

Relatório de Estágio

Beatriz Ramos Costa

Comunicação Multimédia

dez | 2022

GUARDA
POLI
TÉCNICO



POLI TÉCNICO GUARDA

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ESTÁGIO COM RELATÓRIO FINAL
PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA EM
COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

Beatriz Ramos Costa

dezembro / 2022

Relatório de Estágio

Ficha de Identificação

Discente | Beatriz Ramos Costa

Número de Estudante | 1703656

Curso | Comunicação Multimédia

Estabelecimento de ensino | Instituto Politécnico da Guarda – Escola Superior de Educação,
Comunicação e Desporto

Orientador | Carlos Jorge Brigas

Entidade | Rm21-Design Multimédia Lda.

Morada | R. Dr. Martins das Neves 2, 6300-586 Guarda

Telefone | 271 212 488

Site | <https://www.rm21.pt>

Supervisor na organização | Engenheira Rosa Varandas

Grau académico do supervisor | Licenciatura em Engenharia Gráfica

Data de início de estágio | 9 de maio de 2022

Data de fim de estágio | 15 de julho de 2022

Relatório de Estágio

Agradecimentos

Ao longo deste percurso gostaria de agradecer a todos os que, de uma forma ou outra, me apoiaram e contribuíram para tornar este relatório possível.

Ao Instituto Politécnico da Guarda (IPG) e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) e aos meus professores que ao longo destes anos me permitiram seguir o meu sonho de concluir esta licenciatura.

Ao professor Carlos Brigas que me orientou durante o período de estágio, agradeço todo o acompanhamento, apoio, interesse e disponibilidade face a qualquer dúvida.

À RM21 – Design Multimédia Lda., que me acolheu nestes meses e proporcionou um espaço aberto à aprendizagem e experiência.

À engenheira Rosa Varandas que sempre me apoiou e, ao mesmo tempo, me desafiou para fazer mais e melhor, contribuindo para o meu desenvolvimento profissional e descoberta de novos conhecimentos.

À minha família, especialmente aos meus pais e irmãos, agradeço a paciência, carinho e amor que sempre me deram na procura dos meus objetivos. Ao resto da minha grande família, pelas palavras e animação que sempre me trouxeram um sorriso.

Ao meu namorado, por acreditar, incentivar e ajudar-me a ultrapassar todos os obstáculos. Por ser o meu pilar, todos os dias da minha vida.

Aos meus amigos e aos colegas de curso pelo companheirismo, motivação e trabalho ao longo destes três anos.

Obrigada a todos! Por mais palavras que possa usar, nunca poderei descrever todo o apoio e carinho que recebi e que nunca esquecerei.

Resumo

O presente relatório foi elaborado no âmbito da Unidade Curricular de Estágio, pertencente à Licenciatura em Comunicação Multimédia na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) no Instituto Politécnico da Guarda (IPG).

Descreve todo o trabalho realizado em estágio entre 9 de maio e 15 de julho de 2022, na empresa RM21 – Design Multimédia Lda.

Ao longo do estágio curricular foram desenvolvidas diversas atividades relacionadas com edição de imagem, *design* gráfico e trabalhos manuais.

Este relatório encontra-se estruturado em dois capítulos.

No primeiro capítulo é feita a apresentação e descrição das características da empresa acolhedora do estágio.

No segundo capítulo são descritas todas as atividades desenvolvidas e métodos de elaboração ao longo do período de estágio.

Para terminar apresenta-se uma reflexão final acerca das particularidades experienciadas e conhecimentos adquiridos ao longo do estágio, assim como o reconhecimento de perspetivas futuras para a profissão.

Palavras-Chave: *design* gráfico, multimédia, RM21

Índice Geral

Ficha de Identificação	I
Agradecimentos	II
Resumo	III
Índice de Figuras	VI
Lista de Acrónimos e Siglas	IX
Glossário	X
Introdução	1
Capítulo I: Organização	2
1. RM21 – Design Multimédia Lda.	3
1.1. Localização.....	3
1.2. Missão, Visão e Valores.....	4
1.2.1. Missão	5
1.2.2. Visão.....	5
1.2.3. Valores	6
1.3. Estrutura Organizacional.....	6
1.4. Metodologia de Trabalho	7
1.5. Identidade Visual.....	8
1.6. Análise SWOT	9
Capítulo II: Estágio	13
2. Plano de Estágio.....	14
3. Trabalhos Realizados	15
3.1. Urbe Sanchina	16

Relatório de Estágio

3.2. Publisegur - Corretores de Seguros, S.A.....	20
3.3. IPG – Instituto Politécnico da Guarda.....	22
3.4. Cartaz Concentração Motar.....	23
3.5. Restaurante Alma	24
3.5.1. Cartão de Visita.....	24
3.5.2. Expositor da Ementa	26
3.5.3. Uniformes.....	28
3.6. Globally.....	30
3.7. Revendedora Boti.....	31
3.7.1. Identidade Visual.....	32
3.7.2. Painéis de decoração da loja.....	34
3.7.3. Reclame.....	39
3.7.4. Cartão de Visita.....	41
3.7.5. Horário e Placa de Fechado.....	42
3.7.6. Mini-Kit de Manual de Normas	45
3.8. Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves.....	46
3.9. Lona Guarda 21	49
3.10. Aplicação de Vinil.....	50
Reflexão Final.....	55
Bibliografia	57

Anexos

Apêndices

Índice de Figuras

Figura 1: Localização da Empresa RM21	4
Figura 2: Missão, Visão, Valores e Metodologia da RM21	4
Figura 3: Organograma RM21 – Design e Multimédia, Lda.	7
Figura 4: Identidade Visual da RM21 - Design e Multimédia, Lda.	9
Figura 5: Análise SWOT da RM21	11
Figura 6: Edição da sinalética Urbe Sanchina	17
Figura 7: Sinalética final Urbe Sanchina.....	18
Figura 8: Fotorrealismo da sinalética dos dormitórios Urbe Sanchina (cenário 1)	18
Figura 9: Fotorrealismo da sinalética dos dormitórios Urbe Sanchina (cenário 2)	19
Figura 10: Edição da sinalética do WC Urbe Sanchina.....	19
Figura 11: Fotorrealismo da sinalética do WC Urbe Sanchina	20
Figura 12: Edição do cartaz do malmequer Publisegur.....	21
Figura 13: Cartaz final Publisegur.....	21
Figura 14: Aplicação do cartaz Publisegur.....	22
Figura 15: Cadernos finalizados IPG.....	23
Figura 16: Edição dos cartazes da Concentração Motar.....	24
Figura 17: Edição dos Cartões de visita do restaurante Alma	25
Figura 18: Cartão de visita restaurante Alma (propostas)	26
Figura 19: Expositor de ementas restaurante Alma (proposta 1)	27
Figura 20: Expositor de ementas restaurante Alma (proposta 2)	27
Figura 21: Ementa em código QR do restaurante Alma.....	28
Figura 22: Edição dos uniformes do restaurante Alma	29

Figura 23: Propostas de uniformes (bege e vermelho) do restaurante Alma.....	29
Figura 24: Propostas de uniformes (preto e bege) do restaurante Alma	29
Figura 25: Edição das placas Globally	30
Figura 26: Placas Globally enviadas para o cliente	31
Figura 27: Placa Globally enviada para o cliente	31
Figura 28: Edição da identidade visual Boti.....	32
Figura 29: Identidade visual escolhida Boti	33
Figura 30: Versões do logotipo Boti	33
Figura 31: Logotipo aplicado na loja Boti.....	34
Figura 32: Fotorrealismo dos painéis Boti	35
Figura 33: Painéis finalizados Boti.....	35
Figura 34: Aplicação dos painéis Boti.....	36
Figura 35: Edição da placa com frase Boti.....	37
Figura 36: Placa com frase Boti	37
Figura 37: Placa com frase aplicada Boti	38
Figura 38: Edição placa com logotipo Boti	38
Figura 39: Placa com logotipo Boti.....	39
Figura 40: Placa com logotipo aplicada Boti.....	39
Figura 41: Edição do reclame Boti	40
Figura 42: Reclame aplicado Boti	40
Figura 43: Edição cartão de visita Boti	41
Figura 44: Cartão de visita Boti escolhido	42
Figura 45: Edição do horário Boti	43

Figura 46: Horário do Boti	43
Figura 47: Horário do Boti aplicado.....	44
Figura 48: Edição da placa Boti fechado.....	45
Figura 49: Placa de fechado Boti.....	45
Figura 50: Edição do mini-kit de manual de normas.....	46
Figura 51: Edição do cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 1).....	47
Figura 52: Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 1)	47
Figura 53: Edição do cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 2).....	48
Figura 54: Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 2)	49
Figura 55: Lona da Guarda 21	50
Figura 56: Vinil aplicado – Publisegur.....	51
Figura 57: Vinil aplicado – Renascer	52
Figura 58: Aplicação de Vinil garrafão	53
Figura 59: Corte de Vinil.....	53
Figura 60: Vinil aplicado no automóvel (atrás).....	54
Figura 61: Vinil aplicado no automóvel (lado)	54

Relatório de Estágio

Lista de Acrónimos e Siglas

CEO - *Chief Executive Officer*

ESECD – Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

PVC - Policloreto de vinil

QR - Quick Response (significa resposta rápida)

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* - Pontos Fortes, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças

WC – Water closet (abreviatura de casa de banho)

Glossário

Adobe Illustrator – Programa de editor de imagens vetoriais

Adobe Photoshop – Programa de editor de imagens bidimensionais.

Briefing – Reunião de informação tática antes de uma tarefa.

Merchandising – Estratégia de marketing que utiliza produtos utilitários, como canecas, canetas, camisolas entre outros para promover outro produto ou serviço.

Mock-up – Modelo digital ou real em escala ou tamanho real usado para demonstrar o projeto final.

Múpis – Painel urbano vertical, mais alto do que largo e menor do que um outdoor, destinado a conter mapas, informações ou publicidade.

Outdoor – Cartaz ou painel publicitário de grandes dimensões, colocado geralmente em locais de muito movimento.

Template – Documento com apenas a apresentação visual, que permite criar conteúdos de forma rápida.

Website – Página ou conjunto de páginas de internet com informação diversa, acessível através do computador ou de outro meio eletrónico.

Webdesign – Área do design gráfico, referente à criação de páginas da internet e do seu conteúdo.

Introdução

O presente relatório foi elaborado no âmbito da Unidade Curricular de Estágio, para a obtenção do grau de Licenciatura em Comunicação Multimédia na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), sob a orientação do professor Carlos Jorge Brigas.

O estágio decorreu entre 9 de maio e 15 de julho de 2022, com a duração de 400 horas, na empresa RM21 – Design Multimédia Lda. Foram desempenhadas funções de criador de conteúdos multimédia, tais como edição de imagem e *design* gráfico, sob orientação de um plano de estágio, que se encontra no Anexo I elaborado pela supervisora, engenheira Rosa Varandas e aprovado pelo professor-orientador Carlos Jorge Brigas.

Este relatório encontra-se estruturado em dois capítulos.

No primeiro capítulo é caracterizado o contexto da empresa acolhedora do estágio, RM21, nomeadamente a sua missão, visão e valores, estrutura organizacional, localização, identidade visual, metodologia de trabalho e análise SWOT.

No segundo capítulo é descrito o plano de estágio e todas as atividades desenvolvidas e métodos de elaboração ao longo das 400 horas. Inicialmente são resumidas, de forma geral, as atividades desenvolvidas. Posteriormente é descrito, caso a caso, cada trabalho realizado.

É também realizada uma reflexão final onde são analisadas as aprendizagens obtidas e as dificuldades sentidas, bem como a importância do estágio e toda a experiência profissional adquirida, para o seguimento da carreira.

Para finalizar, é apresentada a bibliografia consultada para a elaboração do presente relatório.

Capítulo I

Organização

Relatório de Estágio

Este capítulo apresenta informações relativas à empresa acolhedora do estágio curricular, RM21 – Design Multimédia Lda., bem como a sua localização, estrutura organizacional, metodologia de trabalho, identidade visual e análise SWOT.

1. RM21 – Design Multimédia Lda.

“À nossa volta a cada minuto de cada dia...” RM21 (2012)

A empresa RM21 – Design Multimédia Lda. é um estúdio criativo onde se desenvolvem produtos e criam soluções de *design* inovador aos seus clientes. Foi criado em 2003 e, de momento, encontra-se em associação com a Inova-Ria, segundo informação disponibilizada pela supervisora Rosa Varandas. É uma microempresa que oferece uma grande diversidade de serviços multimédia, tais como: *design* gráfico, programação, edição de vídeo (promocional ou outro), páginas de *internet* (*websites*), impressão digital e de vinil. Os recursos humanos incluem a CEO (*Chief Executive Officer*) Rosa Varandas, a colaboradora Noélia Costa e, pontualmente, alguns estagiários da área.

1.1. Localização

A empresa situa-se na Guarda e encontra-se sediada na Rua Dr. Martins das Neves, Lote 2, R/ch Dir., 6300-372. O horário de funcionamento é das 10:00h às 13:00h e das 14:00h às 19:00h. Na figura 1 encontra-se a entrada de acesso ao edifício da empresa.



Figura 1: Localização da Empresa RM21

Fonte: Google Maps

1.2. Missão, Visão e Valores

A missão, a visão e os valores são um conjunto de diretrizes fundamentais que regem uma organização e que contribuem para o desenvolvimento da empresa. Podem ser consideradas estratégias que guiam o funcionamento da companhia e, simultaneamente, influenciam o meio onde se insere (Rebelo & Gomes, 2011).

Na figura 2, apresenta-se uma breve representação dos conceitos missão, visão, valores e metodologia com questões que os sumariza a respeito da RM21, que serão posteriormente desenvolvidos neste capítulo.



Figura 2: Missão, Visão, Valores e Metodologia da RM21

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

1.2.1. Missão

A missão tem como propósito orientar as atividades da empresa e clarificar ou comunicar os objetivos, valores básicos e estratégia organizacional. A missão deve ser objetiva, ou seja, o mais clara possível, inspiradora e impulsionadora. Deve refletir um consenso interno de toda a organização, mas também ser compreendido pelas pessoas de fora (Chiavenato, 1999).

De forma a atingir eficazmente a missão, a empresa deve alocar os seus recursos, sejam estes financeiros, tecnologias de informação, comunicação ou formação dos trabalhadores, para o cumprimento dos seus objetivos, por outras palavras, não deve apenas incluir os seus objetivos na missão, mas também pô-los em prática através dos seus recursos (Rebelo & Gomes, 2011).

A missão da RM21 (2012) é desenvolver produtos no seu estúdio criativo e, criar soluções de *design* e tecnologia, para ajudar os clientes nos seus desafios.

1.2.2. Visão

Segundo Marquardt (2002), a visão de uma empresa abrange os objetivos, expectativas e direção para o futuro que é aprendida pelos trabalhadores e aplicada nos seus novos produtos e serviços. A visão torna-se especialmente importante no sucesso e crescimento da organização, uma vez que concede ao coletivo um sentido de qual o caminho profissional a seguir, o qual o autor indica como uma «visão partilhada da aprendizagem» (Marquardt, 2002, p. 95).

Na RM21 – Design Multimédia Lda., a visão foca-se em continuar a oferecer serviços e produtos cada vez mais criativos e informativos, nas diferentes plataformas existentes que poderão vir a surgir num futuro próximo (RM21, 2012). Adicionalmente, na minha ótica, é de notar que procuram que o serviço realizado, agrade o cliente que poderá voltar a necessitar dos trabalhos da empresa.

Relatório de Estágio

1.2.3. Valores

Os valores de uma empresa tornam-se importantes de forma a determinar o tipo de crenças que os membros da organização recolhem e transferem entre si e, posteriormente transmitem para o mundo. Ajuda assim, a modelar os comportamentos e hábitos dos colaboradores (Marquardt, 2002).

De acordo com o panfleto da RM21 no Anexo II, alguns dos seus valores prendem-se com a qualidade de trabalho, satisfação e proximidade com o cliente, inovação, trabalho em equipa, profissionalismo e responsabilidade.

A RM21 (2021) refere que se regem segundo os princípios: o de ouvir, idealizar, criar, estruturar, inovar e produzir, sempre de forma sustentável e respeitando o ambiente que os rodeia.

1.3. Estrutura Organizacional

Numa empresa, é importante definir uma boa estrutura organizacional para assim garantir o sucesso funcional. Galbraith (1973) define organização como o conjunto de pessoas com um objetivo compartilhado através da divisão do trabalho. Para ter os resultados pretendidos é essencial estabelecer uma rede de relações entre indivíduos e dividi-los em departamentos, numa forma de estrutura organizacional.

De momento, a RM21 – Design Multimédia Lda. trabalha com duas pessoas, a engenheira Rosa Varandas, responsável principalmente pela direção, e a colaboradora Noélia Costa, qualificada para todas as áreas em que a empresa se dedica.

A figura 3, apresenta um organograma da empresa que permite uma melhor compreensão do funcionamento e divisão das tarefas, bem como a representação das relações hierárquicas.

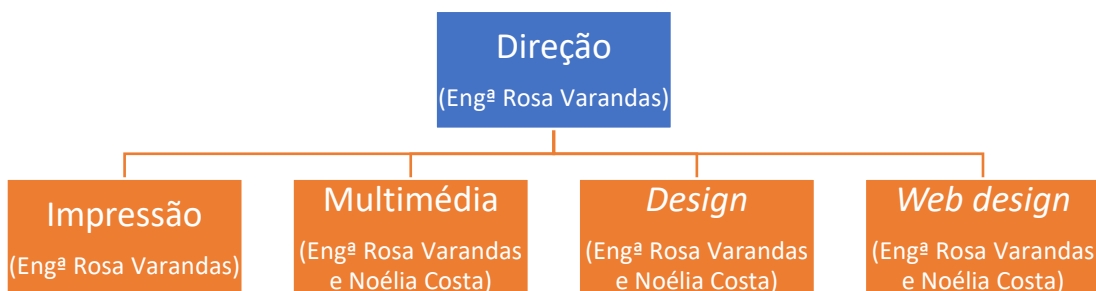


Figura 3: Organograma RM21 – Design e Multimédia, Lda.

Fonte: RM21 – Design e Multimédia, Lda.

1.4. Metodologia de Trabalho

O método de trabalho na RM21 começa com uma conversa informal entre o cliente e os funcionários sobre as motivações e ideias, para que assim haja uma melhor compreensão do que o cliente necessita, de forma a criar um produto original e único.

Primeiramente, o cliente reúne-se com a engenheira Rosa Varandas, responsável pela direção e, apresenta as suas ideias e necessidades. Depois é lhe dado um prazo de envio da proposta de orçamento. Com o orçamento aprovado, é então realizada uma reunião com a equipa da RM21 e de seguida o *briefing* que servirá como guia para a realização do projeto.

Na realização dos projetos, os estagiários são acompanhados durante todo o processo de produção, para que possam aprender os métodos de trabalho.

Para a realização do projeto, começa-se por se fazer uma pesquisa sobre o conceito. São, de seguida, realizados alguns esboços, com ideias obtidas e reinventadas durante a pesquisa. Seguimos então para a produção das propostas que melhor se enquadram nas necessidades do

cliente, através dos programas que melhor se adequam. Após as propostas individuais estarem concluídas, é preciso passar pela aprovação da supervisora e, prontamente, ser enviado para o cliente.

1.5. Identidade Visual

A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos, construídos para representar um nome, produto, empresa, serviço ou instituição e reúne informações visuais como cores, formas e fontes. Segundo Teixeira, Silva e Bona (2007) quando um nome ou ideia é representado visualmente sempre da mesma maneira, pode-se então afirmar que tem uma identidade visual.

As empresas necessitam de uma identidade visual, porque são como organismos vivos, e tal como os humanos carecem de um sentido e propósito comum (Marquardt, 2002).

Teixeira e outros referem que “A identificação visual da empresa é o fator responsável por materializar a sua identidade, sendo, portanto, um ponto de importância estratégica para o sucesso da comunicação” (Teixeira, Silva & Bona, 2007, p. 4).

Toda a empresa ou instituição precisa de um elemento gráfico que as distinga de outras. Alguns dos principais elementos que caracterizam uma identidade visual podem ser o nome, o logotipo, a cor e o símbolo. Assim sendo, na figura 4 é apresentada a atual identidade visual da RM21 e que segundo a Eng^a Rosa Varandas, o “r” e “m” estão associados aos fundadores da empresa e o número 21 ao facto de ter sido criada no século XXI. As palavras “design multimédia” aparecem como uma descrição do serviço que a empresa presta.

Num logótipo as escolhas de cores assumem um papel fundamental da imagem a transmitir, “As cores podem produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de grande importância, porque cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos” (Farina, Perez & Bastos, 2011, p. 2). Existem várias versões do logotipo com as cores vermelho, preto e branco. O vermelho é uma cor quente e que representa energia e sofisticação, em contraste com o preto que é uma cor pesada, elegante e moderna. O branco é uma cor muito utilizada como

plano de fundo, dado que facilita a leitura e navegação, e simboliza inocência, tranquilidade e humildade. O preto é também uma cor muito popular e, quando combinado com o branco cria um bom contraste visual, como na figura 4 (Farina, Perez & Bastos, 2011).



Figura 4: Identidade Visual da RM21 - Design e Multimédia, Lda.

Fonte: RM21 – Design e Multimédia, Lda.

1.6. Análise SWOT

A ferramenta de análise SWOT é excelente para verificar o planeamento estratégico de uma organização ou projeto e ajuda a entender ou identificar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças. Segundo Lopes (2015) foi criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School. SWOT é uma sigla que provem do inglês, para forças (*strenghts*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*), ou em português, FOFA (Freire, 2020).

Esta metodologia apresenta a vantagem de poder ser usada como uma ferramenta rápida, flexível e abrangente no que toca à gestão, dado que pode ser usada para empresas e/ou projetos (Hofrichter, 2017). “A análise SWOT é uma forma muito difundida de fazer o diagnóstico estratégico da empresa. O que se pretende é definir as relações existentes entre os pontos fortes e os pontos fracos da empresa, e as tendências mais importantes que se verificam na sua envolvente global” (Marques, 2018, p. 33).

Relatório de Estágio

No modelo da matriz SWOT podemos distinguir quatro áreas que caracterizam estes fatores (Dantas & Melo, 2008; Hofrichter, 2017; Lopes, 2015):

- Dentro dos fatores positivos, incluem-se os pontos fortes e oportunidades (SO);
- Dentro dos fatores negativos, encontram-se os pontos fracos e ameaças (WT);
- Nos fatores internos, possíveis da empresa controlar, destacam-se os pontos fortes e os pontos fracos (SW);
- Nos fatores externos, que não se encontram sob o controlo da empresa, inserem-se oportunidades e ameaças (OT).

As forças da RM21 são diversas e as fraquezas poderão ser facilmente ultrapassadas. “Desta forma, durante a análise, quando for percebido um ponto forte, ele deve ser ressaltado ao máximo; e quando for percebido um ponto fraco, a organização deve agir para controlá-lo ou, pelo menos, minimizar seu efeito” (Dantas & Melo, 2008, p.121).

As oportunidades e ameaças da RM21 podem apenas ser monitorizadas, de forma a aproveitar a necessidade crescente dos conteúdos digitais e evitar o mercado competitivo. “Mas, apesar de não poder controlá-lo [ambiente externo], a empresa deve conhecê-lo e monitorá-lo com frequência, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças” (Dantas & Melo, 2008, p.121).

Na figura 5, está representada graficamente a matriz de análise SWOT da RM21 – Design Multimédia Lda. De seguida, serão descritos do meu ponto de vista, todos estes fatores relativos à empresa.

FORÇAS ✓ Trabalho de equipa ✓ Boa relação com clientes ✓ Foco na inovação e criatividade ✓ Localização	FRAQUEZAS ✗ Pouca divulgação ✗ <i>Website</i> desatualizado ✗ Material limitado
OPORTUNIDADES ✓ Necessidade crescente de conteúdos digitais ou relacionados	AMEAÇAS ✗ Mercado competitivo ✗ Crise económica

Figura 5: Análise SWOT da RM21

Fonte: Própria

1.6.1. Forças

Os pontos fortes dizem respeito a atributos positivos, tangíveis ou intangíveis, que são internos à entidade e estão sob controlo da empresa (Hofrichter, 2017).

Na análise SWOT da RM21, em relação às forças o trabalho em equipa, a boa relação e comunicação entre os colaboradores permite que o ambiente e o trabalho seja mais produtivo. A boa relação entre a empresa e os seus clientes levou a que, ao longo dos anos, houvesse uma lista fixa de clientes satisfeitos com o trabalho realizado. A empresa encontra-se focada na inovação e criatividade, em relação a colaboradores e a estagiários, realizando trabalhos originais e modernos. A sua localização perto do centro da cidade, com maior fluxo de movimentação, possibilita a que seja mais notada e mais fácil de encontrar.

1.6.2. Fraquezas

Os pontos fracos são fatores internos à entidade que influenciam negativamente e prejudicam os seus objetivos (Hofrichter, 2017).

Relatório de Estágio

As fraquezas da empresa estão relacionadas à pouca divulgação da mesma nas redes sociais e outras plataformas, da mesma forma o *website* encontra-se desatualizado e com grande escassez de trabalhos, não fazendo jus à boa qualidade da empresa. Regularmente é necessário recorrer a outras empresas para a finalização de certos trabalhos, devido ao material limitado e/ou ao desgaste das máquinas e que porventura leva ao atraso dos trabalhos e da sua entrega.

1.6.3. Oportunidades

As oportunidades referem-se a fatores ideais externos que estão presentes no ambiente e poderão ser causas de crescimento da empresa e, assim, se referem ao seu potencial (Hofrichter, 2017).

Em relação às oportunidades, a crescente necessidade de conteúdos digitais ou relacionados, como a criação de páginas *web* ou aplicações, pode dar à empresa a possibilidade de evoluir, crescer e expandir.

1.6.4. Ameaças

As ameaças resultam do conjunto de ações externas, fora do controlo da organização, que podem colocar em risco a missão da empresa (Hofrichter, 2017).

Relativamente às ameaças da RM21, a competitividade do mercado em que se insere é cada vez maior, com diversas empresas com serviços similares, e que pode levar, futuramente, à diminuição da procura e da produção. A crise económica em consequência da covid-19 pode trazer dificuldades à empresa.

Capítulo II

Estágio

Relatório de Estágio

Neste capítulo é apresentado o plano de estágio com os objetivos principais, assim como a descrição de todos os trabalhos realizados e os métodos usados durante os três meses de estágio.

2. Plano de Estágio

O plano de estágio foi elaborado pela supervisora no início do mesmo, onde estavam definidas quais iriam ser as atividades elaboradas e os objetivos a atingir ao longo deste período.

No primeiro dia, foi realizada uma reunião com a Eng^a Rosa Varandas e com a sua colaboradora Noélia Costa, de modo a serem definidos os objetivos e tarefas de acordo com os meus conhecimentos, habilidades e capacidades e ainda estabelecer o método de trabalho da empresa e o horário que iria cumprir.

Neste plano, conforme se pode verificar no documento de plano de trabalho (Anexo I), foram previstas a realização das seguintes atividades:

- Criação e elaboração de logótipos e suas aplicações:
 - Envelopes;
 - Cartões;
 - Papel carta;
 - Viaturas;
- Criação e realização em todos os suportes e formatos bidimensionais gráficos:
 - Postais;
 - Cartazes;
 - *Outdoors*;
 - Desdobráveis;
 - Múpis;
- Criação de identidade corporativa;
- *Merchandising*;
- *Webdesign*;

Relatório de Estágio

- Elaboração e apresentação em suporte digital;
- Edição fotográfica.

Ao fazer uma análise do trabalho proposto, algumas das atividades descritas não foram possíveis de desenvolver, dado que não foram solicitadas por nenhum cliente no período de estágio, no entanto, outras tarefas não descritas no plano foram realizadas, tais como a aplicação de vinil.

3. Trabalhos Realizados

O estágio iniciou-se a 9 de maio até 15 de julho de 2022, no qual o horário de trabalho era idêntico ao horário de funcionamento, com 8 horas diárias. Devido à carga de trabalho da empresa, não houve um momento de observação, tendo iniciado logo algumas tarefas. No entanto, de forma a haver uma integração mais natural, a supervisora entregou-me projetos que indiquei serem do meu conhecimento, como por exemplo cartazes e logotipos.

O acompanhamento da supervisora foi mais regular nas primeiras duas semanas, de forma a compreender as minhas capacidades, mas também se o conceito e ideia do cliente estava a ser respeitado. Posteriormente, o acompanhamento foi sempre garantido, mas com mais espaço para a criatividade e originalidade pessoal.

As reuniões de equipa, com a CEO, colaboradora e estagiários, tinham uma periodicidade semanal, realizadas na segunda-feira, no horário da manhã, nas quais o trabalho era definido, distribuído e entregue pelos elementos da equipa. Adicionalmente, poderia ocorrer uma reunião extra no caso de um novo cliente ou novo projeto. No caso de o cliente ser novo, a reunião incluía também o mesmo, para que este pudesse expressar os seus objetivos e ideias à equipa.

Os trabalhos realizados durante o estágio foram principalmente na área do *design* gráfico, ainda assim realizei alguns trabalhos noutras áreas. Durante o período de estágio, foram elaborados projetos como: cartazes; cartões de visita; manual de identidade; expositor de código QR; sinalética; reclame luminoso; edição fotográfica; fotorrealismos e *mock-ups*; e trabalhos manuais tais como corte, transporte e/ou aplicação de cadernos, lonas, painéis, cartazes, placas e vinil.

Relatório de Estágio

Periodicamente, o trabalho implicava a deslocação da equipa aos locais de atividade dos clientes. Para tal, era necessário no dia anterior preparar todos os objetos e ferramentas, organizar o transporte, organizar com etiquetas o material e certificar que não haveria nenhuma marcação de cliente no dia seguinte. Entre os locais que nos deslocamos destaque: uma seguradora (Publisegur) em Figueira de Castelo Rodrigo no qual decoramos a montra, colocámos cartazes e aplicámos vinil numa parede; e um stand de automóveis na Guarda no qual colocámos vinil numa viatura do cliente.

3.1. Urbe Sanchina

Um dos primeiros projetos em que trabalhei foi o da empresa Urbe Sanchina, que é um alojamento local no centro da Guarda e na qual a RM21 foi responsável pela identidade visual e pela decoração de parte do espaço.

A minha tarefa seria então criar uma sinalética para os dormitórios e para a casa de banho partilhada e para isso comecei por fazer uma pesquisa no intuito de ficar a conhecer algumas ideias e formas de sinaléticas que mais se adequavam. Cada um dos quatro quartos foram assinalados com nomes diferentes que representavam um local de importância da Guarda: Museu, Pólis, Biblioteca e Teatro. Para a porta da casa de banho partilhada foi escolhida a abreviatura “WC”.

Para dar uma melhor opção ao cliente da escolha do local onde iria ser aplicado o vinil, foi realizado um fotorrealismo para perceber o *design* indicado ou na porta ou na parede. Assim, para criar a sinalética teve-se em conta a cor e o material da porta e da parede, na medida que, tínhamos de ter em conta o tipo de material em que o vinil iria ser aplicado e as cores que poderiam ser usadas. Este processo foi realizado usando o *Adobe Illustrator* e encontra-se no Apêndice I.

Relatório de Estágio



Figura 6: Edição da sinalética Urbe Sanchina

Fonte: Própria

Foram feitas várias tentativas de sinalética para os quartos com diferentes tipos de letra e formas, como apresentado na figura 6.

No entanto, a proposta do *lettering* usado num painel anteriormente realizado pela RM21 para o mesmo cliente, combinado com um ícone por mim desenhado para os dormitórios, tornou-se a melhor opção. As cores azul escuro, azul claro, bege e amarelo, usadas no painel da Urbe Sanchina foram novamente utilizadas para os títulos e o ícone dos dormitórios.

Para representar os ícones dos dormitórios criei de raiz um símbolo que representasse elementos que se encontram nos dormitórios, para tal fiz uma representação de perfil dos elementos.

No fim, fornecemos três opções de sinalética selecionadas para apresentar ao cliente, como mostra a figura 7.

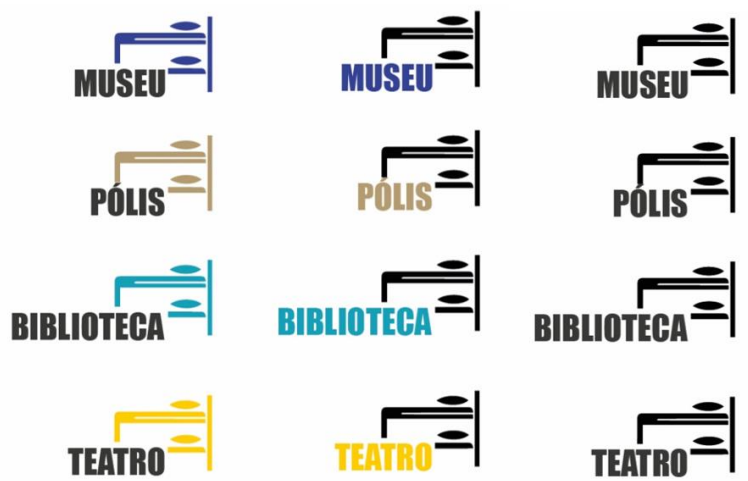


Figura 7: Sinalética final Urbe Sanchina

Fonte: Própria

Com as propostas de sinalética escolhidas para apresentar ao cliente, foi realizado o fotorrealismo usando o programa *Adobe Photoshop*, ou seja, uma simulação de como ficaria o trabalho final quando fosse aplicado. As figuras 8 e 9 mostram o fotorrealismo da sinalética dos dormitórios em diferentes cenários, impresso na porta ou impresso na parede



Figura 8: Fotorrealismo da sinalética dos dormitórios Urbe Sanchina (cenário 1)

Fonte: Própria



Figura 9: Fotorrealismo da sinalética dos dormitórios Urbe Sanchina (cenário 2)

Fonte: Própria

Relativamente à sinalização dos WC e como eram casas de banho partilhadas foram realizadas várias propostas como mostra a figura 10.

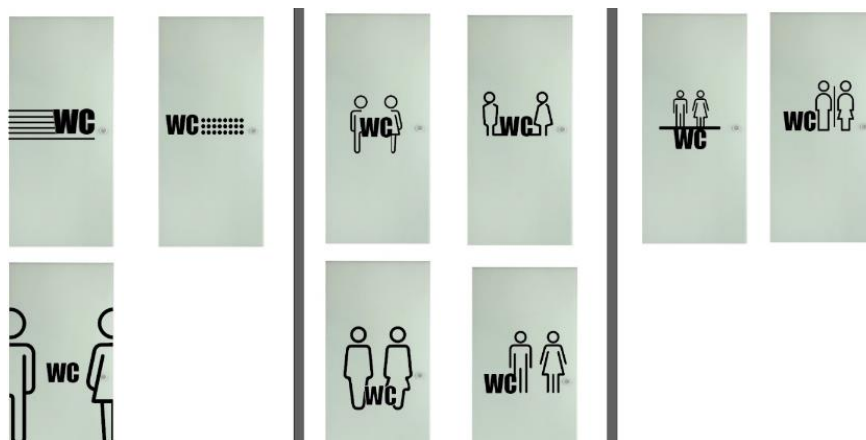


Figura 10: Edição da sinalética do WC Urbe Sanchina

Fonte: Própria

Nas propostas apresentadas foram utilizados ícones associados ao género. Com base em ícones gratuitos estes foram modificados para se adaptarem ao projeto. Foi realizado também um

Relatório de Estágio

fotorrealismo com algumas propostas, para o cliente decidir qual seria a melhor escolha, como apresentado na figura 11.



Figura 11: Fotorrealismo da sinalética do WC Urbe Sanchina

Fonte: Própria

Este projeto encontra-se no Apêndice I, todavia não foi concluído devido à falta de resposta do cliente durante o período de estágio.

3.2. Publisegur - Corretores de Seguros, S.A.

A Publisegur – Corretores de Seguros é reconhecida pelo Instituto de Seguros de Portugal e atua como corretora, consultora e gestora de seguros. Nesta tarefa, o cartaz apresentado na figura 11, iria ser colocado em um dos escritórios. Nesta tarefa o meu trabalho foi no sentido de aumentar a imagem em altura e largura sem alterar a ideia inicial, por outras palavras, redimensionar a imagem. De forma a manter a proporção da imagem, houve a necessidade de aumentar a imagem em largura, através da manipulação do fundo da imagem.

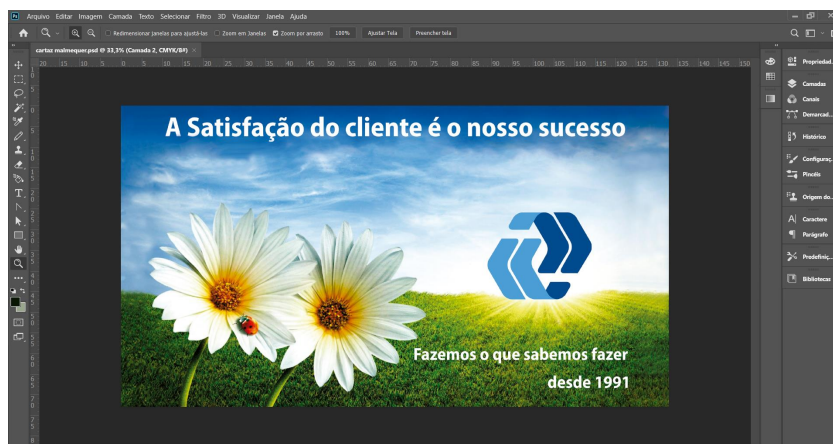


Figura 12: Edição do cartaz do malmequer Publisegur

Fonte: Própria

A figura 12 mostra a edição da imagem realizada no *Adobe Photoshop* e um dos primeiros passos foi colocar a imagem nas dimensões pedidas pelo cliente. Sendo que nesse tamanho a imagem ficava com espaços em branco, foi necessário selecionar e copiar elementos da imagem, como as nuvens e a relva e assim ir aumentando o cartaz. Depois com ferramentas do programa, como o pincel de recuperação e o carimbo, foi possível esticar a imagem como mostra a figura 13. Podemos encontrar este trabalho no Apêndice II.



Figura 13: Cartaz final Publisegur

Fonte: Própria

A impressão do cartaz foi realizada em vinil branco perfurado com impressão a cores e aplicada na montra do escritório por mim e pela supervisora e colaboradora. É possível verificar na figura

14 como ficou na realidade. É de salientar que para quem está do lado de fora vê o cartaz, mas quem está dentro consegue ver através do vinil.



Figura 14: Aplicação do cartaz Publisegur

Fonte: Própria

3.3. IPG – Instituto Politécnico da Guarda

O Instituto do Politécnico da Guarda é uma instituição do ensino superior pública e cliente habitual da RM21 – Design Multimédia. Durante o período de estágio foram duas vezes realizados projetos. Ambas as tarefas passariam pela encadernação de cadernos para distribuir: primeiro para distribuir durante as inscrições; e o segundo para um evento.

Foram transmitidas pela supervisora todas as informações necessárias para este projeto. Para o primeiro projeto, o caderno das inscrições teríamos de fazer 60 cadernos A5. Para o segundo projeto, o evento, teríamos de fazer mais 100 cadernos A5. Este processo encontra-se no Apêndice III.



Figura 15: Cadernos finalizados IPG

Fonte: Própria

O método de trabalho para realizar os cadernos foi longo, mas acessível. Usamos folhas A4 (21 cm x 29,7) que foram cortadas usando a guilhotina da empresa, para ficarem do tamanho A5 (14,8 x 21), de forma a perfazerem as folhas necessárias para 60 cadernos (90 folhas cada caderno), como se pode ver na figura 15. Com uma máquina encadernadora foram feitos todos os furos nas folhas e nas capas para de seguida colocar as argolas. O mesmo processo foi feito para os 100 cadernos do segundo projeto. Durante o processo de encadernação, a máquina avariou, o que acabou por atrasar a entrega dos cadernos.

3.4. Cartaz Concentração Motar

Neste trabalho, como podemos ver na figura 16, o cartaz da Concentração Motar iria ser impresso na empresa, no entanto algumas partes tinham pouca qualidade, tornando-se difícil de ler e o tipo de letra utilizado quando impresso mostrava ser pouco legível. Houve a necessidade de proceder a algumas alterações no cartaz inicial.

O meu trabalho foi no sentido de tornar o cartaz mais legível e de melhor qualidade, para tal no *Adobe Illustrator*, foi necessário trocar o tipo de letra do título, tentou-se manter a ideia original

Relatório de Estágio

e o tipo de letra escolhido possuía as mesmas características do original, mas que se apresentasse legível e nítido. Foi preciso, definir as dimensões corretas para irem para impressão e desta forma poupar material. Depois da impressão feita, foi necessário com instrumentos, cortar todos os cartazes. O cartaz original encontra-se no Anexo III.



Figura 16: Edição dos cartazes da Concentração Motar

Edição: Própria

3.5. Restaurante Alma

O restaurante Alma é um restaurante localizado na Guarda com cozinha tradicional portuguesa. Neste projeto foi pedido a realização do cartão de visita, expositor com código QR para as amentas e uniformes para os trabalhadores do restaurante. Os cartões de visita foi uma continuação de um trabalho que estava a ser executado em conjunto com a colaboradora. Este projeto encontra-se no Apêndice IV.

3.5.1. Cartão de Visita

Depois do *briefing* foi decidido que os cartões deveriam possuir as seguintes informações:

- ☑ **Contacto:** 271032929
- ☑ **Localização:** Lugar da Pombeira, EN16, GUARDA

Relatório de Estágio

- ✉ **Email:** restaurante@almaguarda.pt
- ✉ **Website:** www.almaguarda.pt
- ✉ **Facebook:** @restaurantealmaguarda

Nas propostas apresentadas utilizei as imagens e o tipo de letra das propostas anteriores. Efetuei várias propostas no *Adobe Illustrator*, tanto horizontais como verticais, com frente e verso para o cliente ter mais escolha, como mostra a figura 17. A forma e os elementos inseridos foram escolhidos pela supervisora. O *design* do cartão foi baseado nas cores usadas no logotipo. Com a aprovação da supervisora, foram enviados para o cliente dois cartões na horizontal (figura 18 e 19) e um cartão na vertical (figura 20).



Figura 17: Edição dos Cartões de visita do restaurante Alma

Edição: Própria

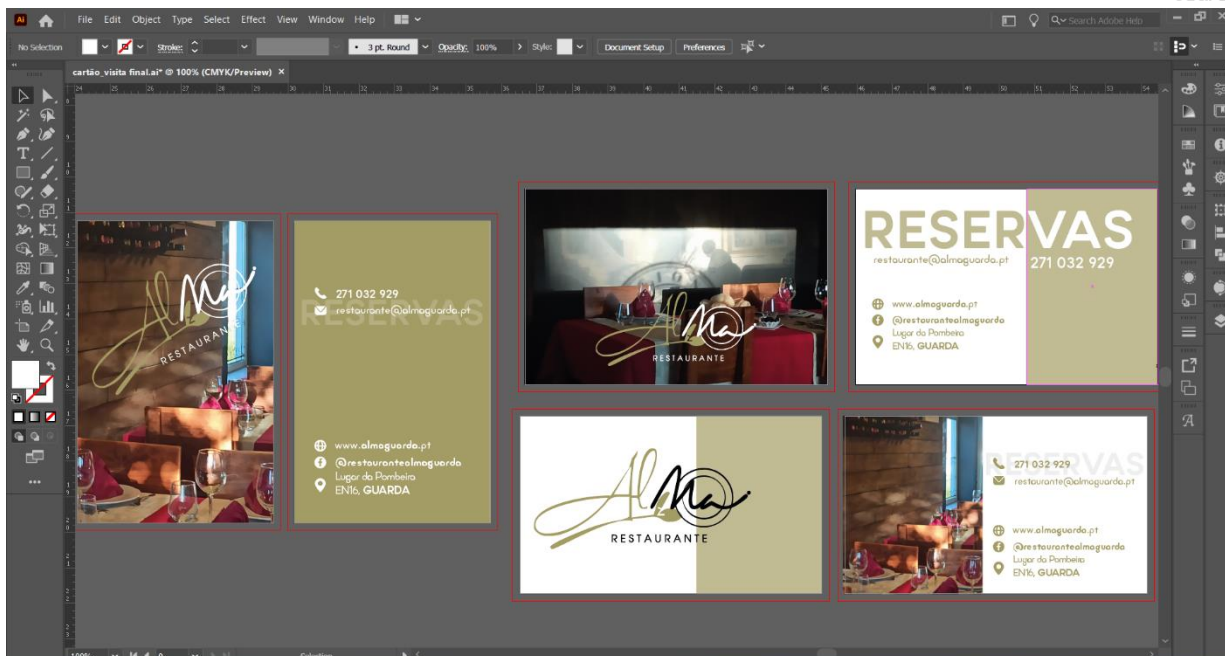


Figura 18: Cartão de visita restaurante Alma (propostas)

Edição: Própria

3.5.2. Expositor da Ementa

Um dos métodos mais usados nos trabalhos da empresa é a utilização de *mock-ups*, que são basicamente um modelo, em escala ou em tamanho real, usado para demonstrar ou promover o trabalho ou para outros propósitos. A utilização de *mock-ups* pode evitar custos desnecessários, uma vez que não gasta dinheiro no material, que poderia não ser usado. Junto com a Eng^a. Rosa foi decidido que se iria realizar uma ementa para o restaurante com código QR e que esta seria colocada num expositor. Neste caso, os expositores da ementa foram realizados no *Adobe Photoshop* usando *mock-ups* como se pode ver nas figuras 19 e 20.

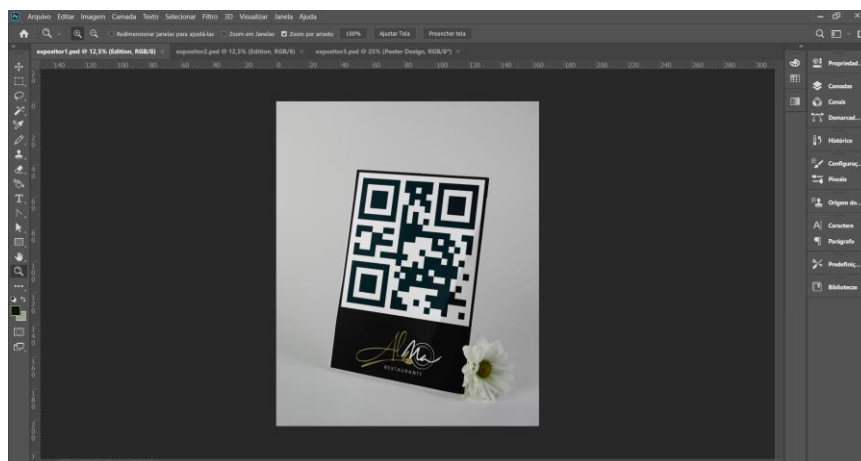


Figura 19: Expositor de ementas restaurante Alma (proposta 1)

Fonte: Própria

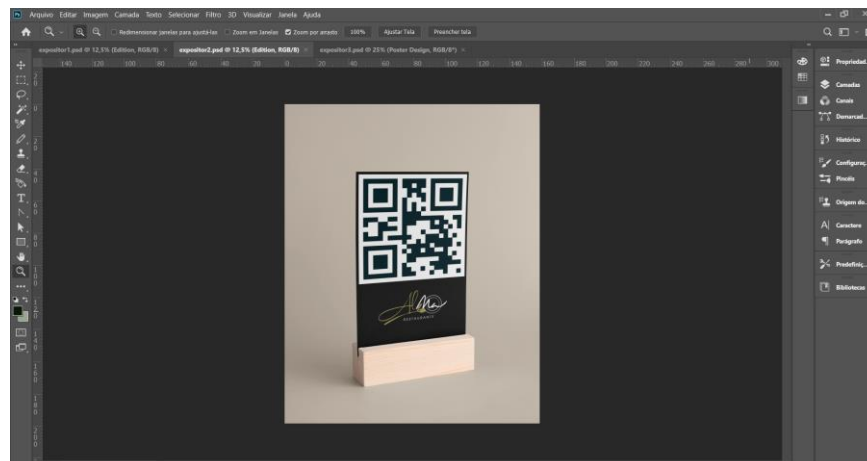


Figura 20: Expositor de ementas restaurante Alma (proposta 2)

Fonte: Própria

O código QR foi criado por parte da empresa para ser possível ler a ementa do restaurante ao usarmos o telemóvel. A disposição do código e logotipo, no fundo preto, foi da minha responsabilidade. Na figura 21 podemos ver o produto final enviado para aprovação do cliente.



Figura 21: Ementa em código QR do restaurante Alma

Fonte: Própria

3.5.3. Uniformes

Para a realização dos uniformes usei o *Adobe Illustrator*. Após a pesquisa acerca de algumas ideias de uniformes de restaurantes, decidi usar as cores do logotipo, o preto e o bege, e a cor mais usada por parte do restaurante, o vermelho, tal como mostra a figura 22. Após a seleção das cores, colocou-se o logotipo na frente em escala menor e, atrás num tamanho aumentado. Seleccionei também o tipo de camisola a usar, optei pelo polo, e combinei certas cores entre as escolhidas para os diversos elementos, como por exemplo, a gola ou o logotipo.



Figura 22: Edição dos uniformes do restaurante Alma

Fonte: Própria

Com a aprovação da equipa da RM21, as propostas dos uniformes apresentadas nas figuras 23 e 24, foram enviadas para o cliente.



Figura 23: Propostas de uniformes (bege e vermelho) do restaurante Alma

Fonte: Própria



Figura 24: Propostas de uniformes (preto e bege) do restaurante Alma

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

3.6. Globally

A Globally conta com escritórios em Lisboa e Madrid e concentra a sua atividade em centros de negócios, facilita a instalação das empresas ou atividades e adapta os seus serviços às necessidades de cada um, colocando os escritórios sempre nas melhores localizações de cada sítio em que se encontra.

Para este projeto, foram solicitadas placas que iriam identificar os escritórios da empresa, impressas em vinil cinza fosco. Com as medidas das placas e os logotipos recebidos, comecei o trabalho usando o programa *Adobe Illustrator*.



Figura 25: Edição das placas Globally

Fonte: Própria

Na figura 25, podemos observar que coloquei as medidas da placa na prancheta e de seguida coloquei e redimensionei o tamanho dos logotipos, de maneira que não perdessem qualidade. As três primeiras placas da figura 26 foram as primeiras a ser elaboradas e continham medidas maiores que a placa da figura 27, ainda assim todas elas foram impressas com vinil cinza fosco, recortadas e aplicadas na placa. O trabalho encontra-se no Apêndice V.



Figura 26: Placas Globally enviadas para o cliente

Fonte: Própria



Figura 27: Placa Globally enviada para o cliente

Fonte: Própria

3.7. Revendedora Boti

O projeto mais interessante e completo em que trabalhei foi para uma cliente nova na empresa, que é uma revendedora de “O Boticário”. Na reunião entre a cliente e a supervisora e depois de

Relatório de Estágio

apresentado o orçamento, foi decidido que iria ser feito a identidade visual, bem como a decoração do espaço. Num *briefing* foi me partilhado essa informação e também algumas ideias que a cliente apresentou como a colocação de uma frase que a mesma gostava na loja.

Para esta cliente desenvolvi várias propostas para os diferentes trabalhos como a identidade visual, os painéis, o reclame, os cartões de visita, horário e o mini-kit de manual de normas. Este projeto encontra-se no Apêndice VI.

3.7.1. Identidade Visual

A cliente solicitou que a marca ficasse próxima do original Boticário e que fosse ligeiramente reconhecida, contudo que tivesse a sua identidade própria. A inspiração assim, surgiu da marca de revenda, tendo procurado tipos de letra que pudessem ser usados no logotipo e usando o mesmo formato do frasco. O frasco é também alusivo à marca, porém foram experimentados vários formatos que pudessem agradar à cliente, demonstrado na figura 28. Dado que, na minha opinião e da supervisora, o frasco com o *lettering* “Boti” mostrava-se simplista, foi necessário colocar uma malha no símbolo do frasco. Trabalhei vários tipos de letra, como se pode observar também na figura 28.

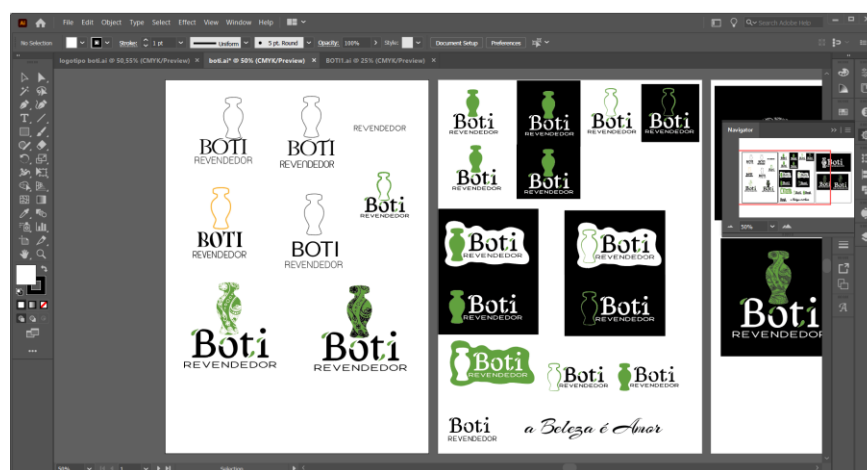


Figura 28: Edição da identidade visual Boti

Fonte: Própria

O tipo de letra selecionado teve como inspiração as gotas dos produtos usados, como por exemplo os cremes, e combina com o trabalhado da malha do frasco. Relativamente à cor elegida, o verde-claro combinaria com as cores do espaço, ao mesmo tempo que aludem a um produto natural e jovem. A figura 29 apresenta a identidade visual que a cliente escolheu, com os elementos atrás descritos.



Figura 29: Identidade visual escolhida Boti

Fonte: Própria

Na figura 30, apresento os logotipos na vertical e na horizontal, nas versões de malha a preto ou branco.

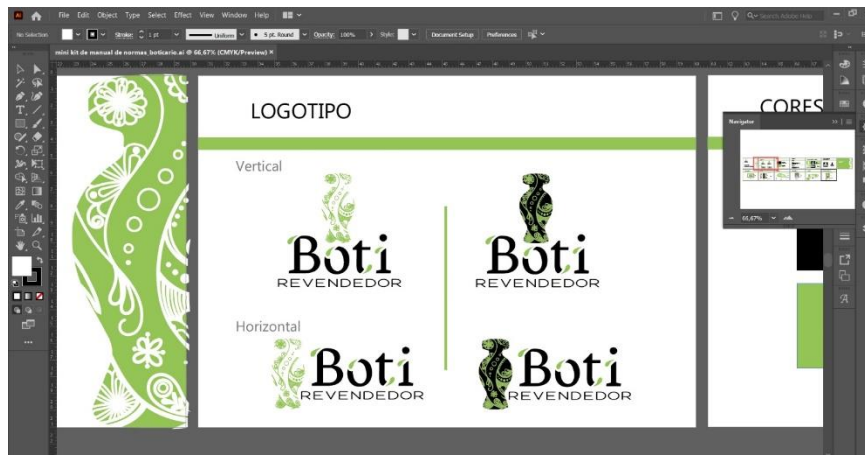


Figura 30: Versões do logotipo Boti

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

A figura 31 apresenta o logotipo colocado na parte interior do vidro da porta da loja, fazendo com que este vinil tenha mais durabilidade do que aqueles que são aplicados por fora. Foi preciso imprimir o frasco e as gotas em vinil verde separadamente das letras em vinil branco. Antes da montagem foi necessário medir os espaços entre as letras e a posição do frasco, para ficar idêntico ao logotipo digital, tendo assim colocado no transporte para ficar pronto a aplicar.



Figura 31: Logotipo aplicado na loja Boti

Fonte: Própria

3.7.2. Painéis de decoração da loja

Para a realização dos painéis de decoração da loja, primeiramente foi feita uma reunião com a cliente para que partilhasse as suas ideias. Foi, portanto, decidido nessa reunião que os painéis iriam conter os produtos mais vendidos da marca O Boticário e quais os produtos que iriam ser colocados nos painéis. Em dois dos painéis iriam ser apresentados produtos femininos e no terceiro iriam ser apresentados produtos masculinos. Para a cliente entender melhor a ideia dos painéis, foi realizado um fotorrealismo com algumas imagens para servir de exemplo, como se vê na figura 32. Quando a cliente aprovou, comecei a realizar os painéis que iriam ser colocados na loja.

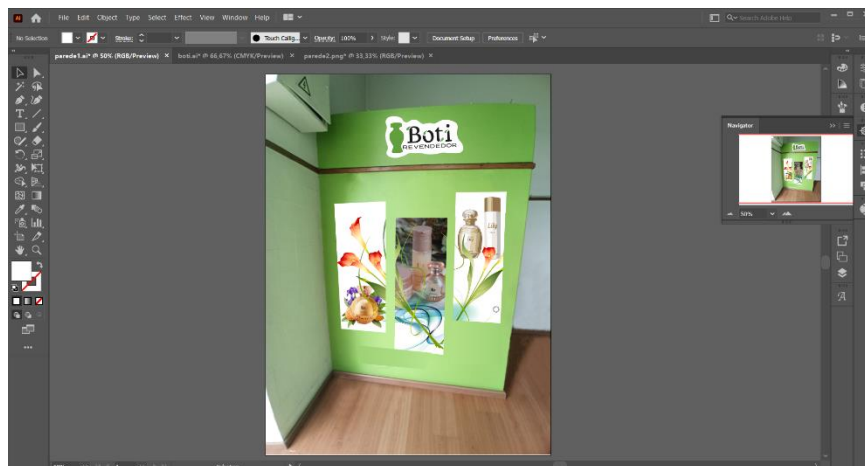


Figura 32: Fotorrealismo dos painéis Boti

Fonte: Própria

Comecei por pesquisar os produtos mais vendidos nos quais as imagens utilizadas tivessem uma melhor resolução. De seguida com todas as imagens passei para a sua edição no *Adobe Photoshop*. Nas várias imagens, retirei o fundo a cada uma e com funcionalidades do programa tratei as mesmas indo a ajustes da imagem e em brilho/contraste e nas sombras/realces, para que o produto se adequasse ao fundo em que iria ser colocado, tendo sido um processo longo. Os painéis encontram-se na figura 33.

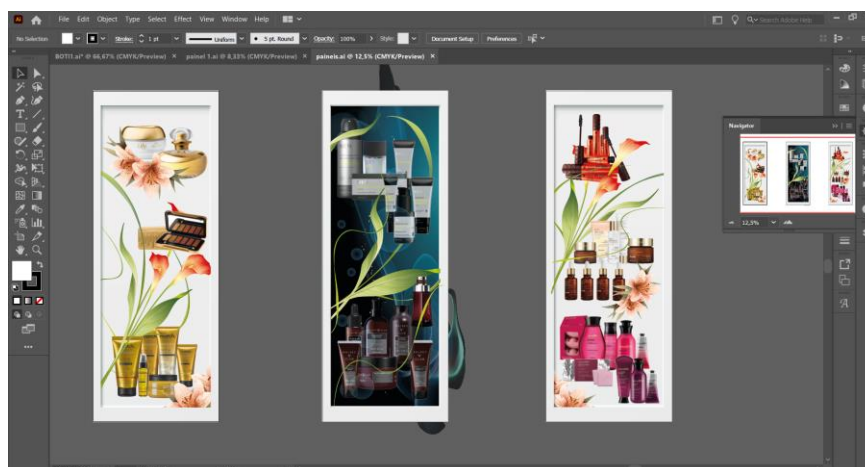


Figura 33: Painéis finalizados Boti

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

No programa *Adobe Illustrator* coloquei os painéis com as medidas reais e fui dispoendo os produtos um a um e organizando-os da melhor forma, distribuindo os produtos pelo espaço e adicionando umas flores, que foi uma das ideias que a supervisora me transmitiu que a cliente apreciava, e para dar mais beleza e forma.

Aprovados os painéis por parte da equipa da RM21, passou-se à impressão vinil dos mesmos. Foram encomendadas três placas PVC já com as medidas dos painéis, para mais tarde aplicar o vinil.

Na figura 34 pode ver-se os três painéis já organizados e aplicados na parede da loja.

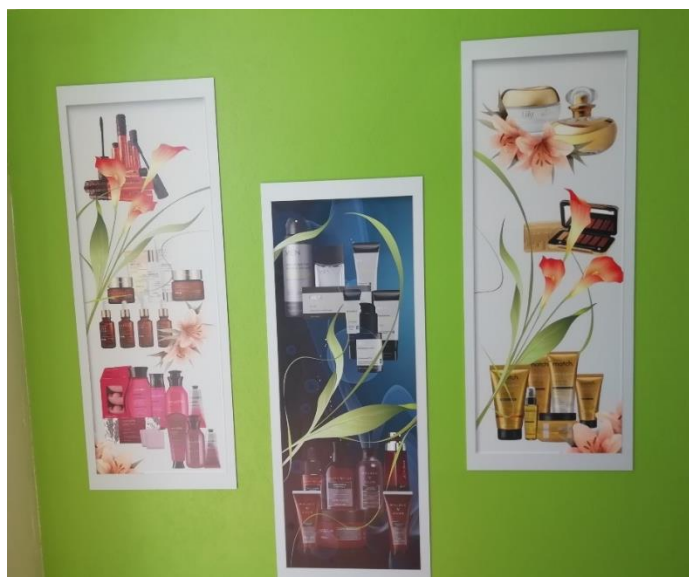


Figura 34: Aplicação dos painéis Boti

Fonte: Própria

Outro dos painéis produzido foi conceptualizado pela supervisora, devido a uma frase que a cliente gostava: “A Beleza é Amor”. No *Adobe Illustrator* procurei por tipos de letra que dessem a ideia de caligrafia visto ter sido a cliente a escrever a frase e de a querer ver na loja e, depois de algumas tentativas, a mais acertada foi a apresentada na figura 35. Para dar mais destaque ao painel foi aplicada uma forma arredondada à volta da frase na cor verde.

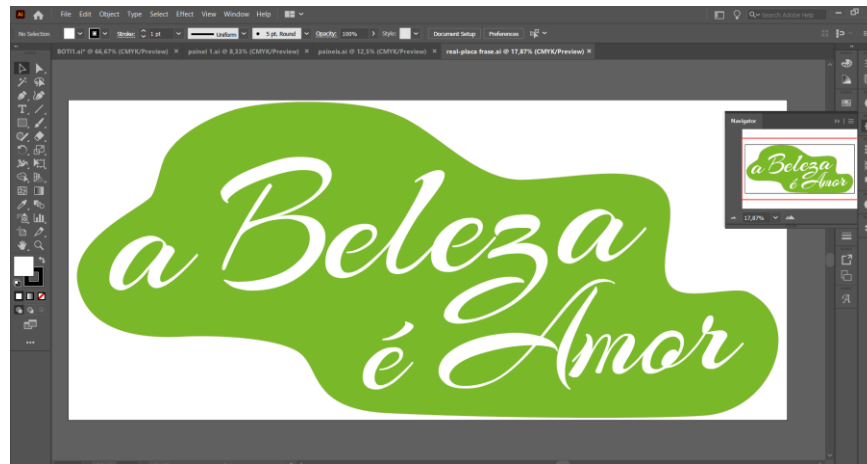


Figura 35: Edição da placa com frase Boti

Fonte: Própria

Após a aprovação, passou-se para a impressão do painel, o material deste painel foi o mesmo dos anteriores, no entanto como este apresenta uma forma arredondada com um x-ato e tesoura, foi preciso cortar tudo à medida da forma e com uma lixa alisar as arestas. Feito isso aplicou-se o vinil por cima, tal como mostra a figura 36.



Figura 36: Placa com frase Boti

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

A frase iria ficar na parede, por cima do balcão da loja, para que quem entrasse pudesse ver imediatamente o seu conteúdo. Na figura 37 é possível ver o painel aplicado na parede da loja.



Figura 37: Placa com frase aplicada Boti

Fonte: Própria

O painel seguinte, como mostra a figura 38, apresenta o logotipo na horizontal. Este painel foi realizado no *Adobe Illustrator* e tal como o painel anterior da frase iria ter uma forma arredondada, seguindo as formas do logotipo, o fundo deste painel é branco para que a cor verde do logotipo se destaque.



Figura 38: Edição placa com logotipo Boti

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

O processo de realização deste painel foi semelhante ao anterior. Foi necessário cortar e lixar com várias ferramentas a placa PVC e dispor o vinil impresso, finalizando o painel como é apresentado na figura 39.



Figura 39: Placa com logotipo Boti

Fonte: Própria

Este painel ficaria por cima dos painéis com os produtos, perto da entrada da loja. Na figura 40 é possível verificar o painel aplicado na parede.



Figura 40: Placa com logotipo aplicada Boti

Fonte: Própria

3.7.3. Reclame

Como no exterior da loja existia um reclame luminoso, foi solicitado pela cliente que fosse realizado um para assim destacar das demais lojas. O reclame teria de ter o fundo verde, o

logotipo na horizontal numa das versões cromáticas com fundos, neste caso o branco, pois desta forma iria iluminar muito mais o reclame.



Figura 41: Edição do reclame Boti

Fonte: Própria

Para sabermos as medidas do reclame foi necessário ser removido e levado para a empresa para ser devidamente limpo, pois ainda continha o vinil do antigo espaço. De seguida, foram retiradas as medidas necessárias, sendo que o mesmo tinha as medidas de 65 cm x 250 cm. No *Adobe Illustrator* fiz o processo de colocar o fundo e o logotipo, como se pode ver na figura 41 para posteriormente ser impresso em vinil.

A aplicação do vinil na placa foi efetuado na empresa com a ajuda de toda a equipa da RM21, devido ao seu tamanho, e mais tarde levado para a loja e montado como se pode ver na figura 42.



Figura 42: Reclame aplicado Boti

Fonte: Google Maps

3.7.4. Cartão de Visita

Para a realização do cartão de visita que teria apenas a frente, foram realizadas várias propostas. A ideia foi utilizar as cores e as formas usadas na identidade visual, como o verde e o preto. Na figura 43 é possível ver as diferentes propostas realizadas, todavia apenas os cartões de visita na vertical foram apresentados ao cliente, por opção da supervisora.

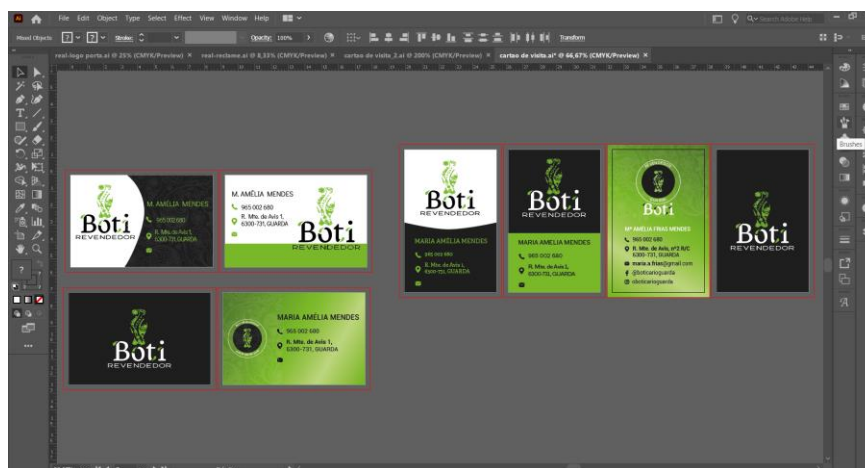


Figura 43: Edição cartão de visita Boti

Fonte: Própria

A figura 44 mostra a proposta de cartão de visita escolhido pelo cliente, que foi uma mistura de ideias das formas usadas no logotipo.



Figura 44: Cartão de visita Boti escolhido

Fonte: Própria

3.7.5. Horário e Placa de Fechado

O horário da loja foi outro dos trabalhos pedidos, a loja estaria aberta de segunda a sexta das 09:00h às 18:30h, com uma hora e meia de almoço, e aos sábados das 10:00h às 18:00h, com duas horas de almoço.

Este trabalho foi realizado no *Adobe Illustrator* e na figura 45 podemos ver que foi usado o mesmo tipo de letra do logotipo no título e a flor usada anteriormente para os painéis, realçando assim, a forma do horário. Por baixo, adicionei ainda o *Facebook* e o *Instagram* da loja. O horário foi todo impresso em vinil cinza fosco e depois retirados os excessos, ou seja, o material em vinil que não pertence ao *design*.



Figura 45: Edição do horário Boti

Fonte: Própria

A figura 46 mostra o horário em vinil cinza fosco inverso pois iria ser colocado no interior do vidro da porta da loja. Na figura 47 é possível ver o horário aplicado na porta junto do logotipo.



Figura 46: Horário do Boti

Fonte: Própria



Figura 47: Horário do Boti aplicado

Fonte: Própria

Já perto do fim do meu estágio, a cliente pediu que fosse realizada uma placa que indicasse que o estabelecimento estaria fechado e que contivesse o contacto do proprietário. Portanto, no *Adobe Illustrator* coloquei uma medida de 21 cm x 10 cm, o fundo com a mesma cor verde usada no logotipo, e com o nome de “fechado” em tamanho maior e o contacto por baixo como se vê na figura 48. Optei por realizar um *design* da placa mais simples, dado que a mesma iria ser colocada na porta junto do horário e do logotipo e, desta forma, não se tornava tao pesado e confuso.

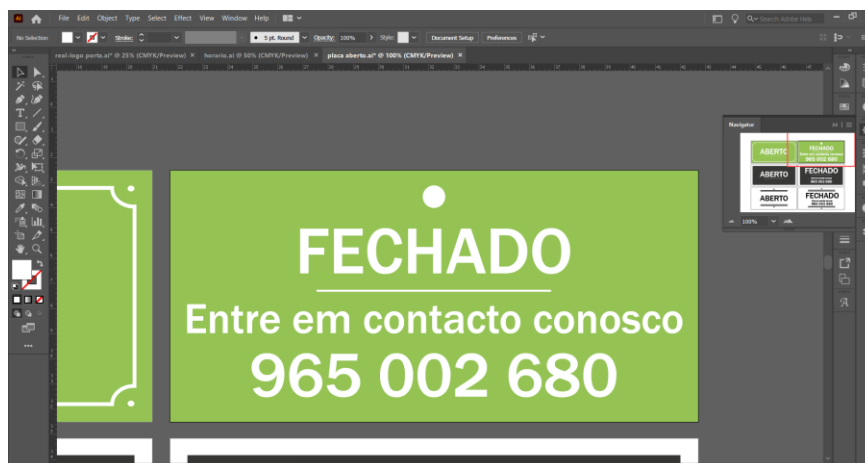


Figura 48: Edição da placa Boti fechado

Fonte: Própria

A figura 49 mostra a placa de fechado realizada usando uma placa PVC e depois de impresso o vinil verde foi aplicado na placa.



Figura 49: Placa de fechado Boti

Fonte: Própria

3.7.6. Mini-Kit de Manual de Normas

Por fim, foi realizado um mini-kit de manual de normas, com todo o processo de como a marca deve ser aplicada e utilizada. Na figura 50 é apresentado o manual de normas com o esquema

Relatório de Estágio

de cores, a tipografia, as várias versões do logotipo e as aplicações do logotipo e encontra-se no Apêndice VI.

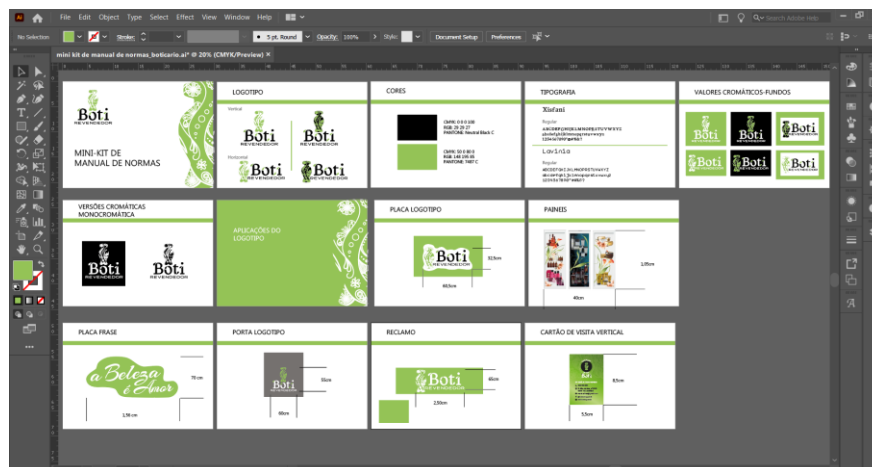


Figura 50: Edição do mini-kit de manual de normas

Fonte: Própria

3.8. Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves

Um dos trabalhos já no final do estágio foi o cartaz para a Festa Nossa Senhora das Neves no Freixial. Sendo este um projeto que seria entregue muito perto da data, optei por pesquisar de imediato as informações sobre a festa enquanto aguardava por mais informações por parte dos organizadores do evento. Criei alguns *templates* que poderiam adequar-se ao tema da festa e que trouxessem um sentimento de familiaridade com as festas religiosas e populares. O trabalho encontra-se no Apêndice VII.



Figura 51: Edição do cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 1)

Fonte: Própria

Juntamente com a supervisora foi decidido que iriam ser feitos dois cartazes para enviar propostas diferentes aos clientes para que os mesmos decidissem a melhor opção. Ao receber as informações necessárias comecei a fazer no *Adobe Illustrator* o primeiro cartaz que se apresenta na figura 51. Organizei toda a informação e usei um tipo de letra com mais destaque no título (festa), local e data. Nas restantes informações utilizei outro mais simples. Esta opção surgiu como uma forma de tornar o cartaz mais compreensível para todos.



Figura 52: Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 1)

Fonte: Própria

Com as imagens da Nossa Senhora das Neves enviadas pelos organizadores foi possível colocar a informação bem estruturada. Com a aprovação da supervisora e equipa da RM21 foi enviado o cartaz para aprovação do cliente, tal como mostra a figura 52.

O segundo cartaz sofreu alguns ajustes, tendo-se mantido a imagem e o tipo de letra. As alterações prenderam-se com a disposição e distribuição das informações, como podemos ver na figura 53.



Figura 53: Edição do cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 2)

Fonte: Própria

Na figura 54 podemos ver o segundo cartaz concretizado, organizado e aprovado pela supervisora e equipa da RM21 e encaminhado para o cliente. Este trabalho encontra-se no Apêndice VII.



Figura 54: Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves (proposta 2)

Fonte: Própria

3.9. Lona Guarda 21

O projeto seguinte foi a colocação de uma lona para a Guarda 21 é uma empresa de *workshop*, assessoria e produtos da terra, Anexo IV. A proprietária iria participar numa feira na qual venderia os seus produtos 100% naturais. O seu pedido vinha em sentido de tornar o seu trabalho mais chamativo e desta forma conseguia fazer uma publicidade mais abrangente. O processo da colocação da lona passou por cortá-la e, com algumas ferramentas, fazer os buracos em que a lona se iria segurar. Com cartão foi possível fazer prateleiras para que os produtos fossem expostos, como mostra a figura 55.

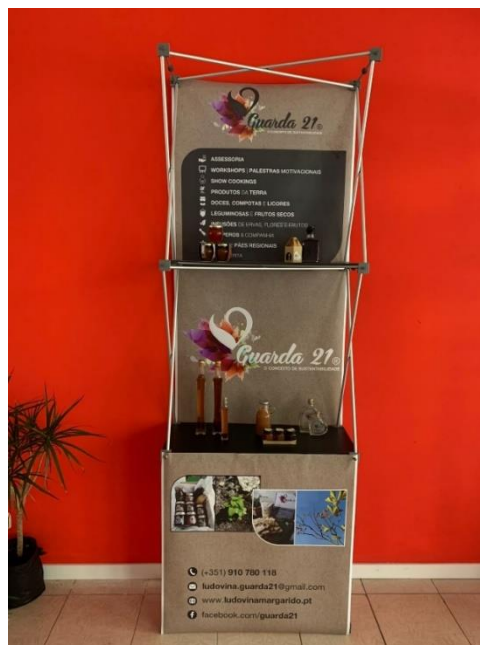


Figura 55: Lona da Guarda 21

Fonte: Própria

3.10. Aplicação de Vinil

O trabalho mais realizado durante o período do estágio foi a aplicação de vinil. A impressão e aplicação de vinil é um dos serviços da RM21 – Design Multimédia e é também dos mais requisitados. Como no início do estágio estava numa fase de aprendizagem, os primeiros trabalhos em vinil foram apenas em relação ao corte e extração de excessos. Conforme fui entendendo o método de aplicação, passei também a aplicar, por vezes sem ajuda. Na figura 56 pode ver-se alguns dos trabalhos.

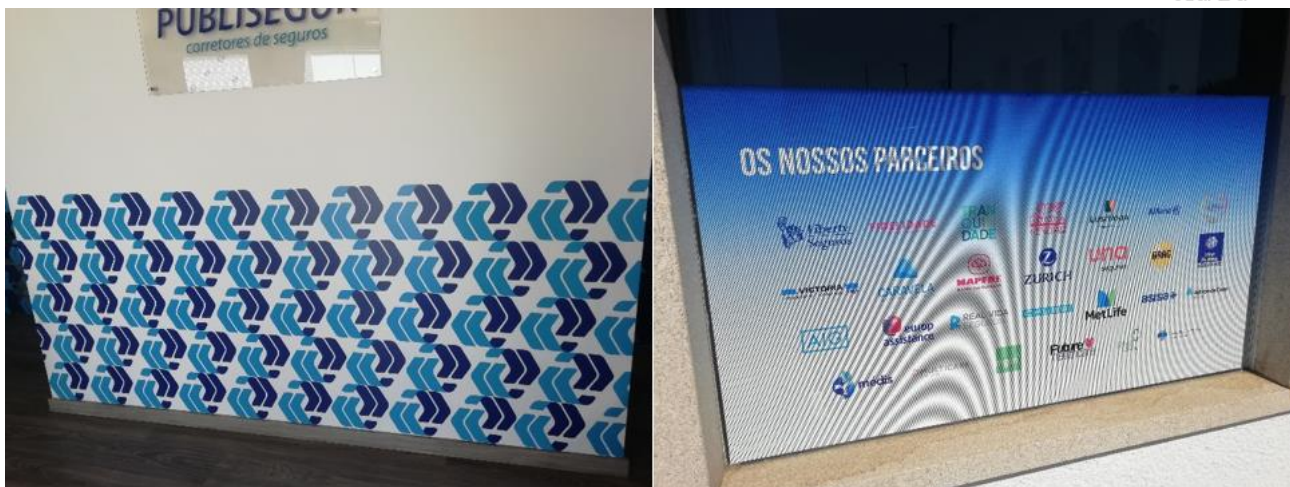


Figura 56: Vinil aplicado – Publisegur

Fonte: Própria

Um dos primeiros trabalhos de aplicação de vinil foi para a Publisegur, uma montra num dos escritórios da seguradora em Figueira de Castelo Rodrigo. Começámos por retirar vinil que já se encontrava no vidro, usando as ferramentas necessárias, e passámos à limpeza do local de aplicação. Nos vidros da montra foram colocados em vinil perfurado, cartazes relacionados com a empresa, e no seu interior na parede foi colocado o simbolo da identidade visual da Publisegur.

Na figura 57 é apresentado outra aplicação de vinil, desta vez foi para um cliente do Renascer. No seu automóvel foi colocado o vinil com o propósito de fazer publicidade à sua empresa, contendo: a sua identidade visual; o tipo de serviço; a localização; e o contacto.



Figura 57: Vinil aplicado – Renascer

Fonte: Própria

Um dos projetos de vinil foi solicitado por uns noivos que desejavam a sua lista de mesas em garrações de vidro, como podemos ver na figura 58. Toda a equipa da RM21 colaborou nesta tarefa, dado que foi muito demorada e implicava retirar o excesso e deixar apenas as letras dos nomes. Ademais, o tipo de letra e o tamanho das mesmas dificultaram o serviço que incluía mais de trinta mesas, com média de dez nomes cada uma. Era necessário ter toda a atenção às letras ou poderíamos deixar alguma para trás. Depois de retirar o excesso foi preciso colocar o transporte, vinil transparente, para que mais tarde fosse aplicado nos garrações.



Figura 58: Aplicação de Vinil garrafão

Fonte: Própria

O trabalho seguinte foi também a aplicação de vinil num automóvel e foi necessário deslocarmos ao *stand* de automóveis. No dia anterior à aplicação foi retirado todo o excesso de vinil como se vê na figura 59. Como tinha muitos pormenores, a retirada do excesso foi realizada com muito cuidado e cautela.



Figura 59: Corte de Vinil

Fonte: Própria

Relatório de Estágio

Para a aplicação de vinil tornou-se essencial a presença de três pessoas, pois cada título tinha de ser colocado num sítio específico e com as medidas certas. Nas figuras 60 e 61 estão apresentados o resultado final da aplicação de vinil no automóvel.



Figura 60: Vinil aplicado no automóvel (atrás)

Fonte: Própria



Figura 61: Vinil aplicado no automóvel (lado)

Fonte: Própria

Reflexão Final

Nesta fase, sinto que é essencial efetuar uma reflexão sobre a experiência vivida durante este processo. Este estágio deu-me a possibilidade de compreender melhor o mundo do trabalho e colocar em prática as aprendizagens adquiridas ao longo dos anos de licenciatura, tanto pessoal como profissionalmente.

O estágio na RM21 – Design Multimédia foi muito positivo e uma mais-valia, na medida em que representa uma fase importante de crescimento, no qual pude desenvolver competências de comunicação com os elementos da empresa, de responsabilidade e de trabalho de equipa. Desde o início fui bem recebida pela supervisora e colaboradores que sempre me respeitaram e desafiaram a “pensar fora da caixa”. Nas várias experiências de estágio realizadas senti que havia um bom ambiente de trabalho deixando lugar para a criatividade, valorizando a minha opinião e questionando acerca dos diversos assuntos, fazendo-me sentir parte da equipa.

Igualmente, ao longo do estágio, pude desenvolver capacidades de gestão de clientes, que me irão ser úteis no decorrer da minha prática profissional. A comunicação com o cliente foi uma capacidade que tive de trabalhar, de forma a compreender e concretizar as ideias expostas por eles. Pude constatar que o compromisso é essencial, uma vez que o cliente deve poder acompanhar o trabalho e que os prazos estabelecidos devem ser cumpridos.

Acrescento que aprendi imenso com o projeto do Boticário, uma vez que foi um projeto que pude realizar do início. Foi especialmente enriquecedor, e também desafiante, poder construir uma ideia do zero e materializá-la, comunicar com o cliente, receber o seu *feedback* e poder colocar o trabalho já finalizado para a análise dos outros.

Existiram alguns contratemplos ao longo do estágio, que se prenderam com a demora de respostas de alguns clientes ou a avaria de algumas máquinas de trabalho, atrasando consequentemente os projetos.

O estágio permitiu-me também refletir acerca de perspetivas futuras de carreira, nomeadamente, foi perceptível que o *design* gráfico é uma área que pretendo continuar a explorar, todavia as áreas da edição de fotografia e vídeo serão para mim também uma possível carreira.

Relatório de Estágio

Este estágio constituiu uma grande oportunidade de aplicar os conteúdos teóricos e foi sem dúvida enriquecedor para a minha formação académica, profissional e pessoal.

Bibliografia

- Chiavenato, I. (1999). *Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Editora Campus, Lda.
- Dantas, N. G. S. & Melo, R. S. (2008). O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: O caso do município de Itabaiana/ PB. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(1), 118-130.
- Farina, M., Perez, C. & Bastos, D. (2011). *Psicodinâmica das cores em comunicação* (6ª ed). São Paulo: Blucher
- Freire, A. (2020). *Estratégia: Criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais*. Lisboa: Bertrand Editora.
- Galbraith, J. (1973). *Designing complex organizations*. Boston: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Hofrichter, M. (2017). *Análise SWOT: Quando usar e como fazer*. Porto Alegre: Simplíssimo.
- Lopes, E. R. (2015). Empreendedorismo: Utilização dos conceitos de gestão estratégica na criação duma visão, missão e objetivos. *Jornadas Ensino do Empreendedorismo em Portugal, I*, 181-197.
- Marquardt, M. J. (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning* (2nd ed.). Palo Alto: Davies-Black Publishing.
- Marques, V. (2018). *Marketing digital 360* (2ª ed). Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Rebelo, T. & Gomes, D. (2011). Aprendizagem organizacional e organizações aprendentes. In D. Gomes (Coord.), *Psicologia das organizações, do trabalho e dos recursos humanos: Contributos para a investigação e intervenção* (pp. 91-127). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- RM21. (2012). *About*. Consultado em 20/outubro, 2022, em <https://www.rm21.pt/about-3>

Relatório de Estágio

Teixeira, F. C., Silva, R. D. D. O., & Bona, R. J. (2007). *O processo de desenvolvimento de uma identidade visual*. [VIII Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação Da Região Sul].

VIII Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação Da Região Sul, Passo Fundo RS

Anexos

Lista de Anexos

Anexo I – Plano de Estágio

Anexo II – Folheto RM21

Anexo III – Cartaz Concentração Motar

Anexo IV – Lona Guarda 21

Anexo I – Plano de Estágio

PLANO DE TRABALHO

Ensino Clínico
Estágio
Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO
GESP.004.05

Ano Letivo

21 / 22

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

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia: Curricular Extracurricular Outro: _____

Ao abrigo de **protocolo ou especificidade formativa?** Sim. Qual? _____

Informação adicional (se aplicável)

Designação: Comunicação Multimédia

Ano curricular: 2021-2022 Semestre: 2 1.º período 2.º período 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES

Estudante: Beatriz Ramos Costa N.º de estudante: 1703656

Docente orientador(a): Carlos Jorge Briggs

Supervisor(a)/Tutor(a): Rosa Vitorias

2. PLANO DE TRABALHO

- Criação e elaboração de logótipos e suas aplicações:
 - Envelopes;
 - Cartões;
 - Papel Carta;
 - Visturas;
- Criação e realização em todos os suportes e formatos bidimensionais gráficos:
 - Pastais;
 - Cartazes;
 - Outdoor's;
 - Desdobráveis;
 - Mupis;
- Criação de identidade corporativa:
 - Merchandising;
 - Webdesign;
 - Elaboração e apresentação em suporte digital;
 - Edição fotográfica

3. ASSINATURAS

O(A) Estudante

11/05/2022
D D M M A A A A

Beatriz Ramos Costa
(assinatura)

O(A) Docente Orientador(a)

21/05/2022
D D M M A A A A

[Assinatura]
(assinatura)

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

D D M M A A A A

[Assinatura]
NIF 500143670 (assinatura e carimbo)

Anexo II – Folheto RM21

Notícia

O Design ao serviço da Inovação

Criatividade A equipa da RM21 considera que inovar e utilizar tecnologias atuais é a chave para um design estrategicamente convidativo

Se nos perguntassem qual consideramos ser a nossa maior qualidade, a resposta da equipa seria, em uníssono: CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO!!! A RM21 – Design e Multimédia Lda., associada da Inova-Ria, é um estúdio criativo, que valoriza o serviço personalizado e a união entre o design e tecnologia. Acreditamos que o Design não é só forma e função, mas também uma ferramenta eficaz de planeamento estrutural para projetos e base fundamental para o sucesso sólido de uma ideia. Por isso fazemos design!

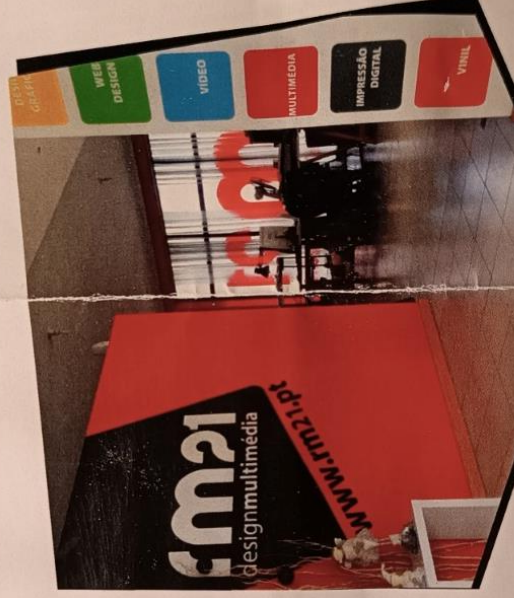
Para nós, o primordial é a capacidade de mobilizar para crescer. É informar, transformar e, acima de tudo, encantar.

Usamos a paixão no que fazemos para participar, de forma efetiva, na realização dos projetos (sonhos) dos nossos clientes; é o que nos move e inspira todos os dias.

Aquele trabalho publicitário, logótipo ou site que, ao primeiro olhar, deixa antever a sua proveniência? Não é nosso!!!

Na RM 21 não há trabalhos repetidos, há uma linha que caracteriza os trabalhos executados, inovação... estamos assim no mercado há mais de uma década e é assim que queremos continuar. Se há uma marca de água que nos identifica essa é, sem sombra de dúvida, a criatividade e um sem-número de clientes satisfeitos!

Tudo começa com uma boa conversa informal! Falamos sobre as motivações, os sonhos, onde chegar... desta abordagem saem sempre belas histórias. Depois disso, arregaçamos as mangas e vamos à luta com o nosso cliente.



o que fazemos

Brand design | Digital design | Design gráfico |
Design de produto | Programação | Vídeo Promocional |
Websites | E-commerce | Portais | Apps.

Ouvir, Idealizar, Criar, Estruturar, Inovar e Produzir são os nossos “verbos de ação”, sempre de forma sustentável e com respeito pelo ambiente e pela natureza.

Fale conosco!

av. monsenhor mendes do carmo
nº 43, r/c drº, 6300-372 guarda
rm21@rm21.pt | www.rm21.pt
271 212 488 | 965 085 716

O caminho é um projeto com soluções criativas e flexíveis, criado por uma equipa multidisciplinar que engloba experiências diversas, aplicadas em tecnologias e multiplataformas. Hoje, mais do que nunca, um projeto deve ser responsável, utilizar tecnologias atuais e um design estrategicamente convidativo. O nosso objetivo é agregar valor, portanto, dedicamo-nos ao crescimento da marca através de uma comunicação integrada e eficaz. O garante da qualidade e a criatividade sempre presentes nas nossas produções tem sido amplamente gratificante: para além do sucesso dos nossos clientes, temos sido capazes de arrecadar diversos prémios na área do design e da comunicação! Naturalmente que esses prémios nos deixam orgulhosos mas, acima de tudo, têm trazido a toda a equipa um acréscimo de responsabilidade e uma enorme maturidade que nos permite estar de outra forma no mercado.

Orgulhamo-nos de fazer parte da vida dos nossos clientes, oferecendo pacotes de soluções flexíveis, integradas e inovadoras, sempre numa perspetiva de evolução e em constante adaptação ao crescimento das empresas com as quais trabalhamos.

Os nossos clientes são mais que parceiros unimos forças para realizar um projeto juntos com o objetivo de fazer acontecer o sucesso.

Anexo III – Cartaz Concentração Motar

XV
CONCENTRAÇÃO



SEXTA

SEDE BANDIDA
ROCK OUT

SÁBADO

FREESTYLE
ANDRÉ ACUKO

CALLE DEL RUIDO
69 GRAUS
DJ



SEDE DO MCG - GPS - 40.520628 | 7.278123 - TLM. 924 096 405 - www.facebook.com/MotoClubedaGuarda



Anexo IV – Lona Guarda 21



- ASSESSORIA
- WORKSHOPS | PALESTRAS MOTIVACIONAIS
- SHOW COOKINGS
- PRODUTOS DA TERRA
- DOCES, COMPOTAS E LICORES
- LEGUMINOSAS E FRUTOS SECOS
- INFUSÕES DE ERVAS, FLORES E FRUTOS
- APEROS & COMPANHIA
- PÃES REGIONAIS
- ARTESANATO



(+351) 910 780 118
ludovina.guarda21@gmail.com
www.ludovinamargarido.pt
facebook.com/guarda21

Apêndices

Lista de Apêndices

Apêndice I – Urbe Sanchina

Apêndice II – Publisegur - Corretores de Seguros, S.A.

Apêndice III – IPG – Instituto Politécnico da Guarda

Apêndice IV – Restaurante Alma

Apêndice V – Globally

Apêndice VI – Revendedora Boti

Apêndice VII – Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves

Apêndice I – Urbe Sanchina



PÓLIS —
dormitório

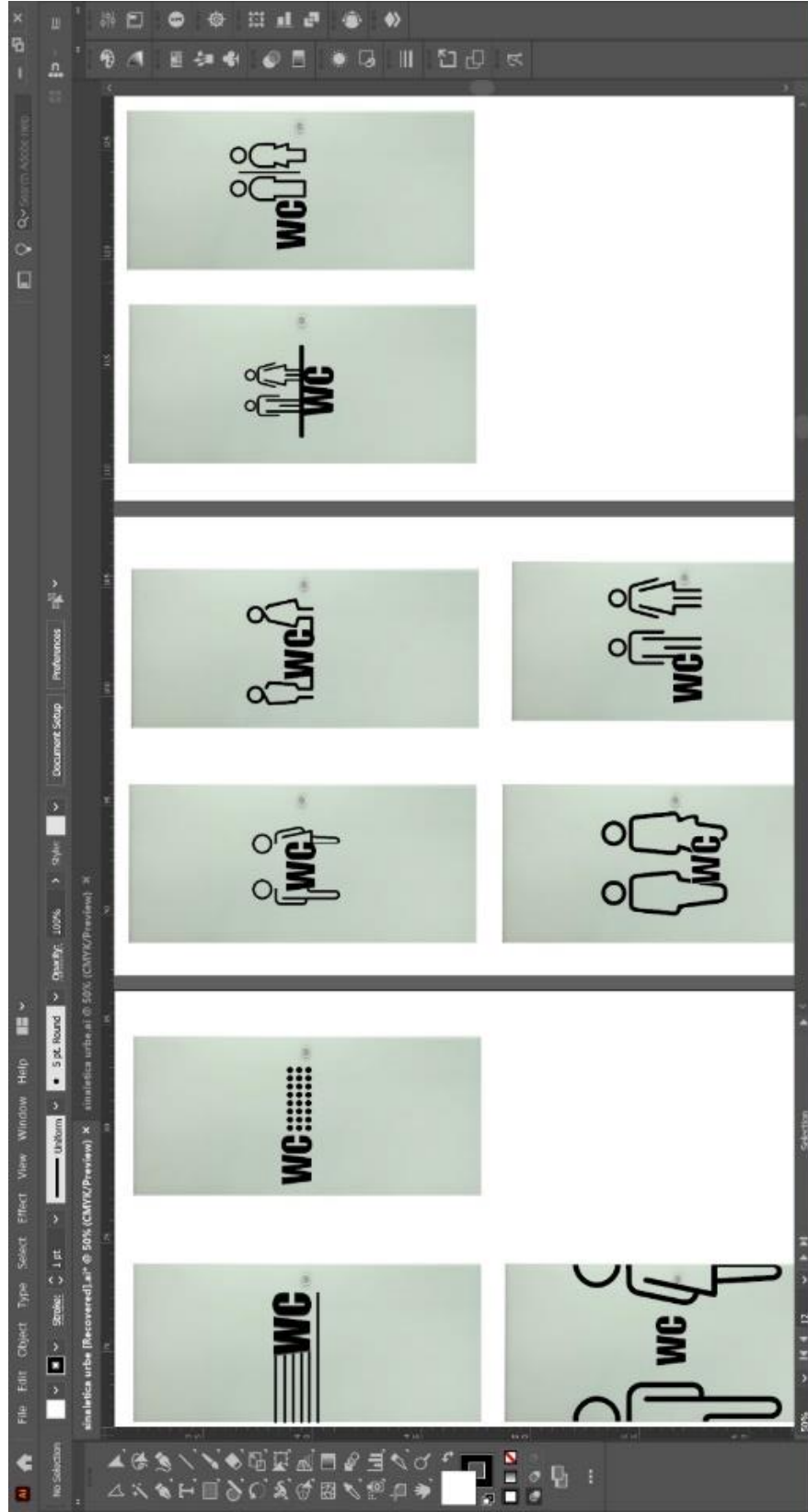
TEATRO —
dormitório —













Apêndice II - Publisegur - Corretores de Seguros, S.A.



A Satisfação do cliente é o nosso sucesso



**Fazemos o que sabemos fazer
desde 1991**

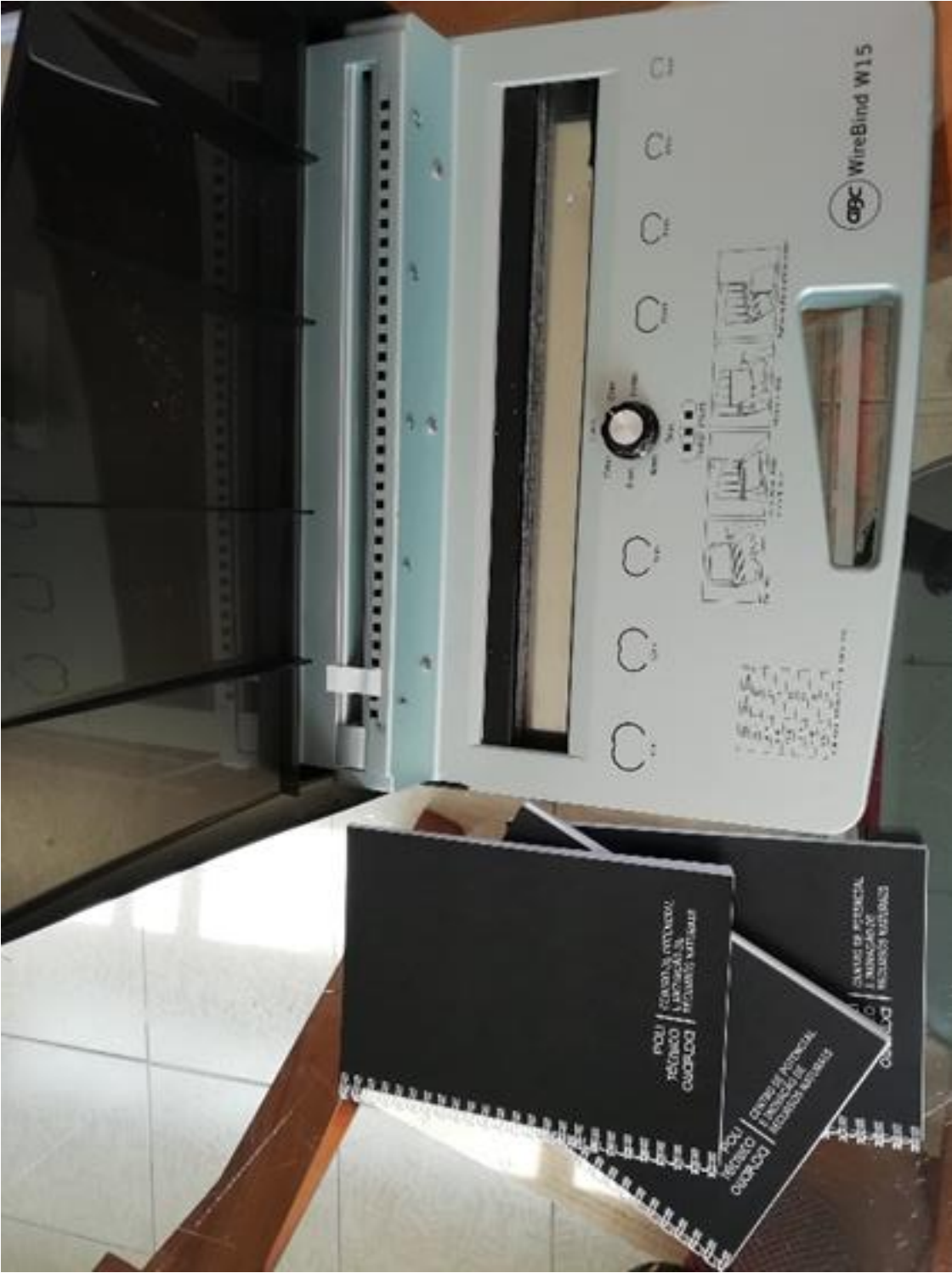
A Satisfação do cliente é o nosso sucesso



Fazemos o que sabemos fazer
desde 1991



Apêndice III– IPG – Instituto Politécnico da Guarda



Apêndice IV – Restaurante Alma



RESERVAS
 restaurantes@almasguarda.pt 271 032 929

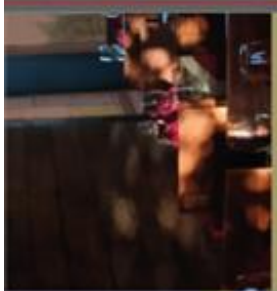
www.almasguarda.pt
 @restaurantesalmasguarda
 Lugar do Pardaleno
 EN5, GUARDA



271 032 929
 restaurantes@almasguarda.pt

RESERVAS

www.almasguarda.pt
 @restaurantesalmasguarda
 Lugar do Pardaleno
 EN5, GUARDA



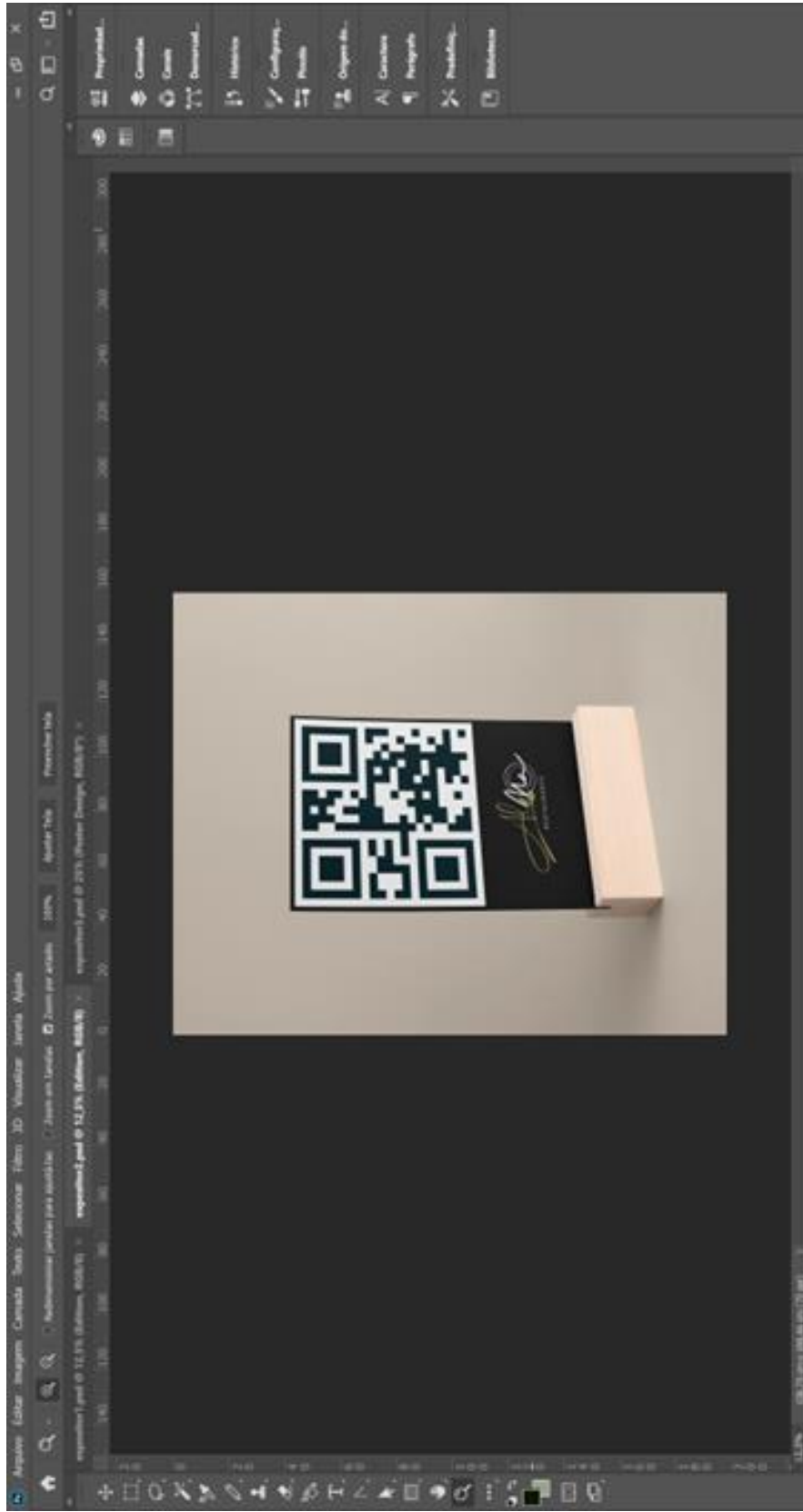
271 032 929
 restaurantes@almasguarda.pt

RESERVAS

www.almasguarda.pt
 @restaurantesalmasguarda
 Lugar do Pardaleno
 EN5, GUARDA









Alma
RESTAURANTE







Apêndice V – Globally



SERES 

GRUPO DOCAPOSTE

cd

centro de dosimetria

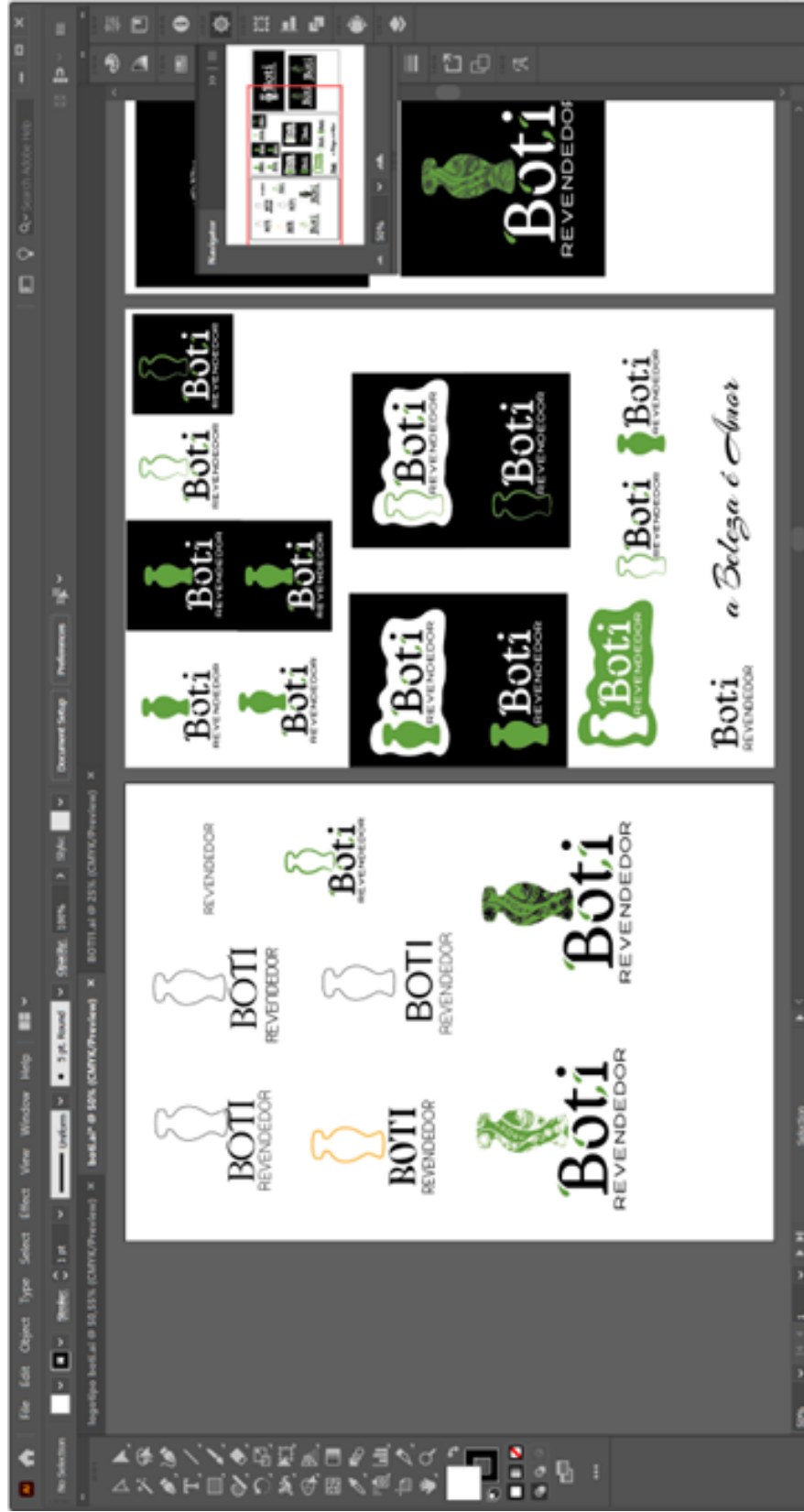


**Ajuda
em Ação**

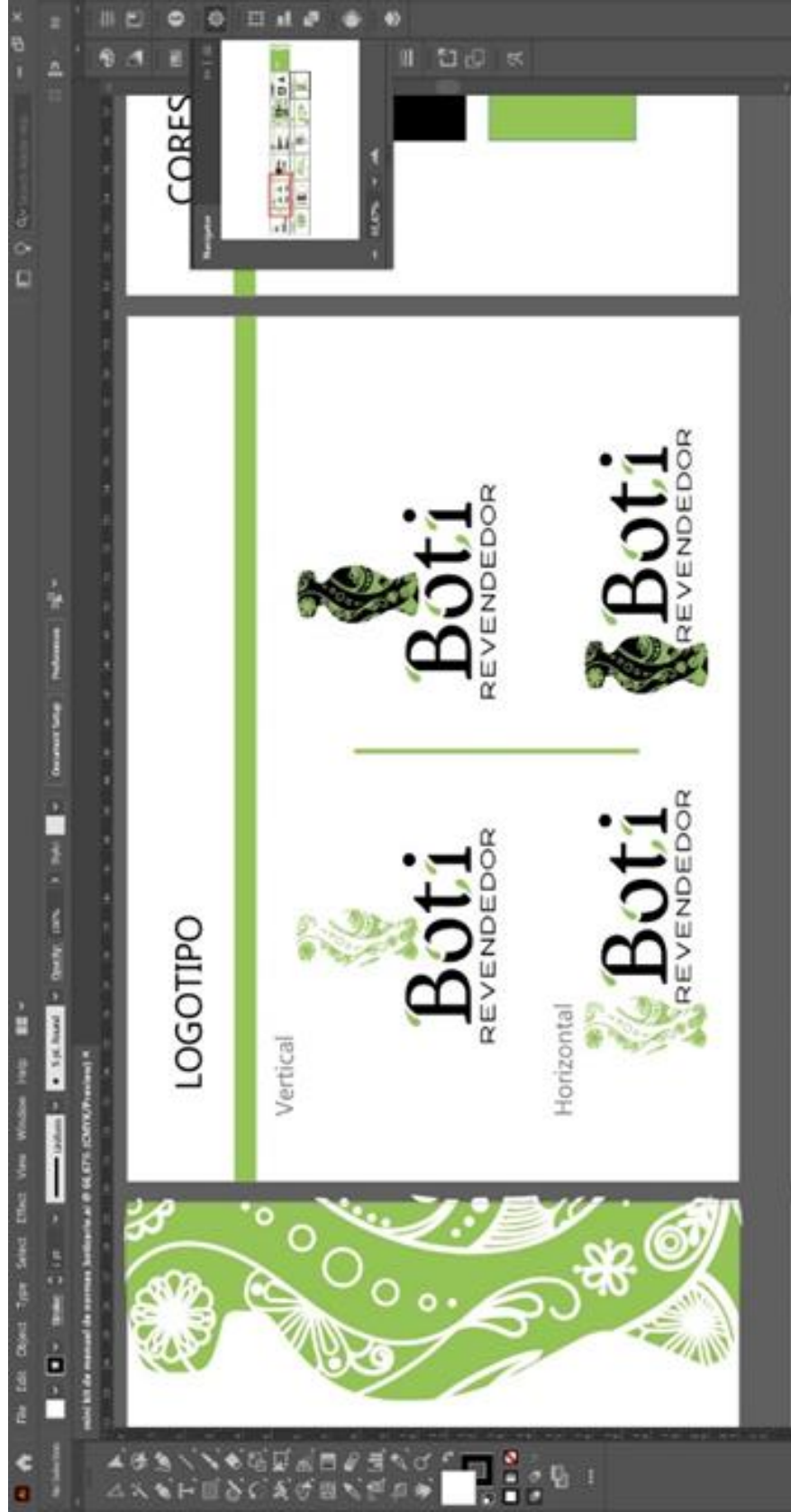


GIOLBALLY
INTERNATIONAL CONSULTING

Apêndice VI – Revendedora Boti



















a Beleza é Amor





Boti

REVENDEDOR









Horário

Segunda a Sexta

09h00 às 13h00

14h30 às 18h30

Sábado

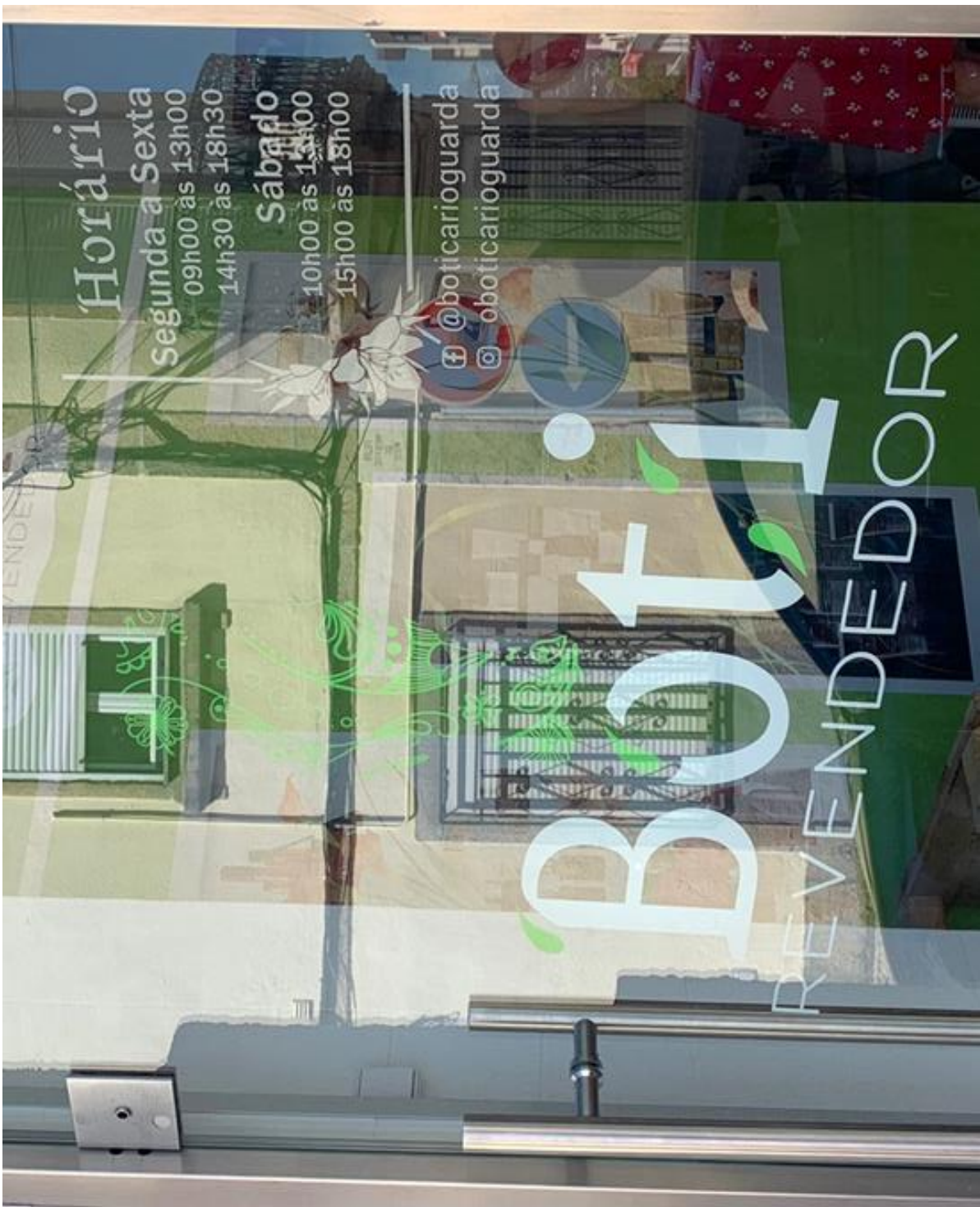
10h00 às 13h00

15h00 às 18h00



fb @boticarioguarda

ig @boticarioguarda



Horário

Segunda a Sexta

09h00 as 13h00

14h30 as 18h30

Sábado

10h00 as 13h00

15h00 as 18h00

@boticarioguarda

@boticarioguarda

Boti

REVENDEDOR

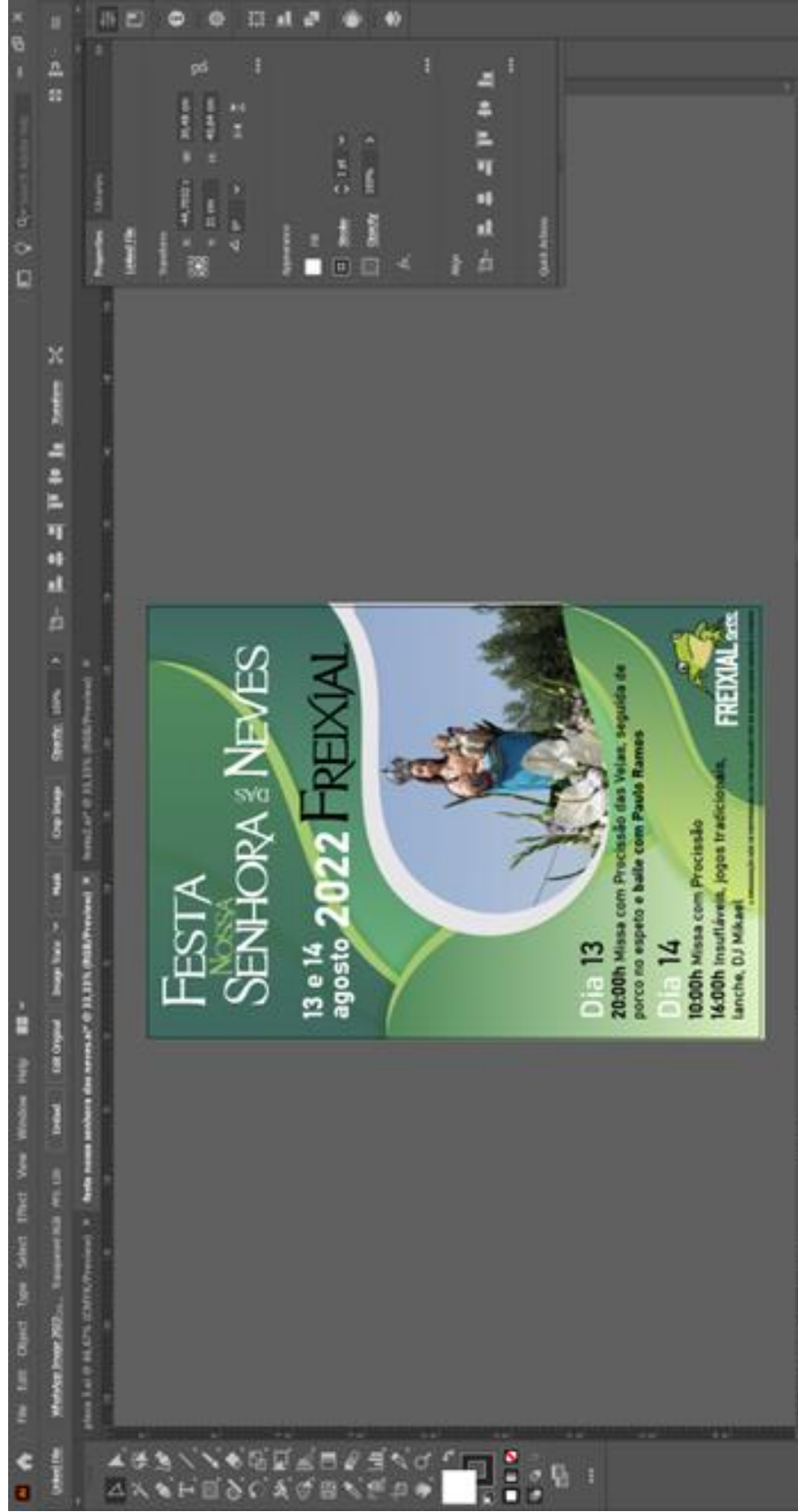


FECHADO

Entre em contacto conosco

965 002 680

Apêndice VII – Cartaz Festa Nossa Senhora das Neves



FESTA NOSSA SENHORA DAS NEVES

13 e 14
agosto **2022** FREIXIAL



Dia 13

20:00h Missa com Procissão das Velas, seguida de porco no espeto e baile com Paulo Ramos

Dia 14

10:00h Missa com Procissão

16:00h Insufláveis, jogos tradicionais, lanche, DJ Mikael



A ORGANIZAÇÃO NÃO SE RESPONSABILIZA POR QUALQUER TIPO DE DANO CAUSADO DURANTE O EVENTO



FESTA NOSSA SENHORA DAS NEVES

FREIXIAL

13 | 14
agosto 2022

Dia **13**

20:00h Missa com Procissão
das Velas, seguida de porco no
espeto e baile com Paulo Ramos

Dia **14**

10:00h Missa com Procissão
16:00h Insufláveis, jogos tradicionais,
lanche, DJ Mikael



A ORGANIZAÇÃO NÃO SE RESPONSABILIZA POR QUALQUER TIPO DE DANO CAUSADO DURANTE O EVENTO