Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Carvalho, Ana Sofia Baptista

Projeto de comunicação corporativa integrada: caso de estudo MATOBRA

https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3099

Metadados

Data de Publicação 2016

Resumo O presente relatório resulta do desenvolvimento de um projeto de comunicação corporativa integrada para a empresa Matobra, S.A. Das pesquisas e análise desenvolvidas e partindo do estudo temático da identidade visual corporativa, do design editorial e da multimédia foi possível propor e aplicar uma nova marca gráfica para o caso em estudo. Para o desenvolvimento deste projeto procedeu-se a um levantamento do estado da arte, à observação direta e a inquéritos por entrevista à organização, os...

Editor IPCB. ESART

Palavras Chave Design gráfico, Identidade visual corporativa, Comunicação integrada, Estratégia de comunicação, Matobra

Tipo report

Revisão de Pares Não

Coleções ESART - Design de Comunicação e Produção Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-05-02T21:47:20Z com informação proveniente do Repositório

Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Projeto de Comunicação Corporativa Integrada:

Caso de Estudo MATOBRA

Ana Sofia Baptista Carvalho

20130331

Orientador

Professor Doutor João Vasco Matos Neves

Projeto apresentada à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Doutor João Vasco Matos Neves (Professor Adjunto), da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho 2016

O júri

Presidente

Prof. Doutora Ana Sofia André Bentes Marcelo

Professora Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas

Vogais

Prof. Doutor João Vasco Matos Neves (Orientador)

Professor Adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas

Prof. Doutor Daniel Raposo Martins (Arguente)

Professor Adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas

Agradecimentos

Em primeiro lugar, expressar a minha gratidão para com a Matobra, na pessoa do Sr. Eng. José Carlos Martins, que permitiu o desenvolvimento deste projeto.

Também um agradecimento muito especial ao Ricardo pela ajuda, paciência e por nunca desistir de estar a meu lado, bem como aos meus pais pela compreensão em todas as horas difíceis.

Quero ainda deixar um enorme obrigada ao professor João Neves pelo apoio, por todas os ensinamentos e ainda pela constante disponibilidade em esclarecer todas as minhas dúvidas. E, também ao professor José Silva pela atenção, partilha de conhecimentos e por todos os conselhos dados sempre que solicitei a sua ajuda, ao longo do desenvolvimento deste projeto.

Um obrigada ainda a todos os restantes docentes que estiveram presentes ao longo deste percurso e que contribuíram para a minha evolução pessoal e profissional oferecendo-me os conhecimentos necessários para a concretização deste projeto.

Por último, mas não menos importante, quero, da mesma forma, agradecer aos meus colegas que estiveram sempre prontos para me dar energia nos dias mais cansativos. No fundo, um obrigada a todos os que, direta ou indiretamente, fizeram com que este projeto fosse possível.

Resumo

O presente relatório resulta do desenvolvimento de um projeto de comunicação corporativa integrada para a empresa Matobra, S.A. Das pesquisas e análise desenvolvidas e partindo do estudo temático da identidade visual corporativa, do design editorial e da multimédia foi possível propor e aplicar uma nova marca gráfica para o caso em estudo.

Para o desenvolvimento deste projeto procedeu-se a um levantamento do estado da arte, à observação direta e a inquéritos por entrevista à organização, os quais permitiram definir o problema em análise. Numa segunda fase aplicou-se a metodologia de estudo de casos, bem como se aprofundaram as leituras para fundamentação teórica do projeto. Dos resultados anteriores foi possível proceder à análise e diagnóstico do estudo e iniciar a investigação ativa, composta pelo desenvolvimento dos esboços, da marca gráfica e respetivas aplicações em múltiplos suportes.

Com o presente projeto foi possível redesenhar a marca gráfica da empresa e encontrar novas forma e meios de comunicação que, no seu conjunto, procuram reposicionar a empresa para um segmento de mercado específico, solucionar problemas de comunicação e comunicar de forma integrada, coerente e ajustada, com vista a um maior retorno financeiro provocado pelo aumento de vendas.

Palavras chave

Design Gráfico, Identidade Visual Corporativa, Comunicação Integrada, Estratégia de Comunicação, Matobra

Abstract

This report results from the development of an integrated communication project for Matobra, S.A. Company. From the research and analysis developed and based on the thematic study of corporate branding, editorial design and multimedia, it was possible to propose and implement a new brand mark for the case study.

For the development of this project was carried out to survey the state of the art, direct observation and interview surveys to the organization, which allowed to define the problem in analysis. In a second phase applied the methodology of case study and deepened the readings for theoretical basis. From the above results it was possible to realize the analysis and the diagnosis of the study and start an active investigation, composed by the development of sketches, brand mark and their applications in multiple supports.

With this project it was possible to redesign the brand mark of the company and find new forms and media that, as a whole, seek the reposition of the company for a specific market segment, solving communication problems and communicate in an integrated form, coherent and adjusted with a view to greater financial returns caused by increased sales.

Keywords

Graphic Design, Corporate Visual Identity, Integrated Communication, Communication Strategy, Matobra

Índice geral

CAPÍTULO I – CONTEXTUALIZAÇÃO **1**
1. INTRODUÇÃO **1**
1.1. MOTIVAÇÃO 1
1.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJETO 2
1.2.1. Definição do projeto *2*
1.2.2. Enquadramento do problema *2*
1.3. DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO 4
1.4. OBJETIVOS 5
2. ENQUADRAMENTO **6**
2.1. METODOLOGIA 6
2.2. OBJETO DE ESTUDO 7
2.2.1. A empresa *7*
2.3. DIAGNÓSTICO 11
2.4. CALENDARIZAÇÃO 13
CAPÍTULO II – FUNDAMENTAÇÃO **15**
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA **15**
3.1. COMUNICAÇÃO INTEGRADA 15
3.2. IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA 16
3.3. DESIGN DE COMUNICAÇÃO 18
3.4. MULTIMÉDIA 22
4. ESTUDO DE CASOS **25**
4.1. AKI 25
4.1.1. Marca Gráfica *25*
4.1.2. Comunicação *26*
4.1.3. Sumário *32*
4.2. LEROY MERLIN 33
4.2.1. Marca Gráfica *33*
4.2.2. Comunicação *34*
4.2.3. Sumário *39*
4.3. ARMAZÉNS REIS 40
4.3.1. Marca Gráfica *40*
4.3.2. Comunicação *41*
4.3.3. Sumário *46*
4.4. MAXMAT 47
4.4.1. Marca Gráfica *47*
4.4.2. Comunicação *48*
4.4.3. Sumário *52*
4.5. INTERDESIGN 53
4.5.1. Marca Gráfica *53*
4.5.2. Comunicação *54*
4.5.3. Sumário *58*
4.6. DETALHES E DESIGN 59
4.6.1. Marca Gráfica *59*
4.6.2. Comunicação *60*

4.6.3. Sumário *63*
4.7. LASKASAS 64
4.7.1. Marca Gráfica *64*
4.7.2. Comunicação *65*
4.7.3. Sumário *71*
4.8. QUARTOSALA 72
4.8.1. Marca Gráfica *72*
4.8.2. Comunicação *73*
4.8.3. Sumário *77*
4.9. SÍNTESE 78
CAPÍTULO III – ANÁLISE E DIAGNÓSTICO 81
5. ANÁLISE 81
5.1. ANÁLISE DOS SUPORTES DE COMUNICAÇÃO ATUAIS DA EMPRESA 81
5.2. ANÁLISE SWOT 99
5.3. ANÁLISE DE FUNÇÕES 100
5.4. ANÁLISE DE MEIOS DE PRODUÇÃO E CONDICIONAMENTOS 101
5.5. ANÁLISE DA FUNDAMENTAÇÃO 102
5.6. SÍNTESE DE IDEIAS E DE SOLUÇÕES POSSÍVEIS 104
6. DIAGNÓSTICO 105
6.1. DIAGNÓSTICO – DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO 105
6.2. CANAIS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO A DESENVOLVER 109
6.3. POSICIONAMENTO 110
6.4. BRAND PERSONALITY E TREND BOARD 111
6.5. ORGANOGRAMA DE ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO 116
CAPÍTULO IV – INVESTIGAÇÃO ATIVA / ELABORAÇÃO DO PROJETO 117
7. DEFINIÇÃO DO CONCEITO / ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO 117
8. FASE DE CONCEPÇÃO EXPERIMENTAL DO PROJETO 121
8.1. DESENVOLVIMENTO CONCEPTUAL, ESBOÇOS E SELEÇÃO DE SOLUÇÕES 121
8.2. DESENVOLVIMENTO OBJETOS GRÁFICOS 123
8.2.1. Marca Gráfica Matobra *123*
8.2.2. Estacionário *125*
8.2.3. Merchandising *128*
8.2.4. Sinalética *129*
8.2.5. Outras aplicações *131*
8.2.6. Comemoração dos 50 anos *143*
8.2.7. Manual e Kit de normas *147*
8.3. ORÇAMENTAÇÃO 149
CAPÍTULO V – APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS 151
9. ARTES FINAIS 151
9.1. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS/MAQUETAS E SUA JUSTIFICAÇÃO 151
9.1.1. Marca Gráfica Matobra *152*
9.1.2. Estacionário *152*
9.1.3. Merchandising *153*
9.1.4. Sinalética *154*
9.1.5. Outras aplicações *155*
9.1.6. Comemoração dos 50 anos *159*

9.1.7. Manual e Kit de normas..... 161
CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO..... 163
10. CONCLUSÕES..... 163
CAPÍTULO VII – BIBLIOGRAFIA..... 165
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 165
12. BIBLIOGRAFIA..... 167
CAPÍTULO VIII – ANEXOS..... 171

Índice de figuras

FIGURA 1- ESQUEMA DA METODOLOGIA UTILIZADA PARA O DESENVOLVIMENTO DESTE PROJETO. 6
FIGURA 2- MARCA GRÁFICA DA MATOBRA. FONTE: HTTPS://PLPCOIMBRA.FILES.WORDPRESS.COM/2010/03/LOGO-MATOBRA.PNG?W=616&H=164 9
FIGURA 3 – MARCA GRÁFICA DO GABINETE DE PROJETOS DA MATOBRA, DESIGNADO IN9 ESPAÇO. 10
FIGURA 4 – GAMA DE PRODUTOS DA MATOBRA. FONTE: HTTP://WWW.MATOBRA.PT 10
FIGURA 5- MARCA GRÁFICA DO ESPAÇO COMERCIAL OUTLET DA MATOBRA (MERCADO POPULAR). FONTE: HTTP://WWW.MATOBRA.PT/MERCADO.HTM 10
FIGURA 6 – EMPRESAS COM AS QUAIS A MATOBRA POSSUI LIGAÇÕES. 10
FIGURA 7- EXEMPLO DE UMA PUBLICAÇÃO DO FACEBOOK. 11
FIGURA 8 - BROCHURA INSTITUCIONAL DA EMPRESA. 11
FIGURA 9 - EXTERIOR DA EMPRESA ONDE É POSSÍVEL OBSERVAR A COEXISTÊNCIA DE DUAS MARCAS GRÁFICAS DA MATOBRA DIFERENTES. FONTE: AUTORA. 12
FIGURA 10 - FALTA DE LEGIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES DA PORTA DE ENTRADA. FONTE: AUTORA DO PROJETO 12
FIGURA 11 - UMA DAS VÁRIAS FOLHAS COLOCADAS NAS JANELAS, DE MODO A INDICAR A ENTRADA DA EMPRESA 12
FIGURA 12 – ELEMENTOS DE UMA MARCA GRÁFICA 17
FIGURA 13 – MARCA GRÁFICA DO AKI. 25
FIGURA 14- WEBSITE DO AKI (PÁGINA HOME) 26
FIGURA 15- SINALÉTICA PRESENTE NAS DIVERSAS LOJAS DA MARCA. FONTE: YOUTUBE AKI 28
FIGURA 16- PÁGINA DO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK AKI. 29
FIGURA 17- PÁGINA DO TWITTER. FONTE: TWITTER. 29
FIGURA 18- CANAL DO YOUTUBE. FONTE: YOUTUBE. 30
FIGURA 19- BROCHURA VIVAKI JARDIM. FONTE: WEBSITE AKI 30
FIGURA 20- FARDAMENTO DOS FUNCIONÁRIOS. FONTE: YOUTUBE. 31
FIGURA 21- ETIQUETAS DE PREÇO PRESENTES NAS LOJAS AKI. FONTE: YOUTUBE. 32
FIGURA 22- MARCA GRÁFICA. FONTE: WEBSITE LEROY MERLIN. 33
FIGURA 23- WEBSITE LEROY MERLIN. 34
FIGURA 24- SINALÉTICA LEROY MERLIN. FONTE: YOUTUBE 35
FIGURA 25- PÁGINA DO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK. 36
FIGURA 26- CANAL DO YOUTUBE LEROY MERLINS. FONTE: YOUTUBE 37
FIGURA 27- CATÁLOGOS LEROY MERLIN. FONTE: WEBSITE LEROY MERLIN. 37
FIGURA 28- FOLHETO LEROY MERLIN. FONTE: WEBSITE LEROY MERLIN. 38
FIGURA 29- FARDAMENTO. FONTE: YOUTUBE. 39
FIGURA 30- ETIQUETAS DE PREÇO LEROY MERLIN. FONTE: YOUTUBE. 39
FIGURA 31-MARCA GRÁFICA ARMAZÉNS REIS. FONTE: WEBSITE DA MARCA. 40
FIGURA 32- WEBSITE ARMAZÉNS DOS REIS. 41
FIGURA 33- SINALÉTICA ARMAZÉNS DOS REIS. FONTE: WEBSITE. 42
FIGURA 34- PÁGINA DO FACEBOOK DA MARCA EM QUESTÃO. FONTE: FACEBOOK. 43
FIGURA 35- CANAL DO YOUTUBE DA MARCA. FONTE: YOUTUBE. 44
FIGURA 36 –CATÁLOGO ARMAZÉNS DOS REIS. 44
FIGURA 37 – FOLHETOS ARMAZÉNS DOS REIS. 45
FIGURA 38- ETIQUETAS DE PREÇO ARMAZÉNS DOS REIS 46
FIGURA 39- MARCA GRÁFICA. FONTE: HTTP://NAOPERCA.PT/PICTURES/STORES/LOGOS/XMAXMAT.PNG.PAGESPEED.IC.-ZRPXBBHHX.PNG. 47
FIGURA 40- WEBSITE MAXMAT. 48
FIGURA 41 – SINALÉTICA MAXMAT. FONTE: WEBSITE DA MARCA. 49
FIGURA 42- CANAL DO YOUTUBE. FONTE: YOUTUBE. 50

FIGURA 43- FOLHETOS MAXMAT. 51
FIGURA 44- MARCA GRÁFICA INTERDESIGN. FONTE: WEBSITE. 53
FIGURA 45- WEBSITE INTERDESIGN. 54
FIGURA 46- PINTEREST DA INTERDESIGN. 55
FIGURA 47- PÁGINA DO FACEBOOK DA MARCA EM QUESTÃO. FONTE: FACEBOOK. 55
FIGURA 48- INSTAGRAM INTERDESIGN. 56
FIGURA 49- CANAL DO YOUTUBE DA INTERDESIGN. FONTE: YOUTUBE. 56
FIGURA 50- BLOG INTERDESIGN. 56
FIGURA 51- MARCA GRÁFICA DA DETALHES E DESIGN. FONTE: FACEBOOK DETALHES E DESIGN 59
FIGURA 52- WEBSITE DETALHES E DESIGN. 60
FIGURA 53- EXTERIOR DA EMPRESA. FONTE: GOOGLE MAPS 61
FIGURA 54- PÁGINA DO FACEBOOK DA MARCA EM QUESTÃO. 62
FIGURA 55- FARDAMENTO. FONTE: FACEBOOK DETALHES E DESIGN. 63
FIGURA 56- MARCA GRÁFICA LASKASAS. FONTE: HTTP://WWW.CARGADETRABALHOS.NET/WP-CONTENT/UPLOADS/2013/09/LASKASAS_BLACK_2013.JPG. 64
FIGURA 57- WEBSITE LASKASAS. 65
FIGURA 58- EXTERIOR LOJAS E ARMAZÉNS LASKASAS. FONTE: FACEBOOK, WEBSITE. 66
FIGURA 59 –PINTEREST DA MARCA. FONTE: PINTEREST. 67
FIGURA 60- PÁGINA DO FACEBOOK DA MARCA EM QUESTÃO. FONTE: FACEBOOK. 68
FIGURA 61 – TWITTER DA MARCA EM QUESTÃO. FONTE: TWITTER. 68
FIGURA 62 – INSTAGRAM DA MARCA EM QUESTÃO. FONTE: INSTAGRAM. 68
FIGURA 63 – CANAL DO YOUTUBE LASKASAS. FONTE: YOUTUBE. 69
FIGURA 64 – REVISTA ONLINE DA LASKASAS. FONTE: WEBSITE. 69
FIGURA 65 – FARDAMENTO DOS VÁRIOS PROFISSIONAIS DA EMPRESA. FONTE: YOUTUBE. 70
FIGURA 66 – MARCA GRÁFICA. FONTE: WEBSITE. 72
FIGURA 67 – WEBSITE DA MARCA. 73
FIGURA 68 – PINTEREST QUARTO SALA. 74
FIGURA 69 - PÁGINA DO FACEBOOK DA MARCA. 75
FIGURA 70 – TWITTER DA QUARTO SALA. 75
FIGURA 71 – INSTAGRAM DA QUARTO SALA. 75
FIGURA 72 - VIMEO DA QUARTO SALA. 76
FIGURA 73 - LINKEDIN QUARTO SALA. 76
FIGURA 74 – REVISTA ONLINE THINQS. FONTE: WEBSITE. 76
FIGURA 75 – VERSÃO HORIZONTAL COM DESIGNAÇÃO. FONTE: AUTORA. 81
FIGURA 76 – VERSÃO VERTICAL DA MARCA GRÁFICA. 82
FIGURA 77 – VERSÃO VERTICAL COM DESIGNAÇÃO. FONTE: AUTORA. 82
FIGURA 78 – OUTRA VERSÃO VERTICAL DA MARCA GRÁFICA. FONTE: AUTORA. 82
FIGURA 79- MAPA DO SHOWROOM MATOBRA COM INDICAÇÃO DOS VÁRIOS SECTORES VENDIDOS. FONTE: AUTORA. 83
FIGURA 80- SINALÉTICA INTERIOR SUSPENSA. FONTE: FACEBOOK MATOBRA. 83
FIGURA 81- GABINETE IN9ESPAÇO. FONTE: AUTORA. 84
FIGURA 82-EXTERIOR DO SHOWROOM MATOBRA. FONTE: AUTORA. 85
FIGURA 83- PLACA INDICATIVA DO ESTACIONAMENTO E PLACA INFORMATIVA DO HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO. FONTE: AUTORA. 85
FIGURA 84 – UMA DAS VÁRIAS FOLHAS INDICATIVAS DA ENTRADA DA MATOBRA. FONTE: AUTORA. 86
FIGURA 85- EXEMPLO DE DOIS INÍCIOS DE CAPÍTULO DA REVISTA. 87
FIGURA 86 – REVISTA DE CORAÇÃO. FONTE: HTTP://ISSUU.COM/MARTARIOTORTO/DOCS/REVISTA_28.150DPI 87
FIGURA 87- ETIQUETAS DE DOSSIER. FONTE: AUTORA. 88
FIGURA 88 – SACOS DE PAPEL. FONTE: AUTORA. 88

FIGURA 89- BROCHURA INSTITUCIONAL DA EMPRESA. FONTE: HTTP://ISSUU.COM/MARTARIOTORTO/DOCS/APRESENTA__O_MATOBRA_100DPI 89
FIGURA 90- ESTACIONÁRIO MATOBRA. FONTE: AUTORA. 90
FIGURA 91- PAPEL DE EMBRULHO MATOBRA. FONTE: AUTORA. 90
FIGURA 92- BANDEIRA MATOBRA. FONTE: FACEBOOK ASSOCIAÇÃO DESPORTIVA E CULTURAL DA ADÉMIA. 91
FIGURA 93- AVISOS PRESENTES AO LONGO DO SHOWROOM MATOBRA. FONTE: AUTORA. 91
FIGURA 94- FLYER MATOBRA. FONTE: AUTORA. 92
FIGURA 95 – ANÚNCIO DE JORNAL RELATIVO AO MERCADO POPULAR. 92
FIGURA 96 – ETIQUETAS DE PREÇO DOS PRODUTOS DA MATOBRA. FONTE: AUTORA. 93
FIGURA 97- PORTA DE ENTRADA. FONTE: AUTORA. 93
FIGURA 98- CAIXA DE CORREIO DA EMPRESA. 94
FIGURA 99- MOLDURAS PRESENTES AO LONGO DO SHOWROOM. FONTE: AUTORA. 94
FIGURA 100- AUTOCOLANTE MATOBRA. FONTE: AUTORA. 95
FIGURA 101 – BLOG MATOBRA. FONTE: HTTP://MATOBRA.BLOGSPOT.PT 95
FIGURA 102 – TWITTER MATOBRA. 96
FIGURA 103 – PÁGINA DO FACEBOOK DA MATOBRA. FONTE: WWW.FACEBOOK.COM/MATOBRA-145428842161063/ 97
FIGURA 104- WEBSITE DA MATOBRA E PÁGINA DO MERCADO POPULAR. FONTE: HTTP://MATOBRA.PT 98
FIGURA 105 - APLICAÇÃO PARA GESTÃO DAS REDES SOCIAIS E PLANOS DE ALOJAMENTO PARA O WEBSITE. FONTE: BUFFER E WIX. 100
FIGURA 106 - PERCENTAGEM DE PESSOAS QUE CONHECE A MATOBRA E IDENTIFICOU OU NÃO O SÍMBOLO DA SUA MARCA GRÁFICA. FONTE: AUTORA 107
FIGURA 107 – PERCENTAGEM DE PESSOAS QUE, CONHECENDO O MERCADO POPULAR, CONHECE OU NÃO A MATOBRA. FONTE: AUTORA. 108
FIGURA 108 – PERCENTAGEM DE PESSOAS QUE IDENTIFICOU O SÍMBOLO DA MARCA GRÁFICA DA MATOBRA POR IDADES (DO UNIVERSO DOS 37%). FONTE: AUTORA. 108
FIGURA 109 – NÚMERO DE PESSOAS QUE CONHECE A MATOBRA E QUE IDENTIFICOU O SÍMBOLO. FONTE: AUTORA. 108
FIGURA 110 – POSICIONAMENTO ATUAL DA MATOBRA E DO MERCADO POPULAR. FONTE: AUTORA. 110
FIGURA 111- REPOSICIONAMENTO / POSICIONAMENTO DESEJADO PARA A MATOBRA E MERCADO POPULAR. 110
FIGURA 112 – BRAND PERSONALITY. FONTE IMAGENS: GETTYIMAGES, PINTEREST. 112
FIGURA 113 - TENDÊNCIAS A NÍVEL DE CAPAS DE REVISTAS DE DECORAÇÃO, SEGUNDO O PINTEREST. FONTE: PINTEREST. 113
FIGURA 114- QUADRO DE TENDÊNCIAS. FONTE DAS IMAGENS: PINTEREST E GETTY IMAGES. 114
FIGURA 115- WEBSITES, MARCAS GRÁFICAS E GAMA CROMÁTICA DE EMPRESAS DA ÁREA. FONTE IMAGENS: WEBSITES DAS MARCAS. 115
FIGURA 116- ORGANOGRAMA DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO FONTE: AUTORA. 116
FIGURA 117- ARQUÉTIPOS EMOCIONAIS PREDOMINANTES NA MATOBRA. FONTE: GETTY IMAGES. 119
FIGURA 118- ARQUÉTIPOS EMOCIONAIS. FONTE DAS IMAGENS: GETTY IMAGES 120
FIGURA 119 - ESBOÇOS PARA O SÍMBOLO DA MARCA GRÁFICA. 122
FIGURA 120 – ESBOÇOS PARA A MARCA GRÁFICA (VER TAMBÉM ANEXOS Q, R,S, V, X E Y). 122
FIGURA 121- NOVA MARCA GRÁFICA. 124
FIGURA 122 – ALGUMAS VERSÕES DA NOVA MARCA GRÁFICA. 125
FIGURA 123 – CONSTRUÇÃO DA MARCA GRÁFICA E RELAÇÃO ENTRE A TIPOGRAFIA E O SÍMBOLO. 125
FIGURA 124 – PAPEL DE CARTA. 126
FIGURA 125 – ENVELOPE DLL COM JANELA. 126
FIGURA 126- CARTÃO DE VISITA GERAL. 127
FIGURA 127- CARTÃO DE VISITA PERSONALIZADO. 127

FIGURA 128- PASTA COMERCIAL..... 127
FIGURA 129 – VERSÃO DA MARCA GRÁFICA UTILIZADA NA CANETA..... 128
FIGURA 130- VERSÃO DA MARCA GRÁFICA UTILIZADA NOS SACOS DE COR PRETA E NOS DE COR BRANCA. 128
FIGURA 131- PADRÃO UTILIZADO NO PAPEL DE EMBRULHO..... 129
FIGURA 132 – BAIXO RELEVO DO PADRÃO UTILIZADO NA AGENDA..... 129
FIGURA 133- PLANTA PARA COLOCAR NA RECEPÇÃO DA EMPRESA..... 129
FIGURA 134 – SINALÉTICA AMOVÍVEL PARA OS DIVERSOS SECTORES..... 130
FIGURA 135 – INFORMAÇÕES PARA PORTA DA ENTRADA DA EMPRESA..... 131
FIGURA 136- HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA A COLOCAR PERTO DO PORTÃO DA EMPRESA. 131
FIGURA 137- VERSÃO DA MARCA GRÁFICA UTILIZADA NA PLACA DE IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA..... 131
FIGURA 138 – PÁGINA HOME DO WEBSITE DA MATOBRA..... 133
FIGURA 139- PÁGINAS DO NOVO WEBSITE DA MATOBRA..... 133
FIGURA 140 – NOVO FACEBOOK DA EMPRESA..... 134
FIGURA 141 – PINTEREST DA EMPRESA..... 134
FIGURA 142 – INSTAGRAM DA MATOBRA..... 135
FIGURA 143 - CONTRACAPA E CAPA DO NÚMERO 29 DA REVISTA DE CORAÇÃO..... 137
FIGURA 144 – REVISTA DE CORAÇÃO..... 137
FIGURA 145 – VINIL PARA CARRINHA DA MATOBRA..... 138
FIGURA 146 – CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS DA MATOBRA..... 138
FIGURA 147 – MARCA GRÁFICA I9 ESPAÇO..... 139
FIGURA 148 – ETIQUETA DOSSIER I9 ESPAÇO..... 139
FIGURA 149 - CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS DA I9 ESPAÇO..... 139
FIGURA 150 – ANÚNCIO COM CONTACTOS NA HORIZONTAL..... 140
FIGURA 151 – ANÚNCIO DE PROMOÇÕES..... 140
FIGURA 152 - ANÚNCIO COM CONTACTOS NA VERTICAL..... 140
FIGURA 153 – CARIMBO DA MATOBRA..... 141
FIGURA 154 – ETIQUETAS PARA DOSSIER..... 141
FIGURA 155 – ETIQUETAS DE PREÇOS..... 142
FIGURA 156 – MARCA GRÁFICA PARA OS POLOS DOS FUNCIONÁRIOS DE ARMAZÉM..... 142
FIGURA 157 – DETALHES DAS CAMISAS PARA FUNCIONÁRIOS DO SHOWROOM..... 142
FIGURA 158 – FUNDO PARA O AMBIENTE DE TRABALHO DOS COMPUTADORES DA EMPRESA..... 143
FIGURA 159 – LOGÓTIPO DE COMEMORAÇÃO DOS 50 ANOS DA MATOBRA..... 143
FIGURA 160 – ENVELOPE COMEMORATIVO DOS 50 ANOS DA EMPRESA..... 143
FIGURA 161 – PAPEL DE CARTA E PAPEL DE FATURA COMEMORATIVO DOS 50 ANOS DA MATOBRA..... 144
FIGURA 162 – ANÚNCIO COMEMORATIVO DOS 50 ANOS..... 144
FIGURA 163 – LONA OUTDOOR COMEMORATIVA..... 145
FIGURA 164 – CONTRACAPA E CAPA DA REVISTA DE COMEMORAÇÃO DOS 50 ANOS DA EMPRESA..... 146
FIGURA 165 – MIOLO DA REVISTA COMEMORATIVA DOS 50 ANOS DA MATOBRA..... 146
FIGURA 166 – AUTOCOLANTE PARA SACOS..... 146
FIGURA 167 – MEDALHA DE COMEMORAÇÃO DOS 50 ANOS DA MATOBRA..... 147
FIGURA 168 – CONTRACAPA E CAPA DO MANUAL DE NORMAS..... 147
FIGURA 169 – ALGUMAS PÁGINAS DO MANUAL DE NORMAS DA NOVA MARCA..... 148
FIGURA 170 – KIT DE NORMAS..... 148
FIGURA 171 – MARCA GRÁFICA PRINCIPAL..... 152
FIGURA 172 - MARCA GRÁFICA SECUNDÁRIA..... 152
FIGURA 173 – ESTACIONÁRIO..... 152
FIGURA 174 – PASTA COMERCIAL..... 153
FIGURA 175 – CANETA MATOBRA..... 153

FIGURA 176 – AUTOCOLANTE. 153
FIGURA 177 – SACOS DA EMPRESA. 153
FIGURA 178 – PAPEL DE EMBRULHO. 154
FIGURA 179 – AGENDA DA MATOBRA. 154
FIGURA 180 – PLANTA PARA COLOCAR NA RECEPÇÃO. 154
FIGURA 181 – SINALÉTICA AMOVÍVEL PARA CADA SECTOR. 154
FIGURA 182 – PORTA DE ENTRADA DO SHOWROOM DA EMPRESA. 155
FIGURA 183 – HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA PARA O EXTERIOR 155
FIGURA 184 – PLACA EXTERIOR DE IDENTIFICAÇÃO DA MATOBRA. 155
FIGURA 185 – WEBSITE DA EMPRESA. 156
FIGURA 186 – REDES SOCIAIS DA MATOBRA 156
FIGURA 187 – REVISTA DE CORAÇÃO. 156
FIGURA 188 – FROTA AUTOMÓVEL. 156
FIGURA 189 – CARTÕES DE IDENTIFICAÇÃO. 156
FIGURA 190 – MARCA GRÁFICA DA I9 ESPAÇO. 157
FIGURA 191 – CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO DE FUNCIONÁRIO DA I9 ESPAÇO 157
FIGURA 192 – NOTEBOOK I9 ESPAÇO. 157
FIGURA 193 – IDENTIFICAÇÃO DO GABINETE DE PROJETOS DA I9 ESPAÇO. 157
FIGURA 194 –ANÚNCIO DE PROMOÇÕES 157
FIGURA 195 – ANÚNCIO COM CONTACTOS NA VERTICAL. 158
FIGURA 196 – ANÚNCIO COM CONTACTOS NA HORIZONTAL. 158
FIGURA 197 – CARIMBO DA EMPRESA. 158
FIGURA 198 – ETIQUETAS PARA DOSSIER. 158
FIGURA 199 – ETIQUETAS DE PREÇO. 158
FIGURA 200 – FARDAMENTO PARA OS FUNCIONÁRIOS DE ARMAZÉM. 159
FIGURA 201 - FARDAMENTO PARA OS FUNCIONÁRIOS DO SHOWROOM. 159
FIGURA 202 – FUNDO DE AMBIENTE DE TRABALHO. 159
FIGURA 203 – LOGÓTIPO DOS 50 ANOS DA MATOBRA 159
FIGURA 204 – ESTACIONÁRIO COMEMORATIVO DOS 50 ANOS DA EMPRESA. 160
FIGURA 205 – ANÚNCIO DOS 50 ANOS DA EMPRESA. 160
FIGURA 206 – LONA OUTDOOR COMEMORATIVA. 160
FIGURA 207 – REVISTA COMEMORATIVA DOS 50 ANOS 160
FIGURA 208 – AUTOCOLANTE PARA OS SACOS COMEMORATIVOS DOS 50 ANOS. 160
FIGURA 209 – MEDALHA COMEMORATIVA DOS 50 ANOS DA MATOBRA. 161
FIGURA 210 – MANUAL DE NORMAS DA NOVA MARCA GRÁFICA DA MATOBRA. 161
FIGURA 211 – KIT DE NORMAS DA NOVA MARCA GRÁFICA MATOBRA 161

Índice de tabelas

TABELA 1- CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO..... 13
TABELA 2- CONCENTRAÇÃO DE ALGUNS ELEMENTOS RELATIVOS AOS ESTUDOS DE CASO. FONTE: AUTORA. 78