

# **Relatório de Estágio Curricular Gigarte - Agência de Design e Comunicação**

**António João Cordeiro Proença**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Design Multimédia**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Francisco Tiago Antunes Paiva

**junho de 2020**



# **Dedicatória**

Este relatório de estágio e consequente trabalho final do mestrado é dedicado aos meus pais, pelo apoio e sacrifício de possibilitar aos 3 filhos, a oportunidade obtenção de um curso de ensino superior.



# Agradecimentos

Ao orientador, professor Francisco Paiva, pela orientação, pelos conselhos e partilha de conhecimentos.

À Gigarte, em particular ao Henrique Gigante, por me ter dado a oportunidade de realizar o estágio nas suas instalações, experienciando um trabalho conjunto com o João Venâncio e a Tânia Silva.

Às minhas irmãs (Rita e Zélia) pela ajuda e conselhos.

A todos os meus colegas e amigos que criei neste percurso académico.

Obrigado!



## Resumo

O presente relatório de estágio curricular decorreu entre 1 de outubro e 30 de dezembro de 2019 na Gigarte - Agência de design e comunicação, no âmbito do 2º ciclo de estudos do curso de Design Multimédia da Universidade da Beira Interior.

Primeiramente é contextualizado o universo de trabalho da agência e os meus respetivos objetivos e expectativas para o estágio. Como tal, são expostos, em jeito de memória descritiva, incluindo pesquisas, processo criativo, esboços e resultados finais, todas as atividades e projetos realizados, tais como vídeos em *motion graphics*, páginas web, cartazes e outros materiais gráficos, concebidos para empresas/associações como: Agurela, Academia de Patinagem da Covilhã/UBI, Associação Empresarial Covilhã Belmonte e Penamacor, Bricomarché Covilhã, Covi Care, Município de Figueira de Castelo Rodrigo e Road Watcher, entre outros.

Deste modo, o presente relatório culmina numa aprendizagem adquirida em ambiente académico com a sua aplicação na prática do design, consolidando conceitos fundamentais e uma experiência profissional essencial na preparação para um futuro nesta área de atividade.

## Palavras-chave

Design Gráfico; Design Web; *Motion Graphics*; Estágio Curricular.



# **Abstract**

This curricular internship ran between October 1 and December 30, 2019, at Gigarte - Design and Communication Agency, within the scope of the 2nd cycle of studies of the Multimedia Design master's course.

Primarily, the agency's universe of work is contextualized and my respective goals for the internship. As such, are exposed, in the form of descriptive memory, including research, creative process, sketches and final results, of all activities and projects carried out, such as videos on motion graphics, web pages, posters and other graphic materials, for companies/associations like: Agualela, Skating Academy of Covilhã/UBI, Business Association Covilhã Belmonte and Penamacor, Bricomarché Covilhã, Covi Care, Municipality of Figueira de Castelo Rodrigo and Road Watcher.

In this way this present report, culminates the learning acquired in an academic environment applied in Gigarte, consolidating fundamental concepts and an essential professional experience to prepare for a future in this area.

# **Keywords**

Graphic Design; Web Design; Motion Graphics; Curricular Internship.



# Índice

Lista de Figuras.....	xv
Lista Siglas e Acrónimos.....	xix
Introdução .....	1
Objetivos .....	2
Estrutura do Relatório .....	3
1. Caraterização.....	4
1.1 Contexto do Estágio.....	4
1.2 Retrato Histórico da Agência Gigarte .....	5
1.3 Âmbitos de Atuação da Gigarte.....	6
1.4 Recursos Humanos e Infraestruturais .....	6
1.5 Procedimentos Internos .....	7
1.6 Planeamento e Metodologia do Estágio.....	8
1.7 Cronograma Geral .....	9
2. Projetos Desenvolvidos.....	10
2.1 Academia de Patinagem da Covilhã/UBI.....	11
2.1.1 Cronograma das Atividades Realizadas .....	11
2.1.2 Cartaz de Captação.....	12
2.1.2.1 Contexto e Software Utilizado .....	12
2.1.2.2 Pesquisa e Elaboração de Elementos Visuais.....	13
2.1.2.3 Resultado Final.....	14
2.1.2 Vídeio de Atividades Anuais 2019.....	15
2.1.2.1 Contexto e Software Utilizado .....	15
2.1.2.2 Resultado Final.....	17
2.2 Aguardela - Loja de Artes e Ofícios.....	18
2.2.1 Cartaz Workshop de Pintura .....	18
2.2.1.1 Contexto e Software Utilizado .....	18
2.2.1.2 Resultado Final.....	20
2.3 Associação Empresarial Covilhã, Belmonte e Penamacor - AECBP.....	21
2.3.1 Vídeio Promocional de Natal .....	21
2.3.1.1 Contexto e Software Utilizado .....	21
2.3.1.2 Planeamento e Produção.....	23

2.3.1.3 Resultado Final .....	24
2.4 Bricomarché - Hipermercados .....	25
2.4.1 Cronograma das Atividades realizadas.....	26
2.4.2 Material Gráfico .....	26
2.4.2.1 Contexto e Software Utilizado .....	26
2.4.2.2 Propostas e Resultado Final .....	28
2.4.3 Vídeos Promocionais em <i>Motion Graphics</i> .....	29
2.4.3.1 Contexto e Software Utilizado .....	29
2.4.3.2 Planeamento e Produção.....	30
2.4.3.3 Resultado Final e Alterações Efetuadas .....	31
2.4.4 <i>Web site</i> Bricomarché Covilhã .....	32
2.4.4.1 Contexto e Software Utilizado .....	32
2.4.4.2 Planeamento e Produção.....	34
2.4.4.3 Resultado Final.....	36
2.5 Covi Care - Clínica Médica e Dentária.....	38
2.5.1 Cronograma das Fases do Projeto .....	38
2.5.2 <i>Web site</i> Covi Care.....	39
2.5.2.1 Contexto e Software Utilizado .....	39
2.5.2.2 Pesquisa e Planeamento .....	39
2.5.2.3 Resultado Final.....	42
2.6 Município de Figueira de Castelo Rodrigo.....	43
2.6.1 Cronograma das Fases do Projeto .....	43
2.6.2 Reestruturação de Vídeo em <i>Motion Graphics</i> .....	44
2.6.2.1 Contexto e Software Utilizado .....	44
2.6.2.2 Planeamento e Produção.....	44
2.6.2.3 Resultado Final.....	46
2.7 Road Watcher - Empresa .....	48
2.7.1 Cronograma das Fases do Projeto .....	48
2.7.2 <i>Web site</i> Road Watcher .....	49
2.7.2.1 Contexto, Pesquisas e Software.....	49
2.7.2.2 Ilustração .....	50
2.7.2.3 Resultado Final.....	52
3. Conclusão .....	54
3.1 Competências Adquiridas.....	54

3.2 Aspectos Positivos .....	55
3.3 Aspectos Negativos .....	55
3.4. Considerações Finais .....	56
Referências Bibliográficas .....	57
<i>Web sites</i> .....	57
Fontes das imagens.....	58



# Lista de Figuras

Figura 1 - Parkurbis, Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã (primeira sede da agência).....	5
Figura 2 - Atual sede da agência, na Avenida 25 abril, Covilhã.....	5
Figura 3 - Plano de trabalhos e atividades.....	8
Figura 4 - Cronograma geral de atividades realizadas durante o estágio. ....	9
Figura 5 - Cronograma particular dos projetos para a Academia de patinagem da Covilhã/UBI.....	11
Figura 6 - Imagens de movimentos/exercícios que serviram de inspiração.....	13
Figura 7 - Elementos representativos de movimentos/exercícios (Adobe Illustrator). ..	13
Figura 8 - Resultado final do cartaz (Dimensões: A4). ....	14
Figura 9 - Exemplo de ajuste das fotografias na luminosidade, cor e dimensões.....	15
Figura 10 - Exemplo de união de 2 fotografias.....	15
Figura 11 - Edição do áudio utilizado no vídeo da Academia de Patinagem da Covilhã/UBI (Adobe Premiere). ....	16
Figura 12 - <i>Frames</i> finais do vídeo da Academia de Patinagem da Covilhã/UBI. ....	17
Figura 13 - Exemplos de publicações na rede social da Aguarela (Facebook) para divulgação de atividades/eventos anteriores (Dimensões: 1920 x 1440 px).....	18
Figura 14 - Edição, em Adobe Photoshop, da fotografia original, usada no cartaz de <i>workshop</i> de pintura. ....	19
Figura 15 - Resultado final do cartaz (Dimensões: A3 e A4). ....	20
Figura 16 - Cartaz sobre a campanha de natal da AECBP, com as imagens dos produtos editadas por mim (Autor: João Venâncio). ....	22
Figura 17 - Esboços em papel para a realização do vídeo de natal da AECBP. ....	23
Figura 18 - Elemento criados/editados utilizados no vídeo de natal da AECBP (Adobe Illustrator). ....	23
Figura 19 - <i>Frames</i> finais do vídeo de natal da AECBP.....	24
Figura 20 - Cronograma particular dos projetos realizados para o Bricomarché.....	26
Figura 21 - Convite de natal Bricomarché do ano 2018 (Autor: João Venâncio).....	27
Figura 22 - Moldura de fotografia, com os elementos utilizados no convite de natal (Autor: João Venâncio).....	27
Figura 23 - Propostas de Convite de natal, primeira proposta (esquerda), segunda proposta (direita).....	28
Figura 24 - Resultado final do convite de jantar de natal Bricomarché.....	28

Figura 25 - Exemplo de catálogo (esquerda) e exemplo de elementos aproveitados (direita). .....	29
Figura 26 - Adaptação do formato do vídeo ( <i>Frames</i> de vídeo). .....	30
Figura 27 - Esboço em papel para o primeiro vídeo. ....	30
Figura 28 - <i>Frames</i> finais do primeiro vídeo para o Bricomarché Covilhã. ....	31
Figura 29 - Alteração da “intro” efetuada no segundo e terceiro vídeo ( <i>Frames</i> de vídeo). .....	31
Figura 30 - Páginas do <i>web site</i> do Bricomarché nacional (Vistas do browser). ....	32
Figura 31 - Método de introdução dos produtos (Plataforma WordPress). ....	33
Figura 32 - Aspeto final da página dos produtos (Vista do browser). ....	34
Figura 33 - <i>Wireframes</i> em papel do site Bricomarché da Covilhã. ....	34
Figura 34 - Painel elementos disponíveis (Plataforma WordPress). .....	35
Figura 35 - Ícones e sua aplicação. ....	36
Figura 36 - Exemplo de edição para imagem de fundo para a página “Serviços” (Vista do browser). ....	36
Figura 37 - Resultado final da página inicial do <i>web site</i> Bricomarché da Covilhã (Vista do browser). ....	37
Figura 38 - Cronograma particular do projeto de <i>web site</i> para Covi Care - Clínica Médica e Dentária. ....	38
Figura 39 - Exemplo de páginas do <i>web site</i> Nuno Quaresma - Clínica Dentária (Vistas do browser). ....	39
Figura 40 - Página de Facebook da Covi Care (Vista do browser). .....	40
Figura 41 - Edição de imagem para o serviço “Terapia da Fala” .....	40
Figura 42 - Exemplo de edição para imagem de fundo da página inicial Covi Care. ....	41
Figura 43 - Página inicial do <i>web site</i> Covi Care (Vista do browser). .....	42
Figura 44 - Cronogramas das fases da reestruturação do vídeo para o município de Figueira de Castelo Rodrigo .....	43
Figura 45 - Esboços em papel realização do vídeo para o Município de Figueira de Castelo Rodrigo. ....	45
Figura 46 - Exemplo de elementos criados para o vídeo de Figueira de Castelo Rodrigo (Adobe Illustrator). ....	45
Figura 47 - Exemplos de reestruturações efetuadas no vídeo da proposta inicial. ....	46
Figura 48 - <i>Frames</i> finais do vídeo “Sustentos”. ....	47
Figura 49 - Cronograma das fases do <i>web site</i> para a Road Watcher. ....	48
Figura 50 - Identidade visual da Road Watcher (Autor: João Venâncio). ....	49
Figura 51 - <i>Web site</i> com padrão comum, relacionado com a temática de IoT (Vista do browser). ....	50

Figura 52 - Ilustrações de serviços Road Watching, dimensões 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator). .....	51
Figura 53 - Ilustrações de serviços Road Mapping, dimensões 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator). .....	51
Figura 54 - Ilustrações para aplicar na página “Empresa” dimensões, 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator). .....	52
Figura 55 - União de ilustrações para imagem de fundo da página inicial, (Adobe Illustrator). .....	52
Figura 56 - Resultado final da página inicial do <i>web site</i> Road Watcher (Vista do browser). .....	53



## Lista Siglas e Acrónimos

AECBP	Associação Empresarial Covilhã, Belmonte e Penamacor
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CMYK	<i>Cyan Magenta Yellow Black</i>
DPI	<i>Dots Per Inch</i>
ESART	Escola Superior de Artes Aplicadas
HTML	<i>HyperText Markup Language</i>
IoT	<i>Internet of Things</i>
PX	Pixel
RCB	Rádio Cova da Beira
RGB	<i>Red Green Blue</i>
UBI	Universidade da Beira Interior



# Introdução

O presente relatório de estágio curricular, que decorreu entre 1 de outubro e 30 de dezembro de 2019, expõe todas as atividades realizadas na Gigarte - Agência de design e comunicação, no âmbito do 2º Ano Letivo do 2º ciclo de estudos/Mestrado em Design Multimédia da Universidade da Beira Interior.

Nesta agência, desempenhei funções de *designer* estagiário, ao longo de 3 meses, vivendo e experienciando um contacto com o mercado de trabalho, num contexto profissional, fator diferenciador na opção de realização de estágio em detrimento de dissertação ou projeto, o que me possibilitou a aplicação, de forma prática, de toda a aprendizagem adquirida na licenciatura e mestrado.

O estágio realizado foi enquadrado, sobre tudo, nas áreas de design gráfico (cartazes e material gráfico), design web (páginas web) e *motion graphics* (vídeos promocionais) mas também em auxílio na edição e tratamento de imagens para outros projetos. A autonomia na realização dos projetos foi variando, dependendo da complexidade e/ou da fase em que se encontravam os projetos, tendo um orientador na agência (*designer* João Venâncio), que supervisionou e coordenou todas as minhas tarefas.

Neste relatório são expostos e descritos todos os projetos realizados na agência, justificando as minhas decisões/escolhas para cada um deles, mostrando todo os processos de conceção, desde o momento em que me são requeridos, às pesquisas (quando aplicado), à execução, aos resultados finais e aprovação dos mesmos.

Para concluir, é realizada uma reflexão sobre os principais acontecimentos durante o estágio, com particular ênfase na consciencialização da importância destes mesmos processos aplicados, num contexto profissional e de mercado na área do Design.

## Objetivos

A opção de realização de estágio resultou da intenção de integrar um âmbito profissional, facilitando a transição do ambiente académico para este, completamente diferente, no sentido de dar resposta às seguintes necessidades:

- Vontade do contacto direto com uma realidade profissional, na área do design;
- Interação positiva com profissionais qualificados;
- Capacitação de abordagem com clientes em contexto real;
- Desenvolver e aplicar competências técnicas, nomeadamente de *software*.
- Concretizar e cumprir os projetos/tarefas, nos prazos solicitados;
- Ter sentido de responsabilidade e organização, tendo em conta que existe trabalho em equipa.

Num contexto técnico, olhando ao tipo de serviços que a agência presta aos seus clientes, relacionados com a área de estudos, procurei a fomentação e evolução de novos conhecimentos sobre os seguintes objetivos específicos:

- Desenvolver a capacidade de raciocínio lógico;
- Aprimorar o processo de projeção e planeamento dos projetos;
- Dominar as competências técnicas nas áreas de Design Gráfico, *Motion Graphics* e *Design Web*, de modo a vê-las positivamente reforçadas;
- Garantir uma rápida capacidade de resposta às diferentes tipologias dos projetos;
- Estimular apreciações críticas, através de discussão e análise de alguns projetos desenvolvidos de forma a aprender com os eventuais erros;

## **Estrutura do Relatório**

De forma a expor toda a informação numa estrutura coerente e organizada, o presente relatório está dividido em três partes. A primeira parte é de enquadramento e introdução ao contexto do estágio e da agência onde o mesmo se realizou.

A segunda parte descreve todos os projetos realizados ao longo do estágio, em género de memórias descritivas, explicitando e justificando todas as decisões tomadas, pesquisas e resultados para a conceção dos projetos, de forma a ter consciência dos conceitos que se devem ter em conta, nas diferentes vertentes (design gráfico, design web, *motion graphics*) em contexto prático, por exemplo, em cartazes, vídeos promocionais e páginas web.

Por fim, uma terceira parte, que são as conclusões e apreciações de todos os acontecimentos decorrentes nos três meses de estágio, analisando a produtividade, expectativas, objetivos e os benefícios que esta unidade curricular criou, tanto a nível pessoal como académico/profissional.

# 1. Caraterização

## 1.1 Contexto do Estágio

Após a decisão da realização de estágio, foi disponibilizado aos alunos, por parte da professora Dr.<sup>a</sup> Sara Velez, diretora do curso de Mestrado em Design Multimédia, três possíveis locais/empresas, referenciados pelo curso e universidade, onde realizar estágio, que posteriormente foram apresentadas à turma, entre os quais: a Lobba, LabCom, Readiness IT. Apesar das três opções, era-nos dada a liberdade de procura de outras agências/empresas com ligação às áreas do design, sendo estas passíveis de aprovação por parte da diretora de curso, mediante a análise do tipo de serviços e/ou dimensão. Além desta avaliação, uma das condições, era a duração do período de estágio, que deveria ter o mínimo de 3 meses, sendo possível a realização de 9 meses (estágio profissional) embora fosse, única e exclusivamente, da responsabilidade do estudante essa negociação com a agência/empresa.

No meu caso, por não achar satisfatório as propostas das empresas sugeridas, fui procurar outras agências perto da minha cidade de residência (Covilhã), fazendo uma pesquisa online, na qual encontrei a **Gigarte**, estabelecendo contacto, via email, de forma a expor a minha vontade de realizar um estágio naquela agência, tendo obtido resposta positiva.

Chegando a acordo com a agência, em realizar um estágio curricular com a duração de 3 meses, foram iniciados contactos institucionais entre a agência e a UBI – Universidade da Beira Interior, para realização de um protocolo, com devidas determinações de horários (horário laboral das 9:00 horas às 18:00 horas, de segunda a sexta feira), data de começo (1 de outubro de 2019), direitos, deveres e condições de trabalho.

## 1.2 Retrato Histórico da Agência Gigarte

A **Gigarte** é uma agência de design e comunicação, fundada por Henrique Gigante, CEO e Diretor criativo, sediada no centro do país, mais propriamente na cidade da Covilhã. No mercado desde o ano de 2011, iniciou a sua atividade no Parkurbis (Figura 1), Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã, mudando-se *à posteriori*, em concreto no dia 1 de outubro de 2019, precisamente no início do meu estágio, para o centro da cidade, na Avenida 25 abril, 62-A Rés do Chão Esquerdo (Garagem de São João) (Figura 2).



Figura 1 - Parkurbis, Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã (primeira sede da agência).



Figura 2 - Atual sede da agência, na Avenida 25 abril, Covilhã.

### 1.3 Âmbitos de Atuação da Gigarte

A **Gigarte** tem como principais áreas de atuação o Design Gráfico, Comunicação, Marketing e Web Design, o que resulta numa solução completa para a comunicação da marca das mais variadas empresas com que colabora, tendo clientes de avença, ou seja, uma gestão das marcas mais regular e personalizada, para empresas como: AECBP - Associação empresarial Covilhã, Belmonte e Penamacor, Agualela, Bricomarché da Covilhã e Guarda, Covi Care – Clínica Médica e Dentária, Copialta, Nuno Quaresma - Clínica dentária, Jornal Fórum Covilhã, Etron – it solutions, Milimpressões, J. Santos Carvalho – Agência de Seguros; mas tem também, pelo contrário, clientes que procuram serviços “à unidade”, tais como: Academia de Patinagem da Covilhã/UBI, Município de Figueira de Castelo Rodrigo, Road Watcher, entre outras.

### 1.4 Recursos Humanos e Infraestruturais

Relativamente aos recursos humanos a **Gigarte**, conta com uma equipa profissional e qualificada, composta por três elementos fixos, entre os quais o CEO e diretor criativo, Henrique Gigante, Tânia Silva, marketing *manager*, licenciada em Ciências da Comunicação e Pós-graduação em Comunicação Estratégica na UBI e João Venâncio, *designer* gráfico e web, licenciado em design de comunicação e produção audiovisual na ESART (Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco). Com regularidade, a agência em apreço, tem por hábito receber estagiários, nas áreas de design, comunicação e marketing, por forma a manter o contacto e aprofundar parcerias com as instituições de ensino e contribuir para a formação académica dos estagiários.

Em termos de recursos infraestruturais, a agência dispõe de uma sala de reuniões e de um escritório principal (local de trabalho da equipa), que conta com os seguintes recursos: dois computadores fixos, uma impressora, uma máquina fotográfica e alguns livros ligados às áreas do design e comunicação.

## 1.5 Procedimentos Internos

Dependendo do tipo de empresa/cliente e, ou dos serviços pretendidos pelas mais variadas entidades que a **Gigarte** serve, os projetos seguem o seguinte fluxo: abordagem dos clientes, reunião, *briefing*, definição de plano estratégico, execução e apresentação de propostas.

Em função da natureza do encargo, é realizado um plano estratégico de comunicação e marketing, através do planeamento de soluções específicas e individualizadas para cada empresa, por forma a concretizar os seus objetivos. Deste modo, depois de um primeiro contacto com os clientes, direto (contacto presencial) ou indireto (contacto telefónico e online), o CEO da agência ou a Tânia Silva, agenda uma reunião presencial nas instalações da Gigarte, para uma discussão preliminar, troca de ideias e *feedbacks* entre a equipa e o próprio cliente.

Posteriormente ao acordo estabelecido com o cliente, iniciava-se o processo de execução dos projetos desempenhado pelo Henrique Gigante e João Venâncio e a criação de conteúdo de texto e *copyright* era da responsabilidade da Tânia Silva, assim como a publicação dos conteúdos gráficos/digitais realizados, como por exemplo, publicações nas redes sociais dos clientes.

## 1.6 Planeamento e Metodologia do Estágio

Relativamente ao planeamento e metodologia, aquando estabelecido acordo com os clientes a respeito dos projetos, é realizado um plano de trabalho e atividades (Figura 3), elaborado por Tânia Silva, sendo este um processo semanalmente efetuado e atualizado, uma vez que existem vários trabalhos em execução e constantemente novos clientes, procurando assim, uma maior organização e fluidez do trabalho, para quem executa.

SEMANA 20 - 26 JANEIRO

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
<b>BRICOMARCHÉ COVILHÃ</b> (F e I)	Torneiras de cozinha Pavimento de vinil x5	Pavimento flutuante x3	Tomadas Aslo Escadas	Aniversário Gil Temático arrumação	Azulejos portugueses Stock-off Inverno
<b>BRICOMARCHÉ GUARDA</b> (F)	Bricodica calhas vídeo	Conjunto forno e placa p.6	Betoneira (vídeo)	Irradiador p.3	Motosserra contracapa
<b>COPIALTA</b> (F e L)	Serviço de IT Da Konica Minolta		Notícia tecnologia		Konica Minolta
<b>NUNO QUARESMA</b> (F, L e I)	Saúde oral grávida		Notícia		Prevenção e higiene oral
<b>QUINTA DAS RASAS</b> (F, L e I)		Foto quinta		Foto mel	
<b>GIGARTE</b> (F, L e I)	Vitamina criativa			Trabalho	
<b>Covi Care</b> (F, L e I)	Dica de saúde Inverno		Notícia		Dica de saúde Inverno
<b>Aguarela</b> (F e I)	Workshop		Foto tintas		Workshop últimas vagas
<b>Etron</b> (F, L, I e T)	Serviços: Renting		Notícia tecnologia ou Konica Minolta		Segurança Informática

Figura 3 - Plano de trabalhos e atividades.

No meu caso concreto, sendo estagiário, as minhas funções assentavam apenas nos processos de execução dos trabalhos e/ou eventual auxílio a projetos, quando solicitado pelos membros da equipa, ficando por vezes com responsabilidade total da execução de projetos, embora sempre com supervisão do João Venâncio, que foi quem me orientou durante o período de estágio.

Todos os projetos requeridos, à exceção daqueles que não iniciei, foram elaborados seguindo a mesma metodologia, realizando pesquisas adequadas às temáticas de cada projeto, elaboração de esboços de forma a estudar variadas opções para posteriormente passar à execução propriamente dita, obtendo um resultado final. Por vezes, eram apresentadas diferentes propostas de modo a serem discutidas com a equipa, para escolher, manter e/ou aconselhar modificações de alguns pormenores.

## 1.7 Cronograma Geral

O seguinte cronograma (Figura 4) demonstra o tipo de serviços realizados (*motion graphics*, *web sites* e material gráfico) e para que empresas se direcionaram (identificadas com diferentes cores), ao longo dos 3 meses de estágio. Um dos trabalhos não mencionados no cronograma geral, foi o auxílio na edição de imagens, em Adobe Photoshop, para alguns projetos a cargo dos restantes membros da equipa.

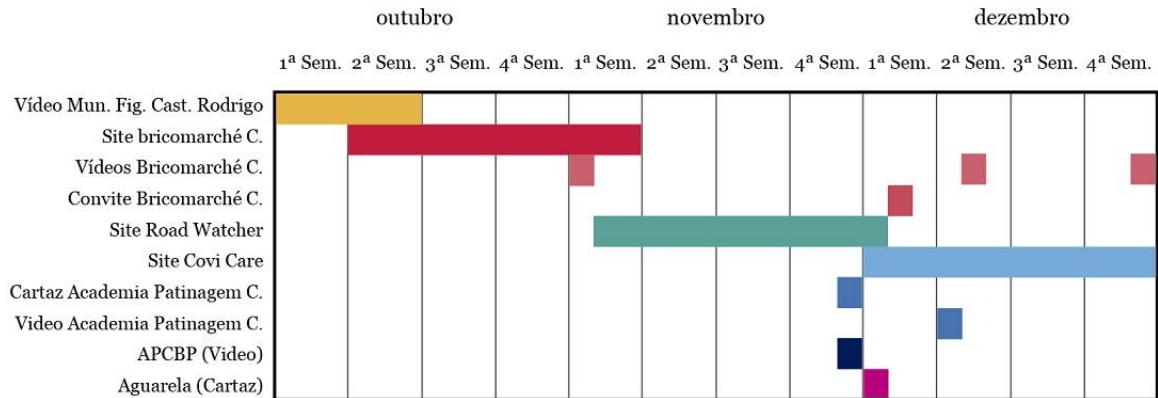


Figura 4 - Cronograma geral de atividades realizadas durante o estágio.

## 2. Projetos Desenvolvidos

A **Gigarte** tem clientes oriundos das mais variadas áreas e campos da sociedade, que vão desde as artes, ao comércio, à política, ao desporto, ou até mesmo à tecnologia. Inicialmente, foi-me comunicado, por parte dos membros da equipa, quais os principais clientes com quem trabalhavam e o tipo de serviços que lhes prestavam, de forma a identificar e perceber linhas gráficas, formas e processos de trabalho. Com as funções de *designer* estagiário, o trabalho foi sempre articulado com o João Venâncio que, após reunir com os clientes e estudar as melhores estratégias de comunicação com a Tânia Silva, atribuía-me os projetos que deveria realizar, nos seguintes âmbitos:

- Design Gráfico:
  - Cartaz de captações para a Academia de Patinagem da Covilhã/UBI;
  - Cartaz sobre workshop de pintura, para loja de artes e ofícios - Aguarela;
  - Convite de natal para o Bricomarché Covilhã;
  
- Design Web:
  - *Web site* para o Bricomarché Covilhã;
  - *Web site* para a Covi Care - Clínica Médica e Dentária;
  - *Web site* para Road Watcher;
  
- Vídeos em *motion graphics*:
  - Vídeo para a Academia de Patinagem da Covilhã/UBI;
  - Vídeo da campanha de natal da AECBP;
  - Vídeos promocionais do Bricomarché;
  - Reestruturação do vídeo da iniciativa para o município de Figueira de Castelo Rodrigo.
  
- Edição e tratamentos de imagens.

Para a realização destes trabalhos, usei diferentes programas e *software*, como, por exemplo, os programas Adobe (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe After Effects) familiares e comuns em ambiente académico, mas também tive de elaborar com outros programas com os quais estava menos familiarizado, como foi o caso da plataforma WordPress, uma ferramenta apropriada à construção de *web sites*, que inicialmente, me levou a um processo de aprendizagem.

## 2.1 Academia de Patinagem da Covilhã/UBI

A Academia Patinagem da Covilhã/UBI é um grupo desportivo jovem da cidade da Covilhã, que tem como o objetivo o ensino e a promoção da patinagem artística, tendo sido formalmente constituída a 6 de fevereiro de 2015, nascendo da necessidade de dar continuidade ao Projeto “Academias de Formação da Associação Académica da Universidade da Beira Interior - AAUBI”, iniciado em abril de 2013, com o intuito de proporcionar aos atletas a criação de fortes linhas orientadoras, para que estes pudessem praticar desporto de forma divertida e responsável.

Atualmente conta com 40 atletas inscritos, que vão dos 6 até aos 17 anos de idade, embora não haja limites pré-definidos de iniciação ou termino. Este grupo participa também em competições nacionais como Interassociações, Campeonato Distrital, Campeonato Nacional, Taça Nacional e Opens de Apuramento para Campeonato e Taça Nacional, nunca tendo participado em nenhuma competição internacional.

### 2.1.1 Cronograma das Atividades Realizadas

Para a Academia de Patinagem da Covilhã/UBI realizei um cartaz para captações da época desportiva 2020 e um vídeo resumo da época de 2019, como mostrado no cronograma abaixo (Figura 5).

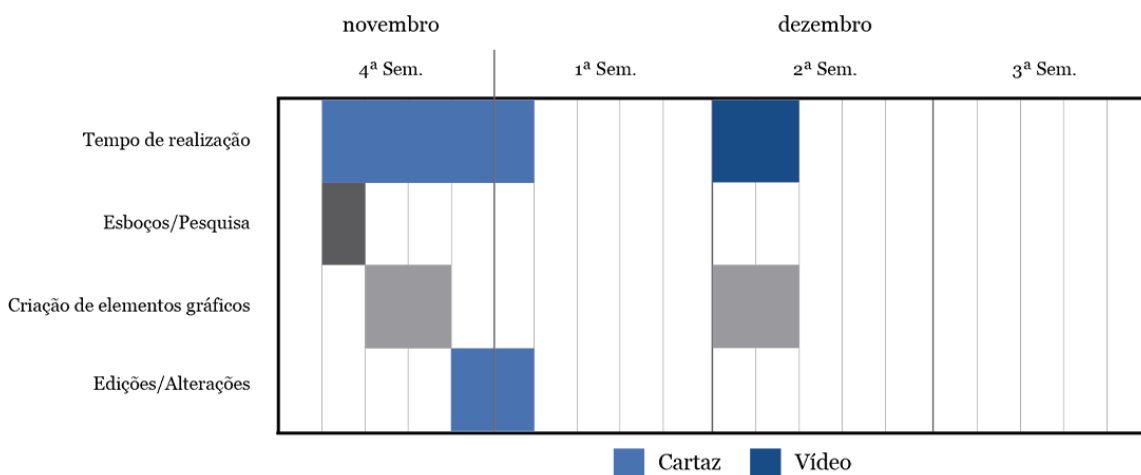


Figura 5 - Cronograma particular dos projetos para a Academia de patinagem da Covilhã/UBI.

## **2.1.2 Cartaz de Captação**

### **2.1.2.1 Contexto e Software Utilizado**

A época desportiva de 2019 estando perto do fim, a academia solicitou à **Gigarte** a os seguintes serviços: realização de um cartaz e um vídeo; de forma a promover a modalidade, divulgando e resumindo a época de 2019 pensando também na época seguinte. Fui o único responsável pela realização destes dois projetos tendo autonomia e liberdade criativa total.

Procurando captar mais jovens da cidade à prática da patinagem artística foi solicitado a realização de um cartaz, divulgando informações sobre treinos e os locais a decorrer, assim como horários e escalões para a época seguinte de 2020.

Para a realização deste cartaz utilizei os programas Adobe Illustrator, para criação de elementos visuais e Adobe Photoshop para a construção do cartaz num formato A4, com um sistema de cores CMYK (*Cyan Magenta Yellow Black*), e com uma resolução de 300 DPI (*Dots Per Inch*). Relativamente ao conteúdo e informação a colocar no cartaz foi-me dado pelo João Venâncio (conteúdo de texto) e que posteriormente incorporei em conjunto com os elementos gráficos e visuais.

### 2.1.2.2 Pesquisa e Elaboração de Elementos Visuais

Tive em consideração algumas características da academia assim como da própria modalidade de forma a vê-las representadas, de uma forma mais direta como a aplicação de uma imagem de uns patins, item essencial à prática da patinagem, e outras características de forma indireta como por exemplo a utilização de variação de cores dos tons azuis e rosa, simbolizando os sexos masculino e feminino respetivamente, associadas também às cores do logotipo da academia. Outra das características teve como base uma pesquisa online de imagens de exercícios e/ou movimentos da prática da patinagem artística (Figura 6), que serviram de inspiração à criação de um padrão, através da repetição dos “movimentos ondulados”, (Figura 7).

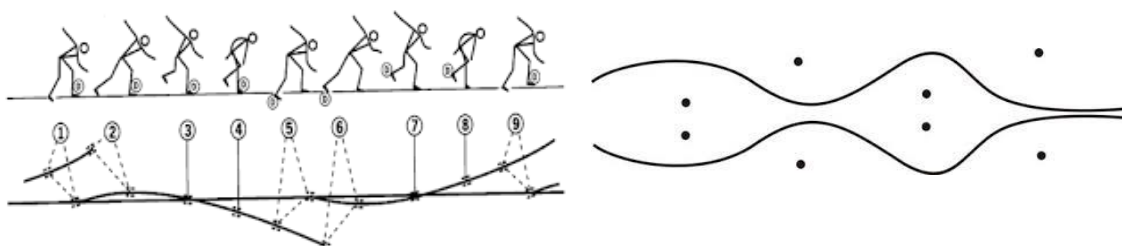


Figura 6 - Imagens de movimentos/exercícios que serviram de inspiração.

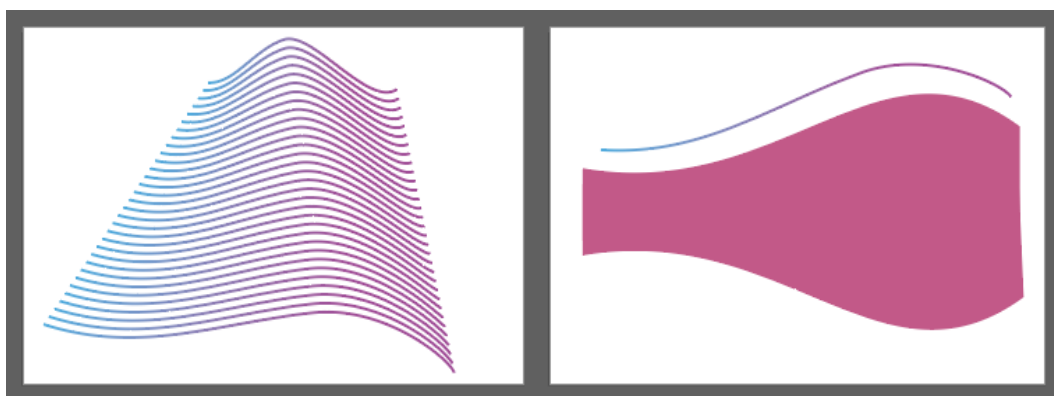


Figura 7 - Elementos representativos de movimentos/exercícios (Adobe Illustrator).

Relativamente à tipografia, optei por usar a mesma utilizada na identidade visual da Academia de Patinagem da Covilhã/UBI, que é a fonte *Klavika*, variando entre regular, **bold** e **bold italic**.

### 2.1.2.3 Resultado Final

Por fim, integrado no cartaz todos os elementos e informações descritas acima, foram analisadas e discutidas, entre mim e o João Venâncio, ligeiras melhorias da organização de texto e seu respetivo tamanho, adicionando mais informações e otimizando lógicas e hierarquias de leitura, originando o resultado final como mostra a figura 8.



Figura 8 - Resultado final do cartaz (Dimensões: A4).

## 2.1.2 Vídeo de Atividades Anuais 2019

### 2.1.2.1 Contexto e Software Utilizado

De forma a promover as atividades e competições em que a academia de patinagem participou ao longo da época de 2019, foi pedido a realização de um vídeo que resumisse estas atividades, com fotografias tiradas aos atletas em competição e de convívios de todo o grupo, por essa razão consistiu num vídeo relativamente simples com uma espécie de *slide* de fotografias.

Para produção do vídeo recorri a três programas da Adobe (After Effects, Premiere e Photoshop) sendo que o Adobe Photoshop serviu para a edição das fotografias que me foram fornecidas, pois muitas delas necessitavam de ajustes na cor e luminosidade assim com correções nas dimensões e enquadramentos (Figura 9). Devido ao elevado número de fotografias de atletas por cada competição, decidi unir fotografias de atletas em grupos de 2, 3 e 6 fotografias, de forma a encurtar o tempo de vídeo (Figura 10).



Figura 9 - Exemplo de ajuste das fotografias na luminosidade, cor e dimensões.



Figura 10 - Exemplo de união de 2 fotografias.

Utilizei Adobe Premiere para a edição do áudio, disponível online, no entanto, tendo em conta os *timings* que tinha idealizado, tive de efetuar alterações no áudio, replicando parte do som de forma a coincidir corretamente com o conteúdo visual (Figura 11).

Embora seja possível realizar vídeos com especificidades mais simples no Adobe Premiere, decidi produzir o vídeo no Adobe After Effects, por oferecer mais dinâmicas. Realizando assim o vídeo com dimensões de 1920 px por 1080 px, numa taxa de proporção de 16:9 e 25 *frames* por segundo, o comum utilizado para os restantes vídeos efetuados pela **Gigarte**.

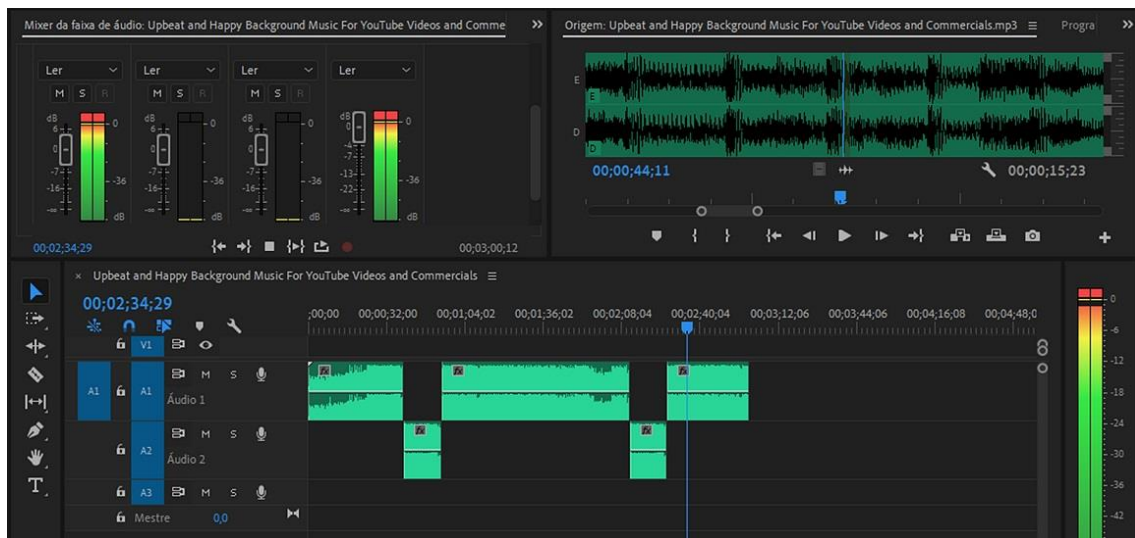


Figura 11 - Edição do áudio utilizado no vídeo da Academia de Patinagem da Covilhã/UBI (Adobe Premiere).

### 2.1.2.2 Resultado Final

O vídeo final resultando numa duração de 3 minutos e 5 segundos combinando fotografia, com elementos visuais criados, áudio, efeitos visuais e transições (Figura 12).

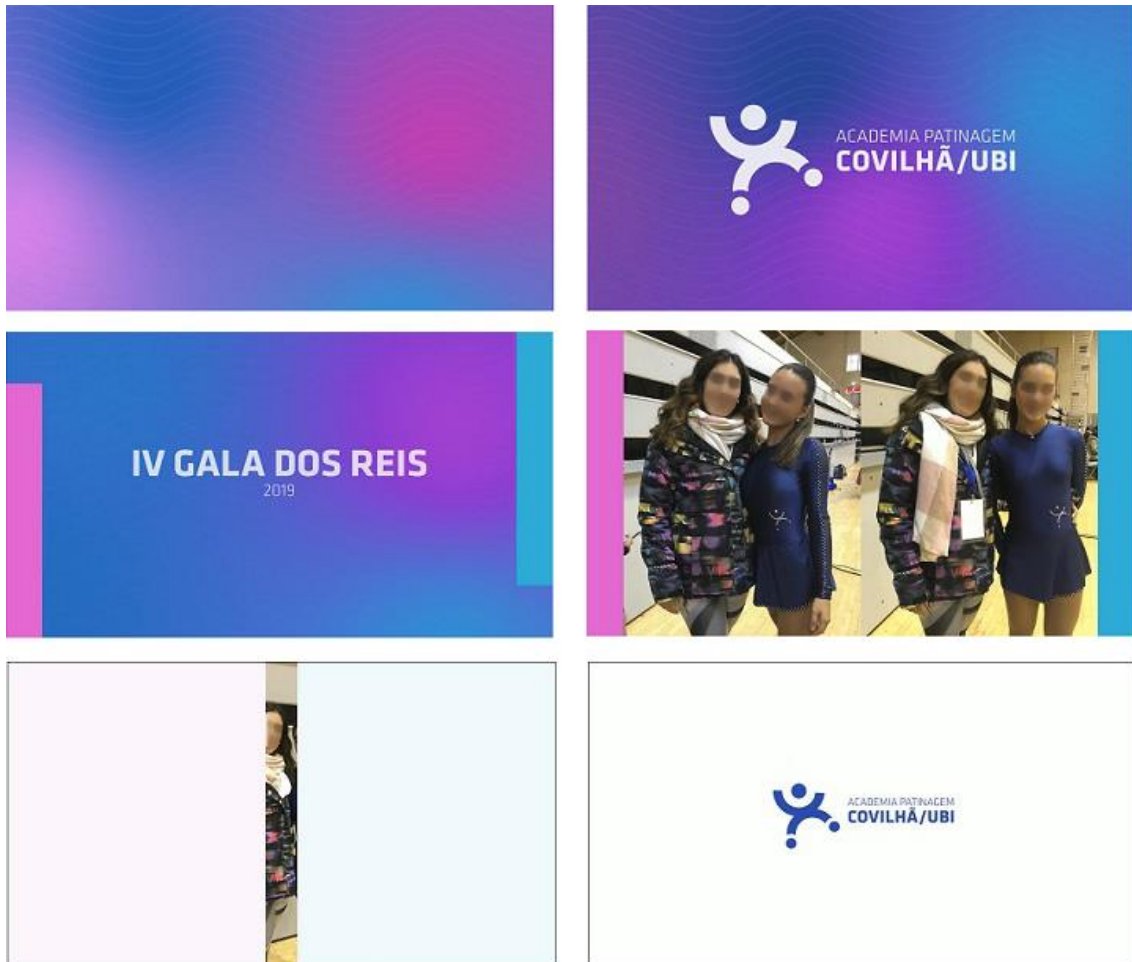


Figura 12 - *Frames* finais do vídeo da Academia de Patinagem da Covilhã/UBI.

## 2.2 Aguarela - Loja de Artes e Ofícios

A Aguarela é uma empresa da área das artes plásticas, que está no mercado há mais de 20 anos pela mão de Ana Gigante, que construiu um espaço onde proporciona aos clientes uma vasta gama de produtos para as belas artes e artes decorativas, *workshops*, formações e muito mais. No dia 25 de novembro de 2019, a Aguarela mudou as instalações da sua loja, que inicialmente situava-se na cidade do Fundão (Centro Comercial Acrópole, Loja 20, Piso -1), mudando-se para a cidade da Covilhã (Covilhã Shopping, Piso 1). Para a Aguarela realizei um cartaz para a divulgação de um *workshop* de pintura em tecido, a acontecer nas novas instalações.

### 2.2.1 Cartaz Workshop de Pintura

#### 2.2.1.1 Contexto e Software Utilizado

Para esta mudança de instalações, a **Gigarte** contribuiu com os serviços de design e comunicação, inclusive, no que ao aspeto interior e exterior da loja diz respeito, trabalho que estava a cargo do João Venâncio. Devido ao facto do João Venâncio se encontrar preenchido com outros projetos, foi-me atribuída a responsabilidade de fazer este cartaz, sendo este, tipo de serviço bastante comum, realizado para a Aguarela.

A Tânia Silva providenciou-me o material necessário à realização deste cartaz, com o objetivo de se assemelhar a divulgações anteriormente realizadas (Figura 13). Para tal, servi-me de um projeto de cartaz elaborado pelo João Venâncio de forma a utilizar e a identificar cores, tipo de letra, formas e logotipo. A tipografia utilizada foi *Mathlete* e as cores predominantes foram o preto e branco, associado ao padrão das “riscas” e pequenos apontamentos em tons rosa, derivados do logotipo da Aguarela.



Figura 13 - Exemplos de publicações na rede social da Aguarela (Facebook) para divulgação de atividades/eventos anteriores (Dimensões: 1920 x 1440 px).

Para realizar deste cartaz, servi-me do programa Adobe Photoshop usando o sistema de cores CYMK para formatos de impressão (A4 e A3) e RGB (*Red Green Blue*) para o conteúdo digital a ser publicado nas redes sociais Facebook e Instagram, sendo que as dimensões variaram de acordo com a respetiva finalidade. No mesmo programa, a imagem utilizada no cartaz (Figura 14), que ilustraria o tema do mesmo, necessitou de sofrer algumas edições (no contraste e cores) e reconstruções, pois parte da fotografia original encontrava-se cortada.



Figura 14 - Edição, em Adobe Photoshop, da fotografia original, usada no cartaz de *workshop* de pintura.

### 2.2.1.2 Resultado Final

Reunidos todos os elementos e constituído a estrutura, chegou-se ao cartaz final abaixo exposto (Figura 15), sendo que este derivou para formatos proporcionais às redes sociais, como referido anteriormente.



Figura 15 - Resultado final do cartaz (Dimensões: A3 e A4).

## **2.3 Associação Empresarial Covilhã, Belmonte e Penamacor - AECBP**

Fundada em 1920 com a designação de Associação Comercial dos Lojistas, a AECBP, Associação Empresarial Covilhã Belmonte e Penamacor, tem como objetivo principal fomentar o desenvolvimento destas regiões, reorientando os seus vetores estratégicos tendo em conta alterações no campo empresarial, ajustando a sua tradição aos novos tempos, criando, assim, novos serviços vocacionados para a sua modernização, contribuindo para o enriquecimento da economia regional e local.

A **Gigarte** presta também os seus serviços de design e comunicação à AECBP, uma associação que atua na área empresarial, constituindo um dos clientes mais ativos, fazendo uma cobertura e gestão de todas as suas ações e atividades bastante regulares, como, por exemplo, comunicados e avisos, tanto à população como às empresas. Para a AECBP realizei um vídeo em *motion graphics* para divulgação de uma campanha de natal.

### **2.3.1 Vídeo Promocional de Natal**

#### **2.3.1.1 Contexto e Software Utilizado**

Os trabalhos realizados para a AECBP foram iniciados em finais de novembro e inícios de dezembro, sendo o natal a temática natural para este período. A AECBP, para esta época festiva, teve a iniciativa de realizar um evento sorteando prémios para a população, que consistiam no seguinte esquema: a cada 20 euros de compras no comércio tradicional nas regiões da Covilhã, Belmonte e Penamacor, era atribuído um talão que, mais tarde, serviria para um sorteio de variadíssimos prémios.

Para esta iniciativa, o João Venâncio estava a realizar um cartaz (Figura 16), que teve também, o meu contributo na edição e melhoramento de imagens nele utilizadas. Primeiramente, foi-me disponibilizada uma lista dos produtos e respetivas marcas que deveriam constar no cartaz, que, após a pesquisa e descarregamento dessas imagens, foram melhoradas (nomeadamente retirada de fundo) para que fossem colocadas no cartaz a fim de o concluir.

Posteriormente, estava definido no plano de atividades, a realização de um vídeo promocional em *motion graphics* (para ser partilhado nas redes sociais), que deveria conter os elementos e imagens já utilizados no cartaz, pois a temática e o propósito eram os mesmos; tarefa esta, que me foi atribuída.

Para a realização deste vídeo, utilizei os programas Adobe Illustrator, para edição e construção dos elementos a animar, e o Adobe After Effects, para a própria produção do vídeo, com as dimensões de 1920 px por 1080 px, numa taxa de proporção de 16:9 e 25 frames por segundo.



Figura 16 - Cartaz sobre a campanha de natal da AECBP, com as imagens dos produtos editadas por mim (Autor: João Venâncio).

### 2.3.1.2 Planeamento e Produção

Depois de ver concluído o cartaz para esta iniciativa, iniciei o processo de desenvolvimento do vídeo, elaborando, primeiro, uma série de esboços em papel (Figura 17) para a narrativa do vídeo, tendo em conta, o texto descrito pelo áudio, que foi anteriormente produzido e gravado na RCB (Rádio Cova da Beira).

Embora muitos dos elementos tenham sido aproveitados a partir do cartaz realizado pelo João Venâncio, criei outros de forma a efetivar as ideias projetadas nos esboços (Figura 18).

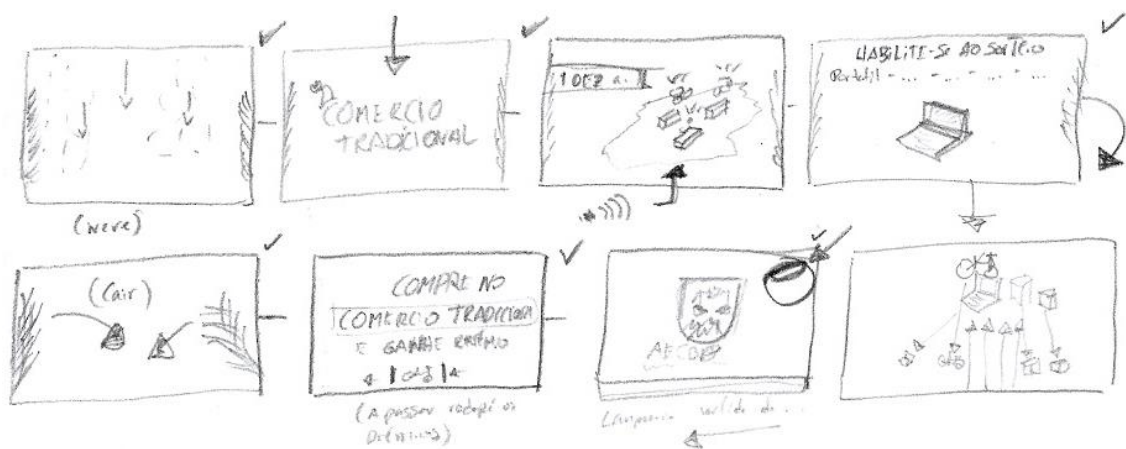


Figura 17 - Esboços em papel para a realização do vídeo de natal da AECBP.

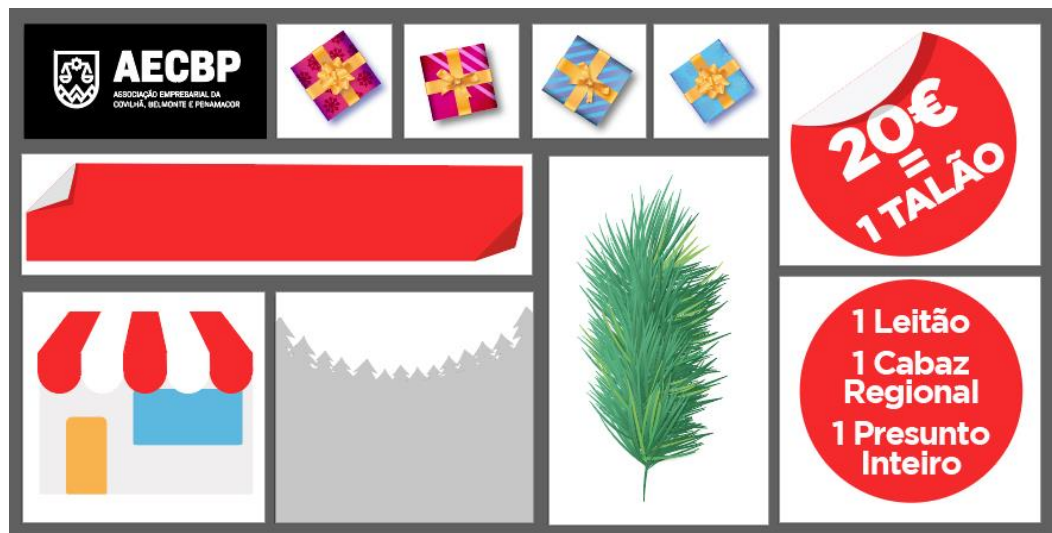


Figura 18 - Elemento criados/editados utilizados no vídeo de natal da AECBP (Adobe Illustrator).

### 2.3.1.3 Resultado Final

Terminando o vídeo, surgiram apenas algumas alterações, discutidas posteriormente com o João Venâncio, de modo a lapidar pormenores, como, por exemplo, correção, ajustes ou exclusão de elementos, assim como tempos de leitura, para que a mensagem passasse corretamente à população. Feitos estes pequenos acertos, foi aprovado pela equipa, resultando numa duração de vídeo de 40 segundos, combinando o áudio com os elementos criados, efeitos visuais e transições, obtendo o resultado final como mostra a figura 19.



Figura 19 - Frames finais do vídeo de natal da AECBP.

## 2.4 Bricomarché - Hipermercados

Bricomarché, a par de Intermarché e Roady, é uma das insígnias, a primeira não alimentar, que faz parte do grupo comercial “Os Mosqueteiros”, nascido em França, tendo a sua primeira loja Bricomarché no ano de 1979. Atualmente está espalhado por todo o mundo, incluindo Portugal, inaugurando a sua primeira loja Bricomarché em Almada, no ano de 1998, sendo estas lojas administradas por empresários independentes que possuem total autonomia na sua gestão. As lojas Bricomarché têm como base cinco setores principais devidamente organizadas em decoração, bricolage, construção, jardim e *pet-shop*, oferecendo um número ínfimo de artigos diferentes, desde os mais básicos aos mais técnicos.

Na região centro do país, entre a Beira baixa e Beira alta, existem 4 lojas abertas, sendo duas destas, na zona da Covilhã e Guarda, inauguradas em 2001 e 2004 respetivamente. A **Gigarte** presta, a ambas as lojas, serviços de design e comunicação, que realizei durante o período de estágio. Tanto para o Bricomarché da Covilhã, como Bricomarché da Guarda, os serviços são idênticos, pois possuem a mesma administração, com objetivos semelhantes tais como: gestão das redes sociais, gestão de *web site*, estratégias de marketing para vários produtos, promoção de eventos, entre outros.

## 2.4.1 Cronograma das Atividades realizadas

Para a realização dos mais variados projetos, tive a orientação do João Venâncio, executando um trabalho conjunto nos projetos já iniciados, porém, com o avançar do período de estágio, executei outros com mais autonomia, sempre com a sua supervisão, tais como material gráfico, vídeos promocionais, em *motion graphics*, *web site*, e edição e tratamento de imagem, como é mostrado no cronograma (Figura 20), devidas fases de cada projeto.

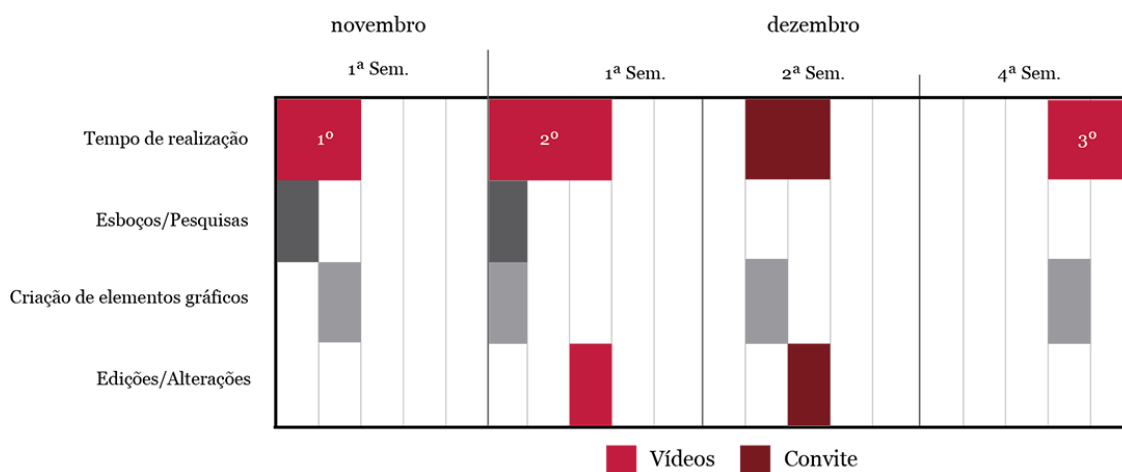


Figura 20 - Cronograma particular dos projetos realizados para o Bricomarché.

## 2.4.2 Material Gráfico

### 2.4.2.1 Contexto e Software Utilizado

O material gráfico realizado para o Bricomarché da Covilhã consistiu num pequeno convite para um jantar de natal. Nesta matéria (material gráfico) exercia apenas funções de auxílio aos projetos, sempre que fosse necessário, contudo existiam outros trabalhos em simultâneo da responsabilidade do João Venâncio, com um carácter de maior urgência, sendo-me por isso, dada a responsabilidade da realização deste convite.

Primeiramente e antes da conceção, forneceram-me o convite do ano anterior (Figura 21), para que percebesse aquilo que era pretendido pela empresa e a forma como queria ser passada a informação. Informação essa que me foi também posteriormente entregue, pela Tânia Silva da agência, que a havia criado.



Figura 21 - Convite de natal Bricomarché do ano 2018 (Autor: João Venâncio).

A linha gráfica do convite teve como base outro trabalho já anteriormente realizado pelo João Venâncio (Figura 22) de modo a aproveitar e utilizar alguns elementos vetoriais já criados, seguindo assim a mesma coerência gráfica usada na propaganda da marca.



Figura 22 - Moldura de fotografia, com os elementos utilizados no convite de natal (Autor: João Venâncio).  
 Para a conceção do convite utilizei o *software* Adobe, mais propriamente o programa Adobe Illustrator, no qual defini grandes dimensões (5471 px x 3750 px) e o sistema de cores em RGB, pois o objetivo era ser enviado via email aos funcionários da empresa.

## 2.4.2.2 Propostas e Resultado Final

Ao reunir todo o material e informações necessárias, procedi à construção propriamente dita, começando a juntar e a criar elementos gráficos obtendo numa primeira fase duas versões diferentes (Figura 23), na qual resultou a aprovação da segunda proposta, por parte da equipa, melhorando posteriormente apenas alguns pormenores dando origem à versão final como se pode ver na figura 24.



Figura 23 - Propostas de Convite de natal, primeira proposta (esquerda), segunda proposta (direita).



Figura 24 - Resultado final do convite de jantar de natal Bricomarché.

## 2.4.3 Vídeos Promocionais em *Motion Graphics*

### 2.4.3.1 Contexto e Software Utilizado

O vídeo, em *motion graphics*, foi o tipo de serviço que mais produzi, tendo realizado três vídeos para divulgação de produtos ou campanhas, para o Bricomarché da Covilhã e Guarda. Para este tipo de trabalho foi-me dado uma maior liberdade criativa, assumindo a responsabilidade de escolhas de formas, cores, tipografias entre outros, embora tivesse como base conteúdo de catálogos/folhetos de produtos ou campanhas, procurando manter sempre coerência.

Primeiramente, o João Venâncio mostrou-me vídeos que já tinham sido realizados anteriormente, de modo a entender aquilo que era pretendido. Eram vídeos de apenas alguns segundos que tinham como objetivo a sua divulgação nas redes sociais, obrigando assim, a adaptações aos diferentes formatos digitais. Posteriormente faziam-me chegar, via email, todo o material para a realização dos vídeos, sendo que o conteúdo utilizado (texto e imagem), como mencionado em cima, era baseado em catálogos/folhetos (Figura 25), contudo os ficheiros áudio utilizados são da autoria do Bricomarché Portugal e são enviados pelo *backoffice* via email.



Figura 25 - Exemplo de catálogo (esquerda) e exemplo de elementos aproveitados (direita).

Reunido todo o material necessário, usei o Adobe After Effects para a produção dos vídeos, todos num formato de 1920 px por 1080 px (em versões verticais para a rede social Instagram, inverti as medidas para 1080 px por 1920 px) (Figura 26), numa taxa de proporção de 16:9 e 25 *frames* por segundo.



Figura 26 - Adaptação do formato do vídeo (*Frames* de vídeo).

### 2.4.3.2 Planeamento e Produção

Seguidamente elaborei esboços de acordo com os objetivos de cada vídeo, planificando toda a sequência de forma a delinear as minhas ideias e obter maior fluidez no processo de execução, pois os vídeos tinham um carácter de urgência de apenas alguns dias. Estipulei assim, com os esboços (Figura 27), um padrão que seria igual para todos os vídeos, de forma a seguir a mesma lógica de divulgação dos produtos ou campanhas.

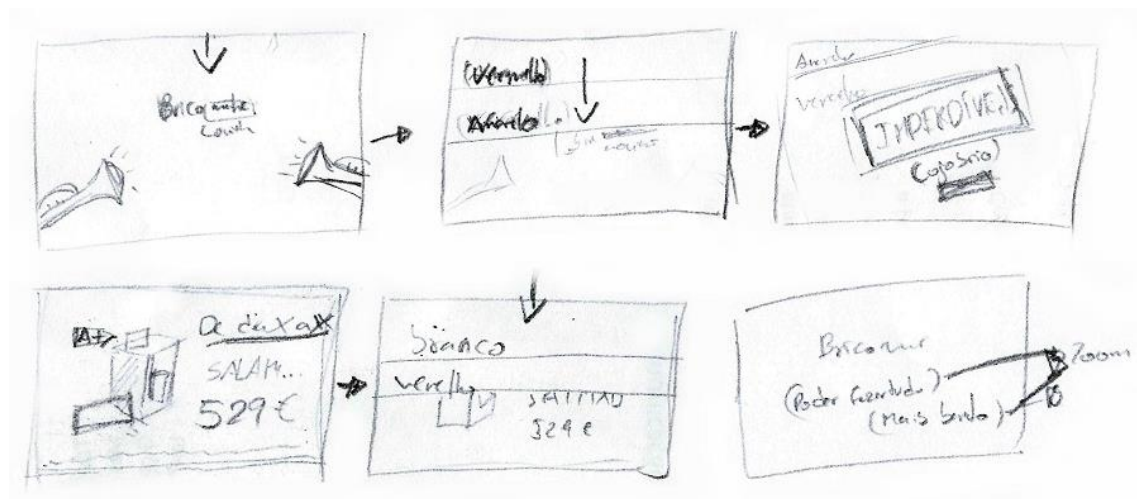


Figura 27 - Esboço em papel para o primeiro vídeo.

### 2.4.3.3 Resultado Final e Alterações Efetuadas

Após a produção dos vídeos e feita da devida renderização, eram apresentados aos restantes membros da equipa, de modo a que estes, os aprovassem (Figura 28). Todos os vídeos promocionais foram criados em momentos distintos e por essa razão existiram sempre pequenas alterações de pormenores ou transições para além da natural mudança de conteúdo e informação.

A figura 29 mostra um exemplo de alteração efetuada na “intro” do segundo e terceiro vídeo, com a eliminação das cornetas que tinham, inicialmente, o objetivo de acompanhar o áudio.

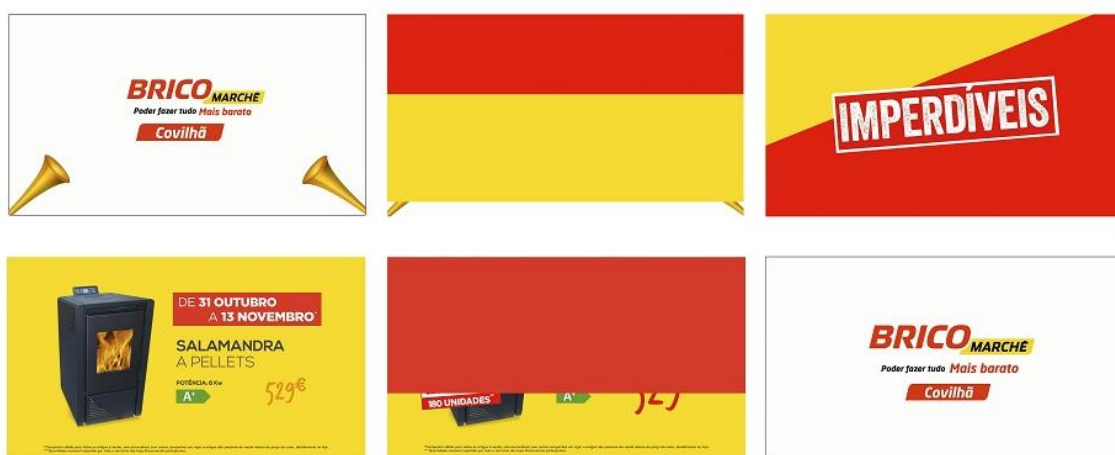


Figura 28 - Frames finais do primeiro vídeo para o Bricomarché Covilhã.

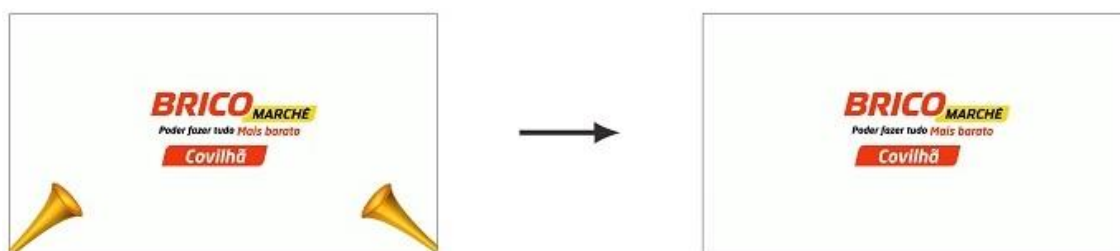


Figura 29 - Alteração da “intro” efetuada no segundo e terceiro vídeo (Frames de vídeo).

## 2.4.4 Web site Bricomarché Covilhã

### 2.4.4.1 Contexto e Software Utilizado

O Bricomarché da Covilhã, sendo uma loja de administração independente, quis ter o seu próprio *web site*, de forma a ver divulgadas as suas campanhas e a possibilidade de ser autónomo nas encomendas e entrega dos seus produtos.

O *web site* foi mais um dos trabalhos para o Bricomarché que já tinha sido iniciado pelo João Venâncio, tendo-me concedido a tarefa de continuar a sua realização, no entanto estipulando que ficaria responsável de colocar os produtos e realizar todas as páginas exceto a página relacionada com as encomendas, que seria da sua responsabilidade. Para além de tarefas estipuladas, foi também definido que o *web site* teria como base a página Bricomarché Portugal de modo a manter uma continuidade da linha e estrutura da “marca mãe” (Figura 30).

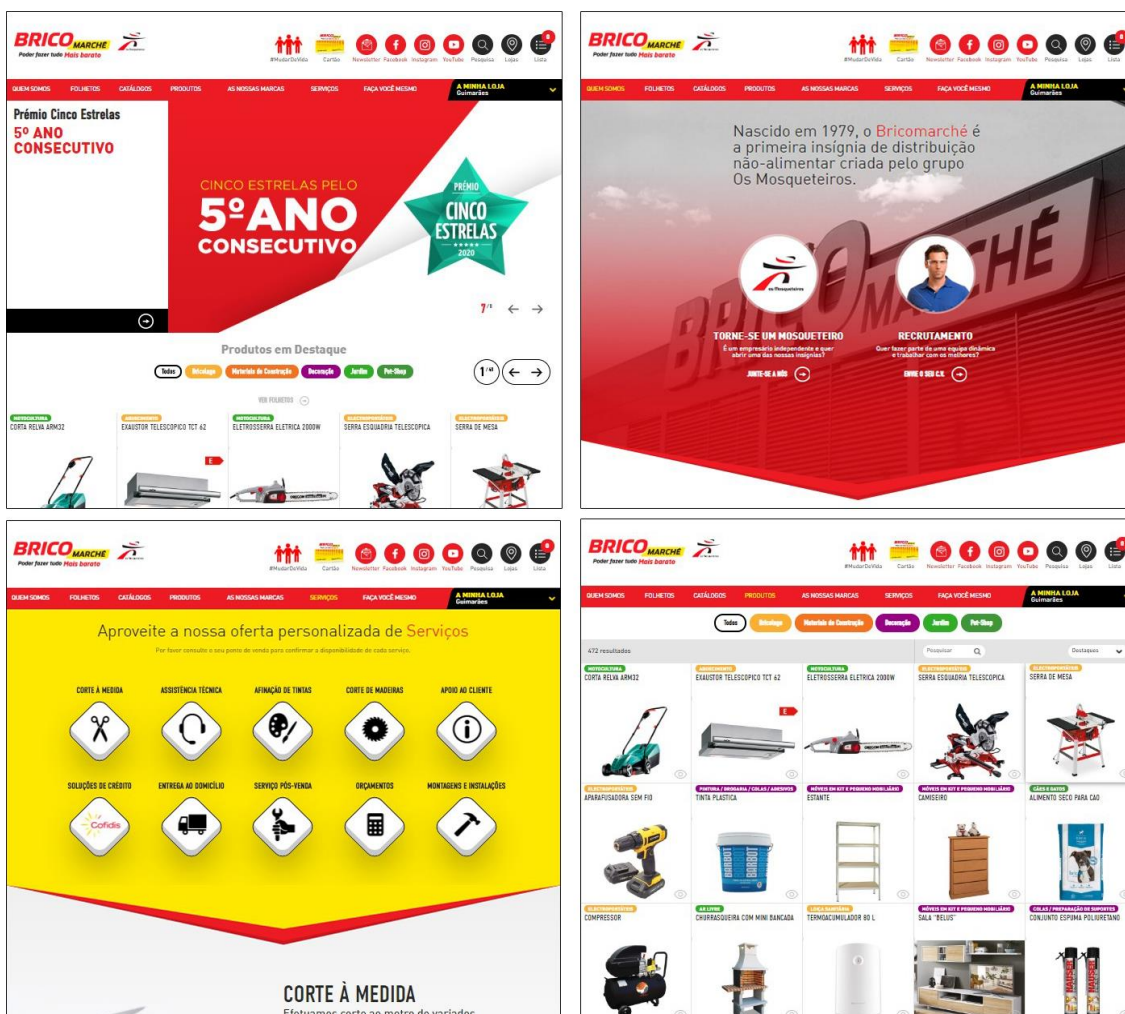


Figura 30 - Páginas do *web site* do Bricomarché nacional (Vistas do browser).

A **Gigarte** trabalha com a plataforma WordPress para tudo o que diz respeito a páginas web, facilitando o seu processo de execução conseguindo assim dar uma resposta mais rápida e eficiente aos seus clientes. O WordPress, criado por Matt Mullenweg, é uma plataforma *open source*, ou seja, é aberta e gratuita com um sistema que permite a gestão de conteúdo de *web sites*, blogs, entre outros, de forma rápida e simples, facilitando assim as questões de programação. A agência obtém através do *Betheme*, do *Muffin Group*, vários *templates* para implementar no WordPress, que posteriormente são editados e adaptados aos objetivos de cada cliente, acelerando assim o processo de construção das páginas.

Antes de efetuar qualquer projeção relativamente à organização e aspeto das páginas do *web site* do Bricomarché da Covilhã, introduzi, através da plataforma WordPress (Figura 31), os produtos que são vendidos em loja (Figura 32), reunindo as imagens, informações e referências a partir do *web site* do Bricomarché Portugal, visto que este processo já tinha sido iniciado pelo João Venâncio.

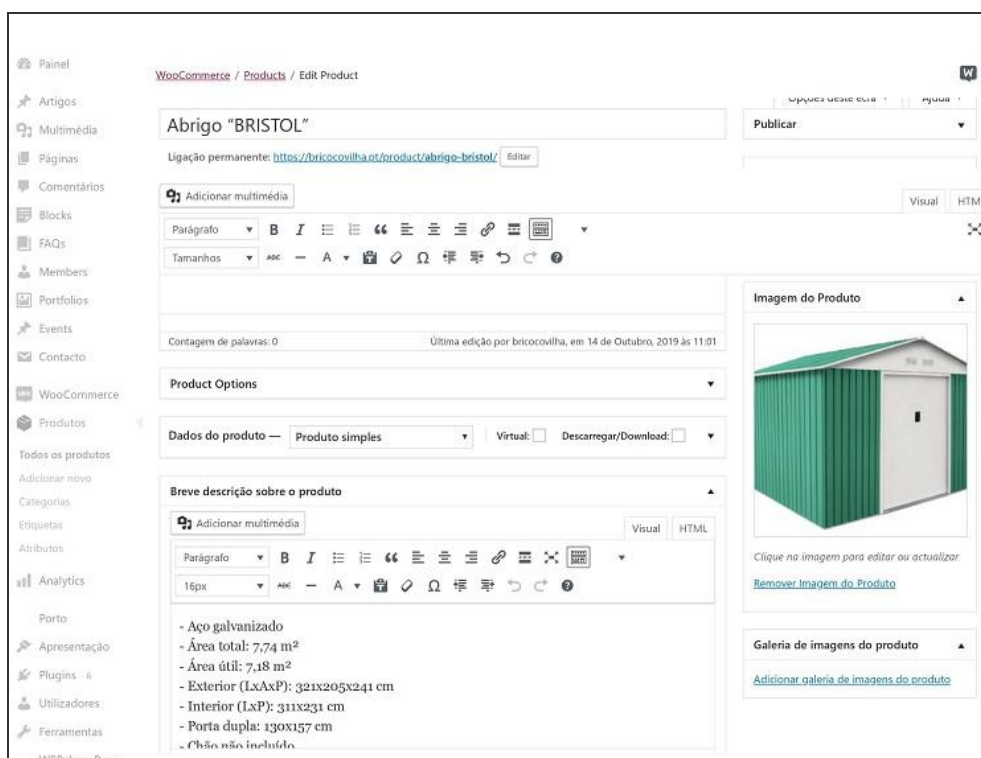


Figura 31 - Método de introdução dos produtos (Plataforma WordPress).

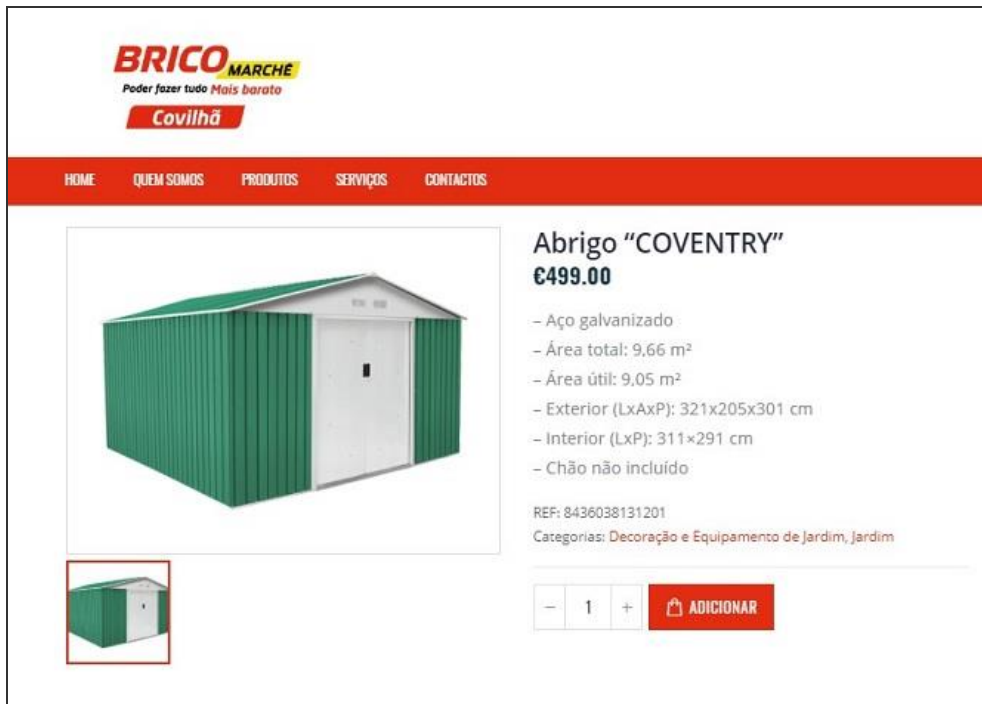


Figura 32 - Aspeto final da página dos produtos (Vista do browser).

#### 2.4.4.2 Planeamento e Produção

Terminado o processo de introdução dos produtos, comecei por estudar formas de organizar e apresentar a informação, fazendo *wireframes* em papel (Figura 33), tendo também como base o *web site* do Bricomarché Portugal, para que apresentasse algumas semelhanças, pois era uma das características pedidas.

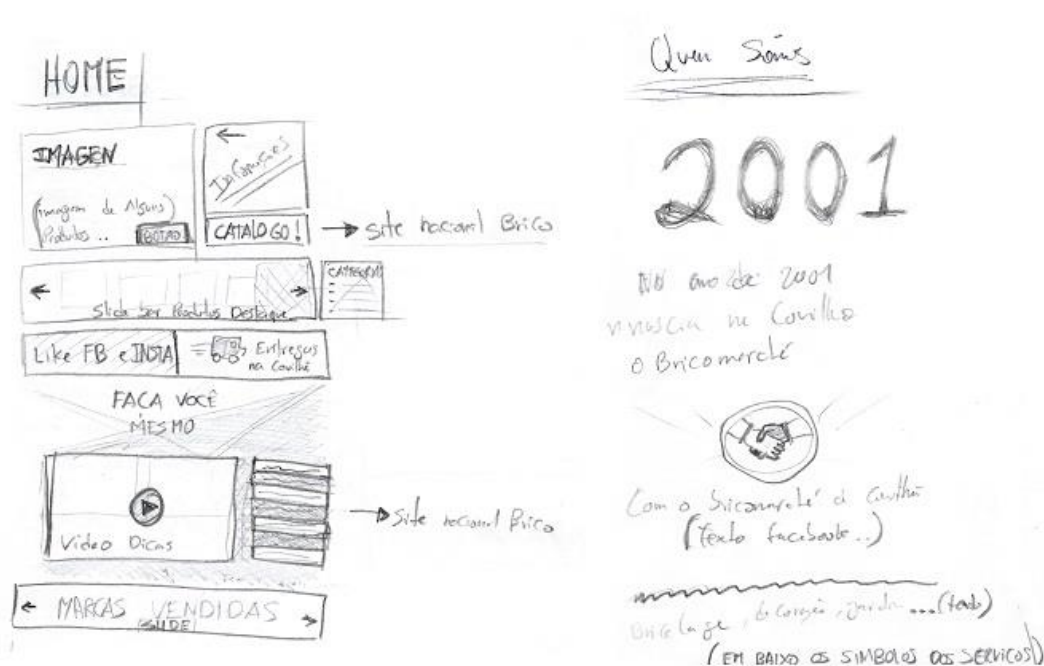


Figura 33 - Wireframes em papel do site Bricomarché da Covilhã.

Embora o *web site* já tivesse estrutura por ser usado um *template* com páginas padrão, tive de realizar diversas alterações, o que me levou a um processo de aprendizagem da própria plataforma WordPress e das suas funcionalidades, pois nunca a tinha utilizado a mesma até então, apesar de me ser familiar. Por ter sido iniciado pelo João Venâncio, algumas alterações já haviam sido definidas, nomeadamente as tipografias e tamanhos, cores base do *web site* (cores da barra de menu e barra de rodapé) assim como a introdução do logotipo.

O processo de aprendizagem da plataforma foi relativamente rápido, pois os métodos de introdução de dados e elementos são simples, que consistia basicamente em arrastar elementos (Figura 34), para a área de construção do *web site*, que eram posteriormente editados de acordo com as ideias e funcionalidades que desempenhavam. Além destes elementos é possível construir e editar através de código HTML (*HyperText Markup Language*), que usei em pequenos pormenores como margens, definição de tamanhos, cores, *scroll* de página e hiperligações.

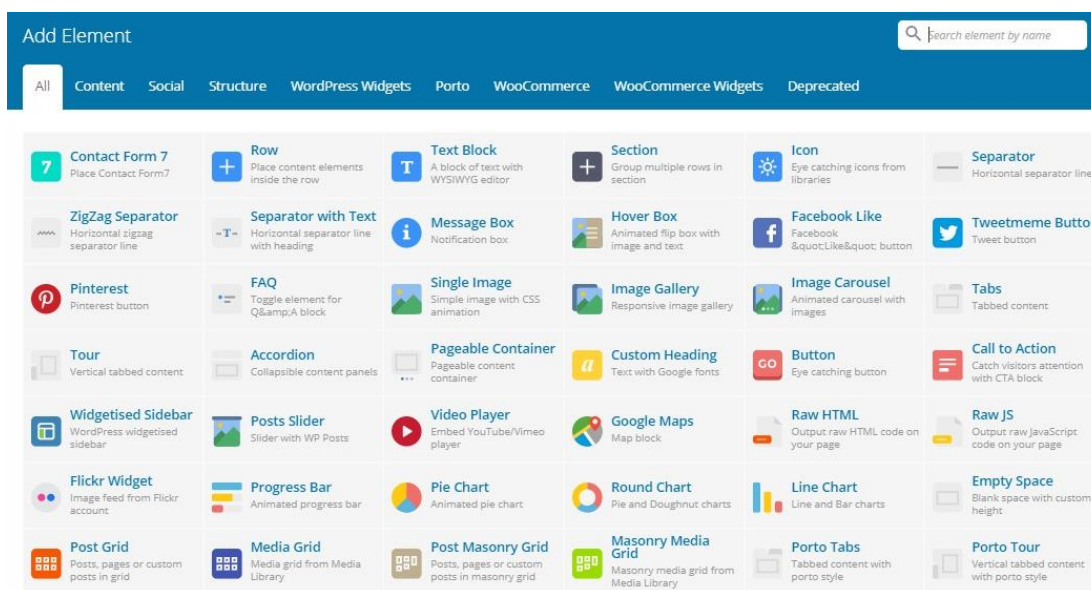


Figura 34 - Painel elementos disponíveis (Plataforma WordPress).

Após colocar os elementos, definindo os seus locais, inseri o conteúdo, tanto texto como gráfico e imagem. Relativamente ao conteúdo de texto era fornecido pela Tânia Silva, no que diz respeito ao estabelecimento Bricomarché da Covilhã, os seus serviços e trabalhadores, mas outra informação era complementada e extraída do *web site* do Bricomarché Portugal. Por outro lado, o conteúdo gráfico era desenhado por mim (como a criação de ícones) (Figura 35) e as imagens eram da autoria da agência ou retiradas em bancos de imagens gratuitos, sendo que algumas delas sofreram edições ou montagens (Figura 36) de forma a satisfazer as minhas ideias.



Figura 35 - Ícones e sua aplicação.



Figura 36 - Exemplo de edição para imagem de fundo para a página “Serviços” (Vista do browser).

#### 2.4.4.3 Resultado Final

Finalizando todos os parâmetros referidos anteriormente foram efetuados pequenos ajustes, discutidos com o João Venâncio, tendo em conta as versões *mobile*, de forma a que não existisse alterações na lógica de leitura e apresentação do *web site* (Figura 37). De seguida, tendo sido aprovado todo o conteúdo final realizado o João Venâncio, como foi referido inicialmente, ficou responsável de concluir a secção relacionada com a compra e encomenda dos produtos, ficando com a responsabilidade de colocar o *web site* funcional pronto para ser usado, terminando deste modo um trabalho em equipa.



O OUTONO CHEGOU...

Veja as novidades

CONSULTE O FOLHETO!

CONSULTE OS CATÁLOGOS!



Bricolage

Materials de Construção

Decoração

Jardim

Pet Shop



INSTAGRAM  
@bricomarche\_covilha



FACEBOOK  
/bricomarhecovilha

FAÇA VOCÊ MESMO



Nuance



APIRON

Figura 37 - Resultado final da página inicial do *web site* Bricomarché da Covilhã (Vista do browser).

## 2.5 Covi Care - Clínica Médica e Dentária

Com sede na localidade do Canhoso, a Covi Care é um projeto que nasce da vontade de prestar serviços de saúde de proximidade, da responsabilidade do Dr. Nuno Quaresma, que é também cliente da **Gigarte** pela Clínica Dentária – Nuno Quaresma, que pretende reunir algumas das principais áreas da medicina, num mesmo espaço com a garantia dos mais elevados padrões de rigor e qualidade, proporcionando assim um serviço completo à comunidade, trazendo uma maior flexibilidade na gestão dos dias e maior comodidade na hora das pessoas se dirigirem a serviços de saúde.

### 2.5.1 Cronograma das Fases do Projeto

Para a Clínica Médica e Dentária, Covi Care, realizei um *web site*, em WordPress, onde é mostrado no cronograma abaixo (Figura 38) as fases decorrentes do projeto.

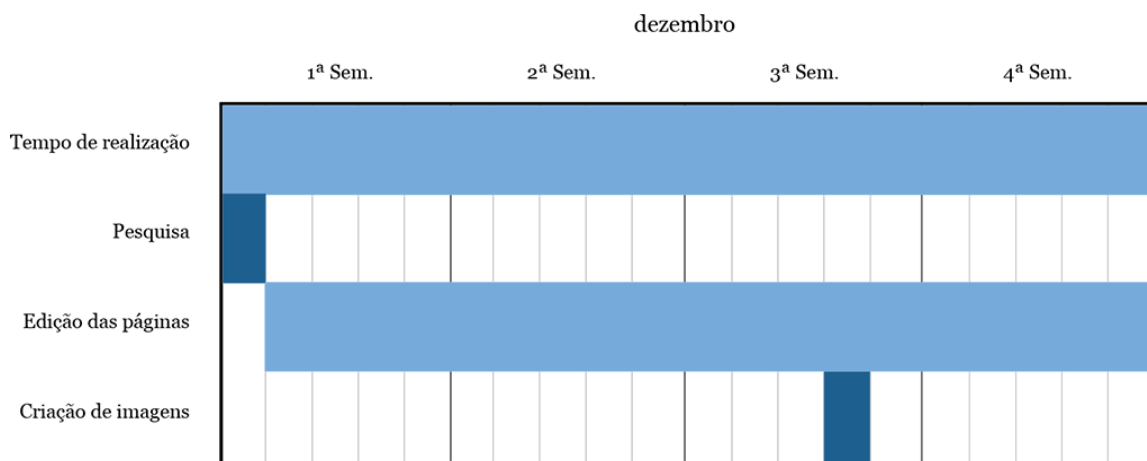


Figura 38 - Cronograma particular do projeto de *web site* para Covi Care - Clínica Médica e Dentária.

## 2.5.2 Web site Covi Care

### 2.5.2.1 Contexto e Software Utilizado

Para divulgação deste projeto, para o qual fiquei responsável, foi solicitado à **Gigarte** a realização de um *web site*, concedendo online, informações sobre a Covi Care assim como os serviços de saúde disponíveis à comunidade. Foi-me entregue o plano de trabalhos relativamente ao *web site* da Covi Care, onde estava definido algumas especificações do menu principal e o conteúdo que deveriam constar em cada página do *web site*.

Voltei a usar, para este projeto, o mesmo método para a realização do *web site* escolhendo um *template* através do *Betheme*, do *Muffin Group*, que achei adequado ao contexto em que a Covi Care se insere (Medicina Dentária), aplicado depois em WordPress.

### 2.5.2.2 Pesquisa e Planeamento

Seguidamente fiz uma pesquisa de *web sites* para que pudesse obter algumas referências de características utilizadas dentro desta temática de clínicas dentárias, sendo um deles o *web site* da clínica Nuno Quaresma - Clínica Dentária, realizado pela **Gigarte** (Figura 39), visto que a pessoa responsável do projeto é a mesma.

Terminada a pesquisa, comecei a compor o *web site*, tendo em conta também a página de Facebook já iniciada pelo João Venâncio (Figura 40), onde pude observar cores utilizadas, a organização de vários elementos e informações.

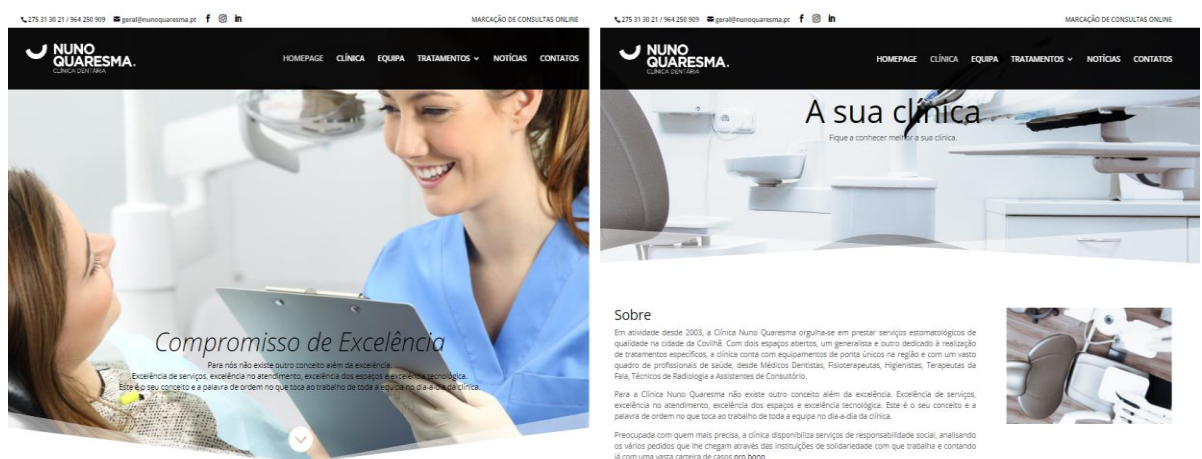


Figura 39 - Exemplo de páginas do *web site* Nuno Quaresma - Clínica Dentária (Vistas do browser).



Figura 40 - Página de Facebook da Covi Care (Vista do browser).

Para cada tipo de serviço que a Covi Care presta, associei uma imagem recorrendo a bancos de imagens gratuitos como o Pixabay, porém algumas delas necessitaram de edições (Figura 41) de forma a resumir visualmente a informação descrita para cada serviço. Para a imagem de fundo da página inicial recorri ao Adobe Photoshop para recriar a imagem de capa usada na página de Facebook da Covi Care (Figura 42).



Figura 41 - Edição de imagem para o serviço “Terapia da Fala”.



Figura 42 - Exemplo de edição para imagem de fundo da página inicial Covi Care.

### 2.5.2.3 Resultado Final

Após a devida organização e edição das páginas, elementos, imagens e as informações, em WordPress apresentei o resultado final à equipa de trabalho (Figura 43), sendo aprovado para primeira proposta ao cliente



Figura 43 - Página inicial do *web site* Covi Care (Vista do browser).

## 2.6 Município de Figueira de Castelo Rodrigo

Localizada no quadrante nordeste de Portugal, com fronteira a leste com a província espanhola de Salamanca, o Concelho de Figueira de Castelo Rodrigo, em pleno coração da região do Ribacôa, é constituído por 17 freguesias dispersas numa área de 508.72 Km<sup>2</sup>. Confina com os concelhos de Almeida, Pinhel, Vila Nova de Foz Côa e Freixo de Espada à Cinta, onde de acordo com os censos de 2011, reside no total uma população de cerca de 6260 habitantes.

### 2.6.1 Cronograma das Fases do Projeto

A **Gigarte** tem vindo a trabalhar com o município em diversos projetos e atividades, ajudando a divulgar através das mais variadas soluções de comunicação e design. Desta vez, foi relativa a uma iniciativa lançada pelo município, para o qual foi feito um vídeo que tive de, posteriormente, reestruturar visualmente. O cronograma abaixo (Figura 44) demonstra as fases do projeto de reestruturação do vídeo desta iniciativa.

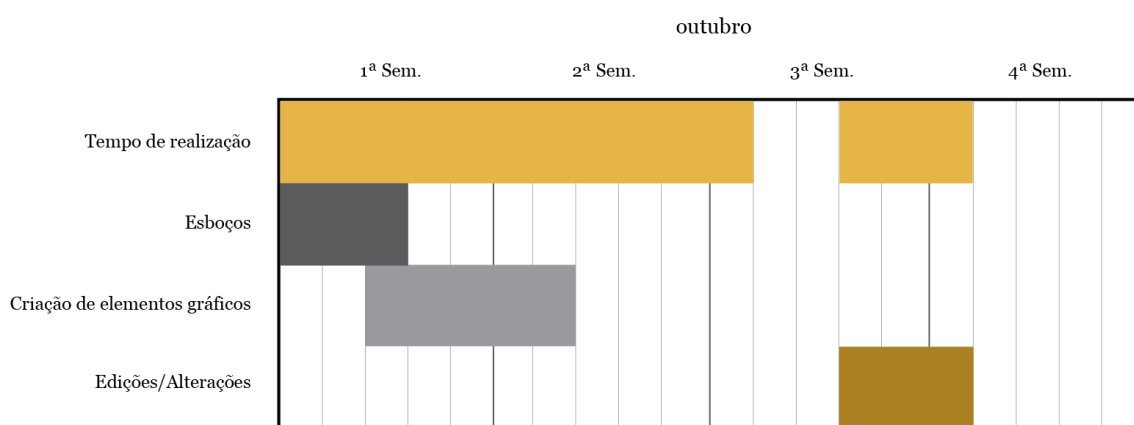


Figura 44 - Cronogramas das fases da reestruturação do vídeo para o município de Figueira de Castelo Rodrigo

## **2.6.2 Reestruturação de Vídeo em *Motion Graphics***

### **2.6.2.1 Contexto e Software Utilizado**

O município de Figueira de Castelo Rodrigo em conjunto com a Plataforma de Ciência Aberta, de forma a incentivar e sensibilizar os jovens do conselho, em idade escolar, para as questões de reciclagem e uso sustentável dos recursos, criou uma iniciativa que consistia na criação de uma moeda local (Sustentos) para pagar o lixo reutilizável, proporcionando um sistema de economia circular, que ao ser separado e entregue o lixo (plásticos e tecidos) nas escolas, os jovens eram recompensados com a moeda “Sustentos”, que poderia ser trocada por “produtos sustento” e acesso a espaços do conselho (cinema e ginásio) promovendo hábitos e estilos de vida mais saudáveis.

Para divulgar esta iniciativa o município de Figueira de Castelo Rodrigo procurou os serviços da **Gigarte**, tendo o objetivo de criar um vídeo explicativo, em *motion graphics*. Vídeo esse, iniciado pelo João Venâncio e apresentado a primeira proposta ao cliente, não tendo sido aprovada na totalidade e requerido pelo cliente mais dinâmicas e ilustrações, o que obrigou a uma reestruturação da informação, de animações e elementos visuais, tarefa que ficou à minha responsabilidade. Para a reestruturação deste vídeo utilizei o Adobe Illustrator para criar os elementos visuais, para posterior animação em Adobe After Effects.

### **2.6.2.2 Planeamento e Produção**

Após a observação do vídeo da primeira proposta, verifiquei alguns problemas, não só na falta de animações e ilustrações (pedidos do cliente), mas também grandes quantidades de linhas de texto, com tamanhos por vezes reduzidos, que dificultava a leitura. Relativamente ao conteúdo de texto, foi revisto várias vezes de forma a reduzi-lo e resumindo em frases mais curtas para melhor compreensão da mensagem.

Já a estrutura visual e os elementos gráficos tiveram de ser repensados, elaborando esboços das cenas que, de acordo com os objetivos do cliente, necessitavam de retificação (Figura 45). Para a primeira proposta do vídeo, já tinham sido desenhados alguns elementos gráficos que aproveitei, adaptando-os em termos de coerência visual, aos recentemente realizados (Figura 46).

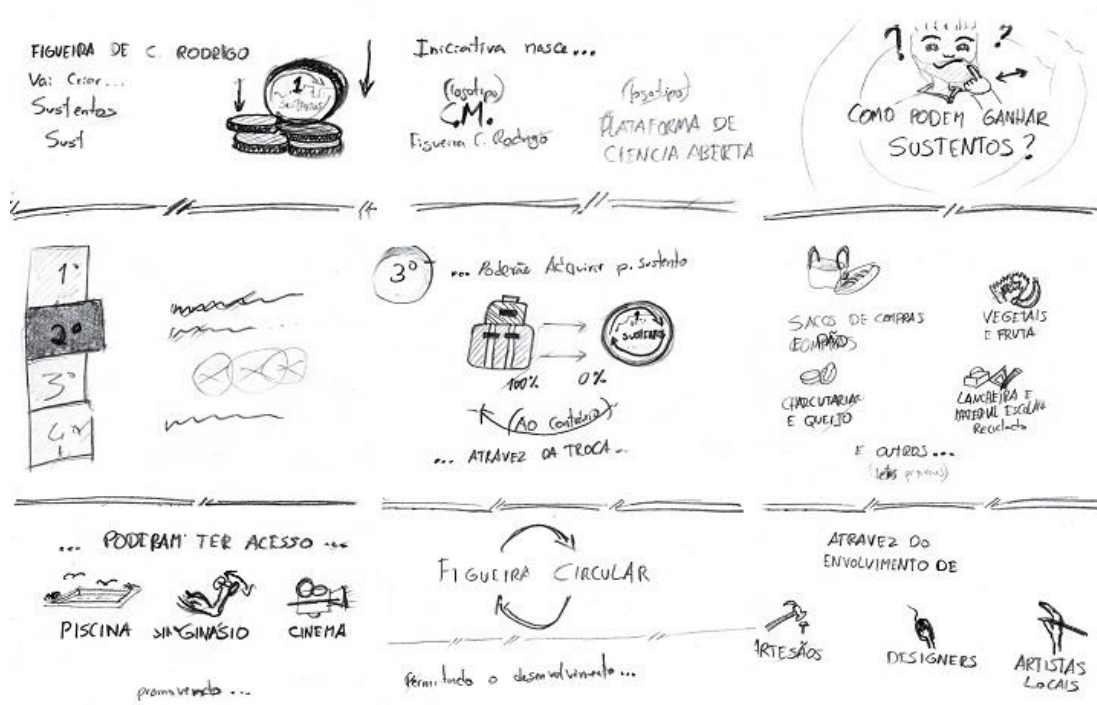


Figura 45 - Esboços em papel realização do vídeo para o Município de Figueira de Castelo Rodrigo.

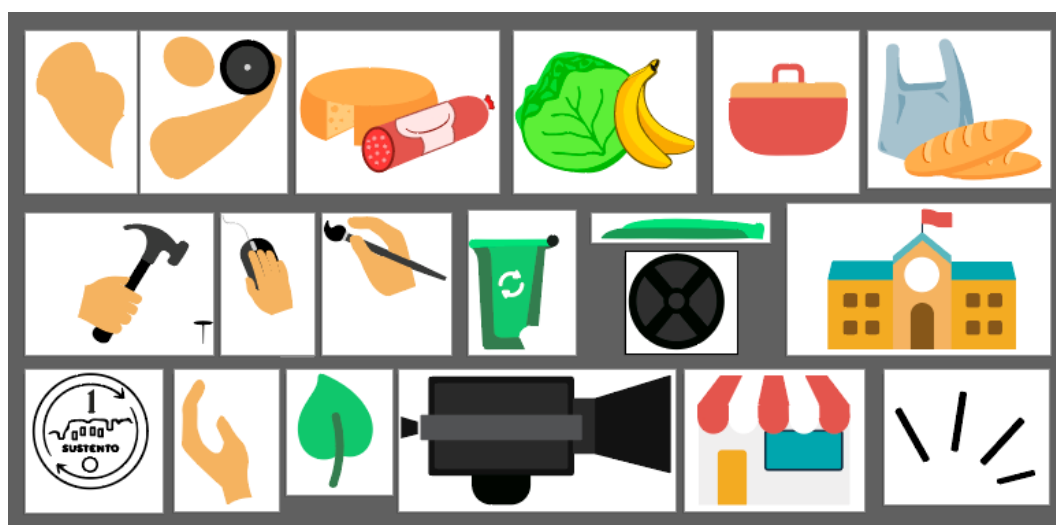


Figura 46 - Exemplo de elementos criados para o vídeo de Figueira de Castelo Rodrigo (Adobe Illustrator).

No Adobe After Effects, através do projeto já iniciado pelo João Venâncio, comecei efetivamente a reestruturação de partes do vídeo que necessitavam de ajustes e animações mais elaboradas, depois de criados todos os elementos gráficos e o texto revisto pelo cliente.

Embora o vídeo já tivesse uma narrativa base delineada, a maior parte das cenas do vídeo tiveram de sofrer alterações, implementando as soluções definidas nos esboços com aplicação dos elementos visuais e alteração do conteúdo e aspeto do texto, de forma a enriquecer o vídeo visualmente, como mostra o exemplo abaixo na figura 47.



Figura 47 - Exemplos de reestruturações efetuadas no vídeo da proposta inicial.

### 2.6.2.3 Resultado Final

Após feita a reestruturação (Figura 48), foram necessárias algumas alterações pedidas pelo cliente, por atualização de informação do vídeo (como os acessos dos espaços que as pessoas poderiam usufruir pela iniciativa, inicialmente era a piscina, ginásio e cinema, sendo por fim confirmadas apenas as duas últimas) assim como pequenos reajustes em alguns elementos e em *timings* das cenas de forma a garantir uma leitura pausada e conseqüentemente boa transmissão da mensagem.

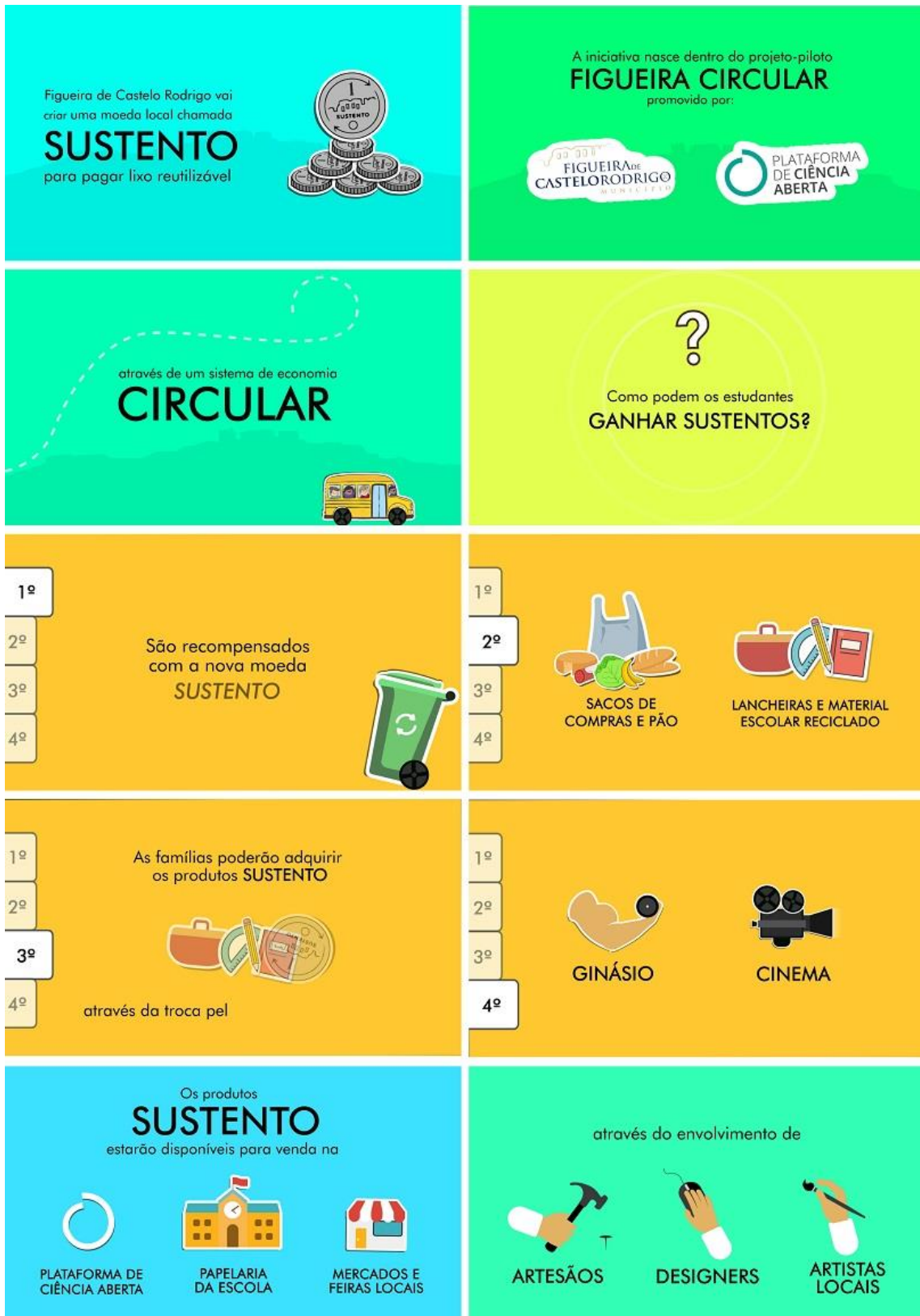


Figura 48 - Frames finais do vídeo “Sustentos”.

## 2.7 Road Watcher - Empresa

Road Watcher é uma *startup* portuguesa, de René Carvalho, com sede na cidade da Guarda (Rua Cidade de Watrellos, N16) que nasceu pela necessidade de desenvolver *software* de gestão e monitorização de espaços, rodoviários e não rodoviários, melhorando dessa forma a rentabilidade e a fluidez dos processos da entidade exploratória.

A utilização de soluções IoT (*Internet of Things*) permite conhecer melhor o processo monitorizado e com isso organizar estratégias de otimização que irá diminuir custos e entropias permitindo assim, aumentos de rentabilidade e fluidez de processos. A empresa oferece duas tipologias de serviços diferentes como o serviço *Road Watching*, que consiste num sistema de monitorização de tráfego rodoviário, a partir de sensores inteligentes para gestão de estacionamento e o serviço *Road Mapping*, sistema que permite a monitorização de parâmetros ambientais em produções agrícolas.

### 2.7.1 Cronograma das Fases do Projeto

O cronograma seguinte (Figura 49) demonstra todas as fases de realização do projeto de *web site* para a empresa Road Watcher.

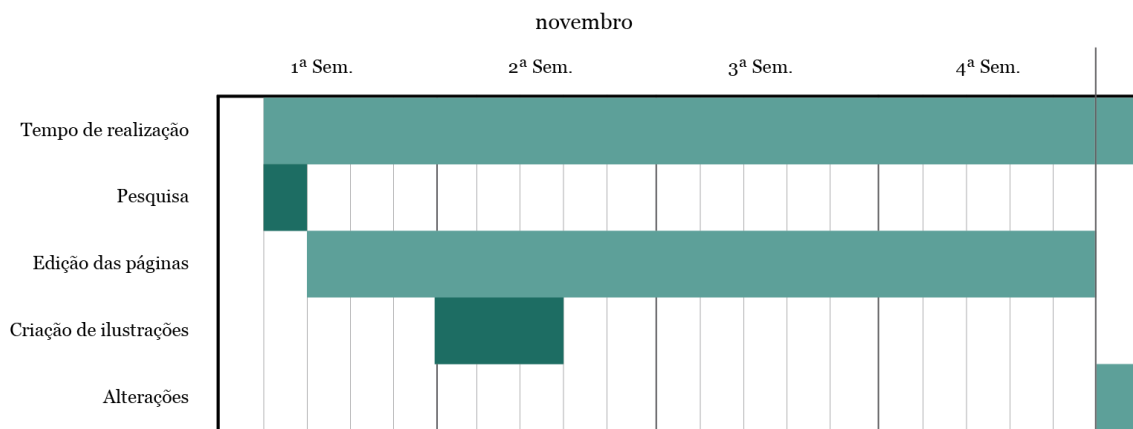


Figura 49 - Cronograma das fases do *web site* para a Road Watcher.

## 2.7.2 Web site Road Watcher

### 2.7.2.1 Contexto, Pesquisas e Software

Para divulgar a empresa e aquilo que faz, a Road Watcher contactou a **Gigarte** no sentido de trabalhar a sua imagem e dá-la a conhecer à comunidade, sendo o seu *web site* um dos projetos realizados por mim.

No que diz respeito à imagem da Road Watcher, o João Venâncio já tinha concebido a identidade visual (Figura 50) e o que se pretendia também era a realização de um *web site*, para o qual fiquei responsável, onde se mostrasse o tipo de serviços que a Road Watcher dispõem e quais os seus objetivos.



Figura 50 - Identidade visual da Road Watcher (Autor: João Venâncio).

Primeiramente fiz uma pequena pesquisa de *web sites* dentro da temática em que a Road Watcher atua, de forma a analisar o “estado da arte”, procurar inspirações e observar elementos, formas e cores usadas neste contexto. Após esta análise pude identificar, assim como já era reconhecido na própria identidade visual, uma característica comum de linhas interligadas a pontos, criando um padrão, simulando uma espécie de caminho ou fluxos, como mostra a figura 51.

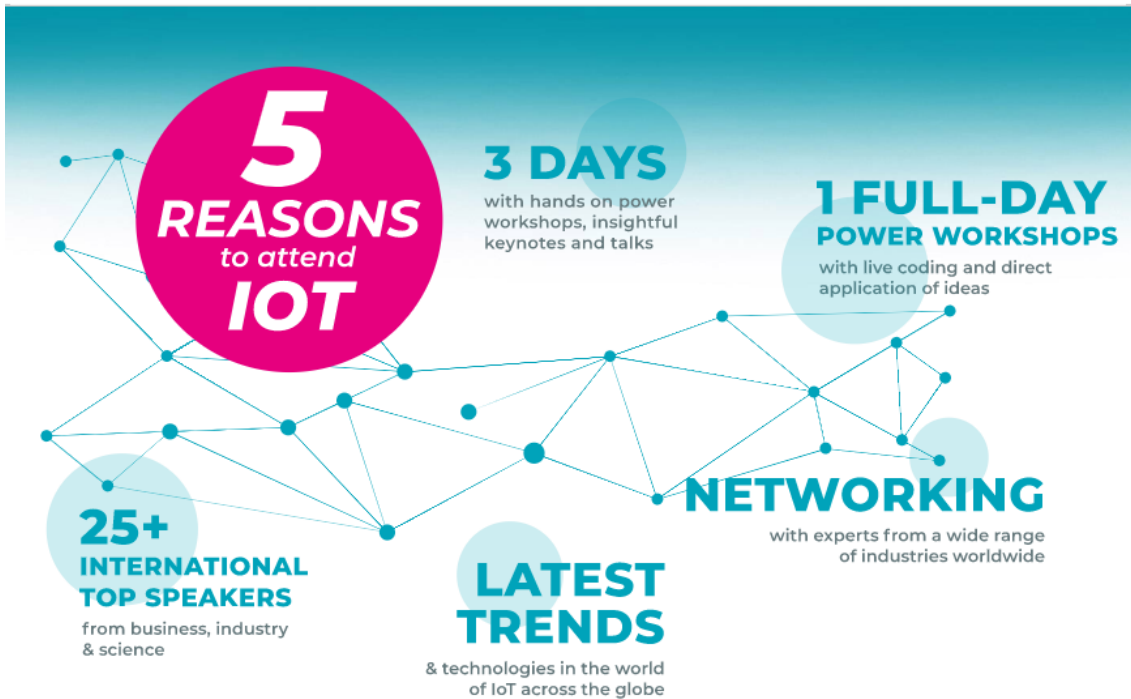


Figura 51 - Web site com padrão comum, relacionado com a temática de IoT (Vista do browser).

Posteriormente à pesquisa de *web sites* sobre a temática de IoT, foi disponibilizado pela Tânia Silva, o plano de trabalhos que continha toda a informação necessária assim como a estrutura das páginas que o *web site* deveria conter. Reunido o conteúdo, iniciei a construção, usando novamente a plataforma WordPress, assim como o mesmo método realizado nos projetos anteriores, descarregando um *template* através do *Betheme*, do *Muffin Group*.

O *template* escolhido continha formas e elementos que iam ao encontro das características verificadas com a pesquisa realizada anteriormente, porém sofreram algumas alterações de cor (adaptando às cores da identidade corporativa da Road Watcher), de dimensões, de espaçamentos, tipografia entre outros.

### 2.7.2.2 Ilustração

Para um enriquecimento da página decidi criar ilustrações que fossem ao encontro da temática, de modo a simbolizar o tipo de serviços e conteúdos abordados nas diferentes páginas, assim como a aplicação em imagens de fundo. Através da ilustração tentei representar visualmente o serviço de *Road Watching* desenhando espaços e veículos com indicação de direções ou ações simulando fluxos rodoviários e estacionamentos (Figura 52), para o serviço *Road Mapping*, como atua num contexto agrícola, desenhei um veículo agrícola, simulando a tradicional lavoura e plantação de terrenos agrícolas (Figura 53).

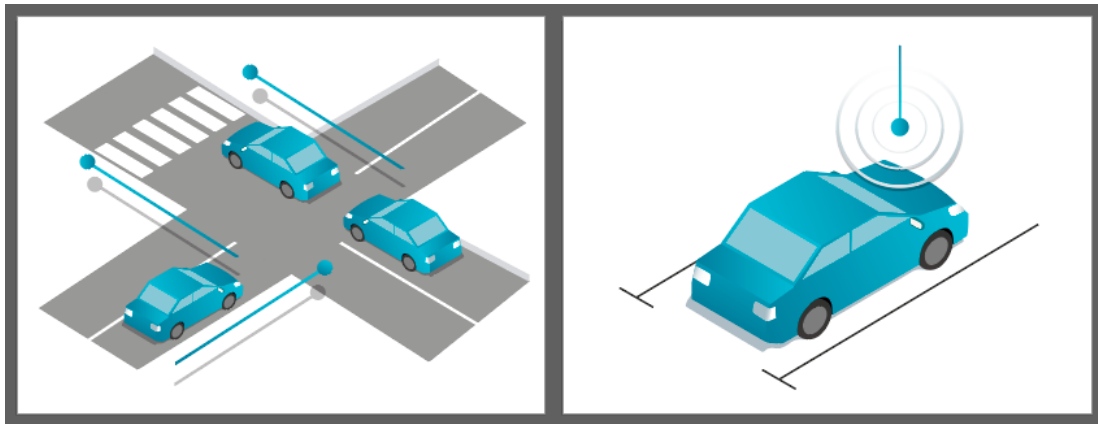


Figura 52 - Ilustrações de serviços Road Watching, dimensões 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator).

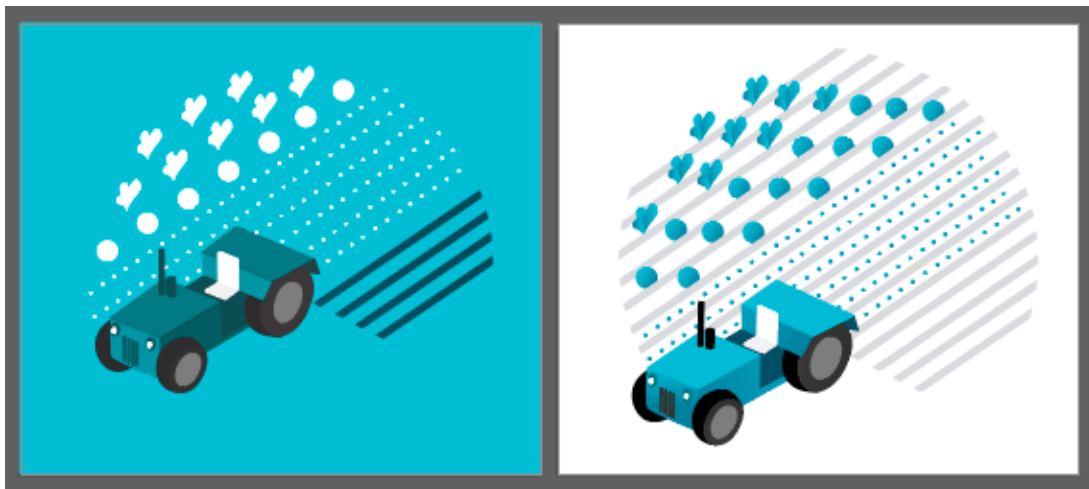


Figura 53 - Ilustrações de serviços Road Mapping, dimensões 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator).

Para enriquecer também a página “Empresa”, que aborda as visões, os valores e missão da Road Watcher, criei duas ilustrações, como por exemplo a representação de um edifício dentro do contexto da IoT, assim como a ilustração de uma moldura com o objetivo de destacar uma fotografia do CEO da empresa (Figura 54).

Finalizando as ilustrações para as páginas e seus contextos, uni diversas peças formando uma outra, que conseguia resumir as temáticas: sobre os serviços, fluxos e empresa (Figura 55), sendo posteriormente aplicada na imagem de fundo da página inicial do *web site*.

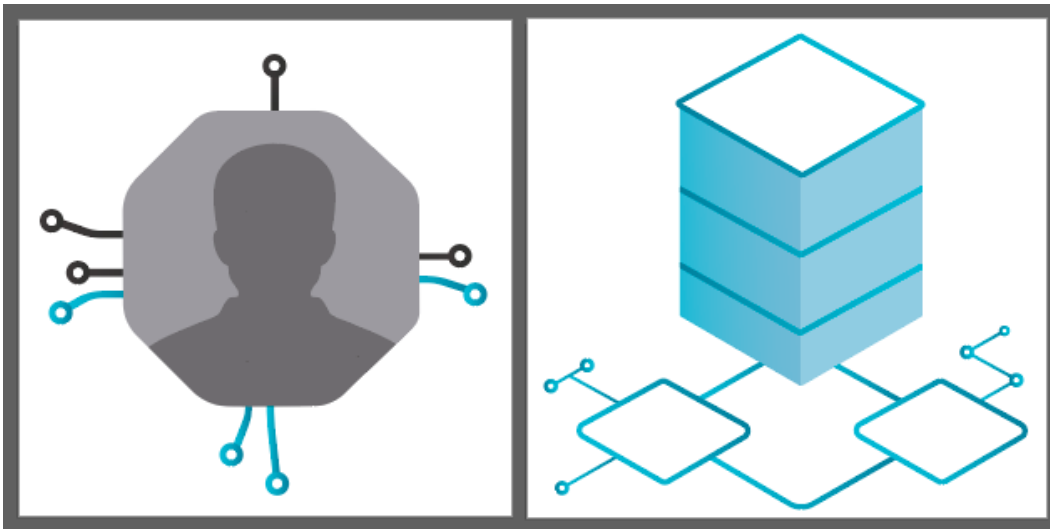


Figura 54 - Ilustrações para aplicar na página “Empresa” dimensões, 2440 x 1834 px (Adobe Illustrator).

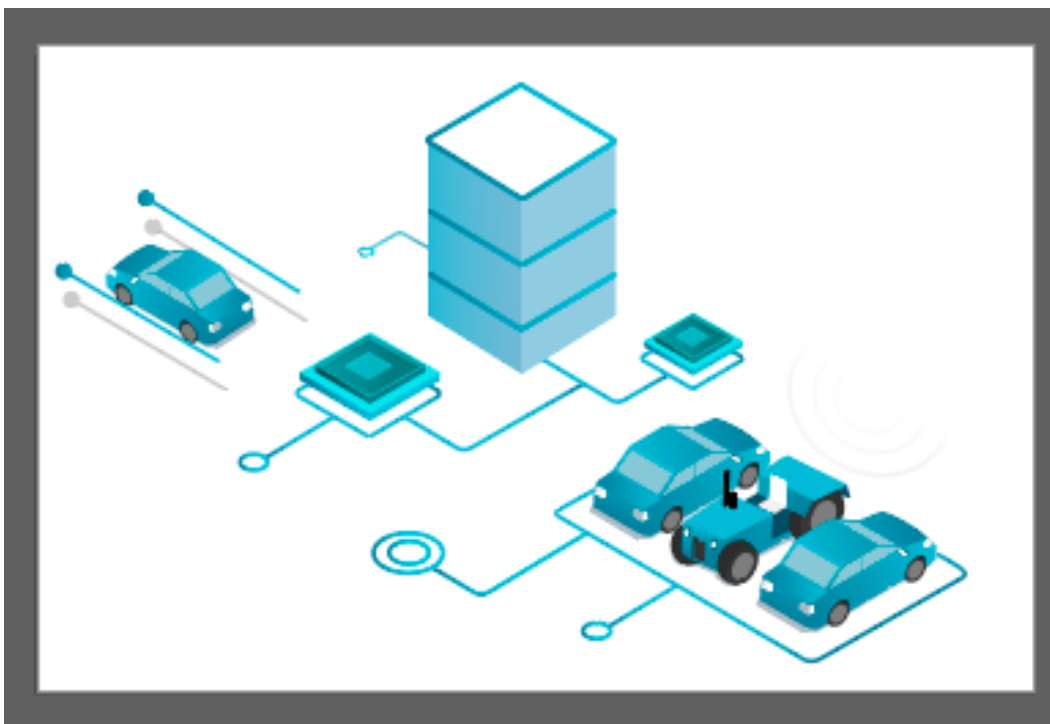


Figura 55 - União de ilustrações para imagem de fundo da página inicial, (Adobe Illustrator).

### 2.7.2.3 Resultado Final

Após as edições do *template* realizadas em WordPress, criação de ilustrações e discussão com o designer relativamente a ajustes de cores, espaçamentos e correção de informações, conclui o *web site* da Road Watcher para ser apresentado ao cliente (Figura 56).

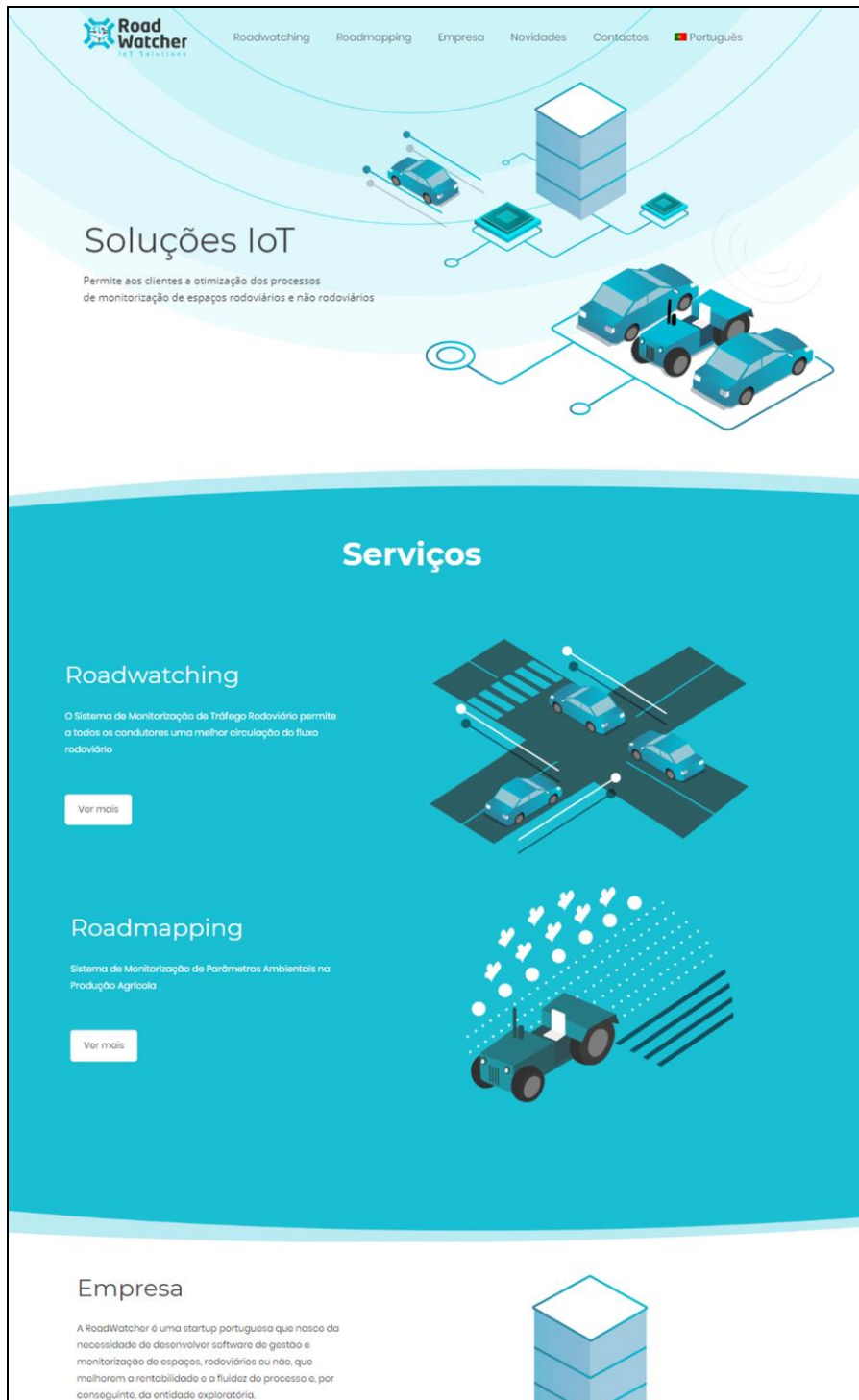


Figura 56 - Resultado final da página inicial do *web site* Road Watcher (Vista do browser).

## 3. Conclusão

Com este estágio consegui pôr em prática o conhecimento adquirido durante o percurso acadêmico mais formal. O contexto de trabalho em equipa exigiu desta forma, o aprofundamento de competências, da minha capacidade comunicativa e de entendimento para com os outros elementos, revelando ser uma parte importante para um competente desenvolvimento e obtenção de resultados finais satisfatórios nos projetos, assim como a resposta às necessidades dos clientes nos prazos estipulados, muitos deles urgentes, obrigando a uma organização e proatividade maiores, constituindo assim, um verdadeiro desafio para um futuro profissional enquanto *designer*.

### 3.1 Competências Adquiridas

De forma geral, o estágio e as tarefas nele realizado, corresponderam às expectativas, melhorando algumas técnicas e metodologias de trabalho, percebendo a real importância do planeamento, organização e pesquisa na conceção dos diversos projetos.

Relativamente ao *software*, em alguns casos, foi de facto, uma aprendizagem de novos programas/plataformas e das suas ferramentas, proporcionando também o desenvolvimento e aprofundamento de técnicas em programas já conhecidos. O WordPress, foi uma das novidades do estágio, pois, embora fosse uma plataforma familiar, não tinha a experiência continuada da sua utilização. Sendo a ferramenta mais usada pela **Gigarte** para a criação de páginas web, obrigou-me a um processo de aprendizagem, facilitada pela interação com o *designer* João Venâncio, adquirindo desse modo conhecimentos necessários para a realização das solicitações dos clientes e para iniciar a prática avançada e autónoma.

Nos programas da Adobe, não existiu propriamente uma aprendizagem, pois para a maior parte deles, usados pela agência (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere) possuo um bom conhecimento, por serem aqueles que mais utilizei durante o percurso académico. Não obstante, posso destacar o Adobe After Effects, por ser o programa menos utilizado por mim, muito útil e eficaz para a realização dos vídeos em *motion graphics*. Inicialmente foi necessário investigar métodos, procurar e testar as ferramentas do programa, para ser capaz de executar com sucesso os tipos de tarefa que me foram exigidos.

Para além de competências técnicas e de software, foram adquiridas outras também muito importantes, como uma maior organização, responsabilidade no cumprimento de prazos e autonomia na realização dos projetos.

### **3.2 Aspetos Positivos**

Os aspetos positivos da realização do estágio estão naturalmente ligados aos pontos, referidos anteriormente, nas competências que foram adquiridas relativas ao software assim como questões organizativas, responsabilidade e autonomia.

Contudo existiram outros aspetos, não considerados propriamente competências, mas sim fatores positivos da experiência profissional, que é um estágio, como por exemplo: o ambiente de trabalho, em equipa e de coordenação entre os restantes membros; os *timings* de entrega dos projetos, criando em nós uma pressão, que é boa, por nos obrigar a desenvolver e definir bem o nosso trabalho; a partilha de conhecimentos e técnicas utilizadas pela agência; e viver por dentro, de segunda a sexta feira, sete dias por semana, durante três meses, esta área numa vertente de negócio.

### **3.3 Aspetos Negativos**

Numa experiência profissional como esta, devemos ter um olhar crítico e analista sobre tudo o que acontece e tendo em conta os objetivos para a realização do estágio existiram alguns aspetos negativos, que não corresponderam às expectativas iniciais.

Um dos aspetos negativos a apontar foi o facto de não ter oportunidade de participar e de interagir diretamente com os clientes, passando apenas pela fase de execução dos projetos e não a discussão ou simplesmente a presença de uma reunião.

Outro aspeto, mas este, relacionado com expectativas pessoais, sobre uma tarefa pela qual tenho algum interesse e desejaria de ter realizado ou participado. Essa tarefa/trabalho era a realização de uma identidade visual e todo o seu processo envolvente, no entanto, em virtude do curto tempo de estágio, não tive a oportunidade de fazer este tipo de serviço.

Por fim, um outro aspeto menos positivo, embora esperado, tendo em conta a dimensão da agência, assim como o local onde ela se encontra e área onde atua foi o facto de existirem, por vezes, grandes intervalos de tempo entre projetos, esperando instruções de novas tarefas, quando, por exemplo, eram resolvidos projetos mais rápido do que o previsto.

### 3.4. Considerações Finais

Em jeito de conclusão, abordo com uma visão crítica, duas temáticas diretamente ligadas com o estágio. A primeira temática tem haver com o web design e a forma como, este é realizada pela **Gigarte**, comparativamente àquilo que é ensinado em ambiente académico.

Na formação académica é-nos instruído uma série de regras e processos básicos de como se deve conceber, como *designers*, uma página web, através de pesquisas, realização de *wireframes* e toda uma panóplia de estudos aprofundados sobre todas as decisões que são tomadas relativamente à estrutura do site. No entanto, a **Gigarte** utiliza e serve-se de plataformas que contêm *templates* já pré-definidos em estrutura e formas, facilitando/evitando este processo, detalhista e aprofundado. A questão que se coloca é: será esta prática correta ou incorreta? Será positiva ou negativa para um *designer* esta forma de trabalho?

Pessoalmente, por um lado, acho negativo usar este tipo de plataforma e *templates*, por saltar diversas etapas e abreviar os processos, possibilitando até, eventualmente, pessoas sem formação na área terem a capacidade de realizar *web sites*, pelo facto de existirem predefinições bastante simples. Por outro lado, é positivo, pois um *designer* tendo já noções básicas adquiridas para a conceção de *web sites*, em contexto de mercado, em que se tem de dar uma resposta rápido ao cliente, acelera o processo de execução.

A outra temática tinha como objetivo especular, se a realização de estágio, por opção, no curso de design multimédia, em licenciatura, seria uma mais valia para os alunos que têm o objetivo de estudar design para executar, na prática, num futuro como profissional. Para além dos benefícios que traz para, no ponto de vista de emprego, proporcionando uma experiência profissional, daria a possibilidade aos alunos de estudarem e aprenderem as noções básicas e essenciais sobre o design e posteriormente aplicarem esses conhecimentos, abrangendo um maior leque de oportunidades para os alunos que escolhem o curso de design multimédia. Assim como acontece em alguns outros cursos de universidades do país, que incorporam a realização de um estágio. Pessoalmente, parece-me que representa um benefício que enriquece a formação dos alunos, pelo que termino com essa sugestão.

# Referências Bibliográficas

## *Web sites*

Gigarte - Agência de design e comunicação (Acedido 03/03/2020)  
[[www.gigarte.pt](http://www.gigarte.pt)]

Quem Somos – Bricomarché (Acedido 25/03/2020)  
[[www.bricomarche.pt](http://www.bricomarche.pt)]

As nossas insígnias – Os Mosqueteiros (Acedido 25/03/2020)  
[[www.mosqueteiros.com/insignias/](http://www.mosqueteiros.com/insignias/)]

Produtos da Adobe (Acedido em 01/04/2020)  
[[www.adobe.com/pt/products/catalog.html](http://www.adobe.com/pt/products/catalog.html)]

Sobre o WordPress (Acedido em 10/04/2020)  
[[www.wp-portugal.com/sobre-o-wordpress/](http://www.wp-portugal.com/sobre-o-wordpress/)]

Quem Somos – AECBP (Acedido em 20/01/2020)  
[[www.aecbp.org/](http://www.aecbp.org/)]

AECBP – Município da Covilhã (Acedido em 21/04/2020)  
[[www.cm-covilha.pt/?cix=892&tab=794&curr=861&lang=1](http://www.cm-covilha.pt/?cix=892&tab=794&curr=861&lang=1)]

Município – Município de Figueira (Acedido a 24/04/2020)  
[[www.cm-fcr.pt/municipio/](http://www.cm-fcr.pt/municipio/)]

## Fontes das imagens

Figura 1 - Parkurbis – Município da Covilhã, disponível em <http://www.cm-covilha.pt/?cix=881&tab=794&curr=857&lang=1> [Acedido a 03-03 2020].

Figura 6 - Iniciação à Patinagem, disponível em [https://mignas70.files.wordpress.com/2015/04/iniciacao\\_a\\_patinagem.pdf](https://mignas70.files.wordpress.com/2015/04/iniciacao_a_patinagem.pdf)  
<http://www.aeplegua.pt/Iniciacao-a-patinagem-PRATICA.pdf> [Acedido a 20-04 2020].

Figura 51 – Internet of Things Conference, disponível em <https://iotcon.de/en/> [Acedido a 25-04-2020]