



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Manuel Quaresma dos Anjos da Graça Afonso

dezembro | 2019





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

MANUEL QUARESMA DOS ANJOS DA GRAÇA AFONSO
RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO
EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Dezembro/2019

Ficha de Identificação

Nome: Manuel Quaresma dos Anjos da Graça Afonso

Número de matrícula: 5009077

Curso: Comunicação Multimédia

Instituição: Instituto Politécnico da Guarda

Unidade Orgânica: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

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

Telefone: +351 271 220 100 Fax: +351 271 222 690

E-mail: ipg@ipg.pt

Docente Orientador: Professor Doutor Carlos Francisco Lopes Canelas

Instituição Acolhedora: Instituto Politécnico da Guarda

Gabinete de Informação e Comunicação

Supervisores: Mestre Hélder Luís Rebelo Sequeira

Mestre em Museologia e Património Cultural

Pós-Graduado em Direito da Comunicação

e

Dr. Bernardo Duarte Gomes

Licenciado em Artes da Imagem

Data de início: 1 de julho de 2019

Data de conclusão: 11 de outubro de 2019

Duração do Estágio: 3 meses

“Não existe o caminho para felicidade, a felicidade é o caminho.”

Mahatma Gandhi

Agradecimentos

Começo por agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda e ao Governo Regional do Príncipe, que juntos abraçaram este propósito, pela oportunidade que me deram para poder alcançar esta meta.

Aos docentes, aos colegas e aos funcionários desta casa, pelos apoios morais, motivacionais, durante esta jornada académica.

Às instituições que também me apoiaram, como é o caso da Casa Sagrada Família e VTS-Guarda, da Cáritas, do REFOOD e da ROADY.

Ao meu orientador, Professor Carlos Canelas, por ter-me aceitado como seu orientando e que sempre se mostrou disponível em apoiar, que desde o princípio depositou a confiança em mim, passando também o sentido da exigência e responsabilidade, no que diz respeito ao profissionalismo.

Ao Gabinete de Informação e Comunicação, nomeadamente aos meus supervisores *Mestre* Hélder Sequeira, pelo apoio e pela forma simples de liderar, e da forma de relacionar com as pessoas e comigo não foi diferente, e ao *Dr.* Bernardo Duarte, pelo incentivo, pela sua disposição em ensinar e pelos conhecimentos transmitidos ao longo deste estágio. Também agradeço ao *Mestre* Diogo Chouzal, ao *Eng.* Carlos Gabriel Lopes, ao assistente operacional Daniel Ferreira e a todas equipas envolvidas a esta Instituição pelo apoio dado neste período de estágio

Aos meus Familiares, Parentes e Amigos, deixando um agradecimento sentido (ainda que a título póstumo) ao meu pai Manuel da C. Afonso Júnior, que serviu de uma fonte de inspiração para eu tivesse de enfrentar este rico episódio, à minha mãe Francisca Júnior e aos meus irmãos M^a Amélia (ainda que a título póstumo), M^a Miguel, Hidalgo, Honória, Manuel C. e Esmaela Afonso, aos meus sobrinhos e a minha tia, pelos apoios morais e motivacionais, que em suas orações e palavras, mostrando que na vida nada vem por acaso e sem esforços e, a Maria do Céu Ramos que nesse período de três anos, cuidou incansavelmente das nossas filhas, a Franscel e Ceusany Afonso, imagino que não foi nada fácil durante este período.

A todos vós, o meu muito OBRIGADO.

A Deus o meu companheiro fiel, que nos momentos mais difíceis e em oração depus toda a minha fé e esperança sobre Ele, para poder continuar e alcançar os meus objetivos que vim a procura e, que tudo daria certo.

Resumo

No âmbito do curso de licenciatura em Comunicação Multimédia, ministrado na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, foi desenvolvido um relatório resultante da realização de um estágio curricular, que decorreu no Gabinete de Informação e Comunicação do mencionado Instituto.

O presente documento tem como propósito apresentar, por um lado, a entidade facultadora do mencionado estágio e, por outro, as experiências e as aprendizagens profissionais adquiridas pelo estagiário.

As atividades desenvolvidas pelo estagiário enquadram-se nas áreas da produção audiovisual e do *design* gráfico.

Em termos metodológicos, para a conceção deste relatório, foram usadas a observação participante e a análise documental.

Palavras-chave: *Design* Gráfico; Multimédia; Produção Audiovisual.

Índice Geral

Ficha de Identificação.....	I
Agradecimentos.....	III
Resumo.....	IV
Índice de Figuras.....	VI
Lista de Acrónimos e Siglas	VII
Introdução	1
CAPÍTULO 1 - IPG	2
1.1. História	3
1.2. Unidades Orgânicas	4
1.3. Estrutura Organizacional.....	5
1.4. A Identidade Visual	6
1.5. Política Comunicacional	8
1.5.1 Comunicação Interna	8
1.5.2 Comunicação Externa.....	9
1.6. Gabinete de Informação e Comunicação – GIC	13
CAPÍTULO 2 - O Estágio	14
2.1. Objetivos do trabalho	15
2.2. Atividades realizadas.....	15
2.2.1 Produção Audiovisual.....	15
2.2.2. <i>Design</i> Gráfico.....	19
Estacionários.....	25
2.2.3 Outras Atividades.....	30
Reflexão Final.....	33
Bibliografia	34
Anexos	
Apêndices	

Índice de Figuras

Figura 1: Instituto Politécnico da Guarda – IPG	4
Figura 2: Unidades Orgânicas do IPG	5
Figura 3: Organigrama IPG.....	6
Figura 4: Nova Identidade Visual do IPG.....	7
Figura 5: Antiga Identidade Visual do IPG	7
Figura 6: Site IPG	10
Figura 7: Facebook - IPG.....	11
Figura 8: Instagram - IPG	11
Figura 9: YouTube - IPG	12
Figura 10: IPGfm.....	12
Figura 11: Organigrama do GIC	13
Figura 12: Edição de vídeo.....	17
Figura 13: Correções e ajustes de cores.....	17
Figura 14: Edição de vídeo	18
Figura 15: Edição de áudio:	19
Figura 16: Símbolo	21
Figura 17: Logótipo	21
Figura 18: Cor	22
Figura 19: Identidade Visual Cultura do Príncipe	23
Figura 20: Manual de Normas da Identidade Visual do Príncipe	24
Figura 21: Manual de Normas da Identidade Visual Cultura do Príncipe	24
Figura 22: Convites - Identidade Visual Príncipe.....	25
Figura 23: Convite - Identidade Visual Cultura do Príncipe	26
Figura 24: Cartões de Visita.....	27
Figura 25: Cartão de Visita	27
Figura 26: Pastas e Envelopes	28
Figura 27: Cartaz	29
Figura 28: Outdoors.....	30
Figura 29: Matrículas	31
Figura 30: Ciclo de conferência Portugal Interior	32

Lista de Acrónimos e Siglas

ESECD - Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

ESS - Escola Superior de Saúde

ESTG - Escola Superior de Tecnologia e Gestão

ESTH - Escola Superior de Turismo e Hotelaria

GIC - Gabinete de Informação e Comunicação

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

VTS -Voluntariado de Teresa de Saldanha

Introdução

No final do 3.º ano do curso de licenciatura em Comunicação Multimédia, ministrado na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), os alunos têm de realizar um estágio curricular ou desenvolver um projeto. No meu caso, optei por efetuar um estágio curricular, porque a minha prioridade era adquirir experiência no mercado laboral.

Sendo que, para produção de qualquer conteúdo multimédia é ter sempre em consideração a combinação de diversas ferramentas, conteúdos e conceitos para a composição. Contudo, neste estágio curricular debruçou-se em lidar com questões técnicas e criativas, assegurando o melhoramento dos conhecimentos adquiridos e, aprimorar as competências ligadas à produção e realização audiovisual tanto como do *design* gráfico, pois na melhor utilização dos mais diversos equipamentos e softwares, para fins multimédia.

Neste âmbito, o estágio curricular tem como principal objetivo aplicar os conhecimentos teóricos e teórico-práticos adquiridos durante o referido curso em contexto real de trabalho.

Assim sendo, este documento é o resultado do período de três meses de estágio curricular desenvolvido no Gabinete de Informação e Comunicação (GIC) do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), realizando atividades nas vertentes da Produção Audiovisual e do *Design* Gráfico. No que diz respeito à estrutura do presente relatório, este encontra-se dividido em dois capítulos. No primeiro, é efetuada uma caracterização da instituição acolhedora e, no segundo, são descritas as atividades realizadas. Para além disso, é apresentado uma reflexão final relativamente a todo o meu percurso académico. (Anexo 1)

CAPÍTULO 1
IPG

Neste capítulo, é apresentada a instituição acolhedora, ou seja, o IPG, onde desenvolvi o meu estágio curricular. Esta apresentação aborda alguns aspetos históricos sobre a Instituição, as suas unidades orgânicas e respetivas localizações, a sua estrutura organizacional, a sua identidade visual, entre outros aspetos que considero relevantes.

1.1. História

O IPG foi fundado no ano de 1980, através do Decreto-Lei 303/80, de 17 de agosto.

No dia 23 de janeiro de 1983, o primeiro Presidente da Comissão Instaladora tomou posse e, em seguida, foi apresentada uma proposta para a criação de uma Escola Tecnológica Superior na Guarda, onde seriam lecionados diversos cursos, tentando responder às necessidades da região. Assim sendo, em 1985, foi criada a Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG).

No dia 20 de outubro de 1986, iniciaram-se as atividades letivas na Escola Superior de Educação (ESE).

Por seu turno, as atividades letivas na ESTG tiveram o seu início no dia 19 de outubro de 1987 e, dois meses depois, iniciaram-se as obras conducentes às instalações definitivas do atual complexo do IPG.

A 14 de outubro de 1989, o novo edifício da ESE, no atual *campus*, foi inaugurado.

No ano de 1991, na cidade de Seia, surgiu um polo do IPG, criado pela portaria 456/91, de 28 de maio.

A 25 de outubro de 1994, os primeiros estatutos do IPG foram homologados, tendo sido publicados, em *Diário da República*, no dia 25 de novembro desse ano.

Em 1999, a Escola Superior de Turismo e Telecomunicações (ESTT), na cidade de Seia, foi criada.

No dia 28 de março de 2001, o IPG aumentou o número das suas Escolas, passando a integrar a Escola Superior de Enfermagem, mais tarde designada por Escola Superior de Saúde (ESS).

No dia 4 de setembro de 2008, os novos estatutos do IPG foram publicados em *Diário da República*.

De acordo com os novos estatutos, a ESE passou a designar-se por Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) e a ESTT de Seia adotou a denominação de Escola Superior de Turismo e Hotelaria (ESTH).

A designação das outras duas escolas do IPG, isto é, da ESTG e da ESS, manteve-se igual (IPG, s/d).

Assim a figura 1, mostra o edifício central do IPG.



Figura 1: Instituto Politécnico da Guarda – IPG
Fonte: ipg.pt

1.2 Unidades Orgânicas

Um dos grandes propósitos do IPG é trabalhar na estabilização, no desenvolvimento e no aprimoramento de uma cultura institucional própria, reforçando a qualidade e a visibilidade pública de excelência já alcançada. Deste modo, o IPG aposta num sistema de ensino de qualidade, como forma de atrair estudantes de outros politécnicos e universidades do país e do estrangeiro.

Atualmente, tal como referido anteriormente, o IPG é constituído por quatro escolas (figura 2), sendo elas a ESECD, a ESTG, a ESS, estas localizadas na cidade da Guarda, e a ESTH, situada na cidade de Seia (IPG, 2019).



Figura 2: Unidades Orgânicas do IPG
 Fonte: ipg.pt

1.3 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional está relacionada com a forma como são definidas as responsabilidades, autoridades, comunicações e decisões das unidades organizacionais da organização, isto é, como projetam, ordenam, padronizam e coordenam as atividades e os relacionamentos dos seus níveis hierárquicos e suas decisões (Rezende, 2008).

Neste âmbito, o IPG dispõe de uma estrutura orgânica (figura 3), comportando um conjunto de responsabilidades, distribuídas pelos demais departamentos, o qual submete-se a uma hierarquia na perspetiva de serem responsáveis pela definição das tarefas nos seus respetivos departamentos (IPG, 2019).

Assim sendo, o IPG possui como órgãos: o Conselho Geral; o Presidente; o Conselho de Gestão; o Conselho Superior de Coordenação; Conselho para a Avaliação e Qualidade e o Provedor do Estudante (GIC, 2019).

A este respeito, François (1989) refere que um organigrama é um gráfico que representa a estrutura da empresa, exibindo os seus órgãos e as suas diversas funções que contribuem para a sua atividade.

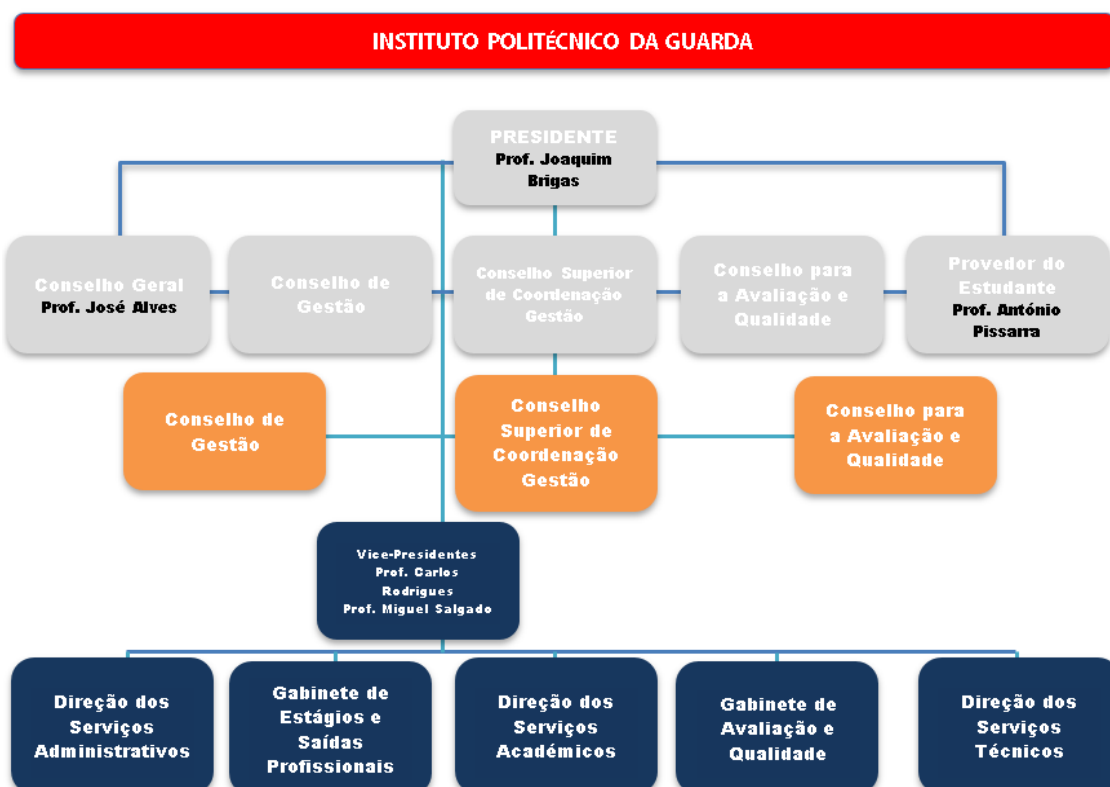


Figura 3: Organigrama IPG
 Fonte: Adaptado de documentação interna

1.4 A Identidade Visual

A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que formalizam a personalidade visual de uma ideia, produto ou empresa, como o símbolo, o logótipo, a tipografia e a cor. Estes elementos são aplicados em impressos, uniformes, automóveis, instalações, entre outros, dependendo das necessidades da empresa/cliente, sendo responsáveis por criar ideia de organização (Sehn, 2017).

Deste modo, a figura 4 representa a identidade visual do IPG, apresentando dois elementos indispensáveis, sendo eles uma águia identificada como símbolo e as três iniciais IPG, referentes ao nome do politécnico (IPG, 2019).



Figura 4: Nova Identidade Visual do IPG
Fonte: ig.pt

Porém, antes da atual simbologia do IPG, existia outra (figura 5).



Figura 5: Antiga Identidade Visual do IPG
Fonte: CIG

A identidade visual do IPG também dispõe de um *slogan*. Tal como nos explica Gomes (2004), o *slogan* é uma frase ou palavra curta, simples e de fácil memorização, sendo, geralmente, utilizada para fins publicitários, que quando bem elaborado, na sua representação, dispensa grandes explicações, pois ele falará por si, que é configurado como um grito que implica uma dupla ligação de instinto e comunicado, grito que expressa um projeto e dinamiza e impulsiona a coletividade até a seu alcance.

Desta forma, o IPG apresenta o *slogan*: “O teu sucesso é a nossa ambição”, que tem como objetivo garantir aos seus alunos uma formação de qualidade e preparação para vida profissional futura (IPG, 2019).

1.5 Política Comunicacional

Numa empresa ou instituição, a política de comunicação deve ser vista como uma política de gestão, não apenas como uma política publicitária, mas sendo considerada como uma ferramenta essencial para um bom funcionamento e comportamento global numa organização (Ramos, 2007). Assim sendo, “uma boa política de comunicação estabelece critérios e aponta o que se deverá comunicar e quem se encarregará de fazê-lo” (Ramos, 2007, p. 99).

De seguida, apresento algumas considerações sobre a política comunicacional, quer da comunicação interna quer da comunicação externa, vigente no IPG.

1.5.1 Comunicação Interna

A comunicação interna tem como objetivo principal contribuir para um bom ambiente no interior das organizações. Portanto, esta recorre aos meios de comunicação organizacionais para transmitir informações relevantes de uma organização para os seus colaboradores internos. Neste sentido, a comunicação interna é de grande valor para a organização, na medida em que ela tem de ser executada de forma planeada e com os seus objetivos bem definidos.

Sobre a comunicação interna, Ramos (2007, p. 98) escreve que esta “é a inter-relação permanente e sistemática entre todos os quadros da empresa ou instituição e constitui uma ferramenta fundamental na gestão moderna, uma vez que o êxito passa atualmente pela comunicação ‘efetiva’ de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, estão implicados no projeto”.

No caso do IPG, vou destacar alguns meios, na minha opinião os mais importantes, usados no âmbito da comunicação interna.

E-mail e Intranet

O *e-mail* é um método que possibilita formar, enviar e receber mensagens ou arquivos por intermédio de uma rede ligada à *Internet*, no qual permite uma comunicação mais eficiente, mesmo que separados por tempo ou espaço.

Segundo Lévy (1997), “cada pessoa ligada a uma rede de computadores pode ter uma caixa postal eletrônica identificada por um endereço especial, receber mensagens enviadas e enviar mensagens a todos aqueles que possuam um endereço eletrônico acessível através de sua rede” (p. 96).

Por sua vez, a *Intranet* é uma rede de computadores, mas apenas de acesso interno e ligadas aos serviços de uma instituição. Desta maneira, possibilita a comunicação de uma secção com os demais colaboradores da organização.

Neste contexto, o IPG detém um *e-mail* interno, que proporciona uma comunicação mais eficiente, e um serviço de *Intranet*, onde são disponibilizados vários serviços, tais como: a gestão documental; a avaliação interna; o sistema de qualidade; o *Moodle*; a plataforma *Sigarra*; entre outros serviços.

Reuniões

Relativamente às reuniões, estas são, geralmente, encontros de duas ou mais pessoas de uma organização, com objetivos bem definidos, para transmitir e/ou trocar informações sobre determinados assuntos relacionados com a organização. De acordo com Cusins (2003), “o objetivo de quem conduz a reunião é alcançar plenamente os objetivos do encontro” (p. 45).

Neste âmbito, a orgânica do IPG não estabelece reuniões e *briefings*¹ com datas fixas, mas estas ocorrem consoante as suas necessidades.

1.5.2 Comunicação Externa

A comunicação externa é a responsável pelo posicionamento de qualquer organização e, também, pela sua imagem numa determinada sociedade (Torquato, 2002).

¹ *Briefings* é um conjunto de informações, uma recolha de dados para o desenvolvimento de um trabalho/ projeto.

Neste contexto, o IPG dispõe de alguns meios, que apoiam na difusão das atividades do interior do Instituto para o público externo.

Website

O *Website* disponibiliza informações relevantes relacionadas com o IPG, como a sua história, os serviços, os contactos de forma a elucidar os utilizadores e/ou visitantes (figura 6).



Figura 6: Site IPG

Fonte: ipg.pt

Redes Sociais

Atualmente, grande parte das organizações faz uso das redes sociais para veicularem as suas mensagens. A este respeito, Aguiar (2006) escreve que as redes sociais são “as interações de indivíduos em suas relações cotidianas, familiares, comunitárias, em círculos de amizade, trabalho, estudo, militância etc, caracterizam as redes sociais informais, que surgem sob as demandas das subjetividades, das necessidades e das identidades” (p. 15).

Neste campo, no IPG, são usadas algumas redes sociais, como por exemplo, o *Facebook* (figura 7), o *Instagram* (figura 8) que servem de apoio para difusão de informações da Instituição (IPG, 2019).



Figura 7: Facebook - IPG

Fonte: ipg.pt



Figura 8: Instagram - IPG

Fonte: GIC

Por outro lado, o IPG também dispõe de um canal no *Youtube* (figura 9), servindo para divulgar vídeos produzidos pela Instituição (IPG, 2019).



Figura 9: YouTube - IPG

Fonte: ipg.pt

IPGfm

O IPG dispõe de um programa de rádio denominado por *IPGfm* (figura 10), com uma programação semanal, ao longo do ano letivo, emitido pela Rádio Altitude, sediada na cidade da Guarda, na frequência 90.9 Mhz, com o objetivo de divulgar atividades promovidas pelo Instituto, sobretudo projetos de cariz académico e científico (IPG, 2019).



Figura 10: IPGfm

Fonte: ipg.pt

1.6 Gabinete de Informação e Comunicação – GIC

O GIC, local do meu estágio, tem a responsabilidade de tratar de todos os conteúdos que dizem respeito à imagem, marketing institucional, relações públicas e informação do Instituto e unidades orgânicas nele inseridas (GIC, 2019).

A figura 11 representa o organigrama do GIC.

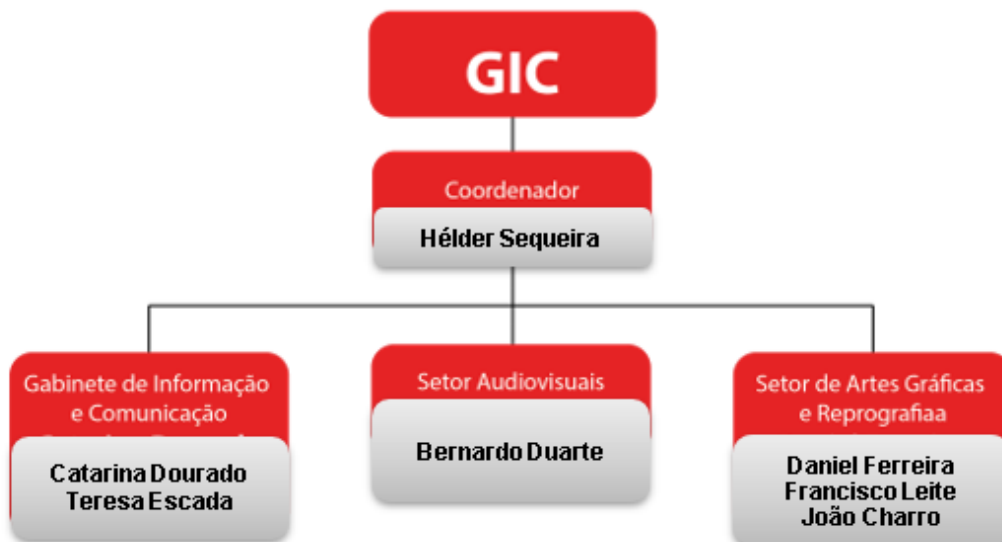


Figura 11: Organigrama do GIC
 Fonte: Adaptado do documento interno

CAPÍTULO 2
O Estágio

Neste capítulo, são apresentados o plano de estágio definido pela Instituição e as atividades desenvolvidas no GIC.

2.1 Objetivos do trabalho

Este documento tem como objetivos apresentar e descrever todas as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular que constam no plano de trabalho (Anexo 1).

2.2 Atividades realizadas

Durante o período de três meses no estágio, tive de realizar diversas atividades, nos diferentes campos da comunicação multimédia, onde foram aplicados conhecimentos adquiridos ao longo do meu curso de licenciatura, com destaques nas vertentes da produção audiovisual e do *design* gráfico.

Dessas atividades desenvolvidas, uma parte foi proposta no plano de trabalho (Anexo 1) pelo GIC, mais especificamente as atividades que dizem respeito à produção audiovisual, e outra parte proposta por mim, as atividades relacionadas com o *design* gráfico, designadamente o desenvolvimento de identidades visuais para entidades externas ao IPG.

2.2.1 Produção Audiovisual

Neste ponto, apresento as produções audiovisuais desenvolvidas durante o meu estágio, descrevendo os procedimentos seguidos.

Neste âmbito, procurei aplicar os conhecimentos, quer técnicos quer estéticos, sobre a captação e edição de vídeo e áudio, de modo a obter o melhor resultado possível. Os conhecimentos técnicos estão relacionados com a utilização dos equipamentos audiovisuais, tais como a câmara de vídeo e os respetivos acessórios. Por sua vez, os conhecimentos estéticos referem-se à aplicação da linguagem audiovisual, das regras de composição e enquadramento de imagem, entre outros conhecimentos. Estes conhecimentos teórico-práticos foram-me transmitidos nas unidades curriculares Captação e Edição de Áudio e Vídeo I e II, cujas unidades curriculares foram lecionadas, no 1.º semestre do 2.º ano e 2.º semestre do 3.º ano, respetivamente. Para

além disso, também tive em consideração bibliografia desta área (Rocha de Sousa, 1992, Watts, 1999; Antero, 2010; Pato, 2012).

A produção audiovisual tem vindo a ganhar grande importância com a diversidade de conteúdos audiovisuais que hoje nos é oferecido pelos diferentes Médias, para produção audiovisual cumprimos três etapas: a etapa da pré-produção; a etapa da produção; a etapa da pós-produção.

Segundo Muserg (2008, p.31), defende que “o processo de produção consiste na operação de equipamentos físicos e digitais combinados para converter o roteiro escrito em um programa completo e pronto para ser distribuído.”

Vídeo Concurso Robô Bombeiro 17ª Edição – Guarda

O concurso Robô Bombeiro é uma iniciativa promovida pelo IPG, mais concretamente pela ESTG, que tem como objetivo promover a área da robótica, bem como proporcionar um evento extracurricular onde os alunos possam colocar em prática conhecimentos multidisciplinares.

Para esta produção audiovisual, foi-me sugerido que a mesma devesse apresentar todas as atividades que decorreram durante o evento.

Assim sendo, efetuei o registo videográfico, recorrendo a uma câmara de vídeo e aos respetivos acessórios.

Após o registo videográfico, todo o material audiovisual foi visionado, de modo a identificar as imagens (planos) necessárias para a construção do vídeo pretendido.

Já na etapa da edição de vídeo, também conhecida por montagem, usando o *software Adobe Premiere*, selecionei e ordenei as imagens, com um ritmo adequado, de modo a criar uma narrativa audiovisual coerente e de acordo com os objetivos inicialmente propostos (figura 12).

O resultado da edição do vídeo depende muito do profissional que executa esta tarefa, da sua imaginação, da sua criatividade e do que se pretende com a produção. O profissional da edição de vídeo tem de narrar uma história, de modo a captar e, sobretudo, manter a atenção do telespetador.

Na edição de vídeo, o áudio é fundamental na construção da narrativa audiovisual, devendo complementar a imagem. Desta maneira, antes de editar o vídeo, efetuei uma pesquisa na Internet de forma a encontrar músicas que se adequassem a

este vídeo. Para isso, recorri a uma plataforma *online*, que disponibiliza uma grande variedade musical gratuitamente.

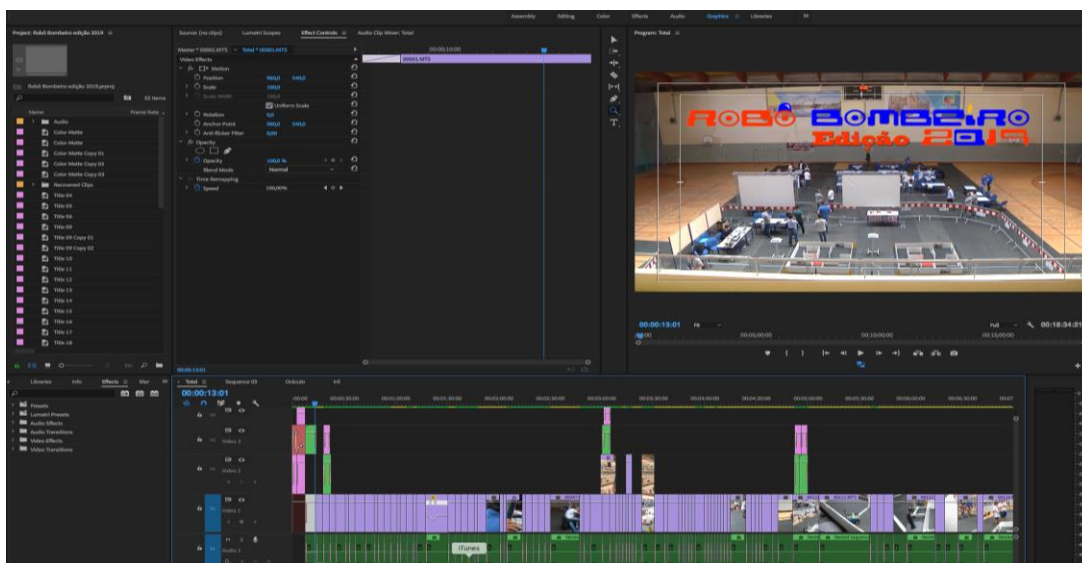


Figura 12: Edição de vídeo
Fonte: Própria

Para além das operações básicas de edição de vídeo, foi necessário efetuar alguns ajustes no que se refere à correção de cor, para “deixar” as imagens com um aspeto mais interessante, utilizando, para o efeito, o *Lumetri Color*, que é uma ferramenta do *Adobe Premiere* (figura 13).

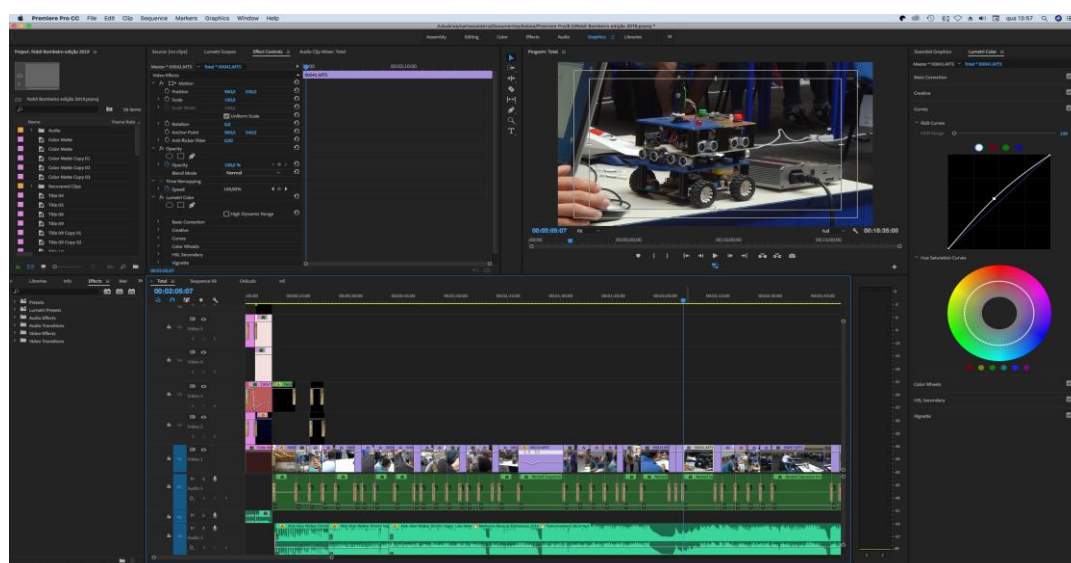


Figura 13: Correções e ajustes de cores
Fonte: Própria

Terminado todo o processo de produção deste vídeo, este foi validado pelo Dr. Bernardo Duarte, que efetuou algumas considerações e correções.

IPG Acolhe'19

Após a conclusão da produção audiovisual referente ao “Concurso Robô Bombeiro”, passei para a produção de mais um vídeo, neste caso sobre o evento relativo à receção aos novos alunos, denominado “IPG acolhe'19”, cuja iniciativa decorreu no dia 9 de outubro do corrente ano.

Para esta produção audiovisual foram desenvolvidos dois géneros de vídeo, ou seja, um primeiro género de *spot*, onde foram produzidos vários vídeos, o qual foram designados por *Calls*, como forma de chamar atenção ao evento e, um outro segundo para o próprio dia do referido evento IPG acolhe'19, que se realizaria no dia nove de outubro do ano em curso.

O objetivo principal desta produção foi promover o referido evento, logo envolvendo alunos de quase todas as escolas.

Esta produção passou pelos mesmos procedimentos da produção audiovisual anterior (figura 14).

No entanto, desta vez, criou-se duas equipas, onde numa das equipas estivemos eu mais as minhas colegas do estágio a Vanessa Trindade, a Inês Rodrigues e a Bruna Teixeira e, outra o Dr. Bernardo Duarte, de modo a que conseguíssemos cumprir o tempo definido para esta produção.

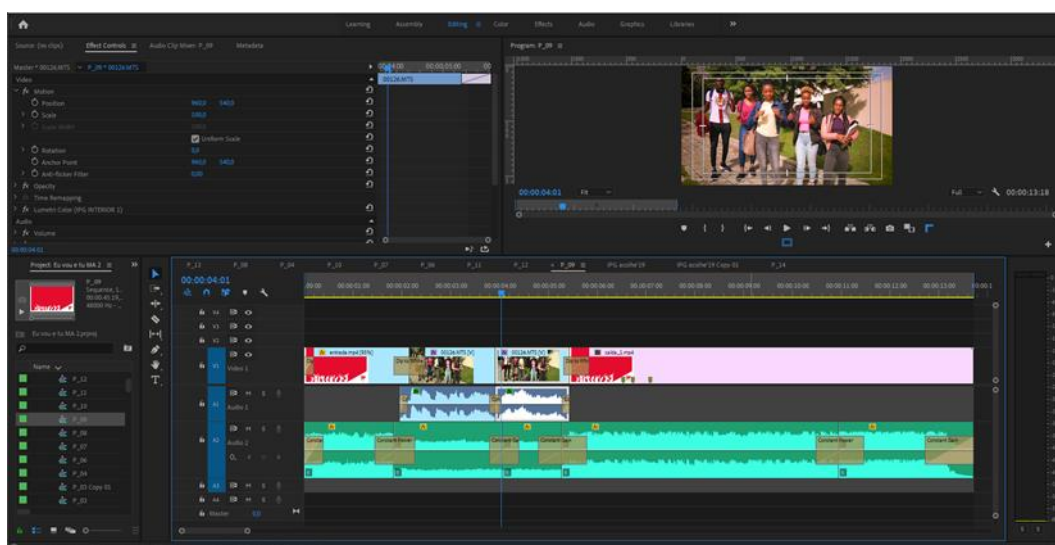


Figura 14: Edição de vídeo

Fonte: Própria

Edição de áudio

No âmbito do meu estágio curricular, gravei em áudio algumas entrevistas. Neste seguimento, editei áudio das entrevistas efetuadas nos eventos mencionados anteriormente.

Para além disso, no também editei áudio para o programa radiofónico do *IPGfm*, que é emitido pela Rádio Altitude, às quartas-feiras, às 19 horas, e aos domingos, às 13 horas, geralmente durante trinta minutos. Este programa radiofónico é produzido no estúdio de som do IPG (figura 15). Para esta edição usei o *Adobe Audition*.

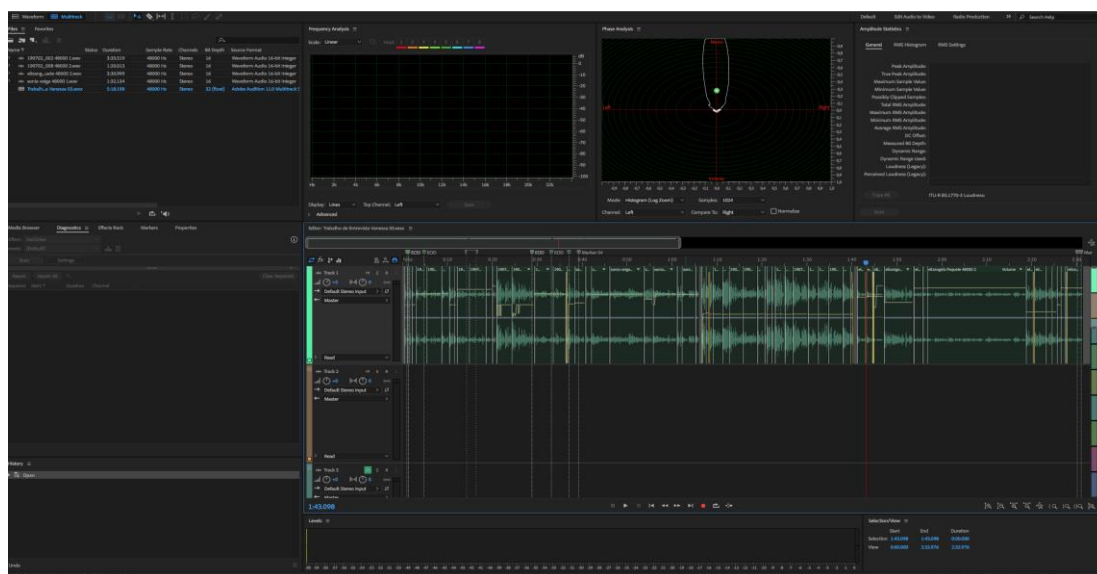


Figura 15: Edição de áudio:
Fonte: Própria

2.2.2. Design Gráfico

Neste item, apresento e descrevo as atividades desenvolvidas no âmbito o *design* gráfico, nomeadamente a criação de identidades visuais para entidades externas ao IPG.

Criação de Identidades Visuais

A identidade visual é um sistema de comunicação, em que se integra toda estratégia da empresa ou instituição, desde das suas manifestações, produções, propriedades e atuações (Costa, 2001).

A este propósito, Wheeler (2009) apresenta-nos cinco processos para a criação de uma identidade visual, sendo eles:

- **condução da pesquisa** - serve para esclarecer a visão, estratégias, metas e valores, pesquisas das necessidades, entrevistas com clientes para identificar as suas necessidades;
- **esclarecimento da estratégia** - procura definir a estratégia do cliente, da marca, sintetizar aprendizagens, assim como a obtenção da aprovação da parte do cliente;
- **o design de identidade** - serve para desenhar a identidade da marca e a finalização da estrutura da mesma, bem como a apresentação dos padrões e elementos visuais e aprovação por parte do cliente;
- **criação de pontos de contato** - neste ponto finaliza-se o desenho da marca, cria-se a identidade, desenvolve-se toda a aparência da marca, com o objetivo de obter o "produto final";
- **a gestão de ativos** - este aspeto tem por base o desenvolvimento da estratégia e o plano de lançamento da marca a nível interno e externo.

Relativamente à criação das identidades visuais, foram desenvolvidas para duas entidades da ilha do Príncipe, com o propósito de oferecer novas formas de apresentar a ilha do Príncipe. Assim sendo, também propus às entidades a necessidade de elaborar manuais de normas de identidade visual, ou seja, uma referente à ilha do Príncipe e a outra para a Cultura do Príncipe.

Já no âmbito do que diz respeito ao *design* da identidade visual, este é um processo projetual no qual o *designer* desenvolve signos gráficos para representar uma entidade, um bem ou um serviço, ou seja, relaciona conceitos e arquétipos com grafismos (Wheeler, 2009). Posto isto, para a elaboração destas identidades visuais e manuais de normas respetivamente, foram tidas em considerações algumas pesquisas, como forma de oferecer melhor resultado.

Tendo estes princípios em consideração, iniciei a criação das referidas identidades visuais, começando pela criação do símbolo da identidade PRÍNCIPE.

Portanto, para a criação deste símbolo, baseei-me num dos pontos mais alto da ilha, o pico Papagaio, mas assemelhando-o a um formato de coroa, o qual remete para a realeza associando ao nome Príncipe (figura 16).

Para Cirlot (1984), a coroa representa o próprio ato de superação, sendo também atributo de deuses, simbolizando o sucesso do sujeito que passa do pressuposto do ato à ação.

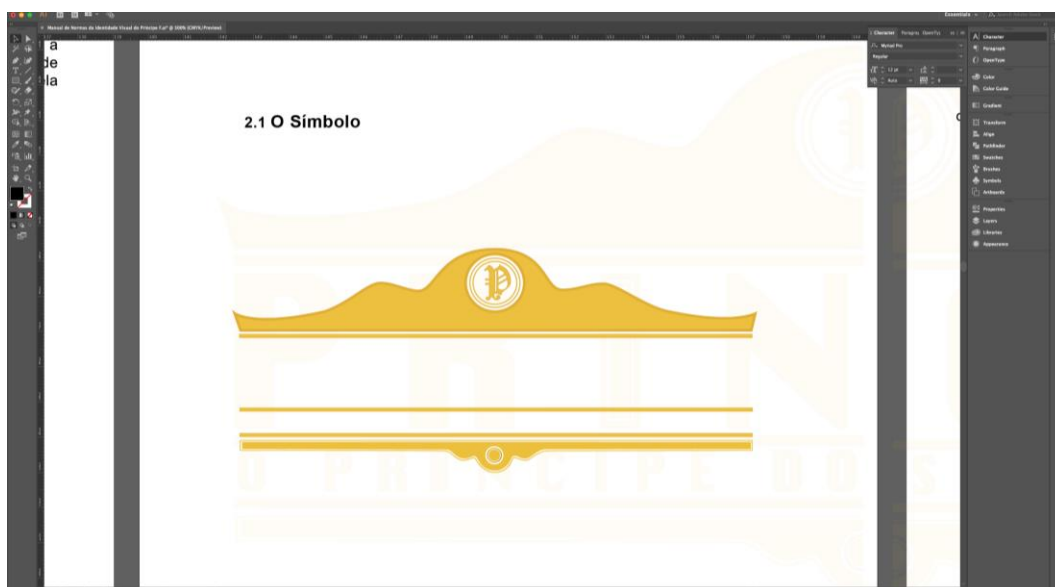


Figura 16: Símbolo
 Fonte: Própria

Relativamente à criação do logótipo (figura 17), este foi baseado no próprio nome PRÍNCIPE, utilizando apenas um tipo de letra (*Silom*), realçando a simplicidade e a modernidade.

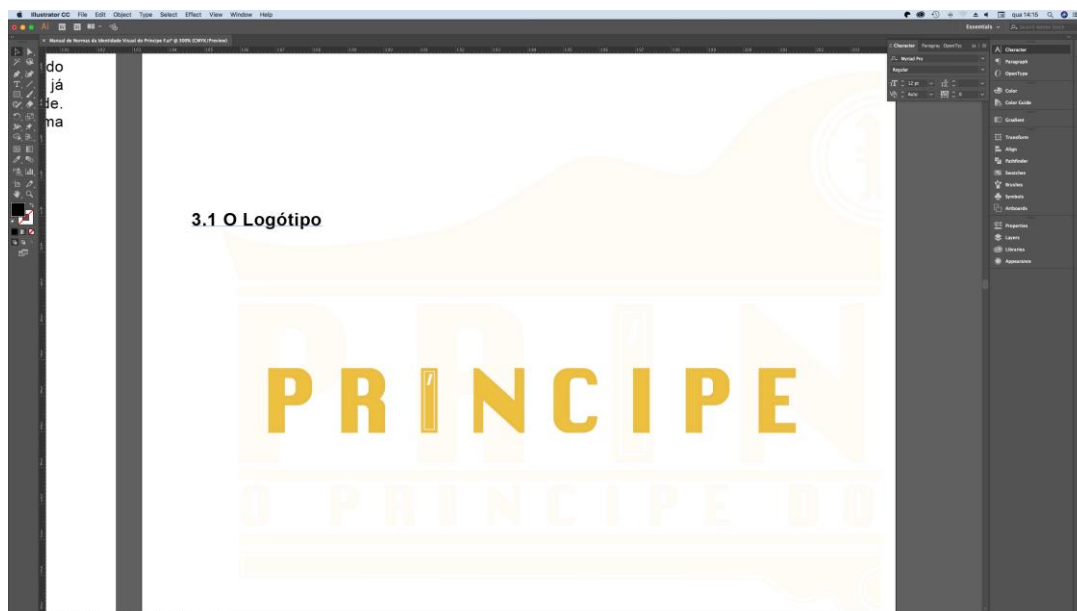


Figura 17: Logótipo
 Fonte: Própria

Quanto à cor (figura 18) para esta identidade visual, tive a liberdade de escolher, no qual seleccionei cor “dourada”, remetendo-se para a elegância, a qualidade, o luxo e, também, a cor da vitória e realeza. E ainda foi atribuído um *slogan* a esta identidade visual com a frase “O PRÍNCIPE DO SEUS SONHOS”. Este *slogan* escolhido, teve como propósito mostrar a tranquilidade e a paz que se vive na ilha do Príncipe.

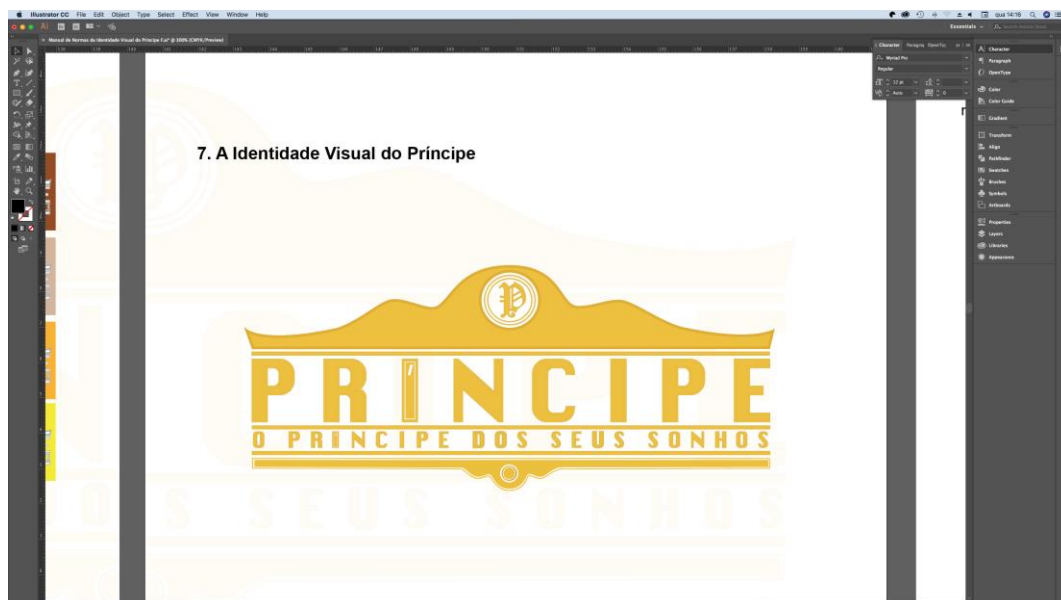


Figura 18: Cor
Font: Própria

Para o desenvolvimento da identidade visual da Cultura do Príncipe, também foi criado um símbolo que fizesse uma ligação ao nome. Então, o símbolo teve por base um escudo, representando a maior atividade cultural da ilha do Príncipe, o Auto de Floripes, presente tanto pelo grupo dos cristãos como dos mouros, servindo-se de base para esta identidade visual, e sobre ele aplicado outros quatro ícones, que representam a gastronomia, a natureza, o cristianismo e a cultura presente na ilha do Príncipe, como é o caso do pico papagaio, da cruz de Santo António, do conjunto de louças e do tambor e corneta.

Na escolha das cores para esta identidade visual, tive como referência as três cores presentes na bandeira da Região Autónoma do Príncipe, ou seja, o verde, o branco e o azul (figura 19).

Para criação destas identidades visuais, utilizei o *software Adobe Illustrator*.



Figura 19: *Identidade Visual Cultura do Príncipe*
 Fonte: Própria

Criação de Manuais de Normas da Identidade Visual

O manual de normas de identidade visual é um documento que oferece uma gama de indicações relativamente ao bom uso de uma determinada marca, explicando e exemplificando a sua utilização, assim como diversas normas, regras, características e recomendações da sua utilização (Pinho, 1996).

Nos manuais de identidades visuais do Príncipe (figura 20) e da Cultura do Príncipe (figura 21) são apresentadas pormenorizadamente todas as normas relacionadas com as aplicações. Escrito por outras palavras, a criação destes manuais tem o intuito de determinar as regras de utilização aquando da aplicação das mesmas.

Para criação desses manuais, usei o *software Adobe Illustrator*. Este *software* permite criar as páginas de forma organizada e, posteriormente, podem ser exportadas no formato PDF para impressão. Importa salientar que existe um outro *software* da família da empresa *Adobe* mais apropriado para esta tarefa que é o caso do *Adobe Indesign*. Porém, decidi utilizar apenas o *Adobe Illustrator*, uma vez que o mesmo oferece essas duas valências. Tanto as identidades visuais como os manuais de normas encontram-se disponíveis para consulta no Apêndice 1 (apenas disponibilizado no CD que acompanha este relatório).



Figura 20: Manual de Normas da Identidade Visual do Príncipe
Fonte: Própria



Figura 21: Manual de Normas da Identidade Visual Cultura do Príncipe
Fonte: Própria

Estacionários

Após a criação da identidade visual é importante também conceber um conjunto de materiais gráficos e digitais que possam ser utilizados pela organização, ou seja, o estacionário, como sejam: folha timbrada, envelope, cartão-de-visita, desdobrável, folheto, *flyer*, *outdoor*, convites ou etiquetas.

A este propósito, Faria (1999) define “que o estacionário é comum no vocabulário das artes gráficas e refere-se a todos os produtos que incorporem a identidade gráfica de uma organização, sobretudo em suporte papel ou em formato digital, como, folhetos publicitários, cartazes, e tudo o que permita identificar graficamente a organização” (p. 249).

Neste âmbito, criei dois convites (figuras 22) para a identidade visual do Príncipe, pois usei a cor padrão dourada timbrada nas duas faixas tanto do topo como da base, definidas como o *design* criado para este material, com o tamanho de 18x15cm, mas diferenciando-se apenas nas cores de fundo o branco e preto, e neles aplicado a respetiva identidade visual.

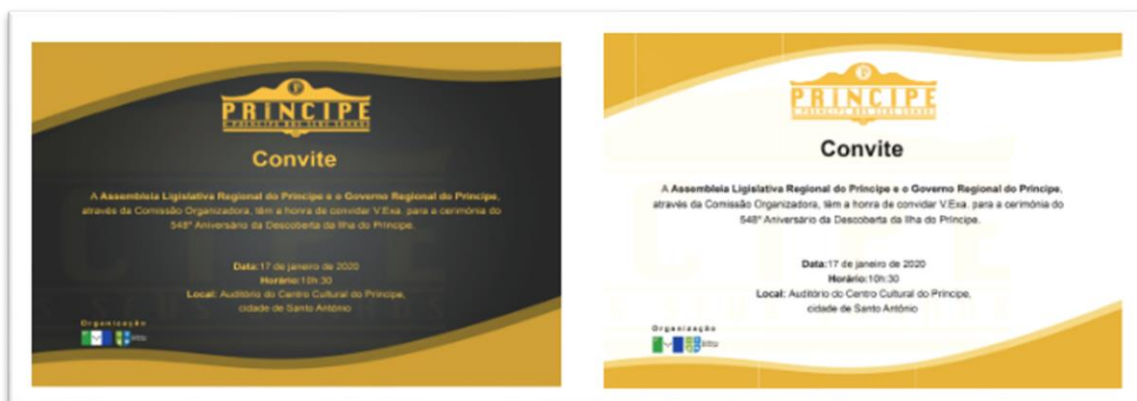


Figura 22: Convites - Identidade Visual Príncipe

Fonte: Própria

Já para a criação do convite para a Cultura do Príncipe (figura 23), defini apenas um *design*, mas nele contendo elementos que representam a respetiva identidade



Figura 23: Convite - Identidade Visual Cultura do Príncipe

Fonte: Própria

Cartão de Visita

O cartão de visita é um material impresso que tem como principal objetivo apresentar um profissional, uma instituição ou empresa (moradas, contactos, ...). O cartão de visita do Príncipe (figura 24) foi criado apenas num formato, com cores de fundo diferentes, ou seja, o branco e o preto, mas com as mesmas informações sobre a entidade, com as dimensões de 8,5cm x 5,5cm.



Figura 24: Cartões de Visita
Fonte: Própria

Para a elaboração do cartão de visita para a entidade da Cultura do Príncipe (figura 25), apliquei as cores da identidade visual, isto é, o verde, o branco e o azul.



Figura 25: Cartão de Visita
Fonte: Própria

Envelope e Pasta

Tanto a pasta como o envelope (figura 26) estão em consonância com outros materiais. Assim sendo, optei por desenvolver envelopes, do tipo ofício, sendo um dos tipos de envelope mais utilizados, com uma medida de 11,4cm x 23cm, de acordo com os respetivos *designs* de cada identidade visual, pautando por um bom acabamento.

A pasta por sua vez, encontra-se num formato A4 (21cmx29,7cm), pois cumpre as mesmas linhas gráficas definidas noutros materiais que dizem respeito a identidade

visual do Príncipe. Importa referir que estes materiais apenas foram desenvolvidos para identidade visual do Príncipe.



Figura 26: Pastas e Envelopes
Fonte: Própria

Cartaz

O cartaz é um suporte, geralmente em papel, que tem como função divulgar um determinado evento. Para além disso, o cartaz tem um papel preponderante na formação do espaço urbano. O cartaz comporta um conteúdo funcional (promove a venda de alguma coisa) e um outro, estético (é mancha, espaço, cor), que não se liga diretamente ao procedente (Abraham, 1974).

Assim sendo, a figura 27 representa o cartaz criado para a entidade Príncipe.



Figura 27: Cartaz
 Fonte: Própria

Outdoor

À semelhança do cartaz, o *outdoor* trabalha com a imagem, tanto fixa como em movimento, tendo como função divulgar conteúdos publicitários (Hesketh & Vermelho, 2012).

Neste âmbito, elaborei dois *outdoors* (figura 28) para as distintas entidades.



Figura 28: Outdoors
 Fonte: Própria

2.2.3 Outras Atividades

Para além das atividades apresentadas e descritas até a este ponto, ainda tive a oportunidade de realizar outras atividades.

Organizações de Brindes

No início do estágio, participei na organização de brindes para dois eventos que decorreram no IPG. Deste modo, no dia 3 de julho do corrente ano, eu e outra estagiária organizámos 300 brindes, os quais foram oferecidos numa atividade que se realizou nos dias 14 e 15 de setembro do presente ano, no Brasil, mais concretamente na cidade de São Paulo, numa feira de divulgação de oferta formativa.

Ainda em relação a questões logísticas, organizei aproximadamente 650 brindes para serem entregues aos novos alunos do IPG.

Matrículas

No que concerne às matrículas do ano letivo 2019/2020 no IPG (figura 29), dividida em duas fases, em que a primeira aconteceu entre os dias 10 a 14 do mês setembro e a segunda realizada entre os dias 20 a 26 de setembro do corrente ano, prestei apoio aos novos alunos, nomeadamente no esclarecimento de dúvidas no preenchimento dos boletins de matrículas. Gostaria de salientar que esta atividade foi opcional.



Figura 29: Matrículas

Fonte: Própria

Ciclo de Conferências Portugal Inteiro

A 3.^a Conferência intitulada “A Inovação como estímulo para o desenvolvimento da Região Centro”, inserida no Ciclo de Conferências Portugal Inteiro, decorreu no auditório da ESTG do IPG, no dia 1 de outubro, cujo evento foi organizado pelo Jornal Económico e pela Altice Portugal. Neste evento, realizei a cobertura fotográfica do mesmo (figura 30).



Figura 30: Ciclo de conferência Portugal Interior
Fonte: Própria

Reflexão Final

Este relatório de estágio ora apresentado, reflete, o percurso dos três anos de licenciatura em Comunicação Multimédia, que finaliza esta etapa do ensino superior. Durante o percurso académico, inúmeros conhecimentos foram adquiridos, pois, servirão de aprimoramento na minha vida profissional. Sei de antemão, que no mundo profissional propriamente dito, as exigências ser-me-ão maiores, mas não será algo de tão novo no que concerne a área e aos conteúdos abordados ao longo desses seis semestres letivos.

Deste modo, asseguro-me dizer de que, esse estágio foi de extrema importância na medida que, consegui responder grande parte dos conteúdos ministrado no percurso académico, sendo uma etapa decisiva para o desfecho desta licenciatura.

Creio que os conhecimentos obtidos, no trajeto desta licenciatura e, aprimorados neste estágio, vem de certo modo aprontar-me para o mercado de trabalho. Estou ciente, que este é apenas o começo de uma longa e dura caminhada.

O estágio curricular realizado no Gabinete de Informação e Comunicação (GIC), foi-me significativo. Este período de estágio, mostrou-me a tamanha dimensão do curso de Comunicação Multimédia, onde se justifica com a sua pluralidade na elaboração e divulgação de conteúdos, que anteriormente vistos nas distintas unidades curriculares.

Nesses três anos de curso como aluno, não se percebia talvez, a importância e responsabilidade que tem a grau académico da licenciatura, mais do que aluno, a preparação para vida futura profissional, estava subjacente, dado que, as responsabilidades no mercado de trabalho, está para além daquilo que se vive durante as aulas nos anos letivos.

A constante atualização, no mundo da Comunicação Multimédia, exigirá dos profissionais estarem de pé de igualdade a outras realidades. Deste modo, a introdução de algumas ferramentas nas unidades curricular, estou em crer que seria mais valia para os alunos que futuramente, farão parte do mercado de trabalho, logo no percurso académico não teve contato com essas ferramentas, que hoje em dia são exigidas no mundo profissional, como é o caso das ferramentas *Adobe After Effects* e *Adobe Illustrator*, seria, sem qualquer dúvida, uma mais-valia para os alunos.

Bibliografia

- Abraham, M. (1974). *O Cartaz*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Aguiar, S. (2006). *Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação*. Rio de Janeiro: Núcleo de Pesquisa, Estudos e Formação da Rede de Informações para o Terceiro Setor.
- Antero, J. (2007). *Operações de Câmara: gramática da captação de imagem em movimento*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cirlot, J. E. (1984). *Dicionário de Símbolos*. Alfragide: Dom Quixote.
- Costa, J. (2001). *Imagem Corporativa en el Siglo XXI* (1.^a ed.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Cusins, P. (2003). *Gerente de Sucesso*. São Paulo: Clio Editora.
- Faria, M. I. (1999). *Novo Dicionário do Livro: da escrita ao multimédia*. Lisboa: Círculo de leitores.
- François, A. R. (1989). *Organização da Empresa*. Porto: RÉS Editora.
- Gomes, N. (2004). *Formas persuasivas de comunicação política*. Porto Alegre: Edipucrs.
- Hesketh, C. & Vermelho, S. C. (2012). *Comunicação e Informação*. Brasil.
- IPG (2007). *UDI*.
- IPG (2019). *Unidades orgânicas*.
- IPG (2017) *Relatório de Atividades e Gestão Consolidado do IPG/SAS 2017*.
- Lévy, P. (1997). *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional.
- Muserg, R. B. (2008). *Roteiro para Mídia Eletrônico – TV, Rádio, Animação e Treinamento corporativo*. São Paulo; Editora Campus;
- Pato, L. M. (2012). *Técnicas de Produção Televisiva na Migração para o Digital*. Coimbra: Grácio Editor.
- Pinho, J. (1996). *O Poder das Marcas*. (3.^a ed.) São Paulo: Summus Editorial.
- Ramos, F. (2007). *Estratégias e Protocolo para a Comunicação Corporativa*. Lisboa: Media XXI.
- Rocha de Sousa (1992). *Ver e Tornar Visível: formulações básicas em cinema e vídeo*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Sehn, L. R. (2017). *Design gráfico - conceitos e práticas indispensáveis*. Porto Alegre: Simplíssimo.
- Torquato, G. (2002). *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*. São Paulo: Editora Thomson.
- Watts, H. (1999). *Direção de Câmara: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: A complete guide to creating, building, and Maintaining Strong Brands*, New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.

ANEXOS

Lista de Anexos

Anexo 1 - Plano de Estágio

Anexo 1
Plano de Trabalho

	<p>PLANO DE TRABALHO</p> <p>Ensino Clínico Estágio</p> <p>Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados</p>	<p>MODELO GESP.004.05</p> <p>Ano Letivo 2015/2016</p>
<p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p>		
<p>Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECO <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTO <input type="checkbox"/> ESTH</p> <p>Tipologia: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outra: _____</p> <p>As abógo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim, Qual? _____</p> <p>Informação adicional (se aplicável): _____</p> <p>Designação: _____</p> <p>Ano curricular: _____ Semestre: _____ <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período</p>		
1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES		
<p>Estabelecimento: <u>Politécnico da Guarda</u> N.º de estudante: <u>5007071</u></p> <p>Docente orientador(a): <u>Carlos Correia</u></p> <p>Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Paulo Teixeira e Remónio Duarte</u></p>		
2. PLANO DE TRABALHO		
<p><i>Identificar os objetivos do plano de Formação e Comunicação (F.C.) do Instituto Politécnico da Guarda (IPG) e desenvolver trabalhos no âmbito das referências do F.C., aplicando os conhecimentos técnicos adquiridos ao longo do curso.</i></p> <p><i>A planificação de métodos e práticas de trabalho no contexto de atividade do IPG e de forma a alcançar novos conhecimentos e prática ao nível de produção de conteúdos de áudio e vídeo.</i></p> <p><i>Adquirir experiência no plano dos questões logísticas de eventos institucionais, bem como de atividades internas e externas ligadas à atividade do IPG, assegurando o registo áudio ou fotografico e eventual apoio técnico.</i></p>		
3. ASSINATURAS		
<p>O(A) Estudante</p> <p><u>01/03/2015</u></p> <p><u>[Assinatura]</u></p>	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p><u>01/03/2015</u></p> <p><u>[Assinatura]</u></p>	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a)</p> <p><u>01/03/2015</u></p> <p><u>[Assinatura]</u></p>

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

Escola: ESECO ESS ESTG ESTH

Tipologia: Curricular Extracurricular Outra: _____

As abógo de protocolo ou especificidade formativa? Sim Não? _____

Informação adicional (se aplicável): _____

Designação: _____

Ano curricular: _____ Semestre: _____ 1.º período 2.º período 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES

Estudante: Momelli Furumoches y cifone N.º de estudante: 500022

Docente orientador(a): Carlos Gomes

Supervisor(a)/Tutor(a): Helena Teixeira e Fernando Duarte

2. PLANO DE TRABALHO

Continuação:

Após o trabalho da eq. TC - a partir do período de estágio comunitário com a equipa de manutenção de novos alunos - e integrar a equipa responsável pelo processo de manutenção dos novos alunos (2017/2020), participando na preparação da documentação, ações e apoio, e por de cobertura fotográfica.

Elaboração de dois Manuais de Manuais de Identidade Visual.

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante

01/10/2019
D U B M A X A X A

[Assinatura]
(Assinatura)

O(A) Docente Orientador(a)

01/10/2019
D U B M A X A X A

[Assinatura]
(Assinatura)

O(A) Supervisor(a)/Tutor(a)

01/10/2019
D U B M A X A X A

[Assinatura]
(Assinatura e carimbo)

APÊNDICES

Lista de Apêndices

Apêndice 1 - Manual de Normas de Identidade Visual em CD/DVD

Apêndice 1

Manual de Normas de Identidade Visual em CD/DVD