



IPG

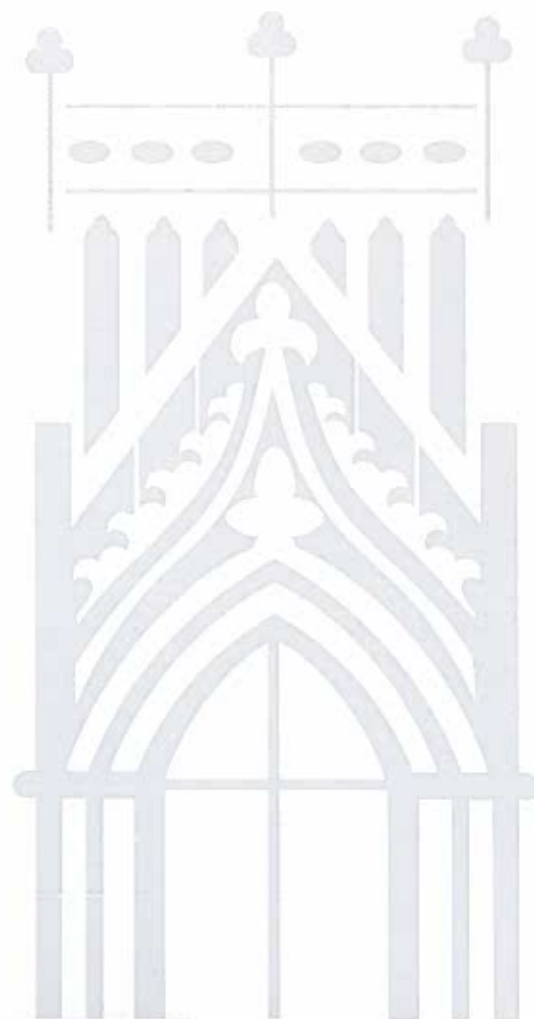
Politécnico
da Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

João Paulo Nogueira das Neves

dezembro | 2018





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

JOÃO PAULO NOGUEIRA DAS NEVES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro 2018

Ficha de Identificação

Nome: João Paulo Nogueira das Neves

Número de aluno: 5008525

Curso: Comunicação Multimédia

Docente orientador: Prof. Doutor Nelson Clemente Santos Dias Oliveira

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

Instituição de Estágio: Plim Produções

Supervisora: Ana Almeida

Morada: Rua António Sérgio, n.º 16, R/ch esquerdo, 6300-665 Guarda

Telefone: 271 023 135

Telemóvel: 966 361 750

E-mail da entidade: plimproducoes@icloud.com

Website da entidade: www.plimproducoes.com

Facebook da entidade: www.facebook.com/plimproducoesoficial

Início de estágio: 9 de julho de 2018

Fim de estágio: 9 de outubro de 2018

Agradecimentos

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

Ao Instituto Politécnico da Guarda e aos professores da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto pelos conhecimentos que me foram transmitidos ao longo de todo o período de estudo;

Ao Professor Nelson Oliveira pela sua orientação e disponibilidade;

À *Plim Produções* pela oportunidade profissional e acolhimento que me proporcionou;

À Ana Almeida (*Plim Produções*) pela confiança e disponibilidade profissional e pessoal que sempre mostrou no decorrer da realização deste estágio, bem como pela sua orientação, ensinamentos e ajuda, estima e amizade;

À Paula Catarino (*Plim Produções*) e restantes colaboradores e colegas de trabalho pelos conselhos, directrizes e predisposição em ensinar-me diariamente sobre todas as atividades da empresa, bem como pela sua companhia e amizade;

Aos meus pais, ao meu irmão e a toda a minha família pelo apoio incondicional e oportunidade que me deram durante todo o meu processo de ensino até à possibilidade de conclusão desta licenciatura;

Aos meus amigos Cátia, Débora, Jorge, Luís, Pedro e Ricardo pelo apoio e ajuda nas diversas fases desta etapa da minha vida.

Resumo

O presente relatório de estágio foi elaborado no âmbito de formação em contexto de trabalho integrante da licenciatura de Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular teve a duração de 3 meses durante o período de 9 de julho de 2018 a 9 de outubro de 2018, e decorreu no estúdio de fotografia *Plim Produções* sediado na Guarda.

No que diz respeito às atividades realizadas o estágio constituiu na captação e edição de fotografia e captação de vídeo com acesso a material profissional e diverso *software*, no atendimento ao público, na produção de elementos gráficos para a realização de postais de oferta e outros itens, na assistência em sessões fotográficas de estúdio, entre outras.

Este relatório está dividido em dois capítulos, sendo o capítulo I a introdução e caracterização da organização de acolhimento e o capítulo II a descrição completa de todos os objetivos e atividades desenvolvidas ao longo do estágio, finalizado por uma reflexão final acerca desta experiência em contexto de trabalho.

Palavras-chave: estúdio, fotografia, *Plim Produções*, vídeo

Índice Geral

Ficha de Identificação	1
Agradecimentos	2
Resumo	3
Índice Geral.....	4
Índice de Figuras	6
Índice de Tabelas	7
Glossário de Termos Técnicos	8
Introdução	9
1. Capítulo I: <i>Plim Produções</i>	11
1.1. <i>Plim Produções</i>	12
1.2. Estrutura organizacional	17
1.3. Identidade visual	17
1.3.1. Marca e logótipo.....	18
1.4. Serviços.....	19
1.5. Equipamento	20
1.6. Comunicação	21
1.6.1. Comunicação interna.....	21
1.6.2. Comunicação externa	22
1.7. Análise <i>SWOT</i>	25
2. Capítulo II: Estágio.....	28
2.1. Planeamento de estágio.....	29
2.2. Cronogramas	30
2.3. Atividades desenvolvidas	32
2.3.1. Atendimento ao público	32
2.3.2. Reportagens fotográficas e videográficas	33

2.3.3.	Reproduções, retoques e impressões	36
2.3.4.	Edição de fotografias em <i>Adobe Lightroom</i> e <i>Adobe Photoshop</i>	38
2.3.5.	Elaboração de lembranças como convites e postais de batizado, casamento e outros eventos	40
2.3.6.	Outras atividades	41
Reflexão final		44
Bibliografia.....		45
Anexos		
Apêndices		

Índice de Figuras

Figura 1: Localização <i>Plim Produções</i>	12
Figura 2: Balcão	14
Figura 3: Loja	14
Figura 4: Sala de reuniões / Sala de espera	15
Figura 5: Estúdio	16
Figura 6: Escritório.....	16
Figura 7: Logótipo.....	18
Figura 8: Página <i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/plimproducoesoficial).....	23
Figura 9: Página <i>Instagram</i> (https://www.instagram.com/plimproducoes)	23
Figura 10: Página oficial <i>Plim Produções</i> (https://www.plimproducoes.com).....	24
Figura 11: Cartão de visita.....	25
Figura 12: Exemplo de reprodução	37
Figura 13: Printscreen <i>Adobe Lightroom</i> - Antes e depois.....	38
Figura 14: Fotografia, João Neves (Antes).....	39
Figura 15: Fotografia, João Neves (Depois).....	40
Figura 16: Exemplos de postais de batizado	41
Figura 17: Printscreen <i>Pixellu SmartAlbums 2</i> (Fonte: Plim Produções).....	42

Índice de Tabelas

Tabela 1: Análise <i>SWOT</i>	26
Tabela 2: Cronograma de atividades de julho	30
Tabela 3: Cronograma de atividades de agosto	31
Tabela 4: Cronograma de atividades de setembro	31

Glossário de Termos Técnicos

Abertura – espaço físico delimitado pelos componentes internos de uma câmara fotográfica que permitem que o sensor capte mais ou menos luz.

Full frame - abreviação para formato de sensor de imagem de 35mm de câmaras digitais SLR (DSLR), formato normalmente presente apenas em gamas semiprofissionais e profissionais.

Hardware - equipamentos físicos que são usados enquanto ferramentas específicas de uma dada área de engenharia de computação.

ISO (sensibilidade ISO) - sensibilidade de superfícies fotossensíveis, normalmente medida numa escala entre 100 e 6400, utilizadas na fotografia através do sensor da câmara fotográfica.

Obturador – dispositivo mecânico que atua em ciclos, abrindo e fechando, controlando assim o tempo de exposição do sensor da câmara fotográfica à luz.

RAW – formato de ficheiros de imagem digital que contém a totalidade dos dados captados pelo sensor da câmara fotográfica.

SLR/DSLR - sigla para *Single Lens Reflex*, refere-se à combinação entre o mecanismo de captação de imagem (lente) e o sensor de imagem digital.

Software - sequência de instruções digitais para interpretação e decodificação posterior por um computador com o objetivo de executar tarefas específicas.

Tempo de exposição – quantidade de tempo que leva o obturador da câmara fotográfica a completar um ciclo entre abrir e fechar.

Introdução

O presente relatório foi elaborado no âmbito da unidade curricular de estágio, parte integrante da licenciatura de Comunicação Multimédia no Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular foi realizado na *Plim Produções*, um estúdio de fotografia e vídeo localizado na cidade da Guarda, sendo conhecido por exemplo pelas suas reportagens de casamento, batizado e outros eventos, edição e tratamento de fotografia e vídeo nos mais diversos formatos, sessões fotográficas de diversos tipos e tratamento, retoque e edição de imagem. Este estágio decorreu entre 9 de julho de 2018 a 9 outubro de 2018, num total de três meses.

Foram tidos em conta vários fatores na minha escolha de local de estágio sendo os mais importantes o gosto e interesse pessoal na área da fotografia e videografia e a pretensão pessoal e profissional de expandir conhecimentos nessa mesma área. Houve desde o primeiro contacto com a empresa uma comunicação direta e eficaz, o que tornou todo o processo de estágio mais simples fazendo crescer a motivação e empenho para aprender sempre mais e sobre mais temas.

Para este estágio foram feitas propostas de atividades a desenvolver durante o período estabelecido pela instituição de ensino de três meses e previstas no plano curricular da licenciatura de Comunicação Multimédia, atividades essas descritas no plano de estágio (**Anexo I**). Algumas dessas tarefas incluem a captação e edição de imagem e captação de vídeo, atendimento ao público, gestão de stocks e venda de artigos, assistência na realização de diversos tipos de sessões fotográficas em estúdio, entre outras. Tive sempre acesso a equipamento e *software* profissional como o *Adobe Lightroom*, o *Adobe Photoshop*, o *Adobe Illustrator* e o *Pixellu SmartAlbum 2*. Para além destas foram sendo realizadas outras atividades que não estão descritas no plano de estágio. Estas tiveram como objetivo compreender melhor como usar todo o equipamento profissional disponível e também compreender melhor o mercado de trabalho na área através de metodologias internas ou de organização e melhor desempenho em equipa.

As oportunidades e conhecimentos que este estágio me trouxe foram para mim notórios e significativamente positivas em todos os aspetos. Também pelo facto de a

fotografia ser uma área de que sempre gostei e sobre a qual sempre quis aprender mais: o ambiente laboral, as amizades e companheirismo e todo o conhecimento técnico e teórico chegou-me de uma forma natural e proveitosa tendo como base algum conhecimento pessoal prévio e os conhecimentos que me foram sendo transmitidos no decorrer de várias unidades curriculares da licenciatura. Assim, pude colocar em prática estes conhecimentos e aprofundá-los de forma profissional, metódica e motivante.

Neste relatório serão dados a conhecer, divididos por dois capítulos, diversos pontos como a apresentação e caracterização do local de estágio, *Plim Produções*, as suas origens, valores e objetivos, áreas de negócio e uma análise detalhada dos seus pontos mais e menos positivos (análise *SWOT*), bem como também todas as atividades por mim desenvolvidas.

Para além dos dois capítulos principais e descritos acima, foi também feita uma reflexão final sobre todo o período de estágio explicitando a importância do mesmo quer no percurso académico pessoal quer para o percurso pessoal e profissional futuro.



Capítulo I

Plim Produções

Neste capítulo é feita a apresentação da *Plim Produções* indicando-se a sua localização, história, serviços disponíveis, a sua estrutura organizacional, comunicação e uma análise aos pontos fortes, fracos, bem como as suas oportunidades e ameaças (análise SWOT).

1.1. *Plim Produções*

A *Plim Produções* (Formas Sensíveis Atividades Fotográficas Lda.) está sediada na Rua António Sérgio, n.º 16, R/ch esquerdo, na Guarda (**Figura 1**). Aberto ao público há 4 anos, o estúdio teve desde o seu início o objetivo de se diferenciar pelo seu profissionalismo, simplicidade, originalidade e criatividade. No que diz respeito aos recursos humanos é atualmente constituído por duas fotógrafas, Ana Almeida, gerente, e Paula Catarino, colaboradora. Para além delas o estúdio conta ainda com outros colaboradores parceiros para trabalhos específicos, sempre sob a coordenação e supervisão da Ana Almeida.

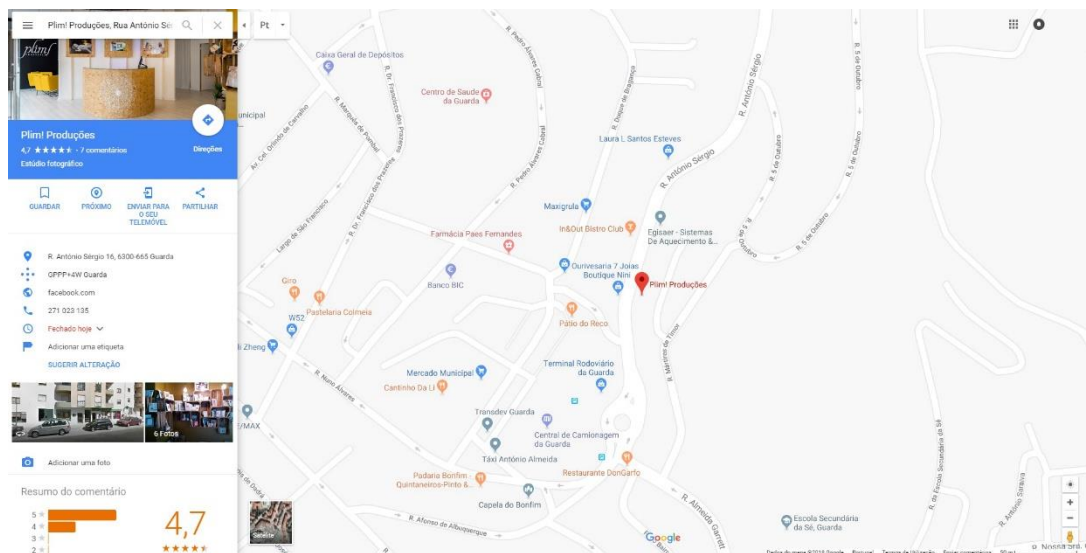


Figura 1: Localização Plim Produções

Fonte: Google Maps

Aquando da sua abertura em fevereiro de 2014, o estúdio era composto por dois sócios gerentes, passando a ser gerido mais tarde nesse mesmo ano apenas pela Ana Almeida, que

decidiu continuar a apostar nas mesmas áreas de fotografia, como por exemplo as reportagens de casamento e batizado, mas expandindo entretanto também para algumas das suas maiores paixões como a fotografia de recém-nascidos (*newborn*) e crianças. Assim, tal como se pode ler numa das páginas oficiais no *Facebook*¹, nasceu uma nova marca dentro da *Plim Produções*, a “Ana Almeida Photography”. Com formação em gestão e vários workshops de fotografia em diversas áreas nomeadamente fotografia de recém-nascidos, e o seu reconhecimento provado, a Ana pretende continuar a fazer da *Plim* um estúdio de fotografia de referência e capaz de apresentar os resultados profissionais, criativos e inovadores, pelos quais já é conhecido.

No que toca a pretensões futuras a *Plim Produções* assume-se como um estúdio em busca constante de inovação e criatividade na área, oferecendo serviços únicos e de qualidade acima da média. Como diversas outras empresas, objetivos como a expansão da lista de clientes fidelizados e angariação de novos clientes estão naturalmente incluídos nas ambições de crescimento da *Plim Produções*.

O estúdio está dividido essencialmente em três zonas distintas, a entrada, um pequeno espaço para reuniões (**Figuras 2, 3 e 4**) e ainda o estúdio (**Figura 5**), sendo que na entrada têm-se todos os produtos disponíveis em loja e onde é feita a receção dos clientes e entrega de encomendas, e uma pequena zona adjacente com uma mesa e cadeiras onde é possível reunir com os clientes e mostrar alguns produtos específicos como álbuns de casamento e batizado, bem como formalizar contratos.

¹ <https://www.facebook.com/AnaAlmeidaPhotography> Consultado a setembro de 2018



Figura 2: Balcão

Fonte: Elaboração própria

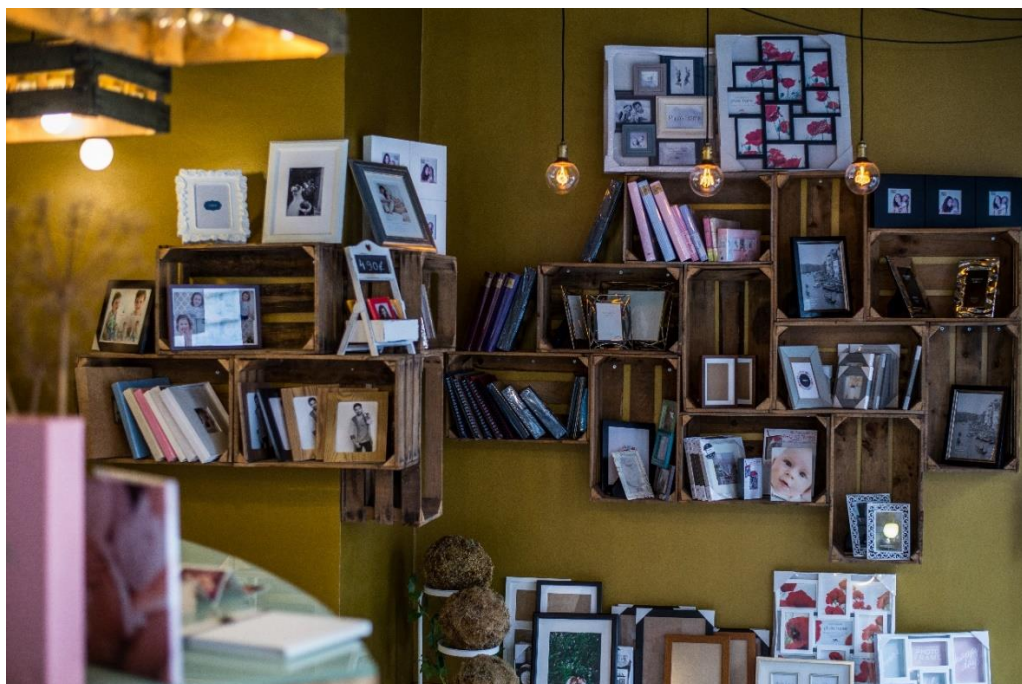


Figura 3: Loja

Fonte: Elaboração própria



Figura 4: Sala de reuniões / Sala de espera

Fonte: Elaboração própria

Para além destes espaços existe também um estúdio equipado com material profissional de iluminação como *softboxes*, que têm como função suavizar e tornar mais realista a luz difundida pelos *flashes* quando estes são necessários, vários rolos de fundos de cores opacas ou com determinados motivos para recriar cenários e adereços cénicos e têxteis para todo o tipo de sessões de interior que o estúdio oferece. Alguns mais comuns e outros mais temáticos e de uso rotativo dependendo do tipo de sessões ou da época em que estas são realizadas, como é o exemplo dos fundos específicos de sessões de Natal.



Figura 5: Estúdio

Fonte: Elaboração própria

Por último, existe o escritório (**Figura 6**) onde estão todos os computadores para uso dos colaboradores e estagiários e onde é feito todo o trabalho de pós-produção, gestão interna e administrativa e organização de documentação da empresa.

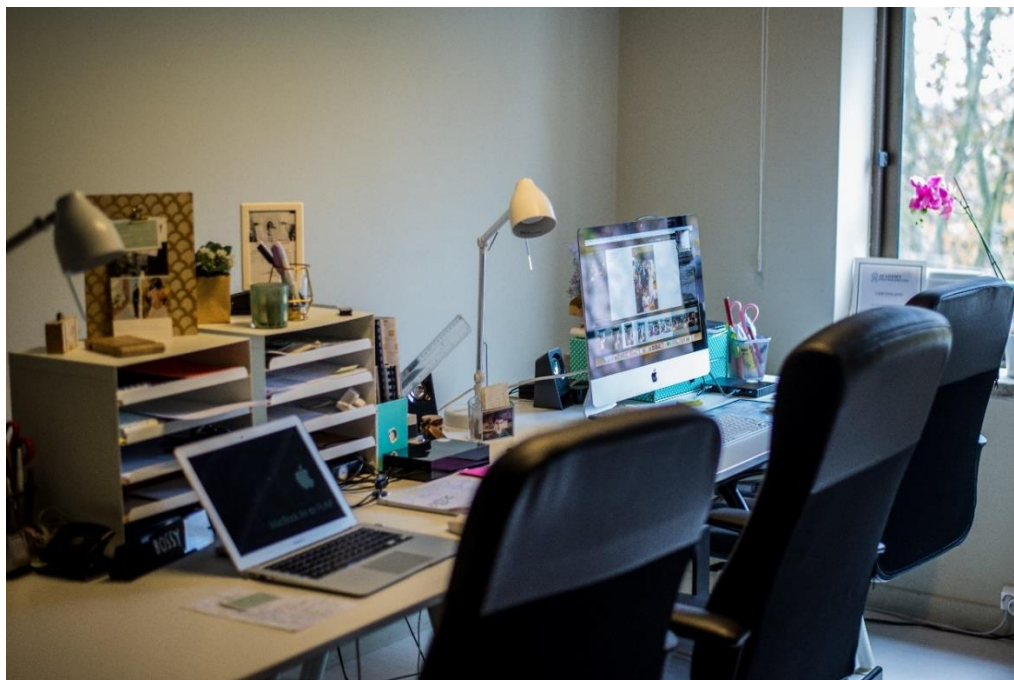


Figura 6: Escritório

Fonte: Elaboração própria

A *Plim Produções* dispõe de equipamento fotográfico profissional como máquinas fotográficas *full-frame*, equipamento de iluminação estática e móvel, acessórios diversos como tripés, monopés, objetivas para determinadas ocasiões como teleobjetivas e objetivas fixas, entre outros.

1.2. Estrutura organizacional

Entende-se por estrutura organizacional toda a hierarquização dos recursos humanos de uma empresa, tal como refere Silva (2005: 47) “A estrutura organizacional é a forma como as atividades da organização são divididas, organizadas e coordenadas. Constitui o formato organizacional que assegura a divisão e a coordenação das atividades dos membros da organização”. No caso da *Plim Produções* esta é simples e constituída por duas pessoas, a Ana Almeida enquanto gerente e fotógrafa, e a Paula Catarino, colaboradora e fotógrafa. Para além delas, como já referido, o estúdio conta ainda com a colaboração de outros elementos externos para serviços e/ou épocas de maior quantidade de serviço.

1.3. Identidade visual

Todas as instituições e organizações têm a necessidade de se exprimir empresarialmente e comunicar externamente. O principal fator desta comunicação é muitas vezes a sua identidade visual, sendo ela constituída por mais ou menos elementos, sendo eles o logótipo, *slogan*, símbolos e até o nome. Autores como Gonzalez (2010) referem que a identidade visual resulta destes elementos. Alguns outros autores aprofundam esta questão, referindo que “a identidade visual significa determinar e cuidar da imagem a ser transmitida ao mercado e decidir sobre materiais de apresentação institucional. Essa ferramenta lembra um importante conceito em comunicação: tudo comunica e é preciso que a comunicação de uma empresa seja uniforme” (Vasconcelos, 2009: 91).

1.3.1. Marca e logótipo

Segundo Gonzalez (2010) a marca é o nome do produto, da empresa ou do serviço que oferece ao público. A marca é constituída pelo logótipo da empresa e pelo seu *slogan*, sendo que no caso da *Plim Produções* os atuais elementos são “Let me tell you a story” (“deixe-me contar-lhe uma história”, em português) como *slogan* e o logótipo abaixo representado (**Figura 7**).



Figura 7: Logótipo

Fonte: Plim Produções

Neste caso o logótipo e a própria marca são partilhados, por essa razão trata-se de uma marca que capta a atenção e é simples do ponto de vista estético e de *design*. Isto faz com que a memorização por parte do público seja facilitada e explicativa criativamente, sem que seja demasiado direta ou descritiva. As cores usadas são sempre o preto e o branco, não apenas para corresponderem ao fundo no qual o logótipo é aplicado mas também para manter a simplicidade de leitura e de design para que haja também uma conjugação entre a imagem física que a empresa apresenta com aspetos como a decoração do próprio espaço da loja e de estúdio e até a sua metodologia de trabalho e criatividade. Para Gomes (2015: s/p) “Necessita-se de um nome que, além de ter um registo disponível e legal, seja apropriado, espirituoso, apelativo e duradouro.”, afirmando ainda que “A definição de identidade de marca é um aspeto chave de alta relevância no processo de construção de marcas.” Outros autores como é o caso da (Wheeler, 2008:28) refere-se às marcas como sendo algo que representam “uma grande ideia, uma posição estratégica, um conjunto definido de valores, uma voz que se destaca (...). Compreender o que uma marca representa acelera o seu reconhecimento.”

1.4. Serviços

A *Plim Produções* oferece diversos serviços na área da fotografia e videografia incluindo reportagens de casamentos, batizados e outros eventos; sessões fotográficas em estúdio ou de exterior. De entre os serviços prestados destacam-se as sessões fotográficas de família, grávida, recém-nascido e criança; impressões em diversos formatos e materiais; retoque e restauro de fotografias; idealização de postais comemorativos personalizados; *vouchers* de oferta para uso nos próprios serviços; e venda de artigos como álbuns, molduras, entre outros. Alguns destes serviços têm diferentes conjuntos de pacotes e campanhas, pois desta forma é possível ao estúdio alargar o seu público-alvo e alcançar mais pessoas com diferentes gostos e necessidades.

Nas reportagens fotográficas/videográficas para casamentos, batizados e eventos especiais como bailes de finalistas ou comemorações pessoais, os diversos pacotes disponíveis diferem essencialmente na quantidade de itens digitais ou físicos nos quais o cliente esteja interessado. Há a possibilidade da inclusão de, por exemplo, álbuns diversos ou versões digitais de alta resolução das fotografias, presença de videógrafo(s) para realização de vídeo do evento e com diverso material como vídeo com *drone*, quantidades de réplicas de álbuns para ofertas, possibilidade de um vídeo *same day edit* (vídeo para exibição no próprio dia do casamento), bem como postais e outras lembranças semelhantes.

Relativamente às sessões fotográficas, como já referido estas podem ser em estúdio ou de exterior. As sessões de estúdio incluem também os seus pacotes com características diversas, à semelhança dos pacotes de reportagens. Incluem sessões de recém-nascido, nas quais é necessário conhecimento específico e formação adequada e um maior cuidado e dedicação pois é essencial deixar os bebés num ambiente calmo e pensado para eles. É necessário criar este conforto para os bebés e quem os acompanha para que o resultado final do ponto de vista artístico seja o melhor possível. As sessões de criança, família e/ou grávida têm obviamente cuidados diferentes, mas são feitas com os mesmos objetivos finais e em alguns casos existe a opção de escolher pacotes semelhantes às sessões de recém-nascido. Dentro deste tipo de sessões as diferenças nas opções incluem o tempo de sessão, a inclusão ou não de fotografias em formato digital de alta resolução, quantidade e dimensões de fotografias impressas e a escolha de álbum digital.

Já as sessões em exterior incluem aspetos próprios como a deslocação dos fotógrafos aos locais por eles sugeridos ou escolhidos pelos clientes e também material adicional que é usado como substituição ao material presente no estúdio como *flashes* e cabeças de luz, substituídos neste caso por refletores, focos de luz, entre outros. Para todo o tipo de sessões o estúdio tem ao dispor dos seus clientes alguns adereços, fundos, mantas e alguma roupa para sessões de recém-nascido e grávida que pode ser usada mediante sugestão dos fotógrafos e/ou gosto do cliente, sendo que há o cuidado em ter um produto final sempre diferente dos anteriores por forma a tornar a experiência personalizada, diferente e única.

Em todos os serviços realizados é usado o equipamento profissional ao dispor do estúdio e são feitas provas fomentando uma comunicação estreita com o cliente final durante todo o processo, com o propósito de este ir aprovando as diversas etapas de trabalho.

No que respeita às reproduções e impressões simples estas têm sempre uma edição básica de correção de cor e são feitas em estúdio no momento, salvo para casos de encomendas de maiores quantidades. Se o formato não é de dimensões normalizadas - os mais comuns são o 10x15/15x10, 15x20/20x15 e o 20x30/30x20 - ou numa época com mais serviços externos a decorrer, como por exemplo edição de fotografias de casamentos e/ou batizados.

Os restauros e retoques são avaliados mediante diversos níveis de dificuldade nos quais, naturalmente, o valor aumenta para os casos mais difíceis. Nestes casos são avaliados fatores como a qualidade original da fotografia, a presença ou não de cor, os danos físicos existentes e as dimensões finais da reprodução nos casos em que tal se aplica. Esta avaliação é feita com base na experiência pessoal e profissional dos colaboradores da empresa.

Em loja estão disponíveis diversos artigos, essencialmente, molduras e pequenos álbuns de fotografia. Existem também algumas lembranças de amostra que é possível encomendar como marcadores de livros, canecas e almofadas impressas, caixas de arquivo e postais.

1.5. Equipamento

O estúdio dispõe de equipamento informático, fotográfico e videográfico profissional e específico para as diferentes ocasiões e necessidades. Relativamente a material para trabalho em pós edição e tratamento de imagem, a *Plim* usa computadores *Apple* com sistema

operativo *Macintosh*, equipamento considerado muito bom para profissionais das diversas áreas técnicas informáticas, de imagem e de som.

Pode dizer-se que o equipamento comum a todos os serviços fotográficos são a máquina fotográfica *full-frame Nikon D600* com uma objetiva fixa de 35mm com abertura de até f1.8 e uma outra objetiva 24mm-70mm com abertura máxima de f2.8, algum equipamento de iluminação artificial como *softboxes* e/ou *flashes*. Este equipamento é usado em praticamente todos os serviços feitos em estúdio como é o caso das sessões fotográficas. Para além deste material existem também os tripés e monopes, outras fontes de iluminação como focos direcionais, refletores e refratores de luz e ainda os *grips* que permitem uma melhor ergonomia no uso das câmaras e uma durabilidade maior das suas bateria. Já em relação à videográfica, o estúdio usa uma câmara *Fujifilm X-T1* com uma objetiva 18mm-55mm com abertura máxima de f2.8 e a *DJI Osmo +*, sistemas de estabilização de imagem como *Flycam C5*, entre outros.

1.6. Comunicação

Qualquer empresa tem de ser capaz de comunicar interna e externamente a fim de conseguir passar ideias, informações e atitudes. Esta comunicação é o método natural, seja de forma individual ou coletiva, de tomar comum essa passagem de ideias e informações. Esta comunicação só é possível na existência de um emissor da mensagem, da própria mensagem e de um recetor (Lindon, 2011: 65). A *Plim* não foge a esta regra.

1.6.1. Comunicação interna

Pode assumir-se a comunicação interna como sendo a comunicação existente dentro de uma dada organização e/ou dos seus funcionários e colaboradores, tal como afirma Bahia (2008). Este tipo de comunicação pode ter algumas diferenças relativamente à hierarquia em questão e/ou departamentos, pois haverá discussão de temas específicos para cada departamento ou para determinadas hierarquias que pode não existir noutros contextos. Esta

comunicação pode ser feita de forma pessoal, telefonicamente, por email ou outro tipo de sistema de troca de mensagens.

No caso particular da *Plim*, a equipa encontra-se quase sempre na sua totalidade no mesmo espaço físico, o que privilegia a comunicação pessoal e direta. Relativamente a hierarquias estas não são muito relevantes nas trocas de informação e na comunicação diária. Quando necessário, a comunicação é feita por outros meios, e poderá haver informações relacionadas com determinadas tarefas que estão destinadas a apenas uma parte da equipa, pelo que apenas interessam a esse mesmo conjunto de pessoas. Esta comunicação direta e pessoal facilita e beneficia a produtividade, interação e colaboração no imediato e as relações internas profissionais e até pessoais dos colaboradores. Esta eficiência de comunicação interna ajuda ainda, mesmo que indiretamente, a comunicação externa da empresa, não apenas mostrando aos clientes a organização e profissionalismo presente no espaço físico da empresa como também na realização de tarefas e entrega de trabalhos a esses mesmos clientes.

1.6.2. Comunicação externa

A comunicação externa diz respeito à comunicação que a empresa estabelece com os seus clientes, fornecedores, acionistas e outro público da empresa. Esta comunicação pode ser feita através de diversos meios e com base em variados motivos, sendo um dos exemplos mais comuns, nos dias que correm, as publicações em redes sociais e/ou a partilha de trabalho e serviços. Torquato (1986: 15) afirma que a comunicação é “uma área multidisciplinar, mediando os interesses dos participantes, os interesses da empresa, enquanto unidade económica, e os interesses da administração”, ou seja, esta comunicação engloba não apenas o que uma dada empresa quer mostrar ou comunicar como também com o que um determinado público procura identificar-se.

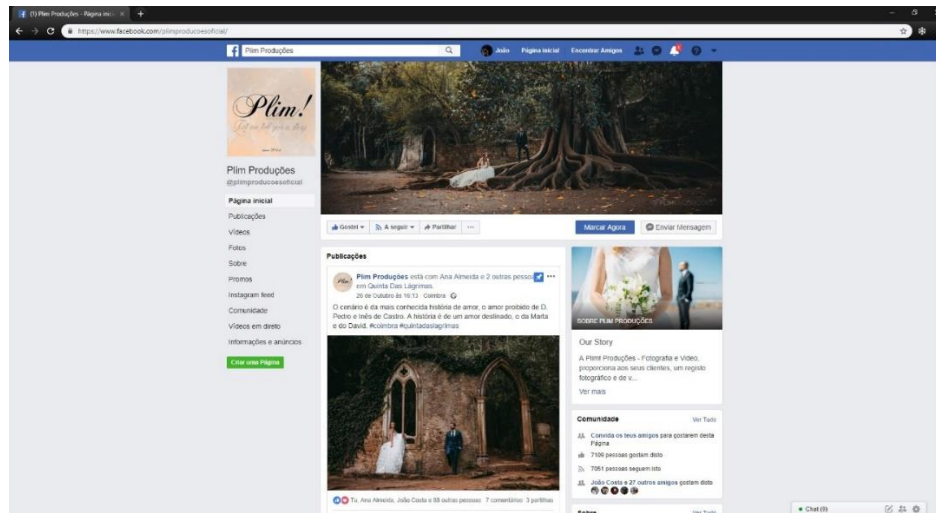


Figura 8: Página Facebook (<https://www.facebook.com/plimproducoesoficial>)

Uma das ferramentas utilizadas pela *Plim* é a sua página no *Facebook* (**Figura 8**), que permite à empresa mostrar algum do seu trabalho de forma instantânea e atual. Esta divulgação procura ser apelativa e mais uma forma de alcançar novos clientes ou procurar despertar um novo interesse nos clientes já fidelizados ou que já conhecem algum trabalho da empresa.

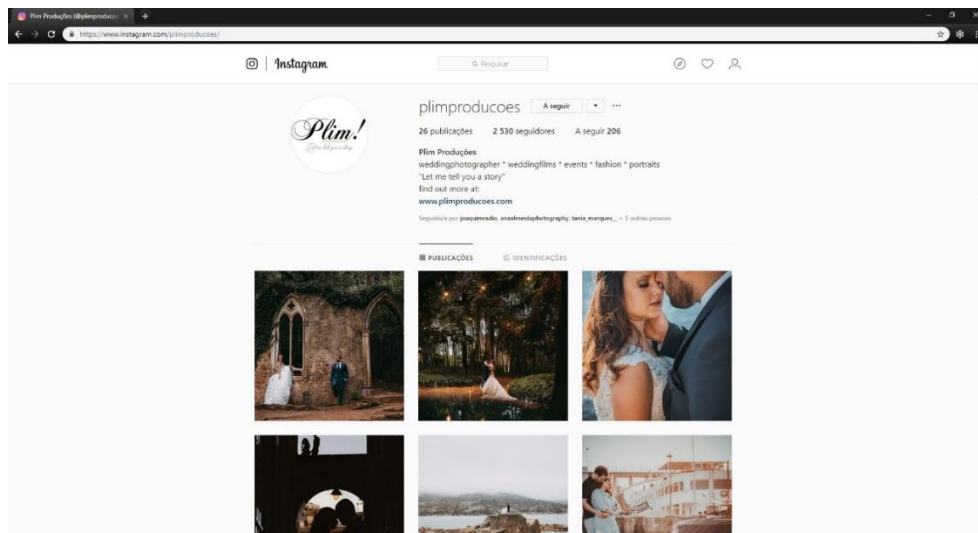


Figura 9: Página Instagram (<https://www.instagram.com/plimproducoes>)

Relativamente a publicidade, são estas redes sociais as mais importantes para a *Plim*, como é o caso das suas páginas no *Facebook*, *Instagram* (**Figura 9**) e o *site* próprio (**Figura 10**).

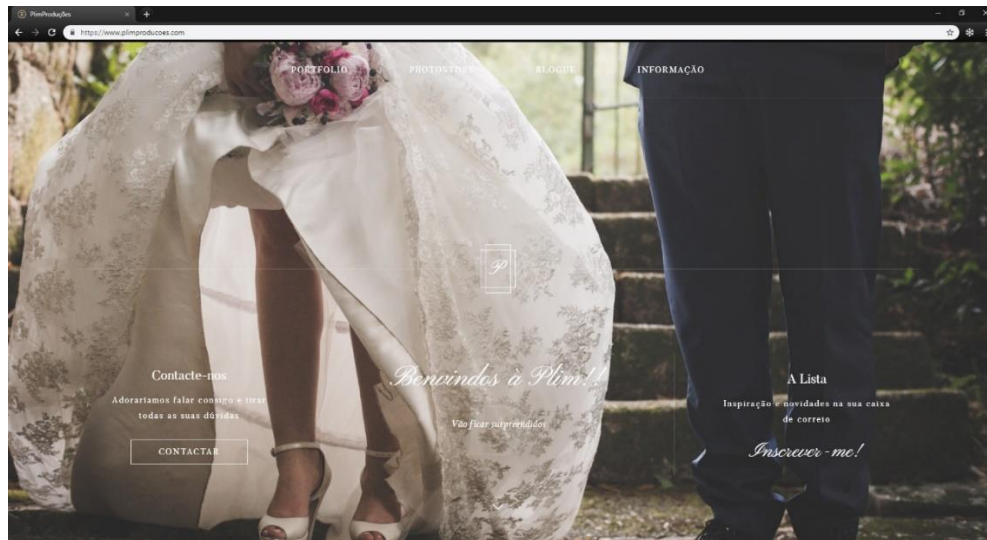


Figura 10: Página oficial Plim Produções (<https://www.plimproducoes.com>)

Para além da sua presença online, a *Plim* tem também os tradicionais cartões de visita (**Figura 11**) e algum *merchandise* como canetas ao dispor dos clientes que visitem a loja, e a presença esporádica em eventos específicos como feira de noivos ou convenções de fotografia faz com que o nome da empresa também seja divulgado entre eventuais novos clientes e públicos-alvo.



Figura 11: Cartão de visita

Fonte: Elaboração própria

1.7. Análise *SWOT*

Uma análise *SWOT* é essencial para a correta compreensão do funcionamento de uma dada empresa e de como esta se posiciona num dado mercado tendo sempre em conta os fatores internos e externos que lhe estão associados. Esta análise caracteriza-se por identificar os pontos fortes (*Strengths*), os pontos fracos (*Weaknesses*), as oportunidades (*Opportunities*) e as ameaças (*Threats*). Assim, e segundo Daychoum (2007: 7), esta análise é “uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário, sendo usada como base para a gestão e planeamento estratégico de uma organização.”, servindo esta para “posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão”.

Parte-se então dos quatro pontos acima referidos como sendo os quatro fatores de análise. Em relação ao primeiro, pontos fortes, é referente aos aspetos positivos e vantajosos da organização face aos seus concorrentes diretos; o segundo fator é relativo aos pontos fracos, que em oposição ao primeiro fator identifica aspetos negativos e potenciais desvantagens e fraquezas face aos mesmos concorrentes; já as oportunidades apontam para todos os aspetos positivos com o potencial de aumentar determinadas vantagens e benefícios da empresa face

a questões exógenas e/ou a concorrentes diretos. Por fim, as ameaças, que são apresentadas como aspetos negativos que possam comprometer de alguma forma a empresa, podendo estes aspetos serem os próprios concorrentes diretos.

Durante todo o estágio foram recolhidas e analisadas algumas informações para que esta análise *SWOT* (**Tabela 1**) pudesse ser feita da forma mais neutra e realista possível, tendo não só entrevistado a gerência da entidade como também realizado uma pesquisa de mercado a diversos níveis, como tipos de serviços oferecidos, valores de contratação, métodos de trabalho e posição empresarial face a questões como localização física dos estúdios, disponibilidade e transparência de informação.

Forças <ul style="list-style-type: none"> - Qualidade de serviço; - Número de clientes fidelizados; - Diversos tipos de serviços com gama ampla de custos; - Localização do estúdio; - Apresentação e comunicação externa; - Equipa especializada, experiente, criativa e inovadora. 	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> - Equipa pequena; - Menor número de equipamento extra para serviços maiores ou épocas de maior procura.
<p style="text-align: center;">• PLIMPRODUÇÕES</p>	
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecimento e prestígio na cidade; - Expansão de lista de clientes fidelizados; - Reconhecimento internacional; - Realização de mais serviços fora da região e do país. 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> - Estúdios concorrentes na região; - Atual desempenho e acesso às diversas tecnologias capazes de fotografar; - Noção por vezes incorreta em parte do <i>know-how</i> do público-alvo sobre a área.

Tabela 1: Análise SWOT

Fonte: Elaboração própria

Analisando a tabela é possível compreender que alguns pontos são comuns não apenas na fotografia enquanto serviço e arte como também em outras áreas profissionais. Questões como a recessão económica que é vivida nos dias de hoje, por exemplo, está implícita na análise completa e não diz respeito ao caso particular da empresa. Contudo há, obviamente, aspetos que dizem respeito apenas e só à *Plim Produções*. Começando por analisar os pontos fortes face aos pontos fracos, concluímos que é um espaço comercial com um balanço

extremamente positivo pois para além de cumprir com as expectativas do público-alvo, fá-lo com um nível de qualidade superior e que dá ao estúdio notoriedade e reconhecimento, aumentando o número de clientes fidelizados e angariando clientes novos. A gama abrangente de preços e a diversidade de serviços prestados dá também aos clientes do estúdio uma boa flexibilidade de escolha e maior confiança. Já quanto à equipa, o facto de ser pequena é um ponto fraco o que, mesmo assim, não faz descurar a qualidade do trabalho apresentado seja em que tipo de serviço for. Das ameaças presentes surgem também as oportunidades descritas. O facto de ser hoje em dia algo fácil ter acesso a equipamento fotográfico ou outro tipo de tecnologias que permite fotografar torna a tarefa de afirmação da área da fotografia e videografia profissional mais complicada. Assim, parte do público-alvo ainda não compreende que é efetivamente preciso um *know-how* e conhecimentos técnicos e específicos para concretizar efetivamente resultados profissionais de qualidade, trabalho esse que é muitas vezes desvalorizado ou não credibilizado. Assim, esta noção de que a área da fotografia digital profissional é uma área a que todos têm acesso e conseguem dominar é algo incorreta. Ainda assim, é cada vez mais comum a existência de feiras e eventos que premeiam e valorizam o trabalho profissional na área, e esse reconhecimento surge também muitas vezes através do próprio público-alvo através das redes sociais e recomendações diversas. Esta valorização, cada vez mais crescente, é muitas vezes traduzida numa maior procura pelos serviços e na expansão da lista de clientes, novos e fidelizados. Este reconhecimento atinge muitas vezes o plano internacional, o que pode levar a que surjam mais pedidos não apenas na área geográfica onde o estúdio se situa, mas também no panorama nacional ou mesmo internacional.

Capítulo II

Estágio



O presente capítulo apresenta as atividades desenvolvidas ao longo de todo o estágio, bem como os processos para as realizar. Os conhecimentos adquiridos durante o curso de licenciatura em Comunicação Multimédia foram muito importantes para um grande número de atividades e para a boa prática nas mesmas, mas houve também uma aprendizagem contínua e acompanhada com o objetivo de chegar a um produto final com o maior profissionalismo e qualidade possível.

2.1. Planeamento de estágio

Antes de todo o processo de estágio é feita uma natural avaliação das atividades que podem ser realizadas no local de estágio e que representem uma *mais valia* para a aprendizagem do estagiário. Neste planeamento (**Anexo I**) surgem atividades como:

- Atendimento ao público;
- Edição de imagem (fotografia/vídeo);
- Reportagem fotográfica/videográfica;
- Impressão de imagem;
- Reconstrução de imagens danificadas/antigas;
- Organização de trabalho/ficheiros;

Uma vez que o período de estágio abrangeu meses de muito trabalho e diversidade de tarefas na área, foi possível colocar em prática todas as atividades descritas no plano de estágio. Para além destas, foram ainda realizadas algumas outras, como:

- Envio de ficheiros digitais a clientes (provas e ficheiros finais);
- Elaboração de álbuns digitais no *Pixellu SmartAlbums 2*;
- Elaboração e encomenda de telas simples e com montagem de fotografias;
- Elaboração de lembranças como postais de batizado e casamento;
- Venda de artigos em loja;
- Execução de montra e gestão de *stock*;
- Assistência em sessões de estúdio.

2.2. Cronogramas

Para uma melhor organização pessoal das atividades realizadas foi feito ao longo do estágio um plano diário em forma de lista. Esse plano foi usado como base para os cronogramas apresentados abaixo, mostrando as semanas de estágio e as atividades realizadas em cada uma dessas semanas. Estes cronogramas (**Tabelas 2, 3 e 4**) têm como objetivo mostrar o fluxo de trabalho pessoal, sendo que a sua representação é feita em semanas, com indicação dos dias em questão para cada uma das semanas. As atividades presentes nas mesmas tabelas representam o trabalho mais importante e regular do estúdio.


<div> <div>Julho</div> <div>  PLIMPRODUÇÕES </div> </div>					
Atividades	Semana 2 (9-14)	Semana 3 (16-21)	Semana 4 (23-27)	Semana 5/1 (30-5)	
Conceitos sobre software usado	X				
Conceitos sobre material profissional do estúdio	X				
Edição de fotografia em <i>Adobe Lightroom</i> e <i>Adobe Photoshop</i>	X	X	X	X	
Impressão de fotografias		X	X	X	
Reportagem fotográfica e/ou videográfica	X	X		X	
Realização de álbum digital em <i>Pixellu SmartAlbums 2</i>			X		
Realização de postais de batizado				X	

Tabela 2: Cronograma de atividades de julho

Fonte: Elaboração própria


<div> <div>Agosto</div> <div>  PLIMPRODUÇÕES </div> </div>					
Atividades	Semana 5/1 (30-5)	Semana 2 (6-11)	Semana 3 (13-18)	Semana 4 (20-21)	Semana 5 (27-31)
Edição de fotografia em <i>Adobe Lightroom</i> e <i>Adobe Photoshop</i>	X	X	X	X	X
Impressão de fotografias	X	X			X
Reportagem fotográfica e/ou videográfica	X	X			
Realização de álbum digital em Pixellu SmartAlbums 2					
Realização de postais de batizado	X				X

Tabela 3: Cronograma de atividades de agosto

Fonte: Elaboração própria


<div> <div>Setembro</div> <div>  PLIMPRODUÇÕES </div> </div>					
Atividades	Semana 1 (5-7)	Semana 2 (10-14)	Semana 3 (17-21)	Semana 4 (25-28)	Semana 5/1 (1-8)
Edição de fotografia em <i>Adobe Lightroom</i> e <i>Adobe Photoshop</i>	X	X	X	X	X
Impressão de fotografias	X	X		X	X
Reportagem fotográfica e/ou videográfica	X				
Realização de álbum digital em Pixellu SmartAlbums 2				X	X

Tabela 4: Cronograma de atividades de setembro

Fonte: Elaboração própria

Foram realizados diversos tipos de atividades e houve a possibilidade de, logo desde o início do período de estágio, colaborar e auxiliar em sessões de estúdio, reportagens fotográficas/videográficas, edição de fotografia em diversos softwares e ainda cumprir funções ligadas ao atendimento ao público, gestão de stock e organização de trabalho e ficheiros, havendo por parte da entidade não só cuidado com a parte técnica e prática da área como também com a parte de comunicação e até administração.

2.3. Atividades desenvolvidas

Como foi referido anteriormente, o conhecimento adquirido durante todo o processo de ensino da licenciatura foi essencial para que pudesse realizar algumas das tarefas durante o estágio, conhecimentos esses que incluíram compreender e dominar diversos tipos de *software* como *Adobe Photoshop*, *Adobe Lightroom* e *Adobe Illustrator*; conhecer conceitos técnicos de captação de imagem e vídeo; ter uma boa organização de trabalho e pesquisa de informação e ideias criativas de diversos meios; compreender as necessidades do público-alvo e assegurar essa oferta com tarefas como execução de montra, gestão de *stock* e contacto direto com os clientes explicando alguns dos serviços e/ou mostrando alguns produtos disponíveis.

2.3.1. Atendimento ao público

O atendimento ao público foi uma das atividades para a qual a preparação foi mais subtil e progressiva, uma vez que foi uma das áreas menos tratadas durante a licenciatura. Ainda assim, as apresentações orais e trabalhos de investigação com apresentação de resultados ajudaram-me a ter uma noção realista do contacto com o público, contacto esse que foi sendo cada vez mais fácil e natural ao longo do estágio. Para Santos (2007) a conquista e manutenção dos clientes faz-se pela qualidade de atendimento e o seu grau de eficácia. Como tal, deve ser-se cordial e simpático, atento aos pedidos e explicações dos clientes, e explicativo em relação aos serviços e artigos disponíveis mostrando sempre as opções que podem interessar.

Este atendimento foi feito diretamente na loja e via telefónica, tendo sempre o objetivo de esclarecer dúvidas, receber encomendas, resolver problemas ou fazer marcações para determinadas sessões e/ou outros serviços. Algumas destas tarefas foram sendo auxiliadas por alguém no estúdio com mais experiência, para casos mais concretos como pedidos de orçamento para determinados serviços, ou questões relacionadas com serviços antigos ou realização de pagamentos.

Associada a esta tarefa está ainda a venda de artigos em loja, que parte dos mesmos princípios de comunicação acima descritos. Estas vendas eram essencialmente relativas a molduras sendo que, por vezes, estavam também associadas a encomenda de impressões de fotografias das mesmas dimensões.

2.3.2. Reportagens fotográficas e videográficas

Para se compreender o que realmente é a fotografia é importante perceber como é que esta existe e em que medida é que esta arte tem vindo a evoluir. A fotografia é uma invenção do século XIX e apesar de algumas diferenças significativas para o que a técnica representa nos dias de hoje, para se conseguir fazer fotografia existiram sempre alguns fatores obrigatórios e cruciais do processo. A fotografia pode ser tomada portanto como uma técnica que é capaz de “transmitir ideias através da imagem e dos significados que o observador lhe atribui”, diz Pupo (2011: 15). O mesmo autor explica ainda que “o enquadramento e a composição são dois domínios essenciais para quem quer produzir imagens de qualidade”.

O elemento mais importante para a concretização da fotografia é a luz, pois sem ela a fotografia não existe. É a partir da luz que é possível captar a imagem que se quer captar, a partir da quantidade de luz que captamos com a câmara, a quantidade de tempo que o fazemos e a direção em que o fazemos. Este controlo e manipulação é feito por meio de ferramentas como a velocidade do obturador, que controla o tempo que este permanece aberto tornando possível a captação de luz; e a abertura do obturador que se traduz na própria captação de luz, pois dependendo deste estar mais ou menos aberto é captada mais ou menos luz. No primeiro caso, este tempo em que o obturador permanece aberto é normalmente medido a partir 1/8000 de segundo, sendo que quanto maior é o tempo maior é a quantidade de luz que entra no obturador e, consequentemente, que é capturado pelos sensores da câmara fotográfica. Este é também responsável pela captura do movimento da fotografia. Se tivermos como exemplo uma fotografia de desporto, como futebol ou basquetebol, podemos ajustar a velocidade do obturador para captarmos um dado movimento da fotografia mais depressa, ficando com objetos melhor definidos, ou mais lentamente, dando um efeito de arrastamento que, por vezes, pode ser desejado.

A manipulação desta ferramenta é essencial para captar a quantidade certa de luz, e caso tal não aconteça pode dar-se o caso de haver luz insuficiente, subexposição, ou luz em demasia, sobre-exposição. Para um valor correto de exposição, o cursor na câmara fotográfica deve ser indicado como zero.

Já em relação à abertura do obturador esta é representada pelo símbolo f e estes valores são apresentados entre $f1.0$ e $f32$, sendo que cada objetiva pode ser capaz ou não de alcançar determinados valores e que, dependendo do objetivo da fotografia, poderá ser mais ou menos indicado o uso de alguns valores. Em termos práticos, pode dizer-se que associado a estes valores está a noção de profundidade de campo, que se traduz essencialmente na capacidade ou não de captura, por parte da câmara, de mais ou menos elementos mais ou menos próximos do elemento principal a ser fotografado. Assim, quanto mais pequeno for o valor de f numa dada composição fotográfica, maior será a abertura do obturador e menor será a profundidade de campo, ou seja, mais desfocados ficarão todos os motivos fotografados que não o principal.

Também é preciso ter em conta outros fatores como a focagem, que pode ser feita de forma automática ou manual, o valor definido de ISO, que se traduz como sendo a sensibilidade do sensor da câmara fotográfica para captar mais ou menos luz por forma a manipular os valores de f e a velocidade do obturador, e a própria composição fotográfica na qual é incluído o enquadramento e a própria manipulação dos vários fatores/ferramentas que um dado equipamento oferece.

Como assimilado durante o período de estágio e nas aulas de unidades curriculares como “Introdução ao Estudo de Imagem”, a correta utilização não de uma mas de todos os elementos acima descritos é essencial para uma componente técnica exata e competente numa fotografia. Como tal, a compreensão do funcionamento de um obturador é parte crucial para se conseguir fotografar de forma correta.

Uma vez que vivemos na era digital e também a fotografia sofreu uma evolução face aos formatos de captura analógicos, passando a ser praticamente digital na sua totalidade, é possível ter uma liberdade maior relativamente a pós-edição e técnicas criativas. Para tal, e do ponto de vista profissional, é comum e essencial até que a captura seja feita sempre no formato RAW, formato esse que guarda não apenas as definições mais básicas dos ficheiros como acontece com o JPEG, mas também outros fatores como cor, elementos extra relativos a iluminação, possibilidade de algumas correções automáticas e até informações geográficas e metadados. *Software* de edição como *Adobe Photoshop* e *Adobe Lightroom* permitem manipular ficheiros desta extensão de forma muito mais

completa e incisiva, tendo como exemplo a possibilidade de manipulação da exposição apenas para os formatos mais simples como JPEG com a possibilidade de manipulação da exposição, tons escuros, tons claros, sombras e claridade para o formato RAW.

A assistência a diversas reportagens feitas durante o período de estágio, foi uma das atividades mais importantes para compreender aspectos mais diretos da fotografia, não apenas de forma mais técnica como utilizar de forma correta diverso equipamento profissional como câmaras fotográficas. Estas diferem das mais normais câmaras fotográficas amadoras pela sua versatilidade e complexidade de funções, mas também de uma forma mais criativa e prática tendo sempre alguma liberdade criativa e pessoal para explorar a atividade em si mas também o equipamento.

Neste aspeto, e mais propriamente em relação ao serviço prestado entre fotografia e videografia foi este segundo o que mais vezes me foi possível realizar na *Plim Produções*. Assim, também a área de videografia partilha com a fotografia muitos dos aspetos mais técnicos. Sempre tendo uma grande liberdade a vários níveis, como já foi referido, pude aprender não apenas o ponto de vista técnico-profissional mas também aspetos como trabalhar em equipa em constante comunicação e colaboração. Foi-me possível colaborar em cinco reportagens de casamento e batizado, sendo que houve um cuidado especial em melhorar aspetos técnicos ao longo do estágio e dos serviços prestados.

Toda a recolha de vídeo feita por mim foi sempre auxiliada por alguém do estúdio, e seguindo sempre normas comuns neste tipo de serviços como utilizar a totalidade dos recursos que o equipamento nos oferece, usando os modos manuais e adaptando todos as opções necessárias e já descritas acima para conseguir um resultado profissional e adequado.

Durante o período de estágio foi-me disponibilizado todo o material de que a *Plim Produções* dispõe. Assim pude utilizar equipamento já referido anteriormente como, por exemplo, uma câmara fotográfica *full-frame* profissional *Nikon D600*, uma câmara *DJI Osmo* + e diverso equipamento como tripés, monopés, focos e *flashes*.

2.3.3. Reproduções, retoques e impressões

As reproduções com ou sem retoques e tratamento para posterior impressão é um dos serviços disponíveis em estúdio e envolve vários processos de realização. Por norma, este é um serviço pedido para fotografias antigas e/ou danificadas e de dimensões menores, o que torna essencial avaliar cada caso em particular. Durante o período de estágio realizei cerca de quinze trabalhos de reproduções e retoques diversos.

Como tal, a primeira fase do processo é a de avaliar convenientemente a dificuldade que a dita reprodução poderá ter na sua realização e tratamento. Assim é usada uma tabela interna com alguns graus de avaliação como a dificuldade do retoque e/ou tratamento em cinco níveis, entre o muito fácil para casos com necessidade de pequenos retoques muitas vezes associados a cor ou rasgos e dobras em zonas não essenciais, ao muito difícil nos quais é necessário um retoque profundo ou mesmo a criação de uma dada zona essencial à fotografia como são os casos de faces ou parte de faces e rasgos ou dobras nessas mesmas zonas. Além da dificuldade é avaliada ainda a possibilidade, ou não, da impressão nos formatos *standard* atuais, dependendo, é claro, do pedido do cliente. Para pedidos de dimensões maiores tem de ser assegurada a qualidade da fotografia original não tratada bem como da eventual qualidade conseguida após os retoques, pois em alguns casos a reprodução e impressão em dimensões a partir do 20cm x 30cm torna-se inviável tendo em conta a qualidade baixa da fotografia original.

Na fase seguinte, a da digitalização e realização, é portanto feita a digitalização da fotografia e criado um novo ficheiro em *Adobe Photoshop* com as dimensões finais de impressão solicitadas pelo cliente, ficheiro esse para onde irá ser importada a digitalização. São feitos os retoques e modificações necessários usando diversas ferramentas de *software* como o carimbo, pincel de recuperação, pincel simples, *degradé*, entre outras. Para que o trabalho final seja o melhor possível, deve ter-se em conta que há elementos ou zonas nas quais é preferível não haver alterações, por forma a manter o máximo possível da fotografia original.

A última fase é a fase de impressão, na qual o ficheiro criado já com as dimensões exatas da impressão final da fotografia tratada é importado para o *software Adobe Lightroom*, onde é feita uma pequena correção de cor para depois se imprimir. Esta impressão pode ser feita em vários tipos de papel para impressão de fotografia, sendo eles o

glossy, lustre ou *matte*. Destes três é o primeiro o mais comum sendo chamado normalmente de “papel fotográfico”. O papel lustre é semelhante ao *glossy* com a diferença de que este tem uma superfície ainda mais lisa e é de gramagem inferior. Já o papel *matte* é conhecido pela sua superfície sem brilho e a existência de mais gramagens diferentes, dependendo do seu uso final.

A figura 12 representa um exemplo de uma reprodução feita durante o período de estágio, usando a metodologia e o *software* acima descritos. Neste caso em particular houve a necessidade de recriar parte da fotografia com recurso às diversas ferramentas do *Adobe Photoshop*.

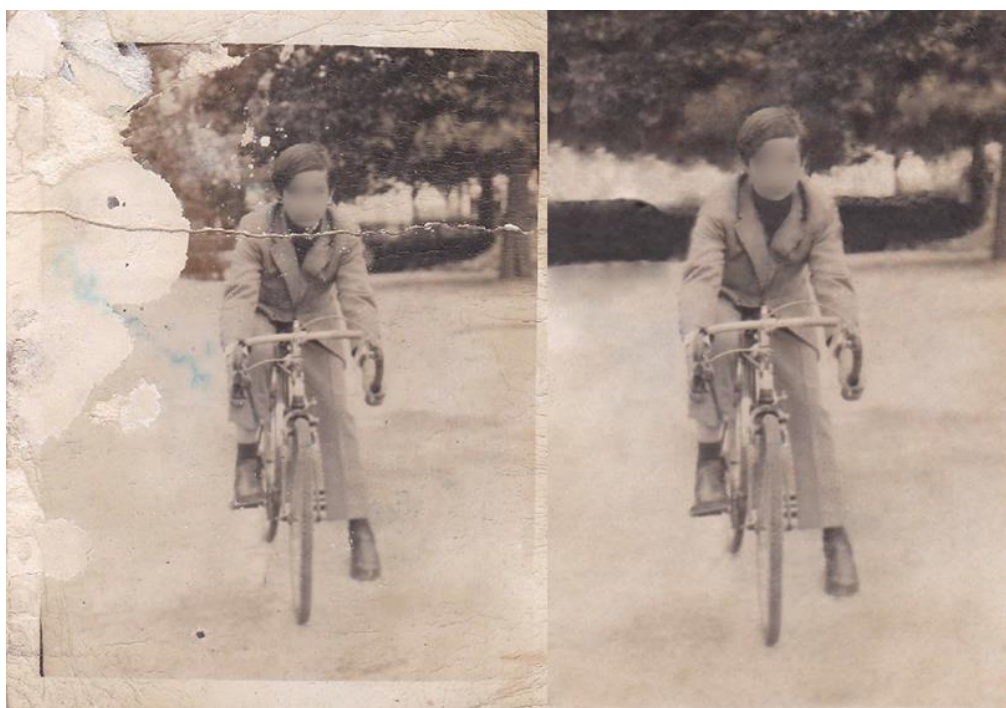


Figura 12: Exemplo de reprodução

Fonte: Elaboração própria

Depois de impressa e verificada, a fotografia final é entregue ao cliente podendo ser explicado o nível de dificuldade que foi exigido para que o produto final tivesse a qualidade desejável.

2.3.4. Edição de fotografias em *Adobe Lightroom* e *Adobe Photoshop*

Todo o trabalho de captura de fotografia e videografia feito pela *Plim Produções* é alvo de uma fase de pós-produção. Esta fase de pós-produção é uma das fases mais recentes na área da fotografia uma vez que, apesar do formato digital não ser já uma novidade e estar bem implementado nas sociedades atuais, é apenas explorado precisamente devido à fotografia digital e só passível de ser feita devido aos meios técnicos e informáticos que se vieram a desenvolver nos últimos anos. Em jeito de comparação podemos afirmar que no início dos anos 2000, com a globalização e acesso facilitado do mercado amador a esta tecnologia, esta edição não existia ou era praticamente inexistente e, consequentemente, não eram possíveis também as possibilidades artísticas de que hoje dispomos, mesmo em sistemas mais complexos e modernos. A informatização e globalização trouxeram, não apenas, mas também a possibilidade e facilidade de criar registos fotográficos de uma forma instantânea, mesmo em equipamentos mais simples, facilidade essa ao alcance de qualquer pessoa. Esse é aliás um dos maiores problemas com que os profissionais da área se veem a braços, pois algum deste *know-how* e conhecimento técnico é ainda incompreendido por parte de determinado público-alvo.



Figura 13: Printscreen Adobe Lightroom - Antes e depois

Fonte: Elaboração própria

Sejam reportagens de qualquer tipo ou sessões em estúdio ou exterior, todas as fotografias são editadas usando software como *Adobe Lightroom* e *Adobe Photoshop*, sendo que é o primeiro o mais usado. Como referido no ponto anterior, a captação das fotografias é sempre feita no seu formato de qualidade mais alto, o RAW, que de todos é o que permite fazer todo o tipo de edição e manipulação de imagem. Este processo de edição começa pela organização de ficheiros, de forma bem documentada, em diversos discos externos de que o estúdio dispõe. A organização é feita por ano, seguindo-se o tipo de trabalho, em pastas próprias, criadas sempre com a mesma metodologia interna de organização e gestão. Assim, a primeira fase deste processo de edição é a presença dos ficheiros a editar todos no mesmo local e documentar essa organização ou nas fichas individuais de cliente de uso interno ou nos apontamentos de cada colaborador. Depois disso para o caso das fotografias, é criado um novo ficheiro catálogo no *Adobe Lightroom* para onde serão importados todos os ficheiros para posterior edição. Esta edição é feita de forma personalizada para todos os ficheiros, sendo que é verificado sempre se a fotografia está focada, são feitas todas as correções de iluminação, cor e enquadramento que forem necessários e vão-se copiando essas configurações, ajustando sempre ficheiro a ficheiro de forma individual. Por uma questão criativa opta-se sempre por ter alguma liberdade usando efeitos para fotografias a preto e branco e semelhantes. (**Figuras 13, 14 e 15**)



Figura 14: Fotografia, João Neves (Antes)



Figura 15: Fotografia, João Neves (Depois)

Para o tratamento e correções mais específicas e que requeiram um maior cuidado e atenção é usado o *Adobe Photoshop* que, à semelhança das reproduções com retoques e manipulação de elementos, permite fazer essas mesmas correções de uma forma muito mais simples e perfeccionista. São exemplos casos como o querer-se eliminar um elemento indesejado ou fazer retoques em retratos, em zonas da face de uma criança ou bebé a fim de criar algum tipo de efeito como o de suavidade da pele, para este último caso.

2.3.5. Elaboração de lembranças como convites e postais de baptizado, casamento e outros eventos

A idealização e elaboração de lembranças como postais ou convites impressos de um determinado evento com uma dada mensagem e elementos gráficos diversos fez parte da lista de atividades realizadas durante o período de estágio. Estas lembranças eram muitas vezes requisitadas em conjunto com as reportagens fotográficas e videográficas do próprio evento, sendo um dos exemplos as várias versões de um postal de batizado (**Figura 16**).



Figura 16: Exemplos de postais de batizado

Fonte: Elaboração própria

Para a realização de uma lembrança deste tipo é necessário confirmar com o cliente o tipo de conteúdo que este quer incluir, se é necessário fazer uma pequena sessão fotográfica prévia ou não, as dimensões e a quantidade. É uma boa prática mostrar ao cliente algumas unidades já realizadas com o propósito, não apenas de mostrar um exemplo real e físico do produto que este está a adquirir, mas também de obter alguma inspiração e focar ideias chave e elementos a incluir. Assim, depois desta pequena conversa com o cliente é importante fazer uma pesquisa dentro do tema adequado e retirar informações que possam ser úteis para o novo postal ou convite. Uma vez que todos os pedidos são personalizados, mas de autoria própria do estúdio, é necessário ser-se criativo e inovador dentro da mesma equipa de trabalho, podendo e devendo sempre procurar inspiração em trabalhos anteriores.

2.3.6. Outras atividades

Para além das atividades já descritas houve ainda a oportunidade de realizar outras tarefas, algumas delas mais esporádicas que outras mas todas com o intuito de aprender um pouco mais tendo uma ideia mais completa e aprofundada sobre os processos de trabalho do estúdio. Algumas destas tarefas são inclusivamente consequência de outras tarefas mais comuns como é o exemplo do envio de ficheiros finais digitais para clientes. Outra atividade essencial para o bom funcionamento interno do estúdio é a organização de ficheiros de forma

metódica e sistemática, atividade essa que foi sendo aprendida desde as primeiras semanas de estágio. Esta organização envolve questões como a forma como os ficheiros são guardados nos discos externos, tendo sempre em conta a necessidade de manter atualizadas anotações para uso interno entre colaboradores, bem como o estado de cada encomenda em curso.

A elaboração de álbuns de casamento ou batizado foi mais uma atividade que não estava presente no plano inicial de trabalho de estágio, mas que permitiu compreender melhor mais uma fase do processo de realização de uma reportagem fotográfica e realização dos seus itens físicos como é o caso do álbum digital. Para os álbuns é dada aos clientes a possibilidade de escolha de um dado número de fotografias. A maquete do álbum é materializada no *software Pixellu SmartAlbums 2* (**Figura 17**) e posteriormente enviada aos clientes para que esses possam aprovar o projeto. Depois dessa fase é feito o envio do ficheiro do álbum para impressão no fornecedor.



Figura 17: Printscreen Pixellu SmartAlbums 2

(Fonte: Plim Produções)

Foi possível também a realização de posters e telas de dimensões personalizadas. Para tal foi sempre usado o *Adobe Photoshop*, criando um novo ficheiro com as dimensões desejadas pelo cliente e importando a fotografia original. No caso das telas, tem de se ter sempre em conta uma margem de 5 cm para cada lado. Para o caso das fotografias amadoras é sempre feita uma edição em *Adobe Lightroom* para que o resultado final seja o melhor possível, questão que nas fotografias profissionais é tratada aquando da realização de outras fases do processo.

Os exemplos da gestão de *stock* e execução de montra, organização interna e outras atividades subjacentes ao bom funcionamento do estúdio foram importantes para compreender o dinamismo e funcionamento de uma empresa como a *Plim Produções*, bem como a sua comunicação interna e externa enquanto organização.

As sessões em estúdio foram também atividades que não constavam no plano inicial de estágio, mas que sempre suscitaram curiosidade e interesse e que de alguma forma estavam implícitas e relacionadas com outras tarefas. Foi possível assistir e auxiliar em diversos tipos de sessões, como sessões de recém-nascido e crianças, de família, entre outros. Foram as primeiras as que despertaram mais curiosidade e interesse, pois foram as sessões sobre as quais menos conhecia e que me permitiram compreender muitos aspetos técnicos, sociais e de comunicação, como é o caso da interação com os clientes e principalmente com os bebés, tendo em conta todo o trabalho de preparação do estúdio, a forma como se posicionam os recém-nascidos e fazê-los ficar confortáveis e dispostos a serem fotografados. Isto porque “Uma sessão de recém-nascido é mais pessoal do que uma normal sessão de retrato na qual tem de mostrar resultados para com os pais. Eles precisam de sentir que é uma pessoa segura que consegue cuidar do seu bebé para que consiga a sua confiança” (Long, 2013: 45).

Reflexão final

Em retrospectiva, este período de estágio de três meses foi um dos mais importantes pontos do processo pessoal de aprendizagem, período esse proporcionado por todos os conhecimentos técnicos e metodológicos conquistados durante o percurso académico nos três anos de Licenciatura em Comunicação Multimédia. A possibilidade de conhecer o mercado de trabalho atual, na área, trouxe vantagens incontornáveis para a vida pessoal e profissional futura. Será importante tomar toda a aprendizagem técnica e teórica como uma base profissional e pessoal sólida, sendo que, nomeadamente em áreas tecnológicas como a fotografia e a comunicação multimédia em geral, é especialmente imprescindível fazer evoluir e atualizar essa mesma aprendizagem.

No que diz respeito às atividades desenvolvidas e possibilidades técnicas e de aprendizagem, é importante referir que foi plenamente ao encontro do plano inicial de estágio, superando mesmo todas as expectativas existentes sendo elas profissionais ou pessoais. A *Plim Produções*, empresa onde foi realizado o estágio, contribuiu largamente para a amplificação de diversos tipos de conhecimentos, tendo sempre em vista aspetos como o bem-estar profissional e pessoal, a integração e socialização, o profissionalismo e entrega pessoal aos projetos a desenvolver e a formação correta de métodos e formas de trabalho em equipa. A mesma empresa, quer a título coletivo quer a título pessoal em nome da sua gerente e representante Ana Almeida, fez ainda questão de deixar ao dispor do estagiário todo o tipo de equipamento de que dispõe, dando a este um voto de confiança, segurança e familiaridade, cultivando o interesse e motivação pela área profissional onde laborou.

Em suma, toda a preparação académica, profissional e social que a licenciatura acima referida proporcionou revelou ser imensamente positiva e uma experiência de enriquecimento dificilmente comparável a qualquer outra, sendo que também este estágio curricular contribuiu obviamente para tal enriquecimento. Resta portanto afirmar que o estagiário considera este período de estágio uma fase francamente positiva e essencial na sua formação académica, profissional e pessoal.

Bibliografia

- Bahia, J. (2008) *Introdução à Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: Mauad Editora
- Daychoum, M. (2007) *40 Ferramentas e técnicas e gerenciamento*. Brasport
- Gomes, M. (2005) *Gestão de Produtos e Marcas*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Gonzalez, P. (2010) *Teoría y Práctica de la Publicidad Impresa*. Valencia: Campgràfic Editors
- Lindon, D. et al. (2011) *Mercator XXI*. (10ª Edição) Alfragide: Publicações Dom Quixote
- Long, R. (2013) *Natural Newborn Baby Photography: A Guide to Posing, Shooting and Business*. Estados Unidos da América: Peachpit Press
- Pupo, J. (2011). *Fotografia, som e cinema: Para dar vida às suas ideias*. Alfragide: Texto editores
- Santos, J. (2007). *Qualidade no atendimento ao cliente. Saiba como atender bem seu cliente*. Rio de Janeiro: Clube de Autores
- Silva, S. (2005) *Marketing de serviços: fundamentos, análises e prática no setor de saúde*. Maceió: Edufal
- Torquato, G. (1986). *Comunicação empresarial/comunicação institucional*. Summus editorial
- Vasconcelos, L. (2009) *Planejamento de Comunicação Integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI*. São Paulo: Summus Editorial
- Wheeler, A. (2008). *Design de Identidade da Marca*. (2ª Edição), Porto Alegre: Bookman Companhia Editora

Anexos

Anexo I – Plano de estágio

 IPG Politécnico da Guarda	PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO Ano Letivo <u>2017 / 2018</u>
--------------------------------------	---	---

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"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____
Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____	
Informação adicional: (se aplicável)	
Designação:	_____
Ano curricular:	_____ <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES

Estudante: João Paulo Nogueira dos Neves N.º de estudante: 5008525

Docente orientador(a): Nelson Clemente Sousa Dias Oliveira

Supervisor(a)/Tutor(a): Ana Cristina Antunes Guilhato de Almeida

2. PLANO DE TRABALHO

- Edição de imagem / fotografia / vídeo;
- Reportagem fotográfica / videográfica;
- Reconstrução de imagens danificadas / antigas;
- Impressão de imagem;
- Atendimento ao público;
- Organização de trabalho / ficheiros.

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px;">0 5 0 7 2 0 1 8</div> <u>João Paulo Nogueira dos Neves</u> <small>(assinatura)</small>	O(A) Docente Orientador(a) <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px;"> </div> <u>Nelson Clemente Sousa Dias Oliveira</u> <small>(assinatura)</small>	O(A) Supervisor(a)/Tutor(a): <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px;">0 5 0 7 2 0 1 8</div> <u>Ana Cristina Antunes Guilhato de Almeida</u> <small>(assinatura)</small>
--	--	---

Formosa Barrocas Atividades Fotográficas, Lda
 Rua António Sérgio, 16, 1º e 2º Andar, 0300-002 Guarda
 Telf: (+351) 253 281 710 - plimproducoes@icloud.com

Apêndices

Apêndice I – Folha de atividades

	A	B	C
1			
2			João Paulo Nogueira das Neves
3			5008525 - Comunicação Multimédia (Plimi Produções)
4			
5		Data	Atividades
6		05/jul/18	Sessão filmagens/fotografias "Beira noivos" feira de noivos (Covilhã) - Assistência com som nas filmagens; Métodos de filmagens e fotografias em sessões "livres"
7		09/jul/18	Conceitos iniciação Adobe Lightroom e Photoshop; Upload ficheiros para plataformas onde os clientes podem consultar digitalmente o resultado final de determinados produtos (álbuns) como Dreambooks
8		10/jul/18	Assistência numa sessão de fotografias com recém nascido; Manutenção de material de escritório específico como troca de papel fotográfico nas impressoras; Realização de álbuns de provas de casamentos (argolas e furações)
9		11/jul/18	Assistência numa sessão de fotografias com recém nascido; Edição de fotografias de casamento em Adobe Lightroom e Photoshop
10		12/jul/18	Edição de fotografias de casamento em Adobe Lightroom e Photoshop; Atendimento ao público
11		13/jul/18	Edição de fotografias de casamento em Adobe Lightroom e Photoshop; Atendimento ao público
12		14/jul/18	Casamento - Filmagens, métodos de trabalho e organização
13		16/jul/18	Realização de convite de casamento com realidade aumentada; Atendimento ao público
14		17/jul/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé; Realização de álbum individual do evento
15		18/jul/18	Edição de fotografias de baile de finalistas; Edição de fotografias para impressão em vários formatos; Atendimento ao público
16		19/jul/18	Edição de fotografias com manipulação de vários elementos/fotografias e impressão; Gestão de stocks e execução de montra
17		20/jul/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público; Realização de álbum de provas de batizado (exportação e envio digital para cliente final)
18		21/jul/18	Casamento - Filmagens
19		23/jul/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
20		24/jul/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé; Realização de álbum individual do evento
21		25/jul/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé; Realização de álbum individual do evento
22		26/jul/18	Edição de fotografias de sessão de família em estúdio
23		27/jul/18	Edição de fotografias de sessão de família em estúdio; Edição de fotografias com manipulação de vários elementos/fotografias e impressão
24		30/jul/18	Organização de ficheiros
25		31/jul/18	Edição de fotografias para impressão; Atendimento ao público; Edição de fotografias como postais de oferta de batizado.
26		01/ago/18	Edição de fotografias para impressão; Impressão de postais de oferta de batizado; Atendimento ao público; Organização de notas de encomendas de bailes de finalistas
27		02/ago/18	Organização e seleção de fotografias de casamento para posterior implementação no site de encomendas; Organização de ficheiros
28		03/ago/18	Organização de ficheiros; Ajuda na realização da primeira versão digital de álbum de casamento em SmartAlbums 2
29		04/ago/18	Casamento - Filmagens
30		05/ago/18	Batizado
31		06/ago/18	Edição de fotografias de sessão de grávida; Atendimento ao público
32		07/ago/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de baile de finalistas; Edição de fotografias de sessão de grávida
33		08/ago/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de sessão de grávida
34		09/ago/18	Edição de fotografias de sessão de recém nascido
35		10/ago/18	Edição de fotografias de sessão de recém nascido; Atendimento ao público; Edição de fotografias com manipulação de elementos para impressão
36		11/ago/18	Casamento
37		13/ago/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
38		14/ago/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé; Impressão de fotografias em vários formatos; Atendimento ao público
39		16/ago/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público
40		17/ago/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público
41		18/ago/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom
42		20/ago/18	Edição de fotografias com manipulação de vários elementos e retoques
43		21/ago/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
44		27/ago/18	Atendimento ao público; Organização de ficheiros
45		28/ago/18	Encadernação de provas de casamento e batizado; Atendimento ao público
46		29/ago/18	Elaboração de postal de oferta de batizado; Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
47		30/ago/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Impressão de postais de oferta de batizado
48		31/ago/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Edição de fotografias com manipulação de vários elementos/fotografias e impressão
49		05/set/18	Organização de ficheiros; Atendimento ao público; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom
50		06/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público; Noções de como fotografar em estúdio (fotos tipo passe 3x4 e outros); Organização de ficheiros
51		07/set/18	Organização de ficheiros; Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
52		10/set/18	Organização de ficheiros; Atendimento ao público; Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
53		11/set/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé; Organização de ficheiros; Atendimento ao público
54		12/set/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Edição de fotografias de sessão de recém nascido
55		13/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom
56		14/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Organização de ficheiros; Organização do estúdio
57		17/set/18	Organização de ficheiros
58		18/set/18	Organização de ficheiros; Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé
59		19/set/18	Organização de ficheiros; Atendimento ao público
60		20/set/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de baile de finalistas; Edição de fotografias de batizado
61		21/set/18	Edição de fotografias de baile de finalistas; Edição de fotografias de sessões de recém nascido e bebé
62		25/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Edição de fotografias com manipulação de vários elementos/fotografias e impressão
63		26/set/18	Edição de fotografias de casamento e de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé em Adobe Lightroom
64		27/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público
65		28/set/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Edição de sessão fotográfica em estúdio
66		01/out/18	Edição de sessão fotográfica em estúdio
67		02/out/18	Edição de fotografias de casamento e de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé em Adobe Lightroom; Organização de ficheiros; Atendimento ao público
68		03/out/18	Edição de fotografias de baile de finalistas da Escola Secundária da Sé em Adobe Lightroom
69		04/out/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Realização de álbum digital de batizado em SmartAlbums 2
70		08/out/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias com manipulação de vários elementos e retoques; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Realização de álbum digital de batizado em SmartAlbums 2
71		09/out/18	Atendimento ao público; Edição de fotografias de sessões de bebé; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom
72		10/out/18	Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom; Atendimento ao público
73		11/out/18	Edição de sessão fotográfica em estúdio; Organização e seleção de fotografias de casamento para posterior implementação no site de encomendas
74		12/out/18	Organização de ficheiros; Atendimento ao público; Edição de fotografias de batizado em Adobe Lightroom
75			