



**ALEXANDRE MIGUEL MARTINS PEREIRA    RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA AMEISE EDITORA  
LDA.**



**ALEXANDRE MIGUEL  
MARTINS PEREIRA**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA AMEISE EDITORA  
LDA.**

Relatório de Estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor João Manuel Nunes Torrão, Professor Catedrático do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho à minha família por todo o apoio prestado, aos meus amigos que sempre se mostraram disponíveis para me ajudar e em especial à minha tia Helena por tudo o que me ensinou e ao que poderia vir ainda a ensinar.

## **o júri**

presidente

**Professor Doutor António Manuel Lopes Andrade**  
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

**Professor Doutor Pedro Manuel Reis Amado**  
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro (arguente)

**Professor Doutor João Manuel Nunes Torrão**  
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro (orientador).

## **agradecimentos**

Ao Giancarlo Terrassan e à Ana Bela Nogueira, o meu muito obrigado por me terem dado esta oportunidade de trabalhar com eles, aos conhecimentos que me transmitiram e à experiência de vida que pude vivenciar.

Ao Professor João Torrão, quero agradecer o apoio e a orientação com que me presenteou, tanto como orientador como docente.

Aos restantes docentes do mestrado o meu muito obrigado pelos conhecimentos transmitidos.

Por fim, mas não por último, aos meus pais por toda ajuda que me prestaram durante este percurso, com os seus altos e baixos mas sempre com o voto de confiança em mim. O meu muito obrigado.

**palavras-chave**

estudos editoriais, Ameise Editora, *Business Model Canvas*, HTML, CSS, ABN Seguros, estacionário.

**resumo**

O presente relatório propõe-se a expor todo o meu trabalho desenvolvido durante o período do estágio curricular na Ameise Editora desde agosto de 2014 até fevereiro de 2015. No mesmo encontra-se uma breve história da editora, um enquadramento do trabalho que desenvolvi e como este se relacionou com as unidades curriculares.

**keywords**

editorial studies, Ameise Editora, *Business Model Canvas*, HTML, CSS, ABN Seguros, stationary.

**abstract**

This report intends to expose all my work during the traineeship period in Ameise Editora from August 2014 until February 2015. In this same report you will be able to read the brief history of Ameise Editora, the framework of the work I have done and how this was related to the master's subjects.

## Índice

<b>Introdução</b> .....	1
<b>1. Ameise Editora</b> .....	3
1.1. Uma empresa muito mais que uma editora .....	3
1.2. Modelo de Negócio ( <i>Business Model Canvas</i> ) .....	7
<b>2. Atividade desenvolvida no estágio</b> .....	12
2.1. ABN Seguros – <i>site</i> .....	22
2.1.1. Versão PC.....	22
2.1.2. Versão para dispositivos móveis .....	34
2.2. Estacionário ABN Seguros.....	40
<b>3. Software utilizado</b> .....	41
<b>4. Auxílio do plano curricular para com o estágio</b> .....	47
<b>Conclusão</b> .....	49
<b>Bibliografia</b> .....	50

## Índice de figuras

Figura 1: Logótipo da Ameise Editora.....	4
Figura 2: <i>Business Model Canvas</i> .....	7
Figura 3: Logótipo <i>Drupal</i> .....	12
Figura 4: Logótipo <i>MAMP</i> .....	13
Figura 5: Logótipo <i>Coda 2</i> .....	13
Figura 6: Página inicial com a imagem do <i>slideshow</i> a remeter para a página Quem somos .	15
Figura 7: Página inicial com a imagem do <i>slideshow</i> a remeter para a página Os nossos clientes .....	16
Figura 8: Página inicial com a imagem do <i>slideshow</i> a remeter para a página Contactos .....	16
Figura 9: Quem somos .....	17
Figura 10: O que fazemos .....	17
Figura 11: Os nossos clientes .....	18
Figura 12: Soluções .....	19
Figura 13: Contactos .....	20
Figura 14: Formulário .....	20
Figura 15: <i>Header</i> do ABN Seguros com o menu .....	22
Figura 16: Opções para a construção do <i>header</i> e do menu no <i>Drupal</i> .....	23
Figura 17: Quem somos .....	24
Figura 18: Código para o bloco Quem somos .....	25
Figura 19: Soluções para Particulares.....	25
Figura 20: Código do bloco Soluções para Particulares.....	26
Figura 21: Soluções para Empresas .....	27
Figura 22: Código do bloco Soluções para Empresas.....	27
Figura 23: Os nossos clientes .....	28
Figura 24: Código do bloco Os nossos clientes .....	29

Figura 25: Soluções .....	29
Figura 26: Código do bloco Soluções .....	30
Figura 27: Notícias.....	31
Figura 28: Código do bloco Notícias.....	31
Figura 29: Contactos .....	32
Figura 30: Código do bloco Contactos.....	33
Figura 31: <i>Header</i> e Menu.....	34
Figura 32: Quem somos .....	34
Figura 33: Soluções para Particulares.....	35
Figura 34: Soluções para Empresas .....	36
Figura 35: Os nossos clientes .....	36
Figura 36: Soluções (em falta Seguro Saúde).....	37
Figura 37: Continuação do bloco Soluções e Notícias .....	38
Figura 38: Contactos .....	38
Figura 39: Frente e trás respetivamente.....	40
Figura 40: Bloco de notas A5 .....	41
Figura 41: Bloco de notas A4 .....	42
Figura 42: Marcador de livros .....	43

## Introdução

O presente relatório tem como objetivo apresentar todo o trabalho desenvolvido por mim no decurso do estágio na Ameise Editora.

Este estágio curricular teve início no dia vinte e oito de julho de dois mil e catorze e terminou no dia vinte e sete de fevereiro de dois mil e quinze. O mesmo foi orientado pela sócia-gerente da Ameise Editora e diretora-adjunta do Jornal Strada, Ana Bela Nogueira e pelo professor catedrático da Universidade de Aveiro, Professor Doutor João Torrão.

Todo o trabalho que pude desenvolver na editora foi inteiramente prático, logo, o recurso a imagens para ilustrar o meu trabalho vai ser evidente ao longo do segundo capítulo.

Este relatório encontra-se dividido em quatro capítulos, nos quais inicio a apresentação com uma breve história da Ameise Editora e do seu funcionamento como organização, apresentando o *business model canvas*<sup>1</sup> de Alexander Osterwalder.

Segue-se então o núcleo deste relatório, a atividade que desenvolvi. Esta atividade consistiu em criar um *site* para uma seguradora, ABN Seguros. No final deste capítulo, apresento um estacionário simples para a mesma seguradora de minha autoria. Devo salientar que esta última atividade não foi proposta por parte da Ameise Editora, mas sim por iniciativa própria.

No capítulo seguinte, segue-se o software utilizado por mim para a construção do *site* e posteriormente para a construção do estacionário.

Por fim, no último capítulo, faço uma análise entre o trabalho que desenvolvi ao longo do estágio com as unidades curriculares do mestrado. De

---

<sup>1</sup> OSTERWALDER, Alexander - **Business Model Generation**. Amsterdam: Modderman Drukkerwerk, 2009. ISBN 978-2-8399-0580-0

como a teoria me auxiliou no percurso de estagiário e de como me poderá auxiliar no meu percurso profissional.

Para concluir este relatório exponho um balanço global durante o meu percurso na Ameise Editora, e, também, a bibliografia por mim consultada.

## **1. Ameise Editora**

### **1.1 Uma empresa muito mais que uma editora**

Há cerca de doze anos, nasce, através de um espírito empreendedor, uma empresa que se viria a tornar numa editora. Com esta conceção, a sócia-gerente, Ana Bela Nogueira decide então criar um produto que explorasse uma temática que, nessa época, era pouco difundida por parte da comunicação social e por parte de outros órgãos, os transportes comerciais e todo o seu funcionamento. Nasce assim com o auxílio de Giancarlo Terrassan, que viria a ser diretor, uma revista chamada *Jornal Strada*.

Como referi anteriormente, a Ameise Editora Lda. nasceu em 2003, e, sendo uma pequena editora num mercado já dominado por grandes editoras, a principal mensagem que era imprescindível transmitir era de entrega, de esforço, de funcionamento de uma hierarquia, existindo uma divisão de tarefas e, principalmente, de trabalho em equipa; então, com isto, surge o uso de uma abelha como elemento figurativo do logótipo, animal que melhor representa estes ideais.

Embora esta ideia tenha ficado por terra devido ao uso deste inseto por parte de outras empresas nos seus respetivos logótipos, rapidamente surge a solução para este obstáculo: sendo ameise a tradução de formiga para alemão, o uso deste inseto de pequeno porte como elemento representativo para o logótipo (figura 1) passou assim a constar como “mascote” da editora. É importante afirmar que este inseto, tal como a abelha, representa trabalho em equipa e coragem.



**Figura 1 - Logótipo da Ameise Editora**

Criada a imagem da editora, esta decide começar a prestar serviços noutras áreas como resultado da panóplia técnica de ambos os diretores, de forma a fortalecer a comunicação, a publicidade e o marketing. Com isto apostam nas novas tecnologias da comunicação, no design, na publicidade, na tradução, e na realização de eventos.

### **Novas tecnologias da comunicação**

- Criação de conteúdos *web*;
- Integração com as redes sociais, na sua gestão e otimização;
- Assinaturas de *email* personalizadas;

### **Design**

- Criação de estacionários;
- Criação de manuais de normas;
- *Branding*;

## **Publicidade**

- Folhetos promocionais/*flyers*;
- Cartazes, *outdoors* e mupis;

## **Tradução**

- Inglês;
- Francês;
- Alemão;
- Espanhol;
- Italiano;

## **Eventos**

- Promoção e divulgação de eventos, *workshops*, colóquios e ações de formação;

Segundo a sócia-gerente da Ameise Editora Lda., Ana Bela Nogueira, a editora tem como missão a criação de produtos e serviços nos quais se possam diferenciar da concorrência, apostando na sua qualidade, com profissionalismo e capacidade de oferecer resposta, cumprindo prazos e compromissos.

Dentro destes ideais, o intuito da Ameise Editora é transformar-se na referência número um do setor, oferecendo apoio aos colaboradores e empresários ligados à logística dos transportes, apostando na inovação e na originalidade na imprensa digital.

A editora sempre apostou numa formação contínua dos seus colaboradores, quer em regime *outsourcing*, quer em regime interno para diversas áreas, tais como, programação, jornalismo, marketing, paginação e comercial.

Com isto, diversos estagiários que passaram por lá, receberam uma formação sólida nestas áreas, de forma a conseguirem ser bons profissionais.

A Ameise Editora, foi, em 2011, galardoada com o selo de platina “The European Seal of e-Excellence Award 2011”, numa das maiores feiras de tecnologia do mundo, a *CeBIT*, na Alemanha. Este galardão diz respeito às competências na inovação e no marketing na comunicação digital. É um motivo de orgulho para Portugal e sobretudo para a Ameise, visto ser a primeira editora a ganhar este prémio, que também foi ganho pela Nokia, empresa de telecomunicações finlandesa, em 2004.

## 1.2. Modelo de Negócio (*Business Model Canvas*)

Para melhor representar o modelo de negócio da Ameise Editora, apresento de seguida o *Business Model Canvas*<sup>2</sup> (figura 2) de *Alexander Osterwalder*. A criação desta ferramenta, segundo *Osterwalder*, ocorreu para dar resposta a uma simples pergunta – “Como é que a sua empresa cria, entrega e captura valor?”<sup>3</sup>. Este instrumento é uma “ferramenta de gestão estratégica e empresarial. Permite descrever, desafiar, inventar e gerir o seu modelo de negócio.”<sup>4</sup>

**The Business Model Canvas**

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_

On: \_\_\_\_\_  
Iteration: \_\_\_\_\_

<b>Key Partners</b> Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? How do we reduce our costs? How do we create value for our partners and ourselves?	<b>Key Activities</b> What Key Activities do our Value Propositions require? Our Channels/Customers Customer Relationships? Revenue streams? Channels Customer Relationships Revenue Streams	<b>Value Propositions</b> What value do we deliver to the customer? What pain of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Channels Customer Relationships Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources	<b>Customer Relationships</b> What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have been established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Channels Customer Segments Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources	<b>Customer Segments</b> For whom are we creating value? Which are our most important customers? Channels Customer Relationships Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources
	<b>Key Resources</b> What Key Resources do our Value Propositions require? Our Channels/Customers/ Customer Relationships? Revenue Streams? Channels Customer Relationships Revenue Streams		<b>Channels</b> Through which Channels do our Customer Segments expect to be reached? How are our Channels integrated? Which ones are best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer relations? Channels Customer Segments Customer Relationships Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources	
<b>Cost Structure</b> What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Channels Customer Relationships Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources		<b>Revenue Streams</b> For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paid? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Channels Customer Relationships Customer Segments Key Partners Key Activities Key Resources		

www.businessmodelgeneration.com

Figura 2 - *Business Model Canvas*

<sup>2</sup> OSTERWALDER, Alexander - **Business Model Generation**. Amsterdam: Modderman Drukwerk, 2009. ISBN 978-2-8399-0580-0

<sup>3</sup> QUORA. **What should everyone know about the Business Model Canvas?**. [Em linha]. [Consult. 25 julho. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.quora.com/What-should-everyone-know-about-the-Business-Model-Canvas> >.

<sup>4</sup> Strategyzer. **Create value for your business**. [Em linha]. [Consult. 25 julho. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://strategyzer.com/canvas>>.

O recurso a esta ferramenta surgiu essencialmente ligada a uma unidade curricular, Empreendedorismo, onde adquiri uma nova visão sobre o modelo de negócio e como uma empresa pode crescer e subsistir utilizando esta ferramenta estratégica.

- **Parceiros-chave**

Neste campo, a Ameise Editora possui parcerias com empresas ligadas aos transportes. Essas empresas são difundidas no *Jornal Strada* em género de notícias e/ou publicidade. Para além disso, possuem contactos de camionistas em que existe um acordo mútuo de modo a ser apresentada a visão de quem circula no terreno, ou seja, os camionistas fornecem-lhes informações sobre futuros eventos, palestras, feiras, para assim a Ameise Editora poder estar no terreno e fazer a cobertura do evento.

- **Recursos-chave**

- Recursos Humanos

Como recursos humanos a Ameise Editora possui a tempo inteiro duas pessoas, que são os próprios diretores. Em complemento, e como é uma empresa que aposta na formação, disponibiliza lugares de estágio. O número de colaboradores pode depender de acordo com os projetos disponíveis e as necessidades.

- Servidores e Base de dados

Possui também um forte servidor que lhe permite a criação e manutenção de *sites* de acordo com os pedidos dos clientes, e ainda, uma vasta gama de base de dados com a toda a informação dos clientes e de potenciais clientes.

- **Atividades-chave**

Como atividades-chave, destaco as novas tecnologias da comunicação, mais precisamente a construção de conteúdo *web*, o *design*, desde a criação de estacionários até ao *branding*, a tradução de documentos, desde informações disponibilizadas pelas empresas a notícias, e a realização de eventos.

- **Proposta de valor**

A proposta de valor é a divulgação e fortalecimento do mundo dos transportes perante a sociedade com um produto, *Jornal Strada*, apostando sempre na inovação e no esforço.

- **Canais**

A empresa é detentora de uma página *web*, no qual está disponível toda a informação sobre o produto, a que o utilizador pode ter acesso. A consulta é permitida para qualquer edição desde o primeiro fascículo. Além disso possui conta em várias redes sociais onde os utilizadores podem ter acesso à informação, onde podem colocar questões/sugestões e onde podem também acompanhar o progresso da editora.

- **Relação com o cliente**

A comunicação com os clientes pode ser concretizada através das redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, *Twitter* e *Linkedin*. Existe também a preocupação em se deslocar ao cliente de forma a poder analisar em primeira mão a situação em que o mesmo se encontra ou simplesmente conviver com o cliente para estreitar a relação entre empresa-cliente ou quando esta situação não é possível, uma chamada telefónica. O *site* também é um forte canal de comunicação e cada vez mais utilizado por parte das empresas.

- **Segmento de clientes**

Relativamente ao segmento de clientes, a Ameise Editora, tem como principais clientes: os motoristas, empresas e interessados pelo ramo dos transportes, devido ao facto de o seu produto, *Jornal Strada* estar focado para este ramo e ser um meio de transmissão de informação.

- **Estrutura de Custos**

Como maiores despesas, a editora, possui, as deslocações aos eventos. Destes eventos, 70% são fora de Portugal, mas, como é necessário estar presente em cima do acontecimento, é também indispensável para estar à frente da concorrência. O que pode acontecer, caso hajam bastantes eventos no mesmo mês, é deslocarem-se aos maiores, em termos de volume, porque assim conseguem obter mais informações para mais tarde disponibilizar no *Jornal Strada*.

- **Receitas**

A maior fonte de receita da editora é a publicidade na revista *Jornal Strada*. Na verdade, uma empresa pode comprar um determinado espaço do *Jornal Strada*, estipulado pelos diretores, para colocar um anúncio, notícia ou simples informação alusiva a essa empresa.

## 2. Atividade desenvolvida no estágio

Todo este processo teve início na entrevista para ocupar o lugar de estágio que a editora estava a disponibilizar. No decorrer da entrevista foi-me perguntado se era fluente em mais que uma língua estrangeira, e eu afirmei que além do inglês, não possuía quaisquer bases noutras línguas, porque, no meu percurso académico, as únicas unidades curriculares de línguas de que dispus foram relacionadas com o inglês. Foi-me também perguntado se sabia alguma linguagem de programação porque a editora tinha um *site* para construir e precisava de alguém com conhecimentos na área. Nesse caso pude afirmar que detinha conhecimentos em linguagens como *HTML*, *CSS* e *PHP*, o que se tornou num ponto forte para ser avaliado pela editora.

Acabada a entrevista, a editora propôs-me um teste: criar um *site*, algo muito simples, para uma seguradora, ABN Seguros, no *Drupal* (figura 3).



**Figura 3 - Logótipo *Drupal***

Este teste ajudou a avaliar, então, os meus conhecimentos na área da programação, para que, mais tarde, criasse o referido *site* com uma estrutura forte e precisa. Começou assim o estudo exaustivo sobre o *Drupal*. Este software é um *content management system* (CMS), gratuito, que permite facilmente a

organização, a gestão e a publicação de conteúdos, com uma variedade de personalizações<sup>5</sup>.

Uma dessas personalizações, a título de exemplo, consiste no uso de *templates* já existentes de forma a facilitar a construção de conteúdo web. Esses *templates* podem ser criados por qualquer utilizador, e/ou também pela própria equipa de desenvolvimento do *Drupal*.



**Figura 4 - Logótipo MAMP**

Este CMS também requer a adição do *MAMP* (figura 4), um conjunto de programas geralmente utilizados para desenvolver *sites* dinâmicos sobre sistemas operacionais Apple Macintosh<sup>6</sup>. *MAMP* é um acrónimo para *MAC OS X* – sistema operativo, *Apache* – servidor *web*, *MySQL* – gestor de bases de dados e por fim as linguagens de programação *PHP*, *Perl* e/ou *Python*. Houve também a necessidade de instalar e usar um aplicativo de desenvolvimento *web*, o *Coda 2* (figura 5), mais precisamente, um editor de texto.

---

<sup>5</sup> DRUPAL. **Come for the software, stay for the community**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.drupal.org/>>.

<sup>6</sup> MAMP. **Manage your websites locally**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.mamp.info/en/>>.



**Figura 5 - Logótipo Coda 2**

Após alguns dias de estudo e de criação de pequenos testes neste CMS, na leitura de livros<sup>7</sup> e de *sites*<sup>8</sup> sobre *HTML* e *CSS*, concluí então, uma versão bastante simples para o ABN Seguros (figura 6). Com este teste pude demonstrar os meu conhecimentos no mundo da programação mas também realizar um projeto dentro do prazo estabelecido. Importante referir que este *site* teste foi realizado num computador com sistema operativo *Windows*, logo, em vez de utilizar o *MAMP*, tive que utilizar o *WAMP* (*Windows, Apache, MySQL, PHP, Perl* e/ou *Python*), visto que na altura em que foi criado ainda não possuía um computador com sistema operativo da *Apple*. A única diferença entre estes dois *softwares*, é simplesmente o sistema operativo que o suporta.

---

7

ABREU, Luís - **HTML 5**. 2ª ed. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2012. ISBN 9789727227396

BRIDE, Mac - **Iniciação à Criação de Páginas na Web em Html**. Cambridge: SITEPOINT PTY LTD, 2011. ISBN 9780987090850

REMOALDO, Pedro - **CSS 3: MyTI**. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2011. ISBN 9789727227310

SANDERS, Bill - **Smashing HTML 5**. Bookman, 2012. ISBN 9788577809608

8

JELLY CODE. **Design Gráfico**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.jellycode.pt/servicos/design-grafico/>>.

HTML.AM. **HTML Codes, Editors, and Generators**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.html.am/>>.

REFSNES DATA. **CSS Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/css/default.asp>>.

REFSNES DATA. **HTML 5 Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/html/default.asp>>.

REFSNES DATA. **PHP 5 Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/php/default.asp>>.



**Figura 6 - Página inicial com a imagem do *slideshow* a remeter para a página Quem somos**

Nesta página inicial, coloquei o logótipo do ABN Seguros no topo do lado esquerdo, juntamente com o seu próprio nome, de forma a que, nas páginas seguintes, este bloco seja sempre visível. O menu de navegação encontra-se no topo da página alinhado à direita, de forma a que o utilizador escolha a página para onde deseja ir.

O uso de imagens para o auxílio na construção foi muito importante. Por isso, ainda nesta página, coloquei um *slideshow* com três imagens, cada uma remetendo para uma determinada página. A imagem acima apresentada remete para a página Quem Somos.

Nas duas próximas imagens podemos visualizar a página inicial apenas com a diferença nas imagens do *slideshow* (figura 7 e 8).



**Figura 7 - Página inicial com a imagem do *slideshow* a remeter para a página Os nossos clientes (teste)**



**Figura 8 - Página inicial com a imagem do *slideshow* a remeter para a página Contactos (teste)**

De seguida, na página Quem Somos, coloquei informação sobre a seguradora, ou seja, como é que se rege, expondo confiança e profissionalismo aos utilizadores e potenciais clientes que visitarem este *site* (figura 9).



Figura 9 - Quem Somos

Na próxima página do *site*, apresento as soluções que seguradora põem em prática com os seus clientes e com os potenciais clientes (figura 10).



Figura 10 - O que fazemos

Na página seguinte, são apresentados os tipos de clientes para qual o ABN Seguros possui soluções.

ABN Seguros

QUEM SOMOS O QUE FAZEMOS **CLIENTES** SOLUÇÕES CONTACTOS

Home » Os nossos clientes

### Os Nossos Clientes

Submitted by admin on Fri, 2014-06-27 00:20

**Temos um vasto leque de soluções para:**



Opção A: Empresas



Opção B: Particulares

[Log in](#) or [register](#) to post comments

Copyright © 2014, ABN Seguros.

**Figura 11 - Os nossos clientes**

A seguir, apresento a página Soluções, onde se encontram os vários tipos de soluções para os diferentes clientes que se apresentem (figura 12).



**Figura 12 - Soluções**

Por fim, apresento a página Contactos, onde se encontram os contactos do ABN Seguros, de forma a que clientes e potenciais clientes possam entrar em contacto com a seguradora (figura 13).



Figura 13 - Contactos

Ao longo desta apresentação do *site* teste para o ABN Seguros é possível constatar a falta da página Formulário no menu, exceto na página inicial, isto porque, se algum utilizador, cliente ou potencial cliente quiser entrar em contacto com a seguradora via formulário, precisa de ter uma conta para assim ter acesso ao formulário (figura 14).

The image shows a screenshot of the ABN Seguros website's contact form. At the top left is the ABN Seguros logo. To its right is the company name 'ABN Seguros'. Further right is a navigation menu with links: 'QUEM SOMOS', 'O QUE FAZEMOS', 'CLIENTES', 'SOLUÇÕES', 'CONTACTOS', and 'FORMULÁRIO'. The 'FORMULÁRIO' link is highlighted in a dark blue box. Below the navigation is a breadcrumb trail 'Home » Contact'. The main heading is 'Contact'. Below this are several input fields: 'Your name \*' with the value 'admin', 'Your e-mail address \*' with the value 'admin@localhost.com', and 'Subject \*' which is empty. Below these is a 'Category \*' dropdown menu with 'Suggestions' selected. Below the dropdown is a 'Message \*' text area. At the bottom left of the form is a checkbox labeled 'Send yourself a copy.' and a blue 'Send message' button. At the very bottom of the page is the copyright notice 'Copyright © 2014. ABN Seguros.'.

Figura 14 - Formulário

Após este *site* teste ter sido analisado por Ana Bela Nogueira e Giancarlo Terrassan, estes puderam comprovar os meus conhecimentos em *HTML* e *CSS* e, assim, decidiram oferecer-me o lugar de estágio para ficar responsável pela construção de um *site* para o ABN Seguros.

Este *site* não se encontra disponível *online*, mas estaria totalmente apto para tal. Não pude disponibilizar o código de construção do *site*, porque este foi construído numa versão mais antiga no *Drupal* (*Drupal 6*), com o auxílio do *WAMP*, logo, ao realizar o *update* do *Drupal 6* para o *Drupal 7* e ao fazer a transição das bases de dados do *WAMP* para o *MAMP*, este deixou de estar operacional.

## 2.1. ABN Seguros – *site*

### 2.1.1. Versão PC

Antes de iniciar a construção do *site*, tive que perceber primeiro como poderia construir algo inovador e que fosse ao encontro do que me foi proposto. Para isso, tive que pesquisar vários *sites* para ter a percepção do que se encontra no mercado atualmente. Após várias pesquisas e de uma análise exaustiva, percebi que os *sites* atuais são construídos em *one page*, isto é, toda a informação que o *site* possui encontra-se numa só página *web*, surgindo os chamados blocos, contendo assim toda a informação do *site*. Outro aspeto que pude verificar na minha análise foi a adaptação dos *sites* para dispositivos mais pequenos, *smartphones* e *tablets*. Assim, a minha principal preocupação foi construir o *site*, adaptando-o para estes dispositivos móveis. Esta inovação veio permitir a consulta de *sites*, neste caso o do ABN Seguros, em qualquer dispositivo móvel.

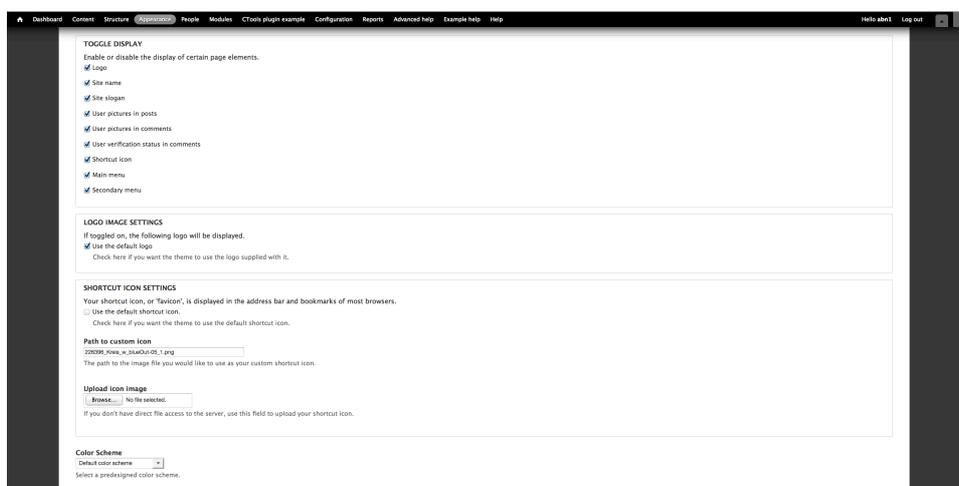
O primeiro passo na elaboração do *site* foi a construção do *header*. Neste bloco tinha que constar o logótipo da seguradora com uma imagem como *background* que transmitisse uma mensagem de profissionalismo e atitude. Também, no *header*, coloquei o menu onde o utilizador pode escolher o bloco do *site* que pretende visualizar. (figura 15).



Figura 15 - *Header* do ABN Seguros com o menu

Um dos obstáculos pelos quais enfrentei foi adquirir imagens para ilustrar certos blocos do *site* pois não queria cometer uma ilegalidade ao utilizar imagens com direitos de autor. Todas as imagens foram cuidadosamente analisadas e nenhuma possui direitos de autor, ou seja, o seu uso é livre.

Para este bloco não foi necessário criar o código propriamente dito, atendendo a que, o *Drupal* me permitiu esta construção de um modo rápido e simples (figura 16).



**Figura 16 - Opções para a construção do *header* e do menu no *Drupal***

Foi apenas necessário colocar a imagem de fundo que pretendia, o logótipo necessário e colocar os nomes dos blocos nas respetivas áreas no *Drupal*, de forma a ter o aspeto que podemos ver na figura 15. Este processo tornou-se simples e bastante fácil.

De seguida, apresento o bloco Quem Somos, e, como referi anteriormente, coloquei informação acerca da seguradora, ou seja, como é que se rege, expondo confiança e profissionalismo aos utilizadores e potenciais clientes (figura 17), com o devido código (figura 18). Pode notar-se que tem como fundo uma das cores que constam no logótipo do ABN, laranja (#F16522), de forma a que tenha um seguimento lógico. Possui também a fonte de cor branca (#FFFFFF) para poder ser legível. Esta fonte é uma fonte *default* do *Drupal*, ou seja, o próprio *Drupal*, tal

como em qualquer outro *software* de construção de conteúdo *web*, tem como predefinição a fonte *Arial, Helvetica, sans-serif*. Inicialmente, em parceria com Giancarlo Terrassan, colocou-se a hipótese de ser criada uma fonte para o *site*. Esta iria ser exclusiva para o *site*, podendo ser no futuro utilizada para outros projetos do ABN Seguros. Após algumas horas em conversações com Giancarlo Terrassan, chegou-se à conclusão que essa mesma fonte iria um projeto a ser realizado após a conclusão do *site*, isto para, facilitar a construção dessa mesma fonte tendo já o *site* construído. A fonte que se encontra neste bloco, mais precisamente no texto em si tem como tamanho  $1.4em^9$  (*em* é uma unidade de medida relativa, enquanto que pixels (*px*) e pontos (*pt*) são uma unidade de medida absoluta), exceto o título do bloco, com tamanho  $1.875em$ . Possui também um *padding-top* e *bottom* de 30px e um *padding-right* e *left* de 5%. Todos os blocos do *site* possuem estas medidas, para assim haver uma uniformização em todo o *site*.



**Figura 17 - Quem somos**

```
<section
id="WHO_WE">
    <div class="bboxLevel_0 texture_orange">
        <article class="padT30x padB30x padLR5p">
            <header class="padB30x">
                <h1><em>ABN Seguros, protegendo o seu futuro... hoje!</em></h1>
            </header>
            <p class="article_p_txt">Mediadora de seguros, oferece as melhores
```

---

<sup>9</sup> ABREU, Luís - **HTML 5**. 2ª ed. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2012. ISBN 9789727227396

condições para particulares e empresas, com condições ajustadas e medida. Com um vasto leque de opções, primamos pela qualidade nos serviços que prestamos, com o maior rigor e profissionalismo, indo de encontro às necessidades de cada indivíduo ou empresa. Na ABN Seguros encontra SEMPRE profissionalismo, confiança e transparência.

</article>

</div>

</section>

**Figura 18 - Código do bloco Quem somos**

No próximo bloco do *site* apresento as soluções que a seguradora pratica para com os seus clientes e para potenciais clientes, neste caso as soluções para particulares (figura 19) com o devido código (figura 20). No *screenshot* podemos verificar que possui uma imagem como fundo com tons azuis e para que a informação fosse legível tive que inserir a imagem de fundo no *Photoshop* para poder acrescentar um gradiente de modo não ter qualquer tipo de problema com a leitura da informação.



**Figura 19 - Soluções para Particulares**

```

<section
id="PERSONAL">
    <div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex">
    <div id="kid1" class="bboxLevel_1">
    </div>
    <div id="kid2" class="bboxLevel_1">
    <article class="padT30x padB30x padLR5p">
    <header class="padB30x">
    <h1><em>SOLU&Ccedil;&Otilde;ES PARA PARTICULARES</em></h1>
    </header>
    <ul class="article_p_txt padRflex_p">
    <li>Multiriscos Habita&ccedil;&atilde;o</li>
    <li>Prote&ccedil;&atilde;o Condom&iacute;nio</li>
    <li>Planos de Sa&uacute;de e dent&aacute;rio</li>
    <li>Prote&ccedil;&atilde;o Vida</li>
    <li>Seguro de Viagem</li>
    <li>PPR (Fundo Pens&otilde;es)</li>
    <li>Seguro autom&oacute;vel</li>
    <li>Empregada Dom&eacute;stica</li>
    <li>Prote&ccedil;&atilde;o Animais Dom&eacute;sticos</li>
    <li>Prote&ccedil;&atilde;o Pessoal</li>
    <li>Responsabilidade civil</li><br>
    </ul>
    </article>
    </div>
    </div>
</section>

```

**Figura 20 - Código do bloco Soluções para Particulares**

Ainda no campo das soluções, apresento as soluções para empresas (figura 21), com o seu código (figura 22). Neste bloco tive que realizar a mesma tarefa que no bloco anterior, acrescentando assim um gradiente, neste caso em tons cinza, para a informação disponível poder ser legível.



**Figura 21 - Soluções para Empresas**

```
<section
id="CORPORATE">
```

```
<div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex">
<div id="kid3" class="bboxLevel_1">
</div>
<div id="kid4" class="bboxLevel_1">
<article class="padT30x padB30x padLR5p">
<header class="padB30x">
<h1><em>SOLU&Ccedil;&Otilde;ES PARA EMPRESAS</em></h1>
</header>
<ul class="article_p_txt padRflex_p">
<li>Acidentes de Trabalho</li>
<li>Responsabilidade Civil</li>
<li>Seguro de Viagem</li>
<li>Riscos Especiais</li>
<li>Sa&uacute;de Grupo</li>
<li>Vida Grupo</li>
<li>PPR (Fundo Pens&otilde;es)</li>
<li>Autom&ocirc;vel</li>
</ul>
</article>
</div>
</div>
</section>
```

**Figura 22 - Código do bloco Soluções para Empresas**

No bloco seguinte, são apresentados os tipos de clientes para qual o ABN Seguros possui soluções (figura 23), com o devido código (figura 24). Neste bloco, uma vez mais, a tarefa de colocar a imagem de fundo no *Photoshop* e acrescentar um gradiente foi necessária para colmatar a situação referida anteriormente.



**Figura 23 - Os nossos clientes**

```
<section
id="CLIENTS">
```

```
<div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex">
<div id="kid5" class="bboxLevel_1">
<article class="padT30x padB30x padLR5p">
<header class="padB30x">
<h1><em>OS NOSSOS CLIENTES</em></h1>
</header>
<p class="article_p_txt">Temos um vasto leque de solu&ccedil;&otilde;es
para:</p>
</article>
<div class="padT160x padB30x bboxLevel_1_flex">
<div class="bboxLevel_3_round">
<p class="button_txt">OP&Ccedil;&Atilde;O A: Particulares</p>
</div>
<div class="bboxLevel_3_round">
<p class="button_txt">OP&Ccedil;&Atilde;O B: Empresas</p>
</div>
</div>
```

```

</div>
</div>
</section>

```

**Figura 24 - Código do bloco Os nossos clientes**

A seguir, apresento o bloco Soluções onde se encontram os vários tipos de soluções para os diferentes tipos de clientes (figura 25), com o devido código (figura 26). Neste bloco optei por colocar uma cor azul como fundo (#3481B7), e uma vez mais o uso de cor branca (#FFFFFF) na fonte. Este bloco contém três sub-blocos, cada um com 33% de largura, de forma a obter esta disposição.



**Figura 25 - Soluções**

```

<section
id="SOLUTIONS">
  <div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex texture_lightblue">
    <div class="bboxLevel_1">
      <article class="padT30x padB30x padLR5p">
        <header class="padB30x">
          <h1><em>SOLU&Ccedil;&Otilde;ES</em></h1>

```

```

</header>
<p class="article_p_txt">Estas s&atilde;o algumas das solu&ccedil;&otilde;es que
temos para lhe oferecer:</p>
</article>
<div class="bboxLevel_2_lux padLR5p">
<div class="box_1">
<div class="block_img">

</div>
<article class="padTB10x padLR5p">
<header>
<h3><center><strong>SEGURO AUTO</strong></center></h3>
</header>
<p class="article_p_txt">O seguro completo para o seu carro que lhe proporciona a
melhor prote&ccedil;&atilde;o.</p>
</article>
</div>
<div class="box_2">
<div class="block_img">

</div>
<article class="padTB10x padLR5p">
<header>
<h3><center><strong>CASA E FAM&Iacute;LIA</strong></center></h3>
</header>
<p class="article_p_txt">Casa ter&aacute;a prote&ccedil;&atilde;o mais eficiente
para o seu lar e seguro vida para a sua fam&iacute;lia.</p>
</article>
</div>
<div class="box_3">
<div class="block_img">

</div>
<article class="padTB10x padLR5p">
<header>
<h3><center><strong>SEGURO SA&Uacute;DE</strong></center></h3>
</header>
<p class="article_p_txt">O seguro sa&uacute;de ajustado &agrave;s necessidades.
Temos a solu&ccedil;&atilde;o para si.</p>
</article>
</div>
</div>
</div>
</div>

```

```
</section>
```

**Figura 26 - Código do bloco Soluções**

Relativamente ao bloco referente às notícias (figura 27), este encontra-se vazio, isto porque a colocação de notícias iria ser realizada após o *site* estar online, para que estas se encontrassem sempre atualizadas. Este bloco terá o aspeto do bloco Soluções, ou seja, uma imagem relativa à notícia com o título da mesma por baixo. Apresento o código deste bloco, embora possua poucas linhas (figura 28). Ainda neste bloco, optei por colocar uma cor cinzenta (#424242) como fundo e, uma vez mais, a fonte de cor branca (#FFFFFF).



**NOTÍCIAS**

**Figura 27 - Notícias**

```
<section  
id="NEWS">  
  
  <div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex texture_light">  
    <div class="bboxLevel_1">  
      <article class="padT30x padB30x padLR5p">  
        <header class="padB30x">  
          <h1><em>NOTÍCIAS</em></h1>  
        </header>  
      </article>  
    </div>  
  </div>  
</section>
```

**Figura 28 - Código do bloco Notícias**

Por fim, encontram-se, no bloco que se segue, os contactos (figura 29) do ABN Seguros de forma a que clientes, potenciais clientes ou apenas simples utilizadores possam entrar em contacto com a seguradora, e, claro, apresento também o código utilizado para criar este bloco (figura 30). Neste bloco, optei por usar ícones, cada um contendo o *link* para a respetiva página. Este ícones foram criados em vetores (.svg) no *Adobe Illustrator*, permitindo assim a modificação do tamanho dos mesmos sem estes perderem qualidade gráfica.



Figura 29 - Contactos

```
<section
id="CONTACTS">
    <div class="bboxLevel_0 bboxLevel_0_flex bboxLevel_0_lux">
        <div id="kid6" class="bboxLevel_1">
            <article class="padT30x padB30x padLR5p">
                <header class="padB30x">
                    <h1><em>CONTACTOS</em></h1>
                </header>
                <p class="article_p_txt">Entre em contacto através dos contactos abaixo
                indicados:</p>
            </article>
            <div class="bboxLevel_2_flex padLR5p">
                <div class="bbox_1">
                    <div class="bblock_img">
                        <a href="https://www.facebook.com/abn.seguros" target="_blank"></a>
                    </div>
                </div>
                <div class="bbox_2">
                    <div class="bblock_img">
                        <a href="https://www.linkedin.com/in/abnseguros" target="_blank">
                </div>
            </div>
        </div>
    </div>
</section>
```



## 2.1.2. Versão para dispositivos móveis

- Header



Figura 31 - Header e Menu

- Quem somos

***ABN Seguros,  
protegendo o seu  
futuro... hoje!***

Mediadora de seguros, oferece as melhores condições para particulares e empresas, com condições ajustadas à medida. Com um vasto leque de opções, primamos pela qualidade nos serviços que prestamos, com o maior rigor e profissionalismo, indo de encontro às necessidades de cada indivíduo ou empresa. Na ABN Seguros encontra SEMPRE profissionalismo, confiança e transparência.

Figura 32 – Quem somos

- **Soluções para Particulares**



**SOLUÇÕES PARA PARTICULARES**

- Multirriscos Habitação
- Proteção Condomínio
- Planos de Saúde e dentário
- Proteção Vida
- Seguro de Viagem
- PPR (Fundo Pensões)
- Seguro automóvel
- Empregada Doméstica
- Proteção Animais Domésticos
- Proteção Pessoal
- Responsabilidade civil

**Figura 33 - Soluções para Particulares**

- **Soluções para Empresas**



**SOLUÇÕES PARA EMPRESAS**

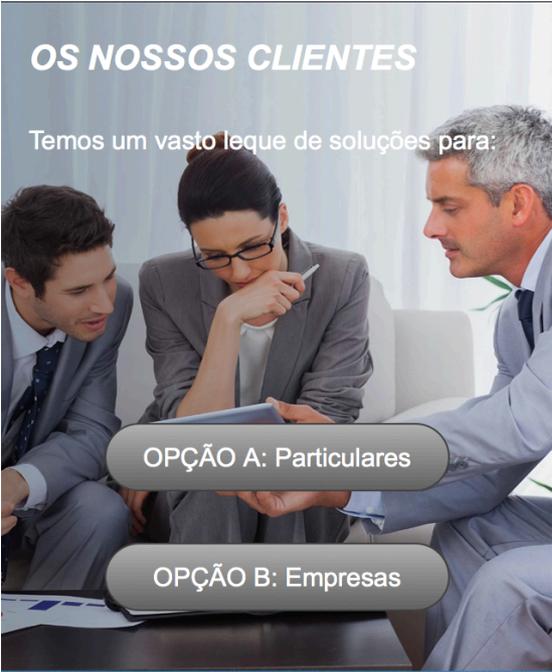
- Acidentes de Trabalho
- Responsabilidade Civil
- Seguro de Viagem
- Riscos Especiais
- Saúde Grupo
- Vida Grupo
- PPR (Fundo Pensões)
- Automóvel

**Figura 34 - Soluções para Empresas**

- **Os nossos clientes**

**OS NOSSOS CLIENTES**

Temos um vasto leque de soluções para:



OPÇÃO A: Particulares

OPÇÃO B: Empresas

**Figura 35 - Os nossos clientes**

- **Soluções**

**SOLUÇÕES**

Estas são algumas das soluções que temos para lhe oferecer:



**SEGURO AUTO**

O seguro completo para o seu carro que lhe proporciona a melhor proteção.

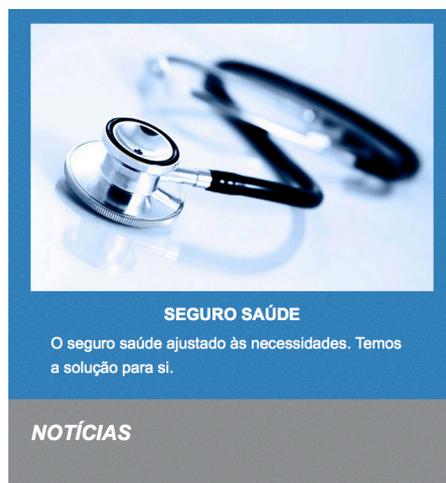


**CASA E FAMÍLIA**

Casa terá a proteção mais eficiente para o seu lar e seguro vida para a sua família.

**Figura 36 - Soluções (em falta Seguro Saúde)**

- **Soluções e Notícias**



**Figura 37 - Continuação do bloco Soluções e Notícias**

- **Contactos**



**Figura 38 - Contactos**

Nos *screenshots* é visível o *site* adaptado para *smartphones* e para *tablets*, isto porque o próprio *Drupal* possui características que me ajudaram nessa tarefa. Este *site* pode ser visível em qualquer *browser* e em qualquer dispositivo móvel. Todas as medidas mencionadas para a versão PC são as mesmas para a esta versão *mobile*, isto porque, o próprio *Drupal* redimensiona a fonte e as imagens

consoante o dispositivo móvel a ser utilizado, facilitando-me assim a construção do mesmo. No *header* (figura 31) o menu propriamente dito já não se encontra visível no *site*, contém um *dropdown*, ou seja, o utilizador terá que carregar no ícone do lado direito para que então apareça o menu. Nos blocos das Soluções (figura 33 e 34), blocos que contêm imagens como fundo, o que fiz foi deslocar o texto para baixo da imagem, para assim os campos puderam ser perceptíveis perante o utilizador. No bloco Os nossos clientes (figura 35), a diferença mais visível para com o mesmo na versão PC é a deslocação do botão Opção B: Empresas para baixo do botão Opção A: Particulares. Nas Soluções (figura 36 e 37), o método utilizado foi o mesmo que nas Soluções para Particulares (figura 33) e nas Soluções para Empresas (figura 34). Nos restantes blocos não existem alterações de maior visibilidade, porque seguiram o mesmo aspeto que na versão PC. Em conclusão, após o *site* estar criado para a versão PC, adaptá-lo para esta versão tornou-se uma tarefa mais acessível, visto que o *Drupal* realizou estas tarefas automaticamente, graças a um comando existente em *CSS*, chamado *@media screen (max-width)* e *@media screen (min-width)*. Este comando permite dispor conteúdo *web* conforme a largura indicada. No caso do *site* as medidas predefinidas para a largura são *480px*, *640px*, *768px*, *960px* e *1200px*. O *site* pode ser visto em qualquer máquina (*PC*, *tablets*, *smartphones*) que esteja compreendido nestas medidas. É importante referir que estas medidas podem ser alteradas pelo programador, mas, por norma, já são predefinidas pelo *Drupal*, para assim facilitar o desenvolvimento *web* por parte do programador.

Com o auxílio do *Drupal*, a construção de conteúdos *web* torna-se bastante acessível para qualquer pessoa que esteja interessada por esta área. É estritamente necessário ler a documentação deste *CMS*, documentação essa disponível no seu *site*, isto porque contém todas as normas e manuais de utilização.

## 2.2. Estacionário ABN Seguros

Após ter criado o *site*, pus a hipótese de criar um estacionário simples por iniciativa minha para fortalecer a comunicação e divulgação da seguradora. Este estacionário possui um *business card* (figura 31), um bloco de notas A5 (figura 32) e A4 (figura 33) e um marcador de livros (figura 34). Achei pertinente realizar esta atividade para aplicar os meus conhecimentos adquiridos em *Design Editorial*, mas também para complementar o *site*, e, além disso, foi uma tarefa que me deu bastante gosto a realizar. Esta tarefa foi realizada usando *QuarkXPress*, *software* que permite a criação e edição de *layouts*.

O *business card* que se segue possui como largura 9 cm e como altura 5 cm, os círculos que se encontram nos cantos têm uma cor laranja (#F16522), cor que se encontra no logótipo.

- **Business Card**



Figura 39 – Frente e trás respetivamente

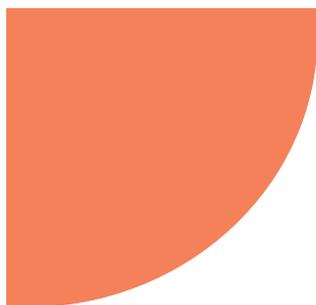
Na parte de trás do *business card* recorri ao ícones tal como foram empregados no bloco Contactos do *site*. Neste caso acrescentei a respetiva informação em cada ícone para assim puderem ser consultados pelo utilizador.

- **Bloco de notas A5**



**Figura 40 - Bloco de notas A5**

- **Bloco de notas A4**



**ABN Seguros**

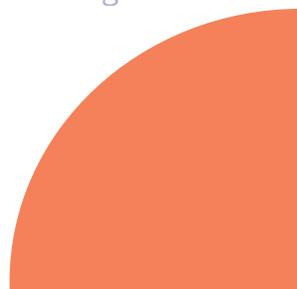
INSURANCE & CONSULTING

 [abnseguros@netvisao.pt](mailto:abnseguros@netvisao.pt)

 <https://www.linkedin.com/in/abnseguros>

 <https://www.facebook.com/abn.seguros>

 <https://twitter.com/ABNSeguros>



**Figura 31 - Bloco de notas A4**

- Marcador de livros



Figure 42 - Marcador de livros

Como é possível notificar, o bloco A4 e A5 contêm a informação alusiva aos contactos e ao logótipo com opacidade, isto porque, na necessidade de escrita por parte da seguradora ou por um cliente, a leitura é perceptível e a informação contida nestes dois blocos de notas é também legível. O marcador de livros tem de largura 5 cm e 14,8 cm de altura e acompanha a ideologia do logótipo.

### 3. Software utilizado

Durante o período de estágio o uso de programas informáticos foi essencial devido ao facto de o trabalho desenvolvido estar ligado à programação e ao *web design*.

Tudo começou no final do mês de julho, mês em que comecei a estagiar na Ameise Editora Lda., a pedido da editora, para assim começar a adaptar-me ao funcionamento da mesma.

As primeiras tarefas que tive que realizar foram na instalação do *software* necessário para a realização dos objetivos.

Destes *softwares* instalados e com que posteriormente trabalhei dou destaque ao Drupal pois era um *software* com o qual nunca tinha trabalhado antes, logo a necessidade de querer estar informado o máximo sobre este *software*, ver exemplos de *sites* que usam este CMS (content management system), vídeos e até mesmo fazer pequenos exercícios, era importantíssima. Assim tive que recorrer a todo tipo de informação *online* sobre este *software* para que rapidamente pudesse começar o projeto proposto.

Sendo um CMS, permitiu-me a criação de um *site*, mais precisamente o ABN Seguros. Mas, para que o Drupal funcionasse na íntegra de modo a que me permitisse cumprir o projeto, tive que utilizar o *MAMP* (*Mac OS X, Apache, MySQL, PHP/Python/Perl*), sendo este conjunto de programas direcionados para a criação de *sites* dinâmicos. Recorri, então, a um computador com o sistema operativo *Macintosh*, da *Apple*, ao *Apache* que é um servidor *web*, ao *MySQL* que é um sistema de gestão de base dados e, por fim, às linguagens de programação em que, além do uso de *PHP*, de *Python* e de *Perl*, tive que trabalhar também em *HTML*, *CSS* e *JavaScript*.

Para começar a escrever o código do site foi preciso um outro software, neste caso, um aplicativo de desenvolvimento *web*, o Coda 2, mais precisamente, um editor de texto.

Enquanto o código começava a ter um enquadramento lógico, o uso de vários *browsers* foi necessário, isto porque, à medida que ia escrevendo o código,

precisava de analisar o *site* em vários *browsers* de modo a que não sofresse alterações a nível estético consoante o *browser*. Então utilizei o *Safari*, o *Opera*, o *Google Chrome* e o *Mozilla Firefox*, sendo estes os mais conhecidos e os mais usados pelos utilizadores.

Em paralelo à criação do *site* tive que utilizar outros dois tipos de software, o *Adobe Illustrator CS5* e o *Adobe Photoshop CS5* para o tratamento de imagens. O cuidado no tratamento das imagens era elevado, pois tinham que ficar adaptadas para *web*, ou seja, ter o cuidado com o tamanho que possuíam (W x H, em que o W corresponde à largura, *width*, e o H corresponde à altura, *height*), aplicar alguma característica ou efeito às imagens, ter atenção ao espaço que ocupavam, ou seja, quanto menor fossem as suas unidades de medida mais rápidas seriam visualizadas no *site*, em *smartphones* e em *tablets* e principalmente estarem enquadradas com a informação que a página apresentava.

Por fim, mas não por último, utilizei o *QuarkXPress*, *software* que permite a criação e edição de *layouts*. Este *software* permitiu-me a criação de um estacionário, para a qual tive que recorrer a conhecimentos adquiridos em Design Editorial. Esta última tarefa, apesar de não estar relacionada com o trabalho que desenvolvi, tornou-se num desafio aliciante e deu-me bastante gosto a fazer.

#### 4. Auxílio do plano curricular para com o estágio

Algum tempo antes de iniciar o estágio, a minha preocupação em querer responder ao que me iria ser pedido era elevada, visto a minha falta de experiência na área prática; então, necessitei de organizar o material referente às unidades curriculares que tive ao longo do mestrado de modo a que a sua consulta fosse mais fácil e por sua vez mais rápida, ou seja, ter junto de mim material didático que me auxiliasse no cumprimento dos objetivos do estágio.

Depois de me serem atribuídas as tarefas a desempenhar, pude concluir que as unidades curriculares que mais me auxiliaram no período de estágio foram Multimédia Editorial I e II, Design Editorial, Gestão Editorial, Marketing Editorial, Propriedade Intelectual e Direitos de Autor e Empreendedorismo.

As restantes unidades curriculares, apesar de não terem estado inteiramente relacionadas com o trabalho desempenhado, tiveram um forte contributo no meu desenvolvimento pessoal e, mais tarde, poderão vir a ter impacto no meu percurso profissional.

O auxílio prestado por Multimédia Editorial I e II esteve maioritariamente relacionado com a construção de um site usando linguagem HTML e CSS e o uso de programas informáticos como o Adobe Photoshop e o Adobe Illustrator, ou seja, os conhecimentos adquiridos nestas duas unidades curriculares aceleraram o meu processo de trabalho, visto já possuir conhecimentos na área.

Relativamente à unidade curricular de Design Editorial, o auxílio que esta me trouxe esteve relacionada com fontes e com o nível estético, isto é, nas fontes houve o cuidado de utilizar as que melhor se enquadravam com o *site*, ter atenção em não usar certas fontes que pudessem transmitir uma imagem oposta à ideologia do *site*. A nível estético, foi uma das mais partes sensíveis durante o processo de construção do *site*, porque foi necessário realizar um estudo de cores antes de proceder à escolha definitiva das mesmas. Antes de criar o *site* propriamente dito, foi necessário desenhá-lo em papel, ou seja, para o poder construir numa plataforma digital, foi necessário criar esboços do mesmo para perceber qual seria a melhor maneira de o organizar e posteriormente montar.

As unidades curriculares de Gestão e Marketing Editorial auxiliaram-me no que diz respeito à gestão de uma organização (neste caso da editora), às despesas e aos ganhos que obtêm, aos parceiros de que necessitam, aos canais de comunicação que utilizam, aos principais clientes e, por fim, aos recursos que possuem.

Os conhecimentos adquiridos em Propriedade Intelectual e Direitos de Autor foram bastantes úteis principalmente no uso de imagens, textos e outros tipos de informação, ou seja, levou-me a ter um especial cuidado ao utilizar informação proveniente de outras fontes, para não correr o risco de estar a cometer uma ilegalidade, porque, ao utilizar informação de um autor sem autorização do mesmo para outros fins que não seja a pesquisa/consulta, poderia levar à aplicação de uma coima e, por sua vez, passar por uma situação algo inapropriada.

Por fim, em Empreendedorismo, adquiri um novo pensamento relativamente ao lançamento de um negócio/produto, delineando assim um plano para a concretização do mesmo, saber onde lançar um determinado negócio/produto, que estratégias utilizar e como inovar para poder estar um passo mais à frente da concorrência. Uma ferramenta que me auxiliou neste processo foi o *Business Model Canvas* de *Osterwalder*. Tais características puderam ser aplicadas na construção do *site*, isto é, realizar uma inovação deste produto para estar equiparado à concorrência.

Como referi anteriormente, as restantes unidades curriculares não me prestaram qualquer auxílio no decorrer do estágio, mas acredito que poderão ser uma mais valia no meu percurso profissional.

## Conclusão

Após a apresentação do relatório, estou consciente de que o mesmo não faz justiça aos sete meses de intensa aprendizagem que se desenrolou no meu estágio. Muito do que aprendi, na verdade, é difícil transmiti-lo por palavras. Este projeto, inteiramente prático, requer uma explicação mais bem concebível através de uma apresentação oral.

O receio que tinha quando iniciei o estágio era evidente, isto porque tinha comigo um projeto de extrema responsabilidade e os prazos tinham que ser cumpridos. Não podia finalizar um projeto após o prazo estabelecido, porque isto iria prejudicar a editora e conseqüentemente também me prejudicaria. Então foi necessário empenho e dedicação, e, com o tempo em que ia ganhando experiência, o receio passou a ser nulo.

A Ameise Editora, apesar de ser uma microempresa, dispõe de uma vasta gama de serviços que podem e devem marcar a diferença num mercado cada vez mais forte. Sendo inovação e formação as suas palavras de ordem, a editora aposta na formação de jovens estagiários, que, para com estes, prevaleçam no mercado, destacando-se da concorrência pela visão inovadora e pela excelente formação prestada pelos dois diretores. A polivalência é definitivamente o seu segredo, isto porque, prestando formação/serviços em variadíssimas áreas, consegue alcançar um público maior, logo, um maior número de clientes, sem nunca se desviar de uma das suas palavras de ordem, inovação.

Esta experiência de poder estagiar na Ameise Editora abriu-me portas para poder entrar no mercado de trabalho e poder aplicar os meus conhecimentos na prática, mais em concreto no mundo da programação e do *web design*.

## Bibliografia

- ABREU, Luís - **HTML 5**. 2ª ed. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2012. ISBN 9789727227396
- BRIAN CRAY. **PX to EM**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL <http://pxtoem.com/> >.
- BRIDE, Mac - **Iniciação à Criação de Páginas na Web em Html**. Cambridge: SITEPOINT PTY LTD, 2011. ISBN 9780987090850
- CODA. **CODA 2**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://panic.com/coda/>>.
- COLOR HEX. **Color Hex Color Codes**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.color-hex.com/>>.
- DRUPAL. **Come for the software, stay for the community**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.drupal.org/>>.
- ERIKA SARTI. **Tabela de Acentuação e Caracteres Especiais (entities) em HTML**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://erikasarti.net/html/acentuacao-caracteres-especiais/>>.
- JELLY CODE. **Design Gráfico**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.jellycode.pt/servicos/design-grafico/>>.
- HTML.AM. **HTML Codes, Editors, and Generators**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.html.am/>>.
- MAMP. **Manage your websites locally**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015] Disponível em WWW:<URL: <https://www.mamp.info/en/>>.
- OSTERWALDER, Alexander - **Business Model Generation**. Amsterdam: Modderman Drukwerk, 2009. ISBN 978-2-8399-0580-0
- QUORA. **What should everyone know about the Business Model Canvas?**. [Em linha]. [Consult. 25 julho. 2015] Disponível em WWW:<URL: <http://www.quora.com/What-should-everyone-know-about-the-Business-Model-Canvas> >.

- REFSNES DATA. **CSS Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015]  
Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/css/default.asp>>.
- REMOALDO, Pedro - **CSS 3: MyTI**. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2011. ISBN 9789727227310
- REFSNES DATA. **HTML 5 Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015]  
Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/html/default.asp>>.
- REFSNES DATA. **PHP 5 Tutorial**. [Em linha]. [Consult. 30 maio. 2015]  
Disponível em WWW:<URL: <http://www.w3schools.com/php/default.asp>>.
- SANDERS, Bill - **Smashing HTML 5**. Bookman, 2012. ISBN 9788577809608