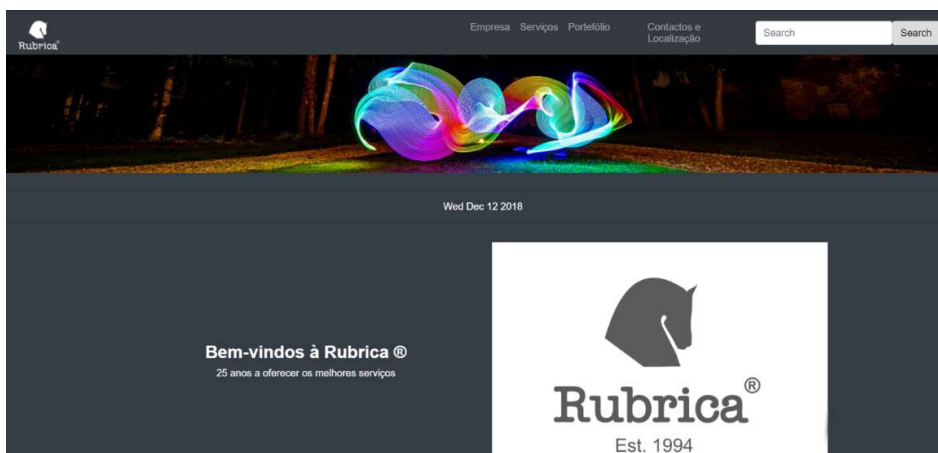


Figura 11 - Homepage (esboço)  
(Fonte: realização própria)

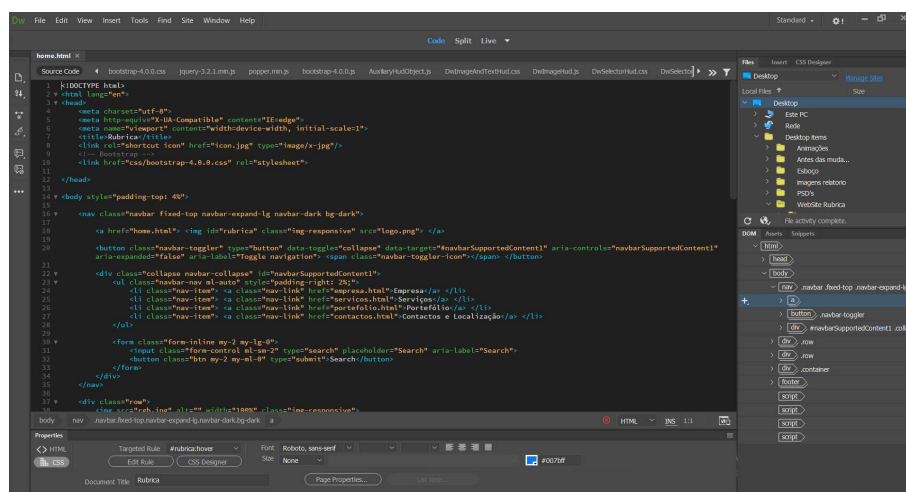


Figura 12 - Código página inicial Adobe Dreamweaver (esboço)  
(Fonte: realização própria)

Os estilos adotados para este esboço foram alterados através do documento CSS (Figura 13), como alternativa à formatação dentro do documento, cria-se um link para uma página, onde estão inseridos os estilos.

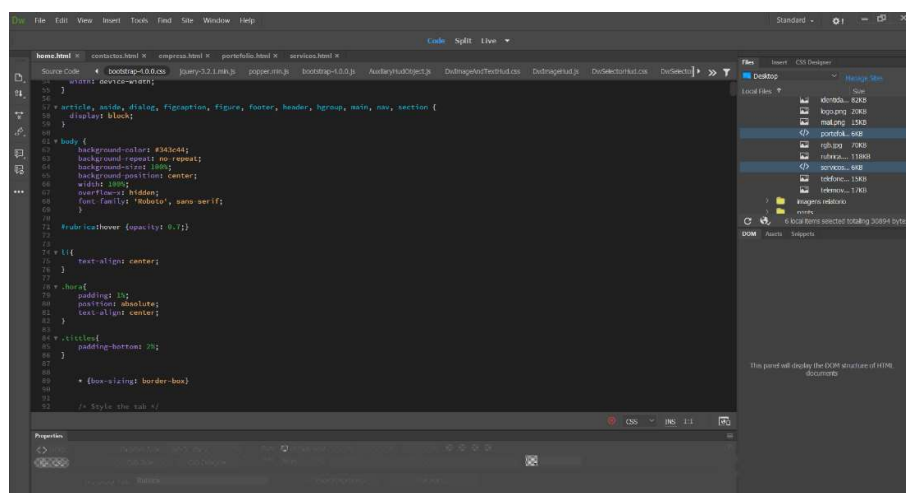


Figura 13 - Página de estilos Adobe Dreamweaver (esboço)  
(Fonte: realização própria)

Na execução deste esboço colocou-se especial ênfase na forma de dispor o portfólio, de forma a torná-lo atrativo, quando consultado. A estratégia utilizada foi, então, permitir que o cursor, enquanto passava na imagem, a mesma, aumentasse de tamanho, dando zoom (Figura 14). A imagem passa a ser mais perceptível e permitindo captar a atenção do público.

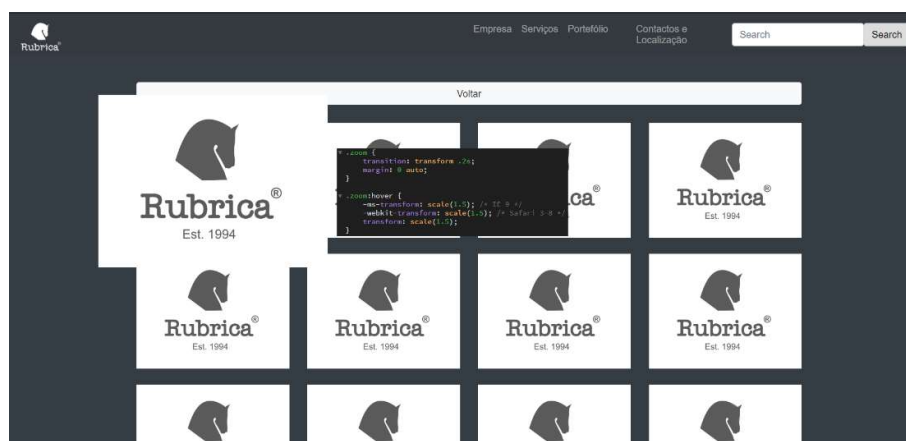


Figura 14 - cursos a passar na imagem mais informação do estilo (esboço)  
(Fonte: realização própria)

Este pequeno esboço foi considerado um teste, com o intuito de fazer uma avaliação das competências adquiridas, projetando já o trabalho final - a realização do sítio internet da identidade acolhedora. Foi, pois, bastante profícuo começar a desenvolver o *website* com o recurso à elaboração previa do esboço.

## 4.2. Logo 25º aniversário Rubrica

Um dos objetivos da elaboração do sítio internet da Rubrica foi, não só fazer uma clara remodelação do seu *website*, beneficiando da celebração do 25º aniversário da sua existência.

O projeto de elaboração do logo não estava previamente delineado no plano de estágio (Anexo 1). Mas, considerando a especial celebração da empresa, considerou-se importante a elaboração do mesmo. Um logo simples, de fácil perceção para qualquer público, a ser, mais tarde, inserido no *website* criado.



Figura 15 - logo 25º aniversário Rubrica  
(Fonte: realização própria)

Para a realização deste trabalho foi utilizada a ferramenta do *Adobe*, denominada de *Adobe Illustrator*, ferramenta, esta, que também não foi lecionada no curso de Comunicação Multimédia, mas que se tornou de fácil perceção em vários trabalhos realizados na ferramenta *CorelDraw*, por serem *softwares* com algumas semelhanças e frequentemente usadas por *designers* gráficos.



Figura 16 - Logo 25º aniversário Rubrica Adobe Illustrator  
(Fonte: realização própria)

Como podemos constatar na imagem (Figura 16), as cores utilizadas na realização deste projeto foram o cinza, no fundo do logo, e o branco (Figura 17) para a cor das letras; o tipo de letra utilizado será o mesmo do *site*. Esta seleção vai de encontro às cores utilizadas na realização do *website*, previamente determinadas pelo estagiário e pelo orientador. Na imagem a cima (Figura 16), podemos ver que o fundo, no *Adobe Illustrator*, apresenta o

tom amarelo (Figura 18), para, assim, simular o fundo do sítio internet inserido e visualizando-o com as cores escolhidas.

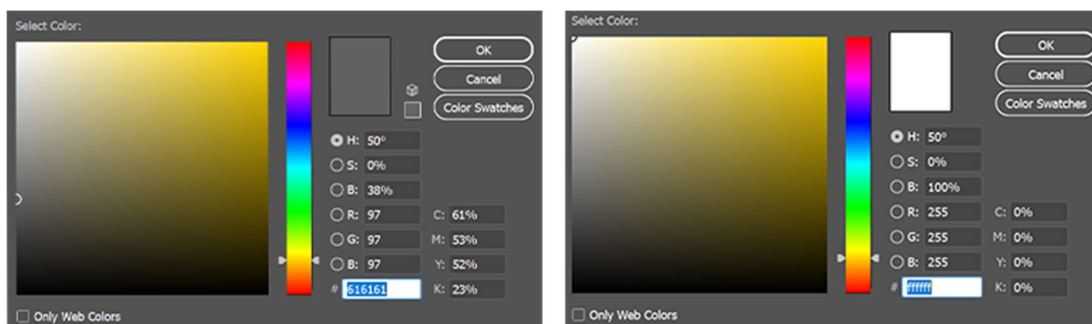


Figura 17 - cor do logo e das letras  
(fonte: realização própria)

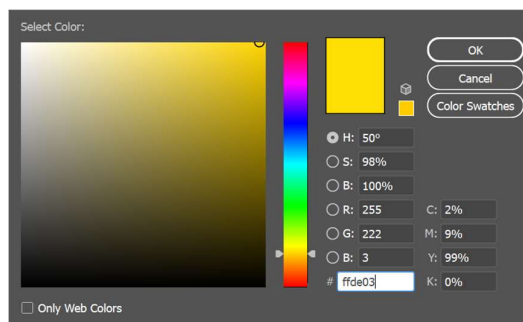


Figura 18 - fundo Illustrator e do Website  
(Fonte: realização própria)

### 4.3. Website Rubrica

Concretizado o esboço, deu-se início à elaboração do sítio internet.

Antes de se iniciar esta nova etapa, houve necessidade de reunir com o Enf.º Carlos Vicente e discutirem-se vários aspetos do *layout*. Ficou, então, decidido a utilização da cor amarela para o fundo da página *web*. Para o logo, a barra de navegação e nos vários separadores da *homepage*, a opção foi para um fundo cinza (Figura 19).



```
<body>
<nav class="navbar sticky-top navbar-expand-lg navbar-dark" style="background-color: #616161">
  <a href="index.html">  </a>
  <button class="navbar-toggler" type="button" data-toggle="collapse" data-target="#navbarSupportedContent2" aria-controls="navbarSupportedContent2"
    aria-expanded="false" aria-label="Toggle navigation"> <span class="navbar-toggler-icon"></span> </button>
  <div class="collapse navbar-collapse" id="navbarSupportedContent2">
    <ul class="navbar-nav ml-auto">
      <li class="nav-item active"> <a class="nav-link" style="padding-left: 20px" href="index.html">Home <span class="sr-only">(current)</span>
      </a> </li>
      <li class="nav-item"> <a class="nav-link" style="padding-left: 20px" href="empresa.html">Empresa</a> </li>
      <li class="nav-item"> <a class="nav-link" style="padding-left: 20px" href="servicos.html">Serviços</a> </li>
      <li class="nav-item"> <a class="nav-link" style="padding-left: 20px" href="portefolio.html">Portefólio</a> </li>
      <li class="nav-item"> <a class="nav-link" style="padding-left: 20px" href="contactos.html">Contactos & Localização</a> </li>
    </ul>
  </div>
</nav>
```

Figura 19 - cor da barra de navegação, do logo e dos separadores da homepage  
(Fonte: realização própria)

Como o tipo de letra poderia ser uma escolha pessoal, houve tempo para pesquisar, através do *Google Fonts*, e seleccionar o mais adequado. A escolha recaiu sobre o tipo de letra *Dosis*, na cor preta (Figura 20), a razão da escolha desta fonte é por ser sim e facilmente legível e também porque queria um tipo de letra sem serifa e arredondada.

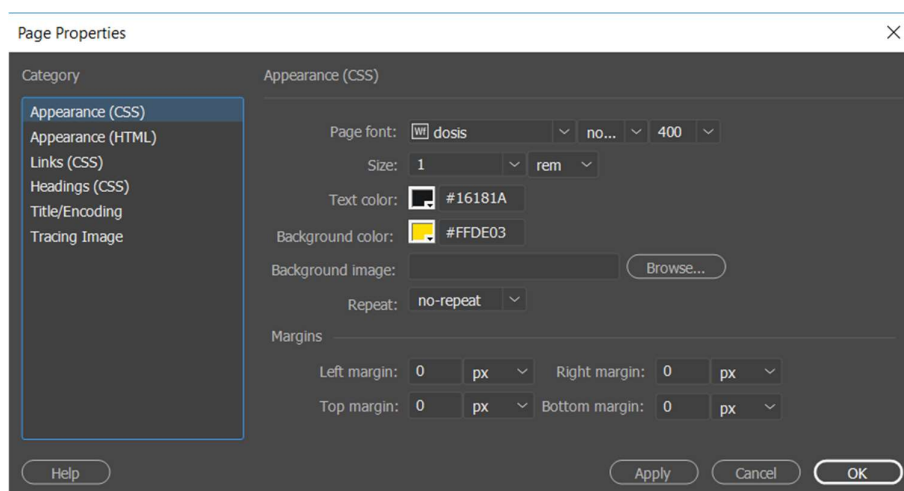
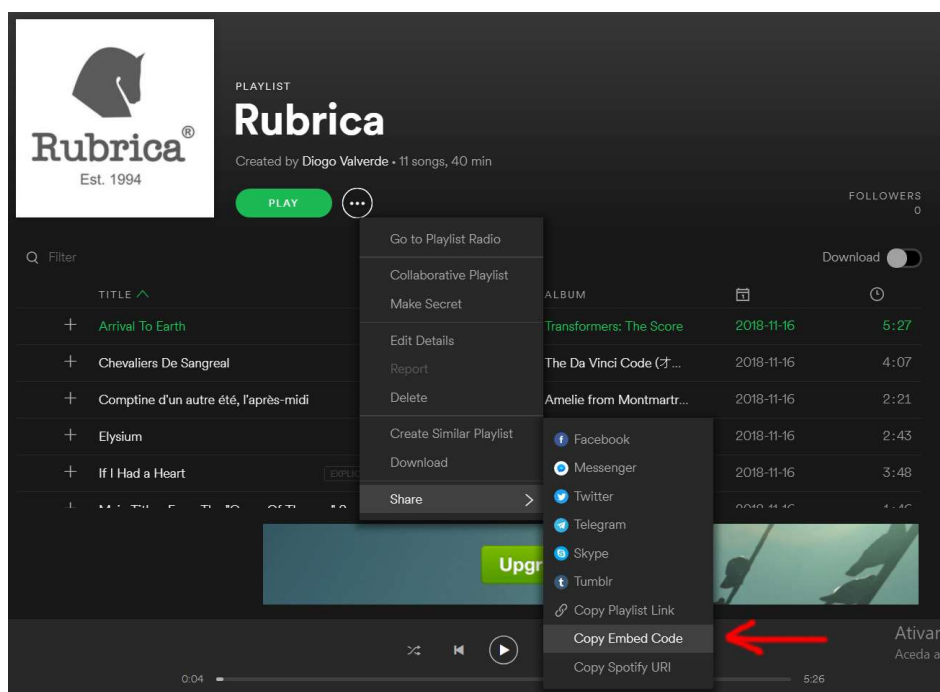


Figura 20 - tipo de letra, cor do texto e cor do fundo  
(Fonte: realização própria)

A etapa seguinte, seria o tópico da música. O plano inicial seria criar uma rádio, mas depois de efetuados alguns testes sem sucesso, ficou decidido, proceder de forma diferente. É facto que ao criar uma rádio poderiam, daí, advir problemas de *Copyright*, por isso, o passo seguinte seria a criação de uma lista de músicas, no programa *Spotify*. A partir desta ferramenta podemos copiar o código para o *site* (Figura 21). Este separador assim clicado, abre-se, automaticamente, noutra aba, permitindo a audição da música e a consulta do *website* em simultâneo.



```
<p> <iframe src="https://open.spotify.com/embed/user/1179519910/playlist/0F7PpnTQ1zLndbJ3yznpQJ" width="450" height="400" frameborder="0" allowtransparency="true" allow="encrypted-media"></iframe> </p>
```

Figura 21 -Embed code from Spotify  
(Fonte: realização própria)

Em relação à aba da descrição da “Empresa”, da sua história e das suas políticas, o processo foi simples: copiou-se o texto adicionado no esboço e a imagem da remodelação da identidade visual e acrescentou-se a realização do logo, do 25º aniversário (Figura 22).

Na *homepage* tem o início da informação representado em texto, seguido por um botão que dará continuidade e seguirá para o separador da “Empresa”.

```
<div class="container">
  <hr class="my-3">
  <h4 class="text-center font-weight-bold titulos"> Empresa</h4>
  <hr class="my-3">

  <div class="row empresa reveal">
    <div class="col-lg-6 text-center">
      
      <p class="text-justify"> A empresa tem origem em Setembro de 1994 num projeto desenvolvido por Carlos Vicente e Nuno Abrunhosa, ainda estudantes de engenharia na Universidade da Beira Interior. Inicialmente com a denominação de P&I, o seu processo de licenciamento e legalização concluiu-se em 1995 como sociedade irregular. No ano seguinte concluiu-se o registo da marca Rubrica &reg. Em março de 1997, foi transformada a sociedade irregular na sociedade por quotas Carlos Vicente & Nuno Abrunhosa, Lda. </p>
    </div>
    <div class="col-lg-6">
      <p class="text-justify"> Em 2006 e 2007 a empresa sofreu o processo profundo de reestruturação, a alteração da denominação, sede, capital e pacto social, realizaram-se novos investimentos em instalações e equipamentos; a empresa tomou a designação atual de Rubrica-Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.</p>
      <p class="text-justify"> Ao longo de duas décadas de existência a Rubrica &reg desenvolveu, para além de um inovador e completo processo criativo, um sistema de produção de meios que lhe permite oferecer aos seus clientes a maioria dos trabalhos sem recorrer a terceiros para as suas produções, controlando, desta forma, todo o processo.</p>
      <p class="text-justify"> A empresa apostou sempre numa política de especialização, nas novas tecnologias. Tem vindo a desenvolver nas áreas de engenharia, design, passando pela publicidade, um trabalho de qualidade reconhecida e a assumir uma posição de relevo com soluções profissionais; é responsável pela imagem e campanhas de inúmeras empresas, instituições, produtos, feiras, congressos, conferências nacionais e internacionais. Ao longo de duas décadas a Rubrica &reg recebeu inúmeros prémios em concursos de ideias.</p>
    </div>
  </div>

  <div class="row">
    <div class="col-lg-12">
      
    </div>
  </div>
</div>
```

Figura 22 - código Empresa no Dreamweaver  
(Fonte: realização própria)

No que diz respeito aos “Serviços” foi encetada uma animação no *Adobe Animate* que tem a função de indicar aonde clicar para obter mais informação à cerca dos serviços prestados pela organização (Figura 23). O *Dreamweaver* tem a opção de adicionar diretamente animações exportadas do *Animate*.

```
<div class="col-lg-6">
  <object id="EdgeID" type="text/html" width="525" height="191" data-dw-widget="Edge" data="esquerda animação/Assets/esquerda
  animação.html"></object>
</div>
```

Figura 23 - objeto exportado do *Animate* para o *Dreamweaver*  
(Fonte: realização própria)

Cada serviço está devidamente identificado e explicado, cada um está dividido no seu separador para facilitar a sua compreensão.

Na página inicial, os serviços estão representados através de símbolos, e cada um deles é direcionado para cada tipo de serviço exercido pela empresa (Figura 24).

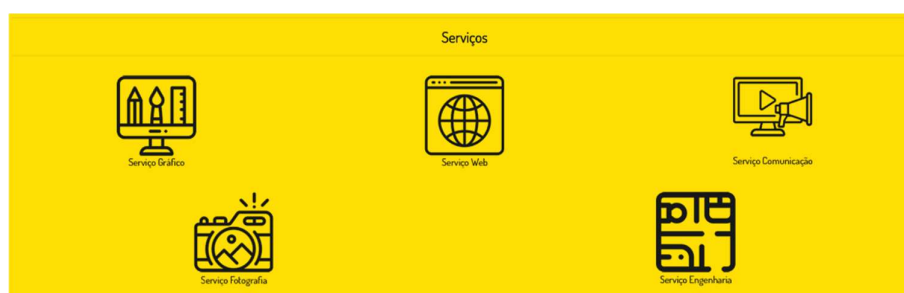


Figura 24 - Serviços homepage  
(Fonte: realização própria)

Ao entrar no “Portefólio” podemos visualizar uma imagem que, ao clicar, dá informação sobre todos os trabalhos realizados pela empresa Rubrica.

Esta etapa de pesquisa revestiu-se de algumas dificuldades: descobrir uma forma simples mas eficaz do cliente visualizar e analisar cada trabalho ao pormenor. Foi, então, uma opção acrescentar *JavaScript* ao código (Figura 25). Com ele, podemos abrir um *modal* com cada imagem e ficamos com os botões para navegar para a direita ou esquerda.

```

<script>
// Get the modal
var modal = document.getElementById('myModal');

// Get the image and insert it inside the modal - use its "alt" text as a caption
var img = $('.myImg');
var modalImg = $("#img01");
var captionText = document.getElementById("caption2");
$('.myImg').click(function(){
  modal.style.display = "block";
  var newSrc = this.src;
  modalImg.attr('src', newSrc);
  captionText.innerHTML = this.alt;
});

// Get the <span> element that closes the modal
var span = document.getElementsByClassName("close2")[0];

// When the user clicks on <span> (x), close the modal
span.onclick = function() {
  modal.style.display = "none";
}

//When the user clicks on screen, close the modal
window.onclick = function(event){
  if(event.target == modal){
    modal.style.display = "none";
  }
}

```

Figura 25- JavaScript adicionado ao Portefólio  
(Fonte: realização própria)

Para fechar a imagem basta carregar no “X” que se encontra no topo direito do ecrã ou até mesmo em qualquer parte da tela, fora da imagem (Figura 26).

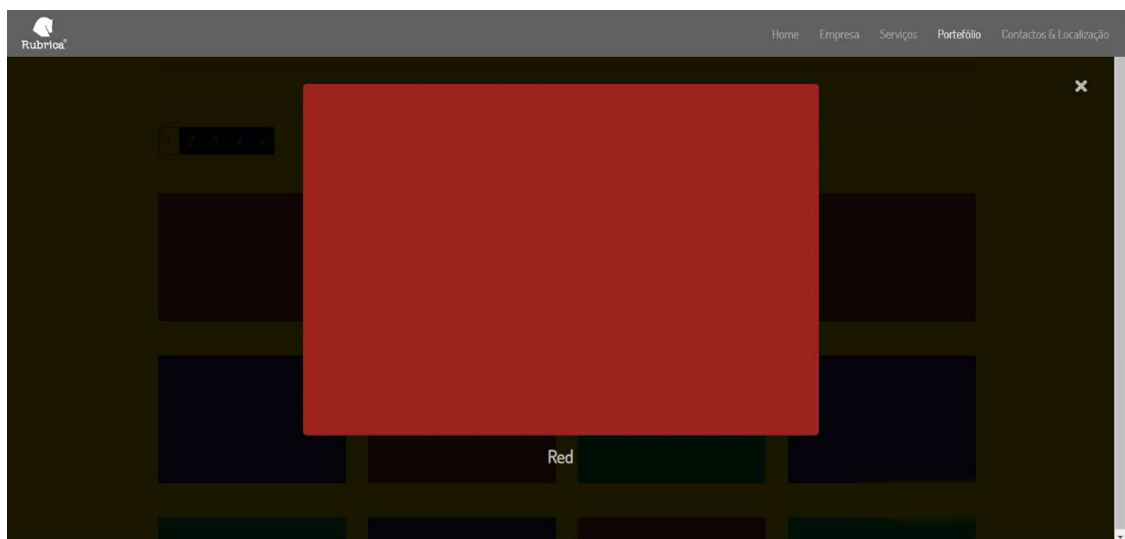


Figura 26 - navegar pelo portefólio e fechar a imagem  
(Fonte: realização própria)

Na página inicial encontramos quatro imagens definidas com maior enfase para o cliente. Para visualizar outros trabalhos é só clicar o botão “Ver mais”.

No último ponto deste *site*, encontramos informações à cerca dos contactos e da localização da empresa (Figura 27). Podemos verificar que reunimos todas as informações úteis para potenciais clientes ou esclarecer os já fidelizados.

Foi também inserido um mapa que permite a orientação do cliente e possibilita a criação de rotas até à localização da organização, com as respetivas coordenadas.

```
<div class="row contactos">
  <div class="col-lg-6 col-sm-12">
    <h5> Rubrica </h5>
    <p class="small"> Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda. </p>

    <p> Rua da Indústria, 22 Cave B </p>
    <p> 6200-114 Covilhã - Portugal </p>

    <p>  (+351) 275 181 767 </p>
    <p>  (+351) 962 602 827 </p>
    <p class="mail">  <a class="imglinktxt" href="mailto:info@rubrica.eu">
      info@rubrica.eu </a> </p>
  </div>

  <div class="col-lg-6 col-sm-12">
    <div class="embed-responsive embed-responsive-16by9 rounded">
      <iframe class="embed-responsive-item" src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m14!1m8!1m3!1d6086.886606494043!2d-
        7.509023!3d40.288115!3m2!1i1024!2i768!4f13.1!3m3!1m2!1s0xd3d239462f10c11%3A0x51be172b6017c864!2sR.+da+Ind%C3%A9ria+22%2C+Covilh%C3%A
        3!5e0!3m2!1spt-PT!2spt!4v1538145726512" allowfullscreen> </iframe>
    </div>
  </div>

  <div class="col-lg-12">
    <p style="word-spacing: 15px">  40°17'14''N 7°30'31''W </p>
  </div>
</div>
```

Figura 27 - informações empresa  
(Fonte: realização própria)

Como a opinião dos clientes e visitantes do site, é importante, temos um botão, que inicia um *modal* (Figura 28) e permite fazer um comentário ou expor uma opinião. Fica aqui a possibilidade de se auscultar o público alvo e, caso se justifique, intervir para melhorar.

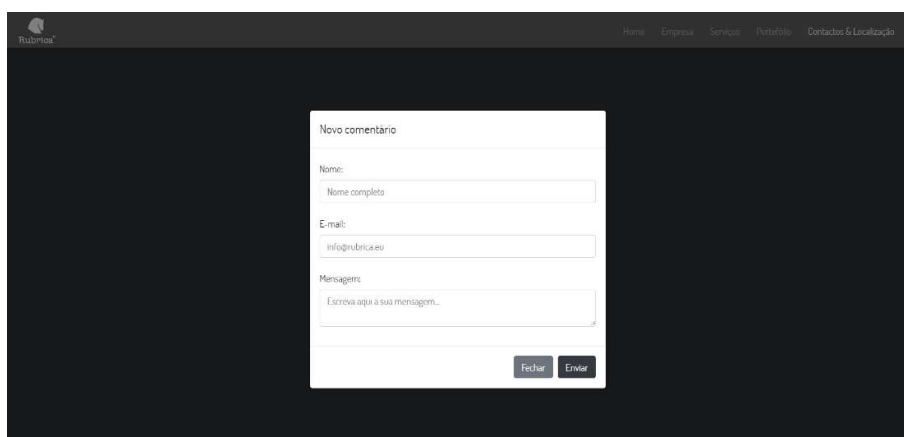


Figura 28 - caixa de comentário  
(Fonte: realização própria)

```

<div class="modal fade" id="exampleModal" tabindex="-1" role="dialog" aria-labelledby="exampleModalLabel" aria-hidden="true">
  <div class="modal-dialog" role="document">
    <div class="modal-content">
      <div class="modal-header">
        <h5 class="modal-title" id="exampleModalLabel">Novo comentário</h5>
      </div>
      <div class="modal-body">
        <form>
          <div class="form-group">
            <label for="recipient-name" class="col-form-label">Nome:</label>
            <input type="text" class="form-control" id="recipient-name" placeholder="Nome completo">
          </div>
          <div class="form-group">
            <label for="recipient-mail" class="col-form-label">E-mail:</label>
            <input type="text" class="form-control" id="recipient-mail" placeholder="info@rubrica.eu">
          </div>
          <div class="form-group">
            <label for="message-text" class="col-form-label">Mensagem:</label>
            <textarea class="form-control" id="message-text" placeholder="Escreva aqui a sua mensagem..."></textarea>
          </div>
        </form>
      </div>
      <div class="modal-footer">
        <button type="button" class="btn btn-secondary" data-dismiss="modal">Fechar</button>
        <button type="button" class="btn btn-dark">Enviar</button>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>

```

Figura 29 – código modal caixa de comentários  
(Fonte: realização própria)

Por fim, para o sítio internet ficar totalmente *responsive* foram adicionadas normas que regulam o tamanho do texto, dependendo do tipo de diapositivo, e a disposição dos vários itens poder alterar, de acordo com o ecrã.

Temos, então, as chamadas *media queries* (Figura 30) que se aplicam no ficheiro dos estilos e permite que o site fique muito fluido em todos os dispositivos.

<pre> @media (min-width: 576px){   .musica {     font-size: 1.7rem;   }    .carousel-caption h3{     font-size: 1rem;   }    .carousel-caption cite{     font-size: 0.8rem;   }    .titulos {     font-size: 1.1rem;   }    .empresa p{     font-size: 0.9rem;   }    .servicos p{     font-size: 0.9rem;     text-align: justify;   }    .servicos h4{     font-size: 1.1rem;     padding-top: 20px;   } } </pre>	<pre> @media (min-width: 768px){   .musica {     font-size: 2.1rem;   }    .carousel-caption h3{     font-size: 1.4rem;   }    .carousel-caption cite{     font-size: 0.9rem;   }    .titulos {     font-size: 1.3rem;   }    .empresa p{     font-size: 1rem;   }    .servicos p{     font-size: 1rem;     text-align: justify;   }    .servicos h4{     font-size: 1.3rem;     padding-top: 20px;   }    .imgportefolio{     width: 350px;   } } </pre>	<pre> @media (min-width: 992px){   .musica {     font-size: 2.5rem;   }    .carousel-caption h3{     font-size: 1.75rem;   }    .carousel-caption cite{     font-size: 1rem;   }    .titulos {     font-size: 1.5rem;   }    .empresa p{     font-size: 1.1rem;   }    .servicos p{     font-size: 1.1rem;     text-align: justify;   }    .servicos h4{     font-size: 1.5rem;     padding-top: 0px;   }    .imgportefolio{     width: 400px;   } } </pre>
--	---	---

Figura 30 - medidas mínimas para serem aplicadas as media queries  
(Fonte: realização própria)

Em relação à disposição dos itens, vai depender das colunas que definimos para a sua estruturação, por exemplo, no portfólio encontramos quatro colunas divididas, mas à medida que a definição do dispositivo vai diminuindo, as colunas vão passar de quatro para duas (Figura 31).

```
<div class="row">
  <div class="col-lg-3 col-sm-6">|
    
  </div>

  <div class="col-lg-3 col-sm-6">
    
  </div>

  <div class="col-lg-3 col-sm-6">
    
  </div>

  <div class="col-lg-3 col-sm-6">
    
  </div>
</div>
```

*Figura 31 - disposição por colunas dependendo do dispositivo  
(Fonte: realização própria)*

Para finalizar, todas as imagens e ícones usados neste projeto são grátis e foram todos trabalhados e editados no *Adobe Photoshop*.



## Reflexão Final

Muitos antes de entrar na licenciatura em Comunicação Multimédia, já tinha um certo gosto por *web design*, apesar de nunca o ter estudado. Sempre tive curiosidade em saber como é que as páginas *web* se desenvolviam e através de que meios. Hoje, já posso dizer que disponho de um conjunto de informações que me permitem consolidar as aprendizagens obtidas quer na licenciatura, quer no estágio curricular, realizado nestes três meses.

Desde o primeiro dia que o Eng.º Carlos Vicente me recebeu de braços abertos e me apoiou durante todo este percurso, bem visível através do *feedback positivo* demonstrado. Foi, sem dúvida, uma boa experiência e uma excelente forma de problematizar novas situações, resolver novos desafios e, sobretudo tentar superar os obstáculos que foram surgindo. Foi uma etapa muito importante que permitiu ganhar experiência profissional e crescer como pessoa.

Chegar ao fim da etapa mais importante do contexto académico, o término da licenciatura, é fundamental efetuar um balanço sobre todo este processo.

Todas as cadeiras lecionadas na licenciatura de Comunicação Multimédia foram os alicerces para a consolidação de competências, do saber-ser, do saber-fazer e do saber-estar. Permite o estágio curricular enriquecer e, muito, o plano de estudos e a sua aplicabilidade num contexto real de trabalho. Nem sempre as licenciaturas permitem criar estas oportunidades aos seus estudantes e, neste sentido, o IPG e a ESECD, primam por isso.

Em relação ao estágio curricular na Rubrica, posso explicar todas as etapas que levaram a esta escolha: antes demais, queria estagiar num local que me fosse totalmente desconhecido, quer a nível pessoal, quer a nível profissional. Por isso, surgiu, como opção, a cidade da Covilhã e a empresa Rubrica, porque queria realizar um projeto na área do *web design*. E, sem dúvida, era importante escolher um local e uma entidade que me permitissem aprender e evoluir nessa área – a Rubrica.

Fazendo a retrospectiva dos três meses em que colaborei, como estagiário, nesta empresa, considero que o balanço foi muito positivo e teve um peso muito importante na minha formação. Conquistei e desenvolver novas competências, ganhei experiência nas várias



atividades que realizei e nos novos *softwares* que aprendi a dominar, sendo esta uma das principais dificuldades do estágio, visto que nunca tinha experienciado qualquer tipo de atividade nestas ferramentas.

Sendo o estágio uma porta aberta para o mercado de trabalho, torna-se importante o facto de provar as nossas capacidades na área. Depois do processo de adaptação, o receio de falhar, ou de não corresponder às expectativas, foi diminuindo. Empenhei-me visivelmente, e com responsabilidade, na concretização de todas as atividades.

Finalmente, posso dizer que o único ponto menos positivo deste estágio, foi não ter tido a oportunidade de realizar, ou colaborar em outros projetos na área de *web design*. Mas, contudo, estou convicto que o estágio teve um balanço positivo e contribuiu, em muito, para a minha formação pessoal e profissional.

## Bibliografia

GOMES (2008) Design do objeto: bases conceituais. São Paulo: Escrituras. Editora, 2006.

Lindon, D., et al. (2004). Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing (10ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Machado, D. (2009) Filosofia institucional: Missão – visão – valores do sistema de bibliotecas da Universidade federal do rio grande do sul. Monografia de conclusão de curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Consultado a 28/nov de 2018 em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18488/000730113.pdf>

Oliver, S. (2008). Public Relations Strategy. Londres: Kogan Page.

SCHNEIDER, Beat. Design – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

Turra, (2014). Um estudo de caso sobre definição de estratégias para compras corporativas de materiais indiretos. Curitiba: Universidade Federal do Paraná.

Vásquez, R. P. (2007). Identidade de marca, gestão e comunicação. São Paulo. Consultado a 30/nov de 2018 em [http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re\\_vista7/198a211.pdf](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista7/198a211.pdf)

## Webgrafia

<http://www.rubrica.eu> (consultado durante o estágio)

<https://www.w3schools.com/> (consultado durante o estágio)

<https://getbootstrap.com/> (consultado durante o estágio)

<https://www.significadofacil.com/mailling/> (consultado a 28/nov de 2018)

<http://www.profissionaldeecommerce.com.br/como-uma-newsletter-pode-ajudar-no-marketing-de-conteudo/> (consultado a 28/nov de 2018)

<https://www.dicionarioinformal.com.br/outdoor/> (consultado a 28/nov de 2018)

<https://dreamfeel.wordpress.com/2009/10/14/o-que-sao-mupis/> (consultado a 28/nov de 2018)

<http://www.dados.pt/plotters/mimaki-cjv-150-160-clone.html> (consultado a 30/nov de 2018)

<http://www.protoprimus.com.br/maquinas-cnc-historia-comando-numerico-computadorizado/> (consultado a 30/nov de 2018)

<https://www.ebah.com.br/content/ABAAABnIIAA/projeto-pesquisa-resolucao-problemas> (consultado a 2/dez de 2018)

<https://www.zoom.com.br/impressora-e-multifuncional/deumzoom/o-que-e-uma-impressora-plotter> (consultado a 2/dez de 2018)

<https://pt.slideshare.net/senacsapaulo/adobe-photoshop-cs6-28248990> (consultado a 3/dez de 2018)

<https://www.flag.pt/oferta/adobe-animate-cc-lisboa-pos-laboral-e-sabados-20190625/> (consultado a 3/12 de 2018)

<https://www.flag.pt/curso/adobe-dreamweaver/> (consultado a 3/dez de 2018)

<https://www.flag.pt/oferta/adobe-illustrator-lisboa-sabados-20181215/> (consultado a 3/dez de 2018)

<https://www.illustrearte.com.br/o-que-e-o-corel-draw-para-que-ele-serve/> (consultado a 7/dez de 2018)

<https://eadbox.com/copyright/> (consultado a 07/dez de 2018)

<https://tableless.com.br/introducao-sobre-media-queries/> (consultado a 7/dez de 2018)

---

## Anexos




## **Lista de Anexos**

Anexo I – Plano de estágio

## **Anexo I**

Plano de estágio

 <p><b>Politécnico da Guarda</b> Polytechnic of Guarda</p>	<p><b>PLANO DE TRABALHO</b></p> <p>Ensino Clínico Estágio</p> <p>Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados</p>	<p><b>MODELO:</b> GESP 004.00</p> <p>Ano Letivo <b>17 / 18</b></p>
---	---	--

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.

Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH	
Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extra-curricular <input type="checkbox"/> Outra: _____	
Ao abrigo do: <u>protocolo ou especificidade formativa?</u> <input type="checkbox"/> Sim    Qual? _____		
Informação adicional (se aplicável):		
Designação:	_____	
Ano curricular:	Semestre:	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período

**1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES**

Estudante: Diogo Vinícius Neto Vilhena    N.º de estudante: 5008615

Docente orientador(a): \_\_\_\_\_

Supervisor(a)/Tutor(a): CARLOS MANUEL VICENTE

**2. PLANO DE TRABALHO**

- ADAPTAÇÃO À EMPRESA
- ELABORAÇÃO DO SÍLIO INTERNO
  - ANÁLISE DO ESTADO DE ENFERMOS
  - PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO
  - DEFINIÇÕES CONCEPTO BASE
  - CONSTRUÇÃO DO SÍLIO
- TRABALHO E CATEGORIA DE INTERVENÇÃO A INICIAR.
- ANÁLISE E CORREÇÕES FINAIS DO PROJETO.
- RELATÓRIO DE OSOMIO

**3. ASSINATURAS**

<p>O(A) Estudante</p> <p>_____</p> <p>(assinatura)</p>	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p>_____</p> <p>(assinatura)</p>	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <p><u>12/10/2018</u></p> <p><u>[Assinatura]</u></p> <p>(assinatura)</p>
--	--	---



---

## Apêndices



## **Lista de apêndices**

Apêndice I – *Homepage* do esboço

Apêndice II – Restantes páginas do esboço

Apêndice III – Escolha logo do 25º aniversário Rubrica

Apêndice IV – Restantes opções para logo do 25º aniversário Rubrica

Apêndice V – *Homepage website* finalizado

Apêndice VI – Restantes páginas *website* finalizado

Apêndice VII – *Homepage* modo *responsive*

Apêndice VIII – Restantes páginas modo *responsive*

Apêndice IX – Animação *Adobe Animate*

## **Apêndice I**

*Homepage* do esboço



Rubrica®

[Empresa](#) [Serviços](#) [Portefólio](#)

[Contactos e  
Localização](#)



Sun Dec 16 2018

**Bem-vindos à Rubrica®**  
25 anos a oferecer os melhores serviços



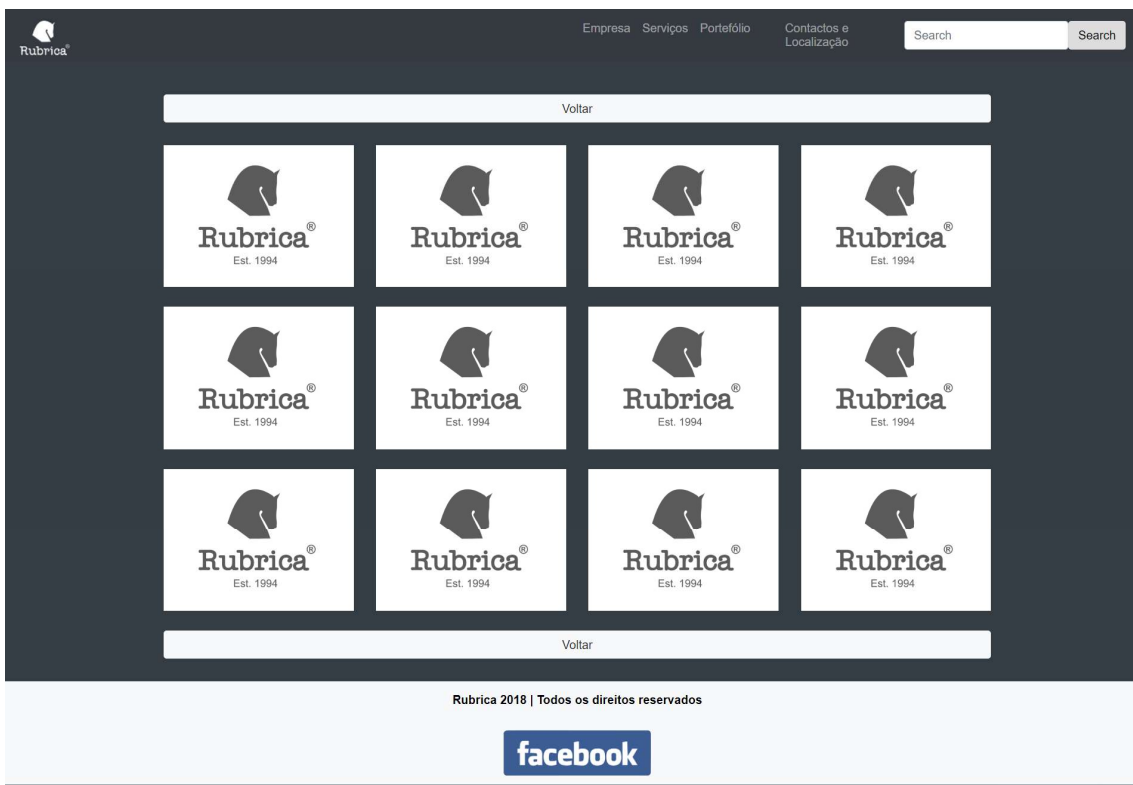
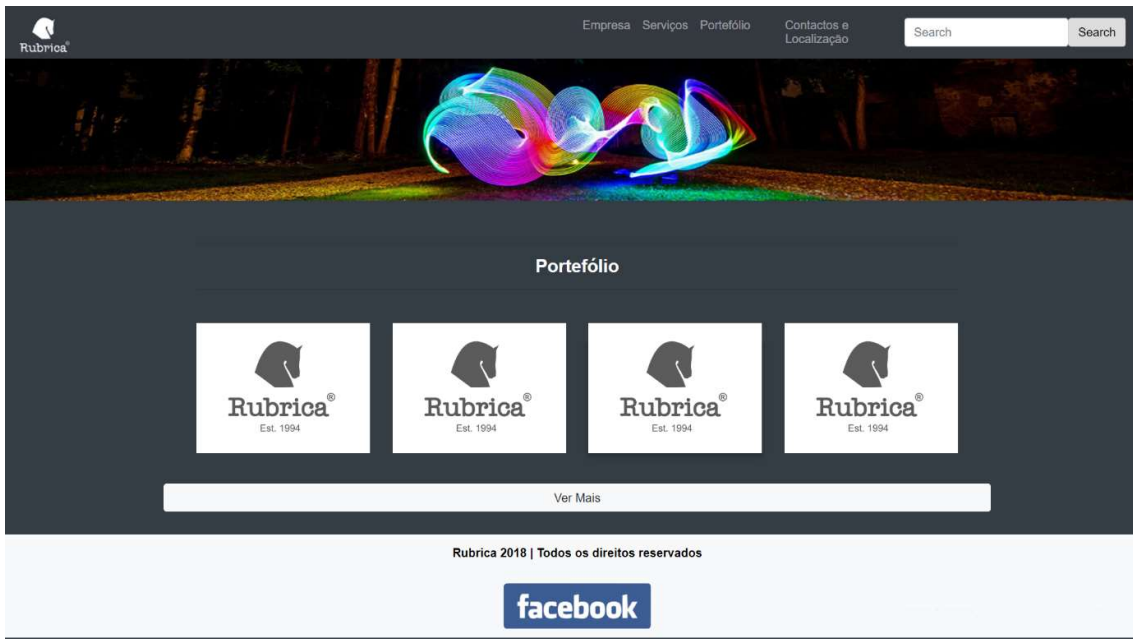
Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

[facebook](#)

## **Apêndice II**

Restantes páginas do esboço







## Contactos e Localização

### Rubrica

Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.

Rua da Indústria , 22 Cave B

6200-114 Covilhã - Portugal

 (+351) 275 181 767

 (+351) 962 602 827

 [info@rubrica.eu](mailto:info@rubrica.eu)



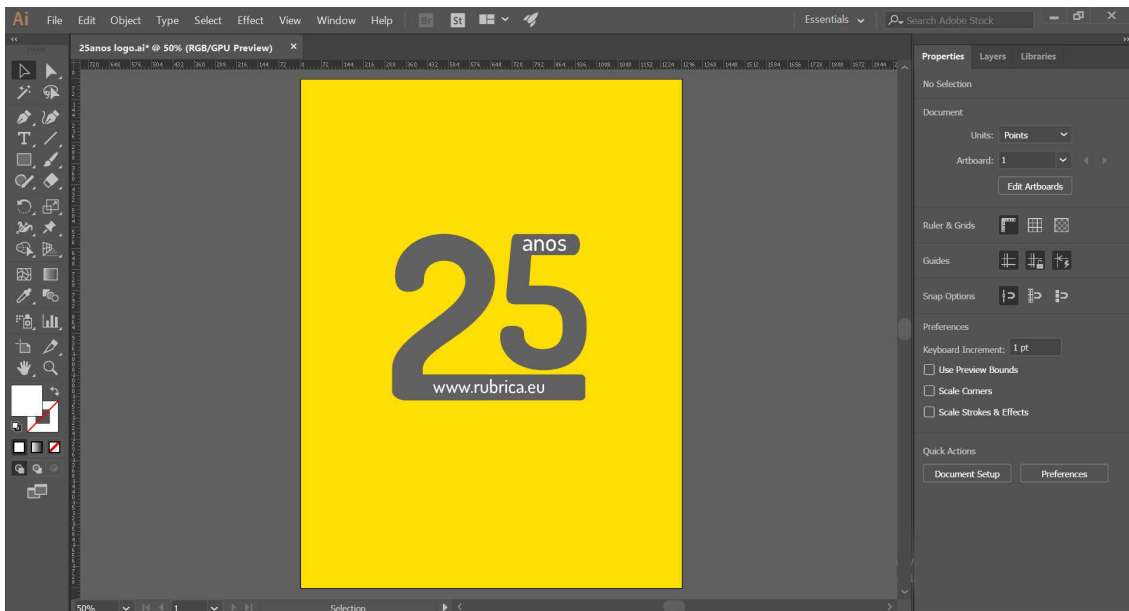
Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

[facebook](#)



### **Apendice III**

Escolha logo do 25º aniversário Rubrica



#### **Apêndice IV**

Restantes opções para logo do 25º aniversário Rubrica

25 anos  
Rubrica

25 anos  
Rubrica

25 anos  
www.rubrica.eu

25 anos  
www.rubrica.eu

**25anos**  
www.rubrica.eu

**25** anos  
Rubrica

**25** anos  
Rubrica

25  
ANOS  
www.rubrica.eu



## **Apêndice V**

*Homepage website* finalizado

🎵 Clique para ouvir a melhor música 🎵



## Empresa

A empresa tem origem em Setembro de 1994 num projeto desenvolvido por Carlos Vicente e Nuno Abrunhosa, ainda estudantes de engenharia na Universidade da Beira Interior. Inicialmente com a denominação de PS&B, o seu processo de licenciamento e legalização conclui-se em 1995 como sociedade irregular. No ano seguinte conclui-se o registo da marca Rubrica ®. Em março de 1997, foi transformada a sociedade irregular na sociedade por quotas Carlos Vicente & Nuno Abrunhosa, Lda.

Em 2006 e 2007 a empresa sofreu o processo profundo de reestruturação...

[Ler mais](#)

## Serviços



Serviço Gráfico



Serviço Web



Serviço Comunicação

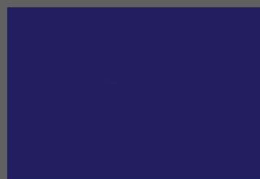


Serviço Fotografia



Serviço Engenharia

## Portefólio



[Ver mais](#)

## Contactos & Localização

Rua da Indústria, 22 Cave B

6200-114 Covilhã - Portugal

☎ (+351) 275 181 767

☎ (+351) 962 602 827

✉ [info@rubrica.eu](mailto:info@rubrica.eu)

[Mais informações](#)

— Rubrica ® —

Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados


12/18

 <https://www.facebook.com/rubrica.eu>




## **Apêndice VI**


Restantes páginas *website* finalizado


[Home](#)
[Empresa](#)
[Serviços](#)
[Portefólio](#)
[Contactos & Localização](#)


## Música


**Rubrica**  
 Diogo Valverde

1	Time	4:35
	Hans Zimmer	
2	Now We Are Free - From "Gladiator" Soundtrack	4:14
	Lisa Gerrard, Klaus Badelt, Hans Zimmer, Gavin Cree...	
3	River Flows In You - Original	3:05
	Yinuma	
4	Eyelum	2:42
	Lisa Gerrard	
5	Chevaliers De Sangreal	4:07
	Hans Zimmer	
6	Arrival To Earth	5:26
	Steve Jablonsky	
7	Main Title - From The "Game Of Thrones" Soundtrack	1:46



Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

 <https://www.facebook.com/rubrica.eu>


[Home](#)
[Empresa](#)
[Serviços](#)
[Portefólio](#)
[Contactos & Localização](#)

## Empresa



www.rubrica.eu

A empresa tem origem em Setembro de 1994 num projeto desenvolvido por Carlos Vicente e Nuno Abrunhosa, ainda estudantes de engenharia na Universidade da Beira Interior. Inicialmente com a denominação de P&B, o seu processo de licenciamento e legalização conclui-se em 1995 como sociedade irregular. No ano seguinte conclui-se o registo da marca Rubrica ®. Em março de 1997, foi transformada a sociedade irregular na sociedade por quotas Carlos Vicente & Nuno Abrunhosa, Lda.

Em 2006 e 2007 a empresa sofreu o processo profundo de reestruturação, a alteração da denominação, sede, capital e pacto social, realizaram-se novos investimentos em instalações e equipamentos, a empresa tomou a designação atual de Rubrica-Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.

Ao longo de duas décadas de existência a Rubrica ® desenvolveu, para além de um inovador e completo processo criativo, um sistema de produção de meios que lhe permite oferecer aos seus clientes a maioria dos trabalhos sem recorrer a terceiros para as suas produções, controlando, desta forma, todo o processo.

A empresa apostou sempre numa política de especialização, nas novas tecnologias. Tem vindo a desenvolver nas áreas de engenharia, design, passando pela publicidade, um trabalho de qualidade reconhecida e a assumir uma posição de relevo com soluções profissionais, é responsável pela imagem e campanhas de inúmeras empresas, instituições, produtos, feiras, congressos, conferências nacionais e internacionais. Ao longo de duas décadas a Rubrica ® recebeu inúmeros prémios em concursos de ideias.

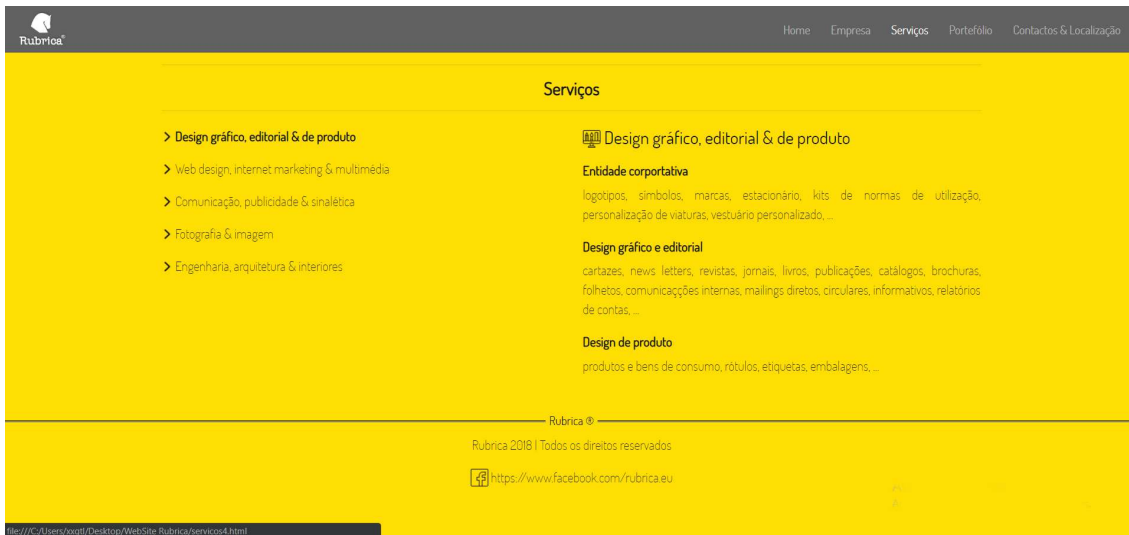
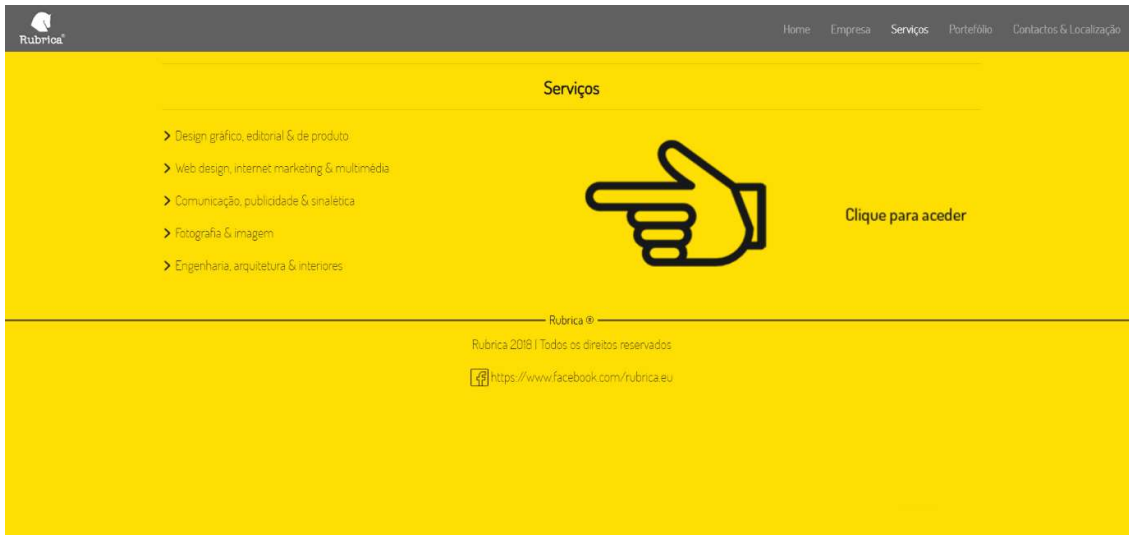


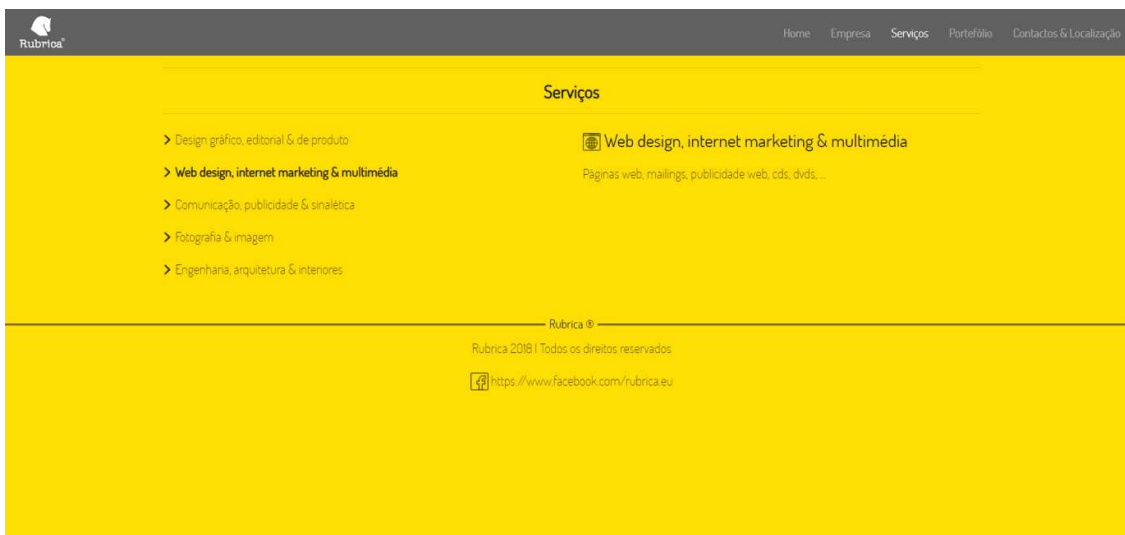


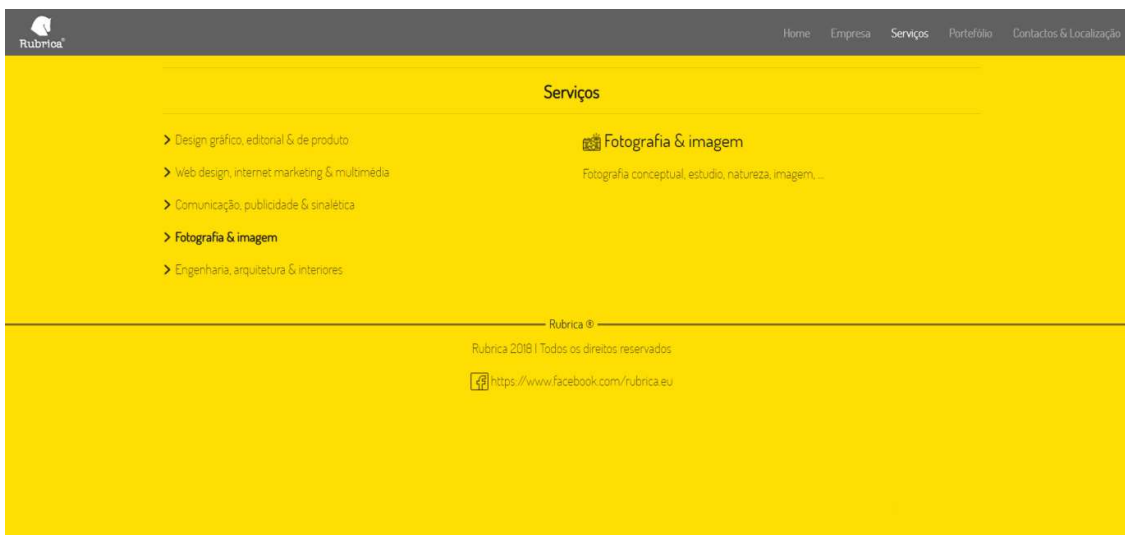


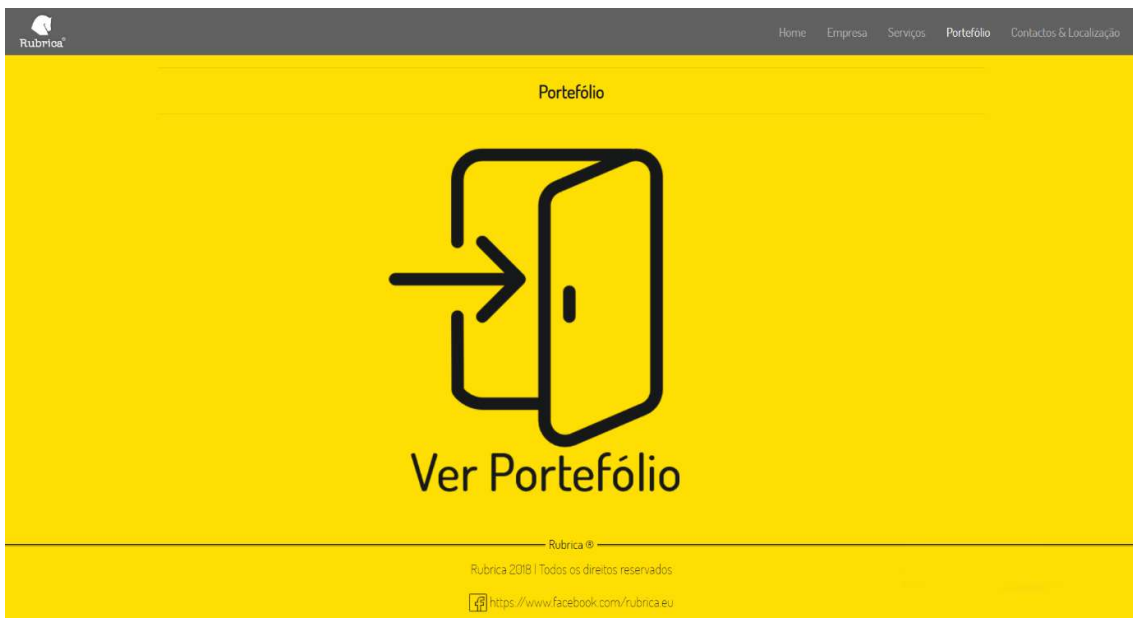

Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

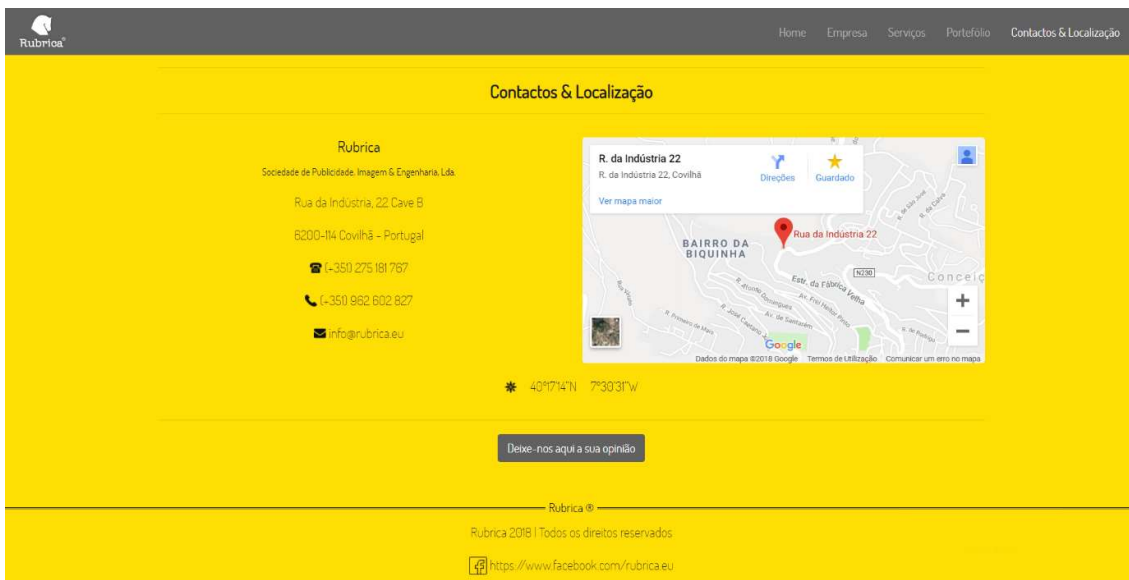
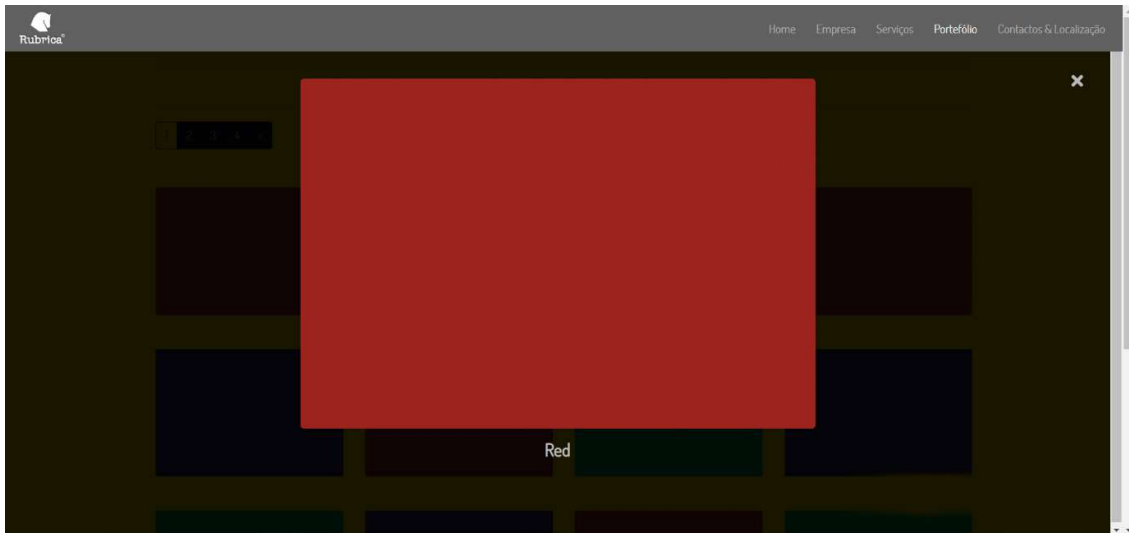
 <https://www.facebook.com/rubrica.eu>











#### Novo comentário

Nome:

Nome completo

E-mail:

info@rubrica.eu

Mensagem:

Escreva aqui a sua mensagem...

Fechar

Enviar



## **Apêndice VII**

*Homepage modo responsive*

Ler mais



Ver mais:

6200-114 Covilhã - Portugal



M

- Rubrica C

Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

## **Apêndice VIII**

Restantes páginas modo *responsive*

## Empresa



A empresa tem origem em Setembro de 1994 num projeto desenvolvido por Carlos Vicente e Nuno Abrunhosa, ainda estudantes de engenharia na Universidade da Beira Interior. Inicialmente com a denominação de P&B, o seu processo de licenciamento e legalização conclui-se em 1995 como sociedade irregular. No ano seguinte conclui-se o registo da marca Rubrica ®. Em março de 1997, foi transformada a sociedade irregular na sociedade por quotas Carlos Vicente & Nuno Abrunhosa, Lda.

Em 2006 e 2007 a empresa sofreu o processo profundo de reestruturação, a alteração da denominação, sede, capital e pacto social, realizaram-se novos investimentos em instalações e equipamentos; a empresa tomou a designação atual de Rubrica-Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.

Ao longo de duas décadas de existência a Rubrica ® desenvolveu, para além de um inovador e completo processo criativo, um sistema de produção de meios que lhe permite oferecer aos seus clientes a maioria dos trabalhos sem recorrer a terceiros para as suas produções, controlando, desta forma, todo o processo.

A empresa apostou sempre numa política de especialização, nas novas tecnologias. Tem vindo a desenvolver nas áreas de engenharia, design, passando pela publicidade, um trabalho de qualidade reconhecida e a assumir uma posição de relevo com soluções profissionais; é responsável pela imagem e campanhas de inúmeras empresas, instituições, produtos, feiras, congressos, conferências nacionais e internacionais. Ao longo de duas décadas a Rubrica ® recebeu inúmeros prémios em concursos de ideias.

Rubrica®  
1995

Rubrica®  
2000

Rubrica®  
2004

Rubrica®  
2007

Rubrica®

Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados



<https://www.facebook.com/rubrica.eu>

## Serviços

### > Design gráfico, editorial & de produto

> Web design, internet marketing & multimédia

> Comunicação, publicidade & sinalética

> Fotografia & imagem

> Engenharia, arquitetura & interiores

### Design gráfico, editorial & de produto

#### Entidade corportativa

logotipos, símbolos, marcas, estacionário, kits de normas de utilização, personalização de viaturas, vestuário personalizado, ...

#### Design gráfico e editorial

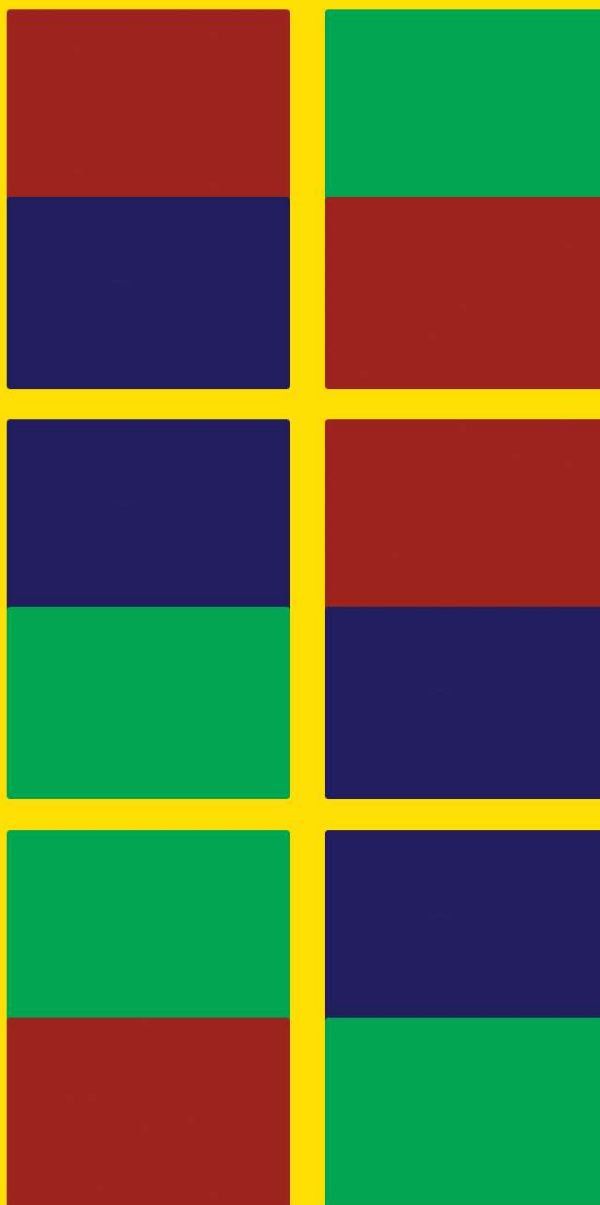
cartazes, news letters, revistas, jornais, livros, publicações, catálogos, brochuras, folhetos, comunicações internas, mailings diretos, circulares, informativos, relatórios de contas, ...

#### Design de produto

produtos e bens de consumo, rótulos, etiquetas, embalagens, ...

## Portefólio

1 2 3 4 »



1 2 3 4 »

## Contactos & Localização

### Rubrica

Sociedade de Publicidade, Imagem & Engenharia, Lda.

Rua da Indústria, 22 Cave B

6200-114 Covilhã - Portugal

☎ (+351) 275 181 767

☎ (+351) 962 602 827

✉ [info@rubrica.eu](mailto:info@rubrica.eu)



✳ 40°17'14"N 7°30'31"W

Deixe-nos aqui a sua opinião

Rubrica®

Rubrica 2018 | Todos os direitos reservados

 <https://www.facebook.com/rubrica.eu>

## **Apêndice IX**

*Animação Adobe Animate*



