



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Bernardo, Beatriz Pereira
Farinha, Vasco Ferreira

**Desenvolvimento de uma identidade visual
Trilhos do Zêzere – Organização de Eventos
Turísticos**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3835>

Metadados

Data de Publicação	2021
Resumo	O presente relatório é o resultado de um projeto realizado no âmbito da Unidade Curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual, com o objetivo de demonstrar os conhecimentos e competências adquiridas ao longo dos três anos letivos da licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Este projeto é extremamente importante no desenvolvimento pessoal de cada aluno uma vez que através do mesmo os aluno...
Editor	IPCB. ESART
Palavras Chave	Design, Design de comunicação, Identidade visual, Trilhos do Zêzere
Tipo	report
Revisão de Pares	Não
Coleções	ESART - Design de Comunicação e Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-29T01:32:39Z com
informação proveniente do Repositório



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Desenvolvimento de uma Identidade Visual Trilhos do Zêzere - Organização de Eventos Turísticos

Beatriz Pereira Bernardo

20160748

Vasco Ferreira Farinha

20160751

Orientador

Professor Doutor João Vasco Matos Neves

Relatório de Projeto Final apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à finalização da Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Professor Adjunto Doutor João Vasco Matos Neves, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

outubro de 2021

Composição do júri

Presidente do júri

Professor especialista Neel Vipinchandra Naik

Professor Adjunto convidado da Escola Superior de Artes Aplicadas

Vogais

Professor Doutor João Vasco Matos Neves - Orientador

Professor Adjunto da Escola Superior de Artes Aplicadas – IPCB

Professora Doutora Mafalda Sofia Tavares Gomes de Almeida - Arguente

Professora Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas – IPCB

Epígrafe

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

(José de Alencar)

Agradecimentos

Em primeiro lugar, queremos agradecer à empresa Trilhos do Zêzere e a todos os seus associados por terem aceitado esta colaboração de trabalho para a realização deste projeto.

De seguida queremos agradecer a todos os colegas e professores que de um modo geral contribuíram para a conclusão desta Licenciatura.

Queremos agradecer também ao nosso orientador Professor Doutor João Neves, toda a atenção e ajuda na elaboração deste documento.

Por fim, queremos agradecer a todos os nossos familiares pelo apoio e motivação que nos transmitiram ao longo dos três anos para obtermos com sucesso o grau de licenciados.

Resumo

O presente relatório é o resultado de um projeto realizado no âmbito da Unidade Curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual, com o objetivo de demonstrar os conhecimentos e competências adquiridas ao longo dos três anos letivos da licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Este projeto é extremamente importante no desenvolvimento pessoal de cada aluno uma vez que através do mesmo os alunos desenvolvem-no em contexto real de trabalho, dando a oportunidade de identificar e solucionar problemas reais.

Através de uma breve análise sobre a empresa Trilhos do Zêzere e sobre a sua área de atuação, foram encontradas diversas lacunas. Assim sendo, o nosso papel com a realização deste projeto enquanto alunos finalistas, passa pela resolução dos mesmos e pela proposta de novas soluções que visem o crescimento da empresa ao nível da comunicação.

Palavras-chave

Design; Design de Comunicação; Identidade Visual; Trilhos do Zêzere

Abstract

This report is the result of a project carried out within the scope of the Project Course in Communication and Audiovisual Design, with the aim of demonstrating the knowledge and skills acquired over the three academic years of the degree in Communication and Audiovisual Design at the School Superior of Applied Arts at the Polytechnic Institute of Castelo Branco.

This project is extremely important in the personal development of each student since through it the students develop it in a real work context, giving them the opportunity to identify and solve real problems.

Through a brief analysis of the company Trilhos do Zêzere and its area of operation, several gaps were found. Therefore, our role with the realization of this project as final year students, involves solving them and proposing new solutions that aim at the growth of the company in terms of communication.

Keywords

Design; Communication design; Visual identity; Trilhos do Zêzere

Índice geral

Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Contextualização do tema	1
1.2. Delimitação do assunto tratado	2
1.3. Objetivos	2
1.3.1. Objetivos gerais	2
1.3.2. Objetivos específicos	2
1.4. Tema do trabalho.....	3
Capítulo 2 – A Trilhos do Zêzere	3
2.1. Caracterização da instituição.....	3
2.2. Enquadramento do problema	3
2.3. Metodologia	5
2.4. Contextualização do projeto	7
Capítulo 3 – Fundamentação Teórica	7
Capítulo 4 – Estudo de Casos	10
4.1. Vertente Natural	10
4.1.1. Contextualização	10
4.1.2. Marca gráfica	10
4.1.3. Meios de comunicação	11
4.2. Sabor Douro e Aventura	11
4.2.1. Contextualização	11
4.2.2. Marca gráfica	12
4.2.3. Meios de comunicação	12
4.3. Clube Aventura da Madeira	13
4.3.1. Contextualização	13
4.3.2. Marca gráfica	13
4.3.3. Meios de comunicação	14
4.4. Tobogã	15
4.4.1. Contextualização	15
4.4.2. Marca gráfica	15
4.4.3. Meios de comunicação	15
4.5. <i>Corktrekking</i>	16
4.5.1. Contextualização	16
4.5.2. Marca gráfica	16
4.5.3. Meios de comunicação	17

Capítulo 5 – Análise e Diagnóstico	18
5.1. Análise SWOT	18
5.2. Análise de casos	19
5.3. Síntese de ideias e possíveis soluções	19
5.4. Organograma final	20
Capítulo 6 – Desenvolvimento	21
6.1. Definição de conceitos	21
6.2. Estratégia de comunicação	21
6.3. Fase de conceção	22
6.3.1. Esboços	22
6.3.2. Marca gráfica	24
6.3.2.1. Universo cromático	24
6.3.2.2. Tipografia	25
6.3.2.3. Kit de Normas Gráficas	26
6.3.3. Estacionário	32
6.3.4. Merchandising	40
6.3.4.1. Autocolantes	41
6.3.4.2. T-shirts	47
6.3.4.3. Tote bags	52
6.3.4.4. Saco de pano	56
6.3.4.5. Garrafas de água	58
6.3.4.6. Meias	59
6.3.4.7. Bandana	62
6.3.4.8. Garrafa para bicicleta	63
6.3.5. Outros suportes criados	65
6.3.5.1. Viatura de serviço	65
6.3.5.2. Caixa de envio	67
6.3.5.3. Papel de embrulho	71
6.3.5.4. Caixa de vales de oferta	71
6.3.5.5. Uniforme	76
6.3.5.6. Tendas	77
6.3.5.7. Desdobrável	79
6.3.5.8. Totem digital	80
6.3.5.9. <i>Standup</i>	81
6.3.5.10. Frente de loja	82
6.3.5.11. Poster	83
6.3.5.12. Etiquetas	83
6.3.6. <i>Website</i>	86
6.3.6.1. Estudo de cores	86

6.3.6.2. Mapa de navegação	87
6.3.6.3. <i>Wireframes</i>	88
6.3.6.4. Tipografia	97
6.3.7. <i>Teaser</i>	98
6.3.8. Estratégia de comunicação	99
6.3.8.1. Redes sociais	99
6.3.8.2. Vales de oferta	100
Capítulo 7 – Conclusão	104
7.1. Apresentação de resultados	104
7.2. Conclusão.....	134
Capítulo 8 – Bibliografia	135

Índice de figuras

Figura 1. Marca gráfica da empresa Trilhos do Zêzere	4
Figura 2. Comunicação digital da Trilhos do Zêzere	4
Figura 3. Exemplo página inicial do <i>website</i> da empresa Trilhos do Zêzere	5
Figura 4. Marca gráfica da empresa Vertente Natural	10
Figura 5. Comunicação digital da empresa Vertente Natural	11
Figura 6. Marca gráfica da empresa Sabor Douro e Aventura	12
Figura 7. Comunicação digital da empresa Sabor Douro e Aventura	13
Figura 8. Marca gráfica do Clube Aventura da Madeira	14
Figura 9. Comunicação digital do Clube Aventura da Madeira	14
Figura 10. Marca gráfica da empresa Tobogã	15
Figura 11. Comunicação digital da Tobogã	16
Figura 12. Marca gráfica da empresa <i>Corktrekking</i>	17
Figura 13. Estudo do logótipo	23
Figura 14. Estudo de fontes tipográficas	23
Figura 15. Marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere	24
Figura 16. Paleta de cores usada na marca gráfica Trilhos do Zêzere	25
Figura 17. Fonte usada na marca gráfica	26
Figura 18. Páginas “Marca gráfica” do Kit de Normas Gráficas	27
Figura 19. Páginas “Tipografia principal” do Kit de Normas Gráficas	28
Figura 20. Páginas “Tipografia secundária” do Kit de Normas Gráficas	28
Figura 21. Páginas “Cor” do Kit de Normas Gráficas	29
Figura 22. Páginas “Variantes” do Kit de Normas Gráficas.....	29
Figura 23. Páginas “Redução máxima” do Kit de Normas Gráficas.....	30
Figura 24. Páginas “Espaço de reserva” do Kit de Normas Gráficas	30
Figura 25. Páginas “Monocromia e comportamento sobre fundos” do Kit de Normas Gráficas	31
Figura 26. Páginas “Proibições/ Usos indevidos” do Kit de Normas Gráficas	31
Figura 27. Frente do envelope DL criado para a empresa Trilhos do Zêzere	32
Figura 28. Parte de trás do envelope DL criado para a empresa Trilhos do Zêzere	33
Figura 29. Parte de trás com aba aberta do envelope DL criado para a empresa Trilhos do Zêzere	33
Figura 30. Papel de carta criado para a empresa Trilhos do Zêzere	34
Figura 31. Frente do cartão-de-visita criado para a empresa Trilhos do Zêzere	35
Figura 32. Verso do cartão-de-visita criado para a empresa Trilhos do Zêzere	35
Figura 33. Frente do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere	36
Figura 34. Verso do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere	36
Figura 35. Carimbo criado para a empresa Trilhos do Zêzere	37
Figura 36. Caderno mais caneta na cor azul-claro criados para a empresa Trilhos do Zêzere	38

Figura 37. Caderno mais caneta na cor azul-escuro criados para a empresa Trilhos do Zêzere	38
Figura 38. Caderno mais caneta na cor verde-claro criados para a empresa Trilhos do Zêzere	39
Figura 39. Caderno mais caneta na cor verde-escuro criados para a empresa Trilhos do Zêzere	39
Figura 40. Assinatura de <i>e-mail</i> criada para a empresa Trilhos do Zêzere	40
Figura 41. Padrão criado para a empresa Trilhos do Zêzere	41
Figura 42. Autocolante com a marca gráfica na cor azul-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	42
Figura 43. Autocolante com a marca gráfica na cor azul-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	42
Figura 44. Autocolante com a marca gráfica na cor branca criado para a empresa Trilhos do Zêzere	43
Figura 45. Autocolante com a marca gráfica na cor verde-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	43
Figura 46. Autocolante com a marca gráfica na cor verde-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	44
Figura 47. Autocolante com padrão na cor azul-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	44
Figura 48. Autocolante com padrão na cor azul-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	45
Figura 49. Autocolante com padrão na cor branca criado para a empresa Trilhos do Zêzere	45
Figura 50. Autocolante com padrão na cor verde-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	46
Figura 51. Autocolante com padrão na cor verde-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere	46
Figura 52. T-shirt com padrão na vertical criada para a empresa Trilhos do Zêzere	47
Figura 53. T-shirt com padrão na horizontal criada para a empresa Trilhos do Zêzere	48
Figura 54. T-shirt “BTT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	48
Figura 55. T-shirt “Campismo” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	49
Figura 56. T-shirt “Canoagem” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	49
Figura 57. T-shirt “Escalada” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	50
Figura 58. T-shirt “Kart” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	50
Figura 59. T-shirt “Paintball” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	51
Figura 60. T-shirt “TT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	51
Figura 61. Tote bag “2 em 1 parte da frente” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	52
Figura 62. Tote bag “2 em 1 parte de trás” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	53
Figura 63. Tote bag “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	53
Figura 64. Tote bag “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	54
Figura 65. Tote bag “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	54
Figura 66. Tote bag “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	55
Figura 67. Tote bag “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	55
Figura 68. Tote bag “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	56
Figura 69. Saco de pano “2 em parte da frente” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	57
Figura 70. Saco de pano “2 em 1 parte de trás” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	57
Figura 71. Garrafas de água criadas para a empresa Trilhos do Zêzere	58

Figura 72. Lateral da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere	59
Figura 73. Frente da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere	60
Figura 74. Parte de trás da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere	60
Figura 75. Lateral da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	61
Figura 76. Frente da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	61
Figura 77. Parte de trás da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	62
Figura 78. Bandana criada para a empresa Trilhos do Zêzere	63
Figura 79. Parte da frente da garrafa para bicicleta criada para a empresa Trilhos do Zêzere	64
Figura 80. Parte de trás da garrafa para bicicleta criada para a empresa Trilhos do Zêzere	64
Figura 81. Lateral esquerda da viatura criada para a Trilhos do Zêzere	65
Figura 82. Lateral direita da viatura de serviço criada para a empresa Trilhos do Zêzere	66
Figura 83. Parte de trás da viatura de serviço criada para a empresa Trilhos do Zêzere	66
Figura 84. Parte superior da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	67
Figura 85. Parte superior e lateral direita da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	68
Figura 86. Parte superior e lateral esquerda da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	68
Figura 87. Parte superior e traseira da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	69
Figura 88. Parte interior da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere	69
Figura 89. Parte interior da caixa de cartão com o papel de embrulho criada para a empresa Trilhos do Zêzere	70
Figura 90. Parte interior da caixa de cartão com o cartão de cortesia criada para a empresa Trilhos do Zêzere	70
Figura 91. Papel de embrulho criado para a empresa Trilhos do Zêzere	71
Figura 92. Parte superior da caixa de vales de oferta criada para a empresa Trilhos do Zêzere	72
Figura 93. Caixa de vales de oferta com vale “BTT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	73
Figura 94. Caixa de vales de oferta com vale “Campismo” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	73
Figura 95. Caixa de vales de oferta com vale “Canoagem” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	74
Figura 96. Caixa de vales de oferta com vale “Escalada” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	74
Figura 97. Caixa de vales de oferta com vale “Kart” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	75
Figura 98. Caixa de vales de oferta com vale “Paintball” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	75
Figura 99. Caixa de vales de oferta com vale “TT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere	76
Figura 100. Uniforme criado para a empresa Trilhos do Zêzere	77
Figura 101. Frente da tenda modelo 1 criada para a empresa Trilhos do Zêzere	78
Figura 102. Lateral da tenda modelo 1 criada para a empresa Trilhos do Zêzere	79
Figura 103. Frente da tenda modelo 2 criada para a empresa Trilhos do Zêzere	79
Figura 104. Lateral da tenda modelo 2 criada para a empresa Trilhos do Zêzere	80
Figura 105. Exterior do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere	81
Figura 106. Interior do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere	81

Figura 107. Totem digital criado para a empresa Trilhos do Zêzere	82
Figura 108. Frente do <i>standup</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	83
Figura 109. Lateral do <i>standup</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	83
Figura 110. Frente de loja criada para a empresa Trilhos do Zêzere	84
Figura 111. Poster criado para a empresa Trilhos do Zêzere	85
Figura 112. Etiquetas criadas para as t-shirts da empresa Trilhos do Zêzere	86
Figura 113. Frente das etiquetas criadas para as meias da empresa Trilhos do Zêzere	86
Figura 114. Verso das etiquetas criadas para as meias da empresa Trilhos do Zêzere	87
Figura 115. Paleta de cores usadas no desenvolvimento do <i>website</i> da empresa Trilhos do Zêzere	88
Figura 116. Página “Início” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	90
Figura 117. Página “Loja” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	90
Figura 118. Página “Produtos” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	91
Figura 119. Página “Produto” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	91
Figura 120. Página “O que fazemos?” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	92
Figura 121. Página da atividade do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	92
Figura 122. Continuação da página da atividade do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	93
Figura 123. Continuação da página da atividade do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	93
Figura 124. Continuação da página da atividade do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	94
Figura 125. Página “Quem somos?” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	94
Figura 126. Continuação da página “Quem somos?” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	95
Figura 127. Página “Contactos” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	95
Figura 128. Continuação da página “Contactos” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	96
Figura 129. Página “Minha conta” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	96
Figura 130. Página “Os meus pedidos” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	97
Figura 131. Página “Carrinho” do <i>wireframe</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	97
Figura 132. Fonte tipográfica usada nos títulos do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	98
Figura 133. Fonte tipográfica usada nos textos do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	98
Figura 134. Início do <i>teaser</i> promocional criado para a empresa Trilhos do Zêzere	99
Figura 135. <i>Instagram</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	100

Figura 136. <i>Facebook</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	101
Figura 137. Vale de oferta “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	102
Figura 138. Vale de oferta “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	102
Figura 139. Vale de oferta “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	103
Figura 140. Vale de oferta “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	103
Figura 141. Vale de oferta “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	104
Figura 142. Vale de oferta “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	104
Figura 143. Vale de oferta “TT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	105
Figura 144. Frente do <i>mockup</i> do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere	105
Figura 145. Verso do <i>mockup</i> do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere	106
Figura 146. Capa do <i>mockup</i> do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere	106
Figura 147. Exterior do <i>mockup</i> do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere	107
Figura 148. Interior do <i>mockup</i> do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere	107
Figura 149. Capa do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	108
Figura 150. Páginas 1 e 2 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	108
Figura 151. Páginas 3 e 4 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	109
Figura 152. Páginas 5 e 6 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	109
Figura 153. Páginas 7 e 8 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	110
Figura 154. Páginas 9 e 10 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	110
Figura 155. Páginas 11 e 12 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	111
Figura 156. Páginas 13 e 14 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	111
Figura 157. Páginas 15 e 16 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	112
Figura 158. Páginas 17 e 18 do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	112
Figura 159. Contracapa do <i>mockup</i> do <i>Brand Book</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	113
Figura 160. Capa do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	113
Figura 161. Páginas 1 e 2 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	114
Figura 162. Páginas 3 e 4 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	114
Figura 163. Páginas 5 e 6 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	115
Figura 164. Páginas 7 e 8 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	115
Figura 165. Páginas 9 e 10 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	116
Figura 166. Páginas 11 e 12 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	116
Figura 167. Páginas 13 e 14 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	117
Figura 168. Páginas 15 e 16 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	117

Figura 169. Páginas 17 e 18 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	118
Figura 170. Páginas 19 e 20 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráfica criado para a Trilhos do Zêzere ...	118
Figura 171. Páginas 21 e 22 do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	119
Figura 172. Primeira página do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	119
Figura 173. Contracapa do <i>mockup</i> do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	120
Figura 174. <i>Mockup</i> do envelope DL fechado criado para a empresa Trilhos do Zêzere	120
Figura 175. <i>Mockup</i> do envelope DL aberto criado para a empresa Trilhos do Zêzere	121
Figura 176. <i>Mockup</i> do envelope DL mais papel de carta criados para a empresa Trilhos do Zêzere	121
Figura 177. <i>Mockup</i> da etiqueta de tecido criada para a empresa Trilhos do Zêzere	122
Figura 178. <i>Mockup</i> do papel de carta criado para a empresa Trilhos do Zêzere	122
Figura 179. Página “Início” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	123
Figura 180. Página “Quem somos?” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	123
Figura 181. Página “O que fazemos?” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	124
Figura 182. Página “Loja” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	124
Figura 183. Página “Vales de oferta” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	125
Figura 184. Página “Vale de oferta BTT” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	125
Figura 185. Página “BTT” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	126
Figura 186. Página “Contactos” do <i>mockup</i> do <i>website</i> criado para a empresa Trilhos do Zêzere	126
Figura 187. <i>Mockup</i> do boné vista frente criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere	127
Figura 188. <i>Mockup</i> do boné vista lateral e traseira criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere.....	127
Figura 189. <i>Mockup</i> da meia vista lateral criada para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere	128
Figura 190. <i>Mockup</i> da meia vista da parte de trás criada para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere	128
Figura 191. <i>Mockup</i> do polo criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere	129
Figura 192. <i>Mockup</i> do calção criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere	129
Figura 193. <i>Mockup</i> da etiqueta criada para a empresa Trilhos do Zêzere	130
Figura 194. <i>Mockup</i> do Kit “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	130
Figura 195. <i>Mockup</i> do Kit “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	131
Figura 196. <i>Mockup</i> do Kit “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	131
Figura 197. <i>Mockup</i> do Kit “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	132
Figura 198. <i>Mockup</i> do Kit “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	132
Figura 199. <i>Mockup</i> do Kit “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	133
Figura 200. <i>Mockup</i> do Kit “TT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere	133

Figura 201. <i>Mockup</i> do Kit com padrão horizontal criado para a empresa Trilhos do Zêzere	134
Figura 202. <i>Mockup</i> do Kit com padrão vertical criado para a empresa Trilhos do Zêzere	134
Figura 203. Capa e contracapa do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	135
Figura 204. Páginas 1 e 2 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere .	135
Figura 205. Páginas 3 e 4 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere .	136
Figura 206. Páginas 5 e 6 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere .	136
Figura 207. Páginas 7 e 8 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere .	137
Figura 208. Páginas 9 e 10 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	137
Figura 209. Páginas 11 e 12 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	138
Figura 210. Páginas 13 e 14 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	138
Figura 211. Páginas 15 e 16 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	139
Figura 212. Páginas 17 e 18 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	139
Figura 213. Páginas 19 e 20 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	140
Figura 214. Páginas 21 e 22 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	140
Figura 215. Páginas 23 e 24 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	141
Figura 216. Páginas 25 e 26 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	141
Figura 217. Páginas 27 e 28 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	142
Figura 218. Páginas 29 e 30 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	142
Figura 219. Páginas 31 e 32 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	143
Figura 220. Páginas 33 e 34 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	143
Figura 221. Páginas 35 e 36 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	144
Figura 222. Páginas 37 e 38 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	144
Figura 223. Páginas 39 e 40 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	145
Figura 224. Páginas 41 e 42 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	145
Figura 225. Páginas 43 e 44 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	146

Figura 226. Páginas 45 e 46 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	146
Figura 227. Páginas 47 e 48 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	147
Figura 228. Páginas 49 e 50 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	147
Figura 229. Páginas 51 e 52 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	148
Figura 230. Páginas 53 e 54 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	148
Figura 231. Páginas 55 e 56 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	149
Figura 232. Páginas 57 e 58 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	149
Figura 233. Páginas 59 e 60 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	150
Figura 234. Páginas 61 e 62 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	150
Figura 235. Páginas 63 e 64 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	151
Figura 236. Páginas 65 e 66 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	151
Figura 237. Páginas 67 e 68 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	152
Figura 238. Páginas 69 e 70 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	152
Figura 239. Páginas 71 e 72 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	153
Figura 240. Páginas 73 e 74 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	153
Figura 241. Páginas 75 e 76 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	154
Figura 242. Páginas 77 e 78 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	154
Figura 243. Páginas 79 e 80 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	155
Figura 244. Páginas 81 e 82 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	155
Figura 245. Páginas 83 e 84 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	156
Figura 246. Páginas 85 e 86 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	156
Figura 247. Páginas 87 e 88 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	157
Figura 248. Páginas 89 e 90 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	157

Figura 249. Páginas 91 e 92 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	158
Figura 250. Página 93 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	158
Figura 251. Última página do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere	159

Índice de esquemas

Esquema 1. Esquema da metodologia adotada no projeto	8
Esquema 2. Análise SWOT	18
Esquema 3. Organograma final	20
Esquema 4. Mapa de navegação	89

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

ICSDI - International Council Societies of Industrial Design

Capítulo 1 - Introdução

1.1. Contextualização do tema

O presente relatório foi desenvolvido no âmbito do término da Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, da Escola Superior de Artes Aplicadas, do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Pretende-se que os alunos no fim dos três anos letivos escolham uma empresa para atuar nas lacunas identificadas, de modo a solucioná-las e a aplicar os conhecimentos obtidos na presente Licenciatura.

Optou-se por intervir e colaborar com a empresa Trilhos do Zêzere, sediada em Pedrogão Pequeno, Sertã. Escolheu-se esta empresa pelo facto de a nossa morada de habitação se localizar no concelho da própria e por possibilitar o nosso contributo no crescimento de uma empresa local, ao mesmo tempo que promove-mos o concelho da Sertã e a região Centro que tem sido extremamente fustigada ano após ano pelos incêndios, mas que, ainda assim, tem locais e experiências únicas para oferecer a quem a visita.

Segundo o Turismo do Centro de Portugal, 2019 terá sido o melhor ano de sempre para a atividade turística no centro de Portugal. Ainda segundo o Instituto Nacional de Estatística, entre janeiro e outubro foram contabilizados 3,58 milhões de hóspedes na região, mais 5,17% do que no mesmo período de 2018, altura em que se registaram 3,41 milhões. De notar que em 2017, ano da visita do Papa Francisco a Fátima, nos mesmos 10 primeiros meses houve 3,36 milhões de hóspedes.

Recuando no tempo, verificou-se que entre janeiro e outubro de 2013 os hóspedes no centro de Portugal não chegaram aos 2 milhões (1,96 milhões), representando um crescimento de 82,46% em seis anos.

O mesmo nível de crescimento é visível no número de dormidas e receitas, entre janeiro e outubro de 2018 e de 2019, registou-se um crescimento de 6,17% na atividade turística no centro de Portugal que ultrapassou os 310 milhões de euros.

Concluimos assim, que o turismo na zona centro é uma atividade em ascensão, de modo que, empresas como a Trilhos do Zêzere que direcionam o seu ramo de atividade para a prática de atividades na natureza, terão cada vez mais uma procura maior. Existindo então, a necessidade de estas empresas se destacarem das restantes do mesmo setor.

1.2. Delimitação do assunto tratado

Para a realização deste projeto optou-se por explorar as principais áreas da Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, como Comunicação Integrada, Design Gráfico, Audiovisual, Multimédia e Ilustração. Demonstrando assim, um maior leque de aptidões adquiridas ao longo dos três anos de ensino.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivos gerais

Com a realização deste projeto pretende-se aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos letivos da Licenciatura, finalizando-a com o maior aproveitamento.

Pretende-se também conhecer a empresa Trilhos do Zêzere na sua plenitude para posteriormente dá-la a conhecer através dos suportes propostos a desenvolver, de um modo coerente, respeitando sempre os ideais e valores da empresa para que atinja o maior número de pessoas possíveis.

1.3.2. Objetivos específicos

A realização deste projeto tem como objetivos principais a criação de uma nova identidade visual para a empresa Trilhos do Zêzere, através da marca gráfica, juntamente com o respetivo manual de normas bem como, a criação de uma estratégia de marketing personalizado através de um estacionário composto por cartão-de-visita, papel de carta, envelope, assinatura de e-mail e merchandising, de forma a tornar a imagem da empresa mais credível e legítima. Além disso, permitirá que o nome da Trilhos do Zêzere esteja sempre à vista e se vá enraizando na mente dos potenciais clientes.

Também irão ser criadas redes sociais da empresa, nomeadamente, *Instagram* e *Facebook*, para divulgação das atividades desenvolvidas e eventuais promoções. Será desenvolvido um *website* com a finalidade de dar a conhecer a empresa no seu todo.

Para além de todos estes suportes, irá ser desenvolvido um vídeo que divulgue todo o leque de experiências que a empresa proporciona, ao mesmo tempo que promova toda a paisagem envolvente do concelho.

1.4. Tema do trabalho

O trabalho consiste no desenvolvimento de uma comunicação integrada para promoção turística para que a empresa Trilhos do Zêzere se destaque dos concorrentes e se mantenha atual e na vanguarda.

Capítulo 2 - A Trilhos do Zêzere

2.1. Caracterização da instituição

A Trilhos do Zêzere, Lda. tem como missão promover a prática de desportos aventura na natureza e de eventos de cultura e lazer sem interferir com o seu equilíbrio ecológico, acrescentando valor à Região Centro e ao Pinhal Interior Sul. Tem como valores o equilíbrio ecológico, a saúde e bem-estar física e mental das pessoas que procuram praticar atividades em contacto com a natureza. Na sua essência estão o rio e as montagens, sinónimos de tranquilidade, saúde e energia para quem procura experiências únicas. Por último, a visão da marca passa por distingir-se da concorrência e ser líder no mercado.

Para tal, dispõe de equipamentos apropriados para cada atividade, aliado a uma equipa de monitores formados e experientes que permitem a elaboração de programas criativos de diversas experiências, proporcionando sempre uma nova forma de aventura.

Contam com um vasto leque de atividades, nomeadamente, acampamentos, jogos tradicionais, *paintball*, percursos pedestres, TT, BTT, escalada, rapel, slide, canoagem e karts.

A empresa contém 17 sócios e um capital social de 12.500,00€ (doze mil e quinhentos euros). Apesar de contar com mais de 20 anos de história e de estar localizada no ambiente ideal para a prática de desportos aventura em contacto com a natureza (Pedrogão-Pequeno), a Trilhos do Zêzere apresenta várias lacunas a nível da comunicação.

2.2. Enquadramento do problema

Apesar de seguir com a sua atividade, a Trilhos do Zêzere é uma empresa que não acompanhou a evolução da sua comunicação ao longo destes anos. Desde a sua criação que mantém o mesmo *website* ao qual se revela desatualizado e pouco apelativo. Quanto à sua comunicação, é sobretudo feita “boca a boca”, não contando com uma forte presença em redes sociais ou em outras plataformas utilizadas atualmente,

apesar de contarem com uma página de *Facebook*. Relativamente à marca gráfica, revela-se também com um design desatualizado que aliado aos pontos referidos, fazem com que a imagem que a Trilhos do Zêzere transmita seja antiquada e pouco fidedigna.

Assim sendo, os suportes propostos a desenvolver foram planeados de modo a solucionar os aspetos menos positivos, ajudando a Trilhos do Zêzere a obter novos clientes e consequentemente aumentar a sua receita.



Fig. 1 - Marca gráfica da Trilhos do Zêzere
 Fonte: Website Trilhos do Zêzere



Fig. 2 - Comunicação digital da Trilhos do Zêzere
 Fonte: Facebook da empresa Trilhos do Zêzere



Fig. 3 - Exemplo página inicial do *website* da Trilhos do Zêzere

Fonte: *Website* da empresa Trilhos do Zêzere

2.3. Metodologia

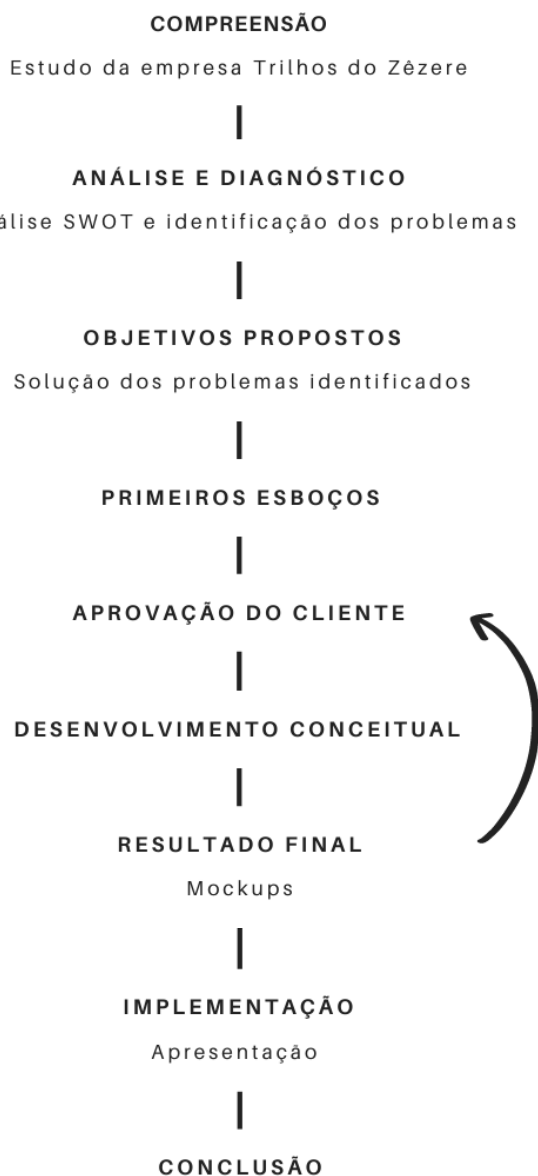
A metodologia, referido na dissertação de mestrado (1978) do designer Gustavo Amarante Bomfim, é como um estudo de métodos aplicados à solução de problemas práticos e teóricos. Assim sendo, depois de um primeiro contacto com a empresa Trilhos do Zêzere para a aprovação da mesma face à nossa intervenção na comunicação, definimos a utilização de uma metodologia não linear que permite regressar à etapa anterior caso se justifique. Numa primeira fase, procedeu-se à compreensão/estudo da empresa escolhida de modo a obter todas as informações relevantes para a execução do projeto, qual a sua missão, visão, valores e público-alvo.

Na segunda fase, procedeu-se à análise SWOT onde se identificou os problemas que dificultavam a transmissão clara das informações obtidas na fase anterior, de forma a eliminá-los. Identificou-se também os pontos fortes, de maneira que estes fossem preservados ou valorizados, as oportunidades que pudessem fortalecer a comunicação/crescimento da própria empresa e as potenciais ameaças que esta poderia vir a enfrentar.

Posteriormente, numa terceira fase, definiu-se os objetivos propostos para a solução dos problemas identificados. De seguida, começou-se com a execução dos primeiros esboços dos suportes propostos para aprovação do cliente. Após a sua

aprovação, desenvolveu-se conceitualmente os suportes e os *mockups* do resultado final para nova aprovação do cliente.

Aprovado novamente, passou-se à implementação, apresentação e conclusão do projeto.



Esquema 1 - Esquema da metodologia adotada no projeto
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

2.4. Contextualização do projeto

Este é um projeto que se desenvolve na área do design de comunicação integrado e pertence-se com este a criação de vários suportes comunicacionais para a empresa Trilhos do Zêzere respondendo assim às lacunas encontradas numa fase de pesquisa primárias e que nos permitiu escolher este projeto e esta empresa para entrevir.

Procuramos assim resolver os problemas inerentes a sua marca gráfica, ao seu *website* e a sua comunicação com o público-alvo de modo a conseguir fixar o público que já têm e objetivamente angariar mais clientes a nível nacional.

Sempre a par com a empresa tentaremos criar soluções para possíveis problemas por esta detetados durante toda a sua existência, levando-a assim a um crescimento mais solido e diferenciado da sua concorrência.

Capítulo 3 - Fundamentação teórica

Design de comunicação

Segundo *Tom Kelley*, fundador da IDEO e autor do best-seller de *Criative Confidence, The Art of Inovation* e *The Ten Faces of Innovation*, “O Design é o fator-chave e diferenciador para a criação de grandes marcas. Se estivermos à procura de uma fonte de inovação para a nossa empresa devemos de apostar no Design.” (*Tom Kelley*) Indicando-nos assim que cada vez mais o design de comunicação têm um papel fundamental e diferenciado no crescimento de uma empresa.

Ainda sobre o mesmo assunto o ICSDI, define o design como uma atividade criativa cujo objectivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e sistemas em todo o seu ciclo de vida. É o fator central de humanização das tecnologias inovadoras e o fator crucial de intercâmbio cultural e económico. (*International Council Societies of Industrial Design – ICSDI (2008)*)

Jorge Frascara acrescenta ainda que “o Design de comunicação é uma atividade que organiza a comunicação visual na nossa sociedade.” (Jorge Frascara)

Comunicação para o turismo

Buhalis (Buhalis, 2003) cita que “A comunicação está em contínuo processo de adaptação à nova forma de promoção, distribuição e comercialização online dos destinos e empresas turísticas: o “*e-tourism*”, demonstrando neste ponto a importância e a necessidade da comunicação para as empresas e para a venda dos seus produtos, serviços e experiências no mundo digital.

Marujo e Cravidão (Marujo e Cravidão, 2012) referem ainda sobre este assunto “A forma como a imagem de um lugar é veiculada pelos meios de comunicação pode ser fundamental para o processo de decisão do turista na visita a um país ou região”, dando-nos a perceber que a divulgação de um local é essencial na atração do turismo e ao haver boas fotografias e referências desses mesmos locais faz com que o público os procure mesmo que por vezes não corresponda totalmente a realidade e aquilo que o público esperava.

Identidade Visual

Segundo Gilberto Luiz Teixeira Leite *Strunck* (Gilberto Luiz Teixeira Leite *Strunck* 2001) no seu livro “Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing de marcas e como representar graficamente os seus valores”, “O conjunto de elementos gráficos que vão formar a personalidade visual de um nome, uma ideia, um produto ou um serviço.” Através desta afirmação percebemos a importância de uma identidade visual na instituição de uma empresa, ideias, produto ou em tudo aquilo que necessite de uma identidade visual. Sem essa mesma identidade visual um conceito nunca chega a público e nunca é reconhecido por ninguém tal como nos dias *Alina Wheeler* (*Alian Wheeler* 2008) no seu livro “Design de Identidade de Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes”, citando no mesmo que identidade visual “É a identidade de uma marca que o público conhece, reconhece e, eventualmente, aprecia.”

Marca

A marca é feita e prospera com base no seu público-alvo e na forma com este se relaciona com a mesma, segundo *Aliana Wheeler* (*Alian Wheeler* 2008) no seu livro “Design de Identidade de Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes” a mesma refere que “A Marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa.”

Ainda sobre o mesmo assunto a *American Marketing Association* diz-nos que “uma marca é um nome, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de todos esses elementos com o objetivo de identificar os bens ou serviços de um vendedor e diferenciá-los dos seus concorrentes.”

Marca gráfica

Uma marca gráfica poderá ter várias representações e a sua conceção têm, de um modo em geral, vários fatores a ter em conta como os aspetos históricos da empresa e os aspetos que se relacionam com as missões e valores da empresa como nos diz Daniel Raposo (Daniel Raposo 2008) no seu livro “Design de Identidade e Imagem Corporativa. *Branding*, história da marca, gestão de marca, identidade visual corporativa”, “A marca gráfica é um signo visual que poderá ser constituído (individualmente ou em par) por um logótipo, sinal, ícone ou símbolo.”. Ainda Yves Zimmermann (Yves Zimmermann 1993) diz-nos, referente ao mesmo assunto que “No símbolo ou no logótipo, em cores, em tipografia: no jogo entre a multiplicidade de relações visuais entre todos estes elementos básicos de identidade visual, uma empresa exhibe publicamente a sua imagem e, em simultâneo, o seu ser. “

Comunicação integrada

Através da *American Marketing Association* e citando o que diz a mesma percebemos que “A comunicação integrada é processo criado com o objetivo de garantir que todos os contactos realizados por uma organização com seu cliente sejam relevantes para o recetor e consistentes no decorrer do tempo, seja para divulgar seus produtos e serviços, seja para divulgar a própria empresa.” Indicando-nos assim que a comunicação integrada de uma empresa deverá manter a coerência visual entre todos os seus suportes de modo que o público que a recebe a associe sempre a mesma empresa. Este assunto é mais esclarecedor ainda se olharmos para o que nos diz a *American Association of Advertising Agencies* que cita o seguinte a comunicação integrada “É um plano abrangente que avalia os papéis estratégicos de diferentes disciplinas da comunicação, tais como publicidade, relações-públicas, vendas e promoção, a fim de combiná-las para oferecer clareza, consistência e o máximo de impacto.”

Capítulo 4 - Estudo de casos

4.1. Vertente Natural

4.1.1. Contextualização

A Vertente Natural é uma empresa de Animação Turística, situada em Sesimbra e tem como principal orientação o turismo ativo em todas as suas vertentes.

Está presente no mercado desde 2004 e promove diversas atividades como passeios de Jipe, BTT, canoagem de aventura, *canyoning*, *coasteering*, educação ambiental, escalada, espeleologia, guia de aventura, mergulho, observação de aves, observação de golfinhos, orientação, passeios de barco, passeios de kayak, passeios pedestres, *peddy paper*, *rally paper*, rapel, slide, *snorkeling*, tiro com arco e via ferrata.

4.1.2. Marca gráfica

A marca gráfica da Vertente Natural é composta por duas partes, pelo símbolo contém a forma de um pássaro sobre uma forma triangular de cor verde que nos remete para a forma de uma montanha e pelo *lettering* “vertente natural” com as cores castanho na palavra “vertente” e verde na palavra “natural”.

As cores escolhidas para esta marca gráfica são baseadas em cores que encontramos presentes na natureza. Maioritariamente aparece a branco sobre os suportes fotográficos, de modo a ganhar destaque perante as cores da imagem envolvente.



Fig. 4 - Marca gráfica da empresa Vertente Natural

Fonte: Google

4.1.3. Meios de comunicação

A marca comunica essencialmente através das redes sociais *Facebook* e *Instagram* e do canal de *Youtube*. A empresa está mais presente nas suas redes sociais, atualizando os seus conteúdos diariamente, caso que não se verifica no canal de *Youtube*, onde são colocados em média um vídeo por ano tendo sido o último carregado há seis meses atrás.



Fig. 5 - Comunicação digital da empresa Vertente Natural
Fonte: Redes sociais da empresa Vertente Natural

4.2. Sabor Douro e Aventura

4.2.1. Contextualização

A empresa Sabor Douro e Aventura foi fundada em 1999 e dedica-se à criação de programas para amantes da natureza que desejam conhecer as riquezas patrimoniais dos concelhos de Foz Côa, Torre de Moncorvo e Freixo de Espada à Cinta. Assim como o Parque Arqueológico do Vale do Côa e o Parque Natural do Douro Internacional juntamente com os rios Douro, Sabor e Côa.

Sediada em Torre de Moncorvo, promove atividades de canoagem, visitas às gravuras rupestres de Foz Côa, passeios de canoa, passeios de barco, passeios pedestres, atividades todo-o-terreno e *raid's* fluviais.

4.2.2. Marca gráfica

A marca gráfica da Sabor Douro e Aventura aparece representado em duas vertentes, na vertical e na horizontal. É composta por um desenho minimalista que nos remete para os socalcos preenchidos de vinhas muito característicos da região do Douro. O *lettering* “Sabor Douro e Aventura” apresenta um tipo de letra simples e não serifado. Quanto às cores presentes nesta marca gráfica, predominam o verde-claro e o verde-escuro no desenho dos socalcos do Douro e o preto no *lettering*. Tal como na empresa mencionada anteriormente, a marca gráfica aparece maioritariamente a branco sobre fundos verdes, de modo a ter destaque nas suas comunicações.



Fig. 6 - Marca gráfica da empresa Sabor Douro e Aventura
Fonte: Google

4.2.3. Meios de comunicação

A Sabor Douro e Aventura tem uma fraca presença nas redes sociais e não foram encontrados outros meios de comunicação relacionados à mesma, pelo que, a sua comunicação ainda deve ser feita “boca a boca”. Embora contem com uma página de *Facebook* e uma página de *Instagram*, ambas apresentam-se com poucos seguidores com conteúdos atualizados com pouca frequência.



Fig. 7 - Comunicação digital da empresa Sabor Douro e Aventura
 Fonte: Redes sociais da empresa Sabor Douro e Aventura

4.3. Clube Aventura da Madeira

4.3.1. Contextualização

O Clube Aventura da Madeira foi fundado a 15 de dezembro de 1997 por um grupo de entusiastas das atividades na Natureza. Sediada no funchal a empresa dedica a sua atividade à criação de desportos de aventura e à promoção de atividades como *canyoning*, escalada, montanhismo, orientação, *skyrunning*, surf, tiro com o arco, atletismo e *trail running*.

4.3.2. Marca gráfica

A marca gráfica do Clube Aventura da Madeira é composta por um *lettering* com uma fonte limpa e moderna, sem serifa e com uma representação de três montanhas que simbolizam os três principais picos da ilha da Madeira, o pico Ruivo, do Areeiro e o da Torre. Cada pico está representado pelas cores presentes na bandeira do arquipélago, sendo elas o azul e o amarelo e pela cor verde referente à natureza.



Fig. 8 - Marca gráfica do Clube Aventura da Madeira

Fonte: Google

4.3.3. Meios de comunicação

O Clube Aventura da Madeira comunica com a sua comunidade através do próprio *website*, das redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e do canal de *Youtube*. Sendo o *Facebook* a rede social que alcança mais pessoas. Os conteúdos não são atualizados regularmente e as notícias no *website* datam todos do ano passado, muito decerto por força da pandemia que estamos a atravessar. O canal de *Youtube* conta apenas com um subscritor e com dois vídeos, postados no ano passado, com uma média de 70,5 visualizações.



Fig. 9 - Comunicação digital do Clube Aventura da Madeira

Fonte: Redes sociais da empresa Clube Aventura da Madeira

4.4. Tobogã

4.4.1. Contextualização

A Toga – Desporto, Aventura e Lazer, *Lda*, é uma empresa de animação turística especializada em Canyoning sediada em Viana do Castelo. Fundada em 2007 recebeu o “Certificado de Excelência” pela *TripAdvisor* consecutivamente nos anos 2015, 2016, 2017 e 2018. Promovem atividades pleno Parque Nacional da Peneda Gerês como Canyoning, passeios de bicicletas elétricas e *stand up paddle*.

4.4.2. Marca gráfica

A marca gráfica da empresa Tobogã é disposta na horizontal por dois *letterings*, o nome da marca “tobogã” e a descrição “Portugal *adventure tours*”. É possível perceber também, a representação gráfica de uma montanha alusiva à Serra do Gerês. As cores usadas nesta são dois tons de verde que remetem para a natureza e para as paisagens verdes características daquela região.



Fig. 10 - Marca gráfica da empresa Tobogã

Fonte: Google

4.4.3. Meios de comunicação

A Tobogã comunica sobretudo através das suas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, contando com 17 838 seguidores na página de *Facebook*. É notório, um certo cuidado nas suas publicações na medida em que as fotografias publicadas que são previamente editadas assim como, nos seus cartazes e suportes promocionais é notório, os dois tons de verde que usam por base e que estão presentes na marca gráfica.

Já na página de *Instagram* a empresa conta com 2 147 seguidores, os conteúdos são atualizados regularmente e as fotografias apresentadas demonstram um certo cuidado com os enquadramentos e os elementos que pretendem destacar. Em ambas as páginas os conteúdos são atualizados regularmente.

Quanto ao *website*, este mostra-se atual e contém toda a informação sobre a empresa bem como as atividades que promove de forma detalhada.



Fig. 11 - Comunicação digital da Tobogã
 Fonte: Redes sociais da empresa Tobogã

4.5. Corktrekking

4.5.1. Contextualização

A *Corktrekking* é uma empresa de animação turística inserida na Herdade da Maroteira, em Redondo, nas encostas da Serra d'Ossa na região do Alentejo. Esta herdade pertence a uma família anglo-portuguesa há cinco gerações e dedica-se á produção de cortiça e de gado. Promovem diversas atividades como passeios de 4x4, picnics, provas de vinho e passeios pedestres onde os participantes têm a oportunidade de estarem sempre em harmonia com a natureza e com os montes alentejanos.

4.5.2. Marca gráfica

A marca gráfica da *Corktrekking* tem uma representação de um monte típico alentejano, é possível perceber a representação de um sobreiro e de um bovino que

simbolizam as principais explorações a que se dedica a Herdade da Maroteira. Além disso, está representado dois pedestres que representam as atividades que a empresa desenvolve em contacto com a natureza. A marca gráfica apresenta-se sempre a negativo.



Fig. 12 - Marca gráfica da *Corktrekking*
Fonte: Facebook da empresa *Corktrekking*

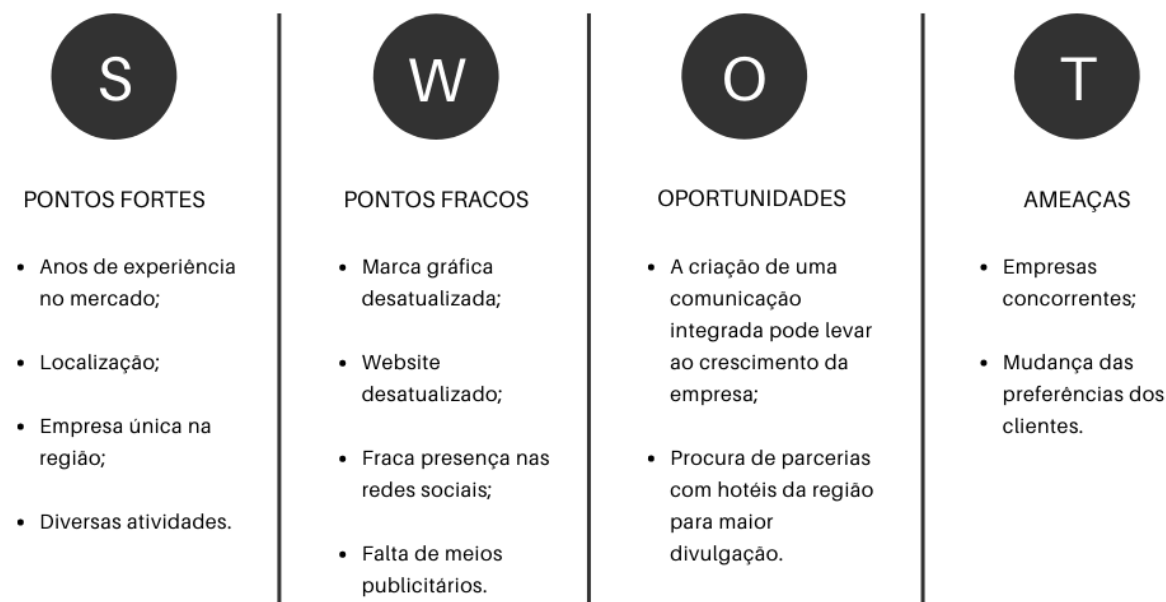
4.5.3. Meios de comunicação

A *Corktrekking* está presente em quatro plataformas, *Facebook*, *Twitter*, *Tripadvisor* e *Instagram*. Numa primeira análise percebemos que a empresa direciona a sua comunicação para o público estrangeiro uma vez que toda a sua comunicação é escrita em inglês. Na página de *Facebook*, a marca conta com 456 seguidores e apesar de os conteúdos publicados apresentarem um certo cuidado, estão desatualizados uma vez que a página não é atualizada desde setembro de 2018. Já na página de *Instagram*, a empresa conta com 577 seguidores e um pouco à semelhança com a página de *Twitter* os conteúdos são atualizados semanalmente com fotografias da Herdade e das atividades que realizam.

O *website* da marca mostra-se atrativo e atual, através do mesmo conseguimos perceber quais as atividades que a empresa desenvolve de forma detalhada bem como os preços das mesmas.

Capítulo 5 - Análise e diagnóstico

5.1. Análise SWOT



Esquema 2 - Análise SWOT

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

A empresa Trilhos do Zêzere conta com mais de 20 anos de experiência no mercado, o que torna num dos seus pontos fortes pela confiança transmitida, além disso situa-se no local ideal a vários pontos, como a paisagem envolvente de natureza que possibilita a prática de todas as atividades que proporcionam, bem como, a beleza e o contacto com a mesma. O facto de ser a única empresa na região a oferecer este tipo de experiências, faz com que não tenha concorrência direta e a vasta gama de atividades que oferecem tornam-se numa mais-valia, na medida em permite a experiência simultânea de várias atividades quer terrestres, quer aquáticas ou aéreas.

Porém, a empresa carece de pontos fracos a nível de identidade visual e de comunicação. A marca gráfica desde que foi criada há mais de 20 anos, não sofreu nenhuma alteração desde então, tornando-a assim desatualizada no tempo. O mesmo acontece com o *website* que permanece com o mesmo layout há muitos anos, apesar de não ter tanto tempo de criação como a marca gráfica, torna-o, ainda assim, desatualizado para época em que nos encontramos. A falta de meios publicitários aliados à quase nula presença nas redes sociais impede que a Trilhos do Zêzere se expanda para além dos limites regionais.

Estes pontos menos positivos foram um dos motivos que nos levou a optar por escolher realizar este projeto final em parceria com a empresa Trilhos Zêzere, na esperança de os tornar em futuros pontos fortes e de primeiramente os tornar em oportunidades, na medida em a empresa possa evoluir e conseqüentemente crescer. Além do mais, a possível parceria com hotéis da própria região iria permitir a concretização dos pontos mencionados, de uma forma mais breve.

Existem potenciais ameaças que possam impedir o sucesso dessas concretizações, nomeadamente, com o aparecimento de concorrentes na Região e procura por outro tipo de atividades por parte dos clientes que não as que são oferecidas pela empresa.

5.2. Análise de casos

Após a análise e compreensão dos casos identificados anteriormente, pode-se concluir que apesar dos esforços por parte de algumas empresas para terem uma imagem una e que comunique a mesma mensagem em todos os suportes, o mesmo não acontece. Existem algumas lacunas ao nível da comunicação da marca e ao nível do manual de normas que ou é inexistente ou se existente não é respeitado. Para além destes fatores a comunicação das empresas anteriores demonstra ser pensada e criada por amadores ou por pessoas sem formação na área do design gráfico.

Em suma e, de um modo gera, demonstram pouca evolução temporal contratando designers para que seja criada uma marca gráfica efêmera, deixando de lado o campo da comunicação e outros meios inerentes. Deste modo, com este projeto desenvolvido para a Trilhos do Zêzere pretende-se que a empresa se torne autónoma e consiga criar sempre suportes que comunicam as missões e os valores da própria empresa.

5.3. Síntese de ideias e possíveis soluções

Como referido definiu-se que a solução para a empresa Trilhos do Zêzere, passasse pela renovação da marca gráfica e pela definição de uma estratégia de comunicação, de modo a tornar a marca gráfica atualizada, e assim, fazê-la chegar a um maior número de pessoas e conseqüentemente, afirmar-se perante as marcas concorrentes.

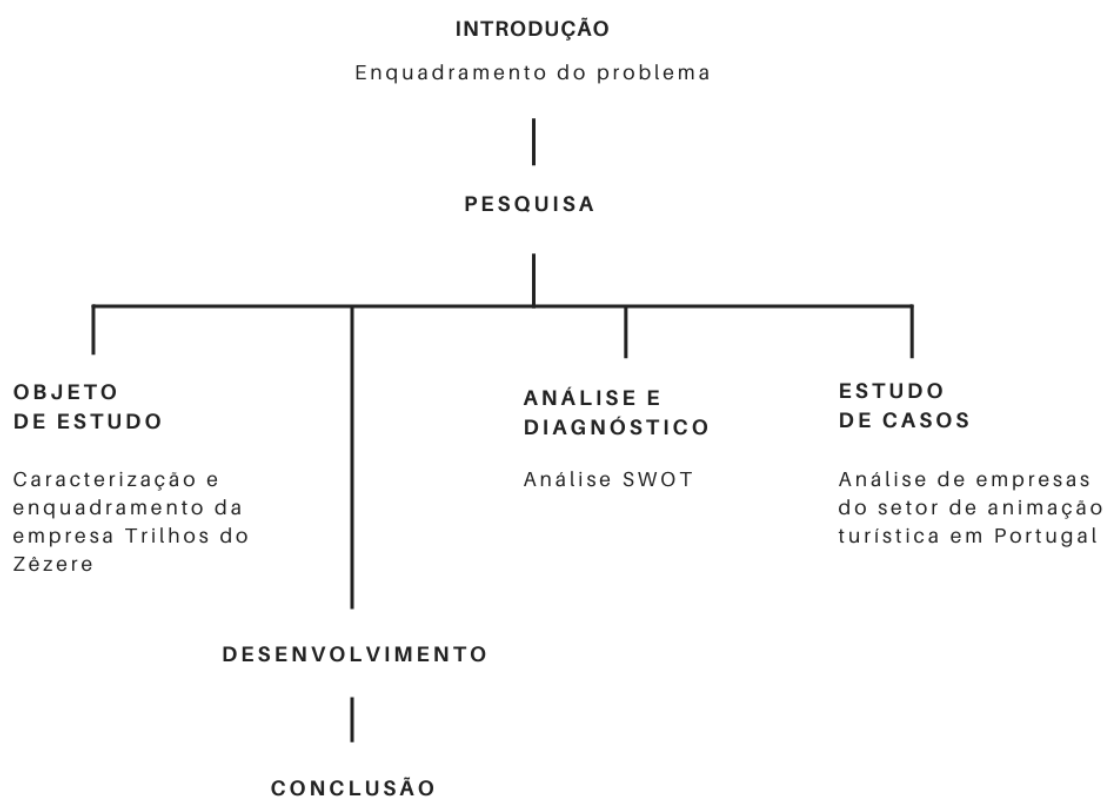
Assim sendo, criar-se-á uma nova marca gráfica com o respetivo *Brand Book*, *Kit* e Manual de Normas Gráficas onde estarão presentes informações sobre a empresa e toda a identidade visual da marca.

Definiu-se ainda, a criação de um estacionário, *merchandising* e outros meios de comunicação inerentes e necessários à divulgação e promoção quer da empresa, quer das atividades que promovem.

De modo a comunicar com o seu público-alvo e a marcar a presença no mundo digital de forma atualizada e atrativa, será criado um novo *website* pois o da empresa encontra-se desatualizado e pouco apelativo.

Serão criadas também, redes sociais, nomeadamente o *Facebook* e o *Instagram* por se tratar de uma plataforma cada vez mais usada pelos jovens e com grande repercussão entre as novas mídias e a criação de um *teaser* para divulgação das atividades nas redes sociais da empresa.

5.4. Organograma final



Esquema 3 - Organograma final

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

Este projeto dá-se início com a introdução e perceção do enquadramento do problema da empresa Trilhos do Zêzere, após esta etapa, serão realizadas pesquisas sobre o enquadramento e a caracterização da empresa, bem como, a sua análise SWOT e o estudo de casos de empresas no setor de animação turística em Portugal.

Posteriormente será feita a análise de toda informação recolhida onde serão identificados os pontos fortes, os pontos fracos, as ameaças e as oportunidades na qual a empresa possa deter com a realização deste projeto.

Numa fase mais avançada, serão desenvolvidos todos os suportes propostos juntamente com a marca gráfica criada, de modo a atingir e a dar a conhecer a empresa Trilhos do Zêzere a um maior público-alvo.

Por fim, na conclusão, a marca é apresentada ao público-alvo e se disseminada entre este.

Capítulo 6 - Desenvolvimento

6.1. Definição de conceitos

Os conceitos e as palavras que marcam e definem a empresa Trilhos do Zêzere são o contacto com a natureza, uma vez que todas as suas atividades são realizadas no meio da natureza tanto em terra como no rio Zêzere, a saúde e bem-estar pois promovem o estilo de vida saudável através do exercício físico e do contacto com a própria natureza, a segurança visto que promovem também atividades que estimulam a adrenalina onde é importante ter sempre em consideração as medidas de segurança, bem como, todo o equipamento necessário para a realização das mesmas e a adrenalina uma vez que promove atividades como o slide, escalda, rapel, TT, BTT que incluem velocidade e altura, o convívio visto que 95% das suas atividades podem ser praticadas em grupo, existindo assim o fator da socialização entre todos os participantes e membros da equipa e, por fim, a palavra experiências na medida em que a empresa procura oferecê-las ao seu público e torná-las únicas e inesquecíveis.

Deste modo, procurou-se realizar o projeto com base nestes conceitos que melhor representam a Trilhos do Zêzere e a forma de como se posiciona neste mercado em constante crescimento.

6.2. Estratégia de comunicação

Pretende-se a criação de processos de forma a divulgar e afirmar a empresa Trilhos do Zêzere no setor do turismo aventura e na sua forte relação com a natureza e o equilíbrio ecológico.

O principal problema da empresa surge devido ao facto de ter estagnado a sua comunicação e o modo como se tem relacionado com o público-alvo durante estes anos. Como solução serão criadas novas plataformas de interação com esse mesmo público, neste caso, as redes sociais *Instagram* e *Facebook*, assim como, o melhoramento de plataformas já existentes, o *website* da empresa.

A renovação da marca gráfica e a criação de um conjunto de suportes comunicacionais que se entreliguem entre si causarão um impacto visual e uma imagem concisa que facilmente será identificável pelo público-alvo da Trilhos do Zêzere.

O seu público-alvo depreende-se na faixa etária entre os 21 e os 28 anos, capacitadas e que gostem de desportos aventuras e que prezam por um estilo de vida saudável aliado ao contacto com a natureza.

Deste modo, toda a comunicação criada irá de encontro com estas características não descartando os restantes públicos, fora destas faixas etárias e com estilos de vida diferentes.

6.3. Fase de conceção

6.3.1. Esboços

Antes de proceder à realização da marca gráfica final, foram efetuados vários esboços e protótipos da mesma, de modo a perceber e a encontrar a melhor forma e disposição da composição dos elementos visuais.

Finalizada a etapa, foram testadas várias fontes tipográficas a fim de encontrar a melhor forma para transmitir o conceito, missões e valores da empresa.

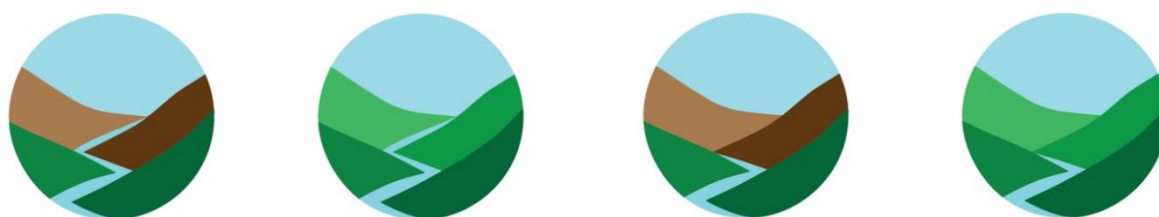




Fig. 13 - Estudos do logótipo
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 14 - Estudo de fontes tipográficas
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.2. Marca gráfica

Para o desenvolvimento da marca gráfica teve-se sempre em consideração os valores, missões e essências da marca, desta forma, a marca gráfica Trilhos do Zêzere é construída por um símbolo e por logótipo. O símbolo com uma forma circular contém a representação simbólica dos vales e montes da região nas cores verde-claro e verde-escuro, juntamente com a representação simbólica do céu em azul-claro e a representação simbólica do rio a azul-escuro. A união destes quatro elementos forma a letra “Z” que nos remete para tilhos e para a própria palavra Zêzere. O símbolo é composto por linhas geométricas elementares e linhas perpendiculares que representam a região onde a Trilhos do Zêzere se insere e atua, bem como, a representação simbólica dos locais onde a empresa proporciona aventura, em meio terrestre, aquático e aéreo e, o misto de emoções que as mesmas provocam oscilando entre subidas e descidas.

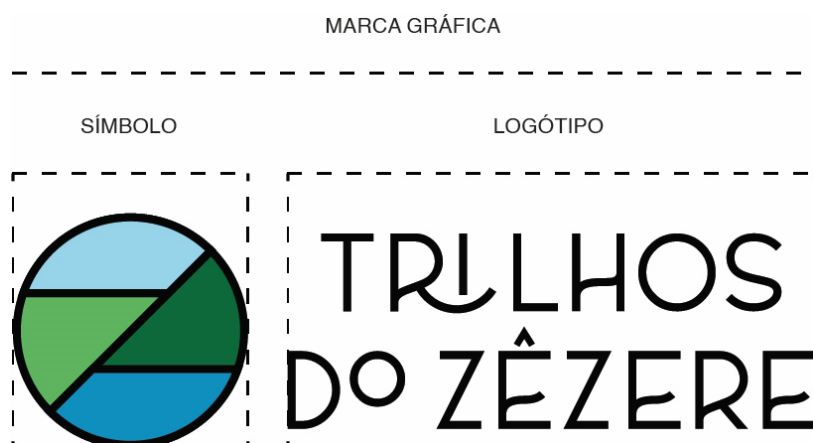


Fig. 15 - Marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.2.1. Universo cromático

A marca é composta por cinco cores, dois tons de verde e dois tons de azul, respetivamente azul-claro, azul-escuro, verde-claro e verde-escuro mais o preto, sendo que sobre alguns fundos cromáticos o preto é substituído pelo branco, de modo a garantir a legibilidade através do contraste na utilização da marca gráfica.

A identidade deve de comunicar com as cores corporativas definidas salvo exceções previstas e descritas no manual de normas gráficas. De modo a permitir a rápida

identificação da marca, é fundamental que as cores corporativas sejam reproduzidas com total fidelidade.

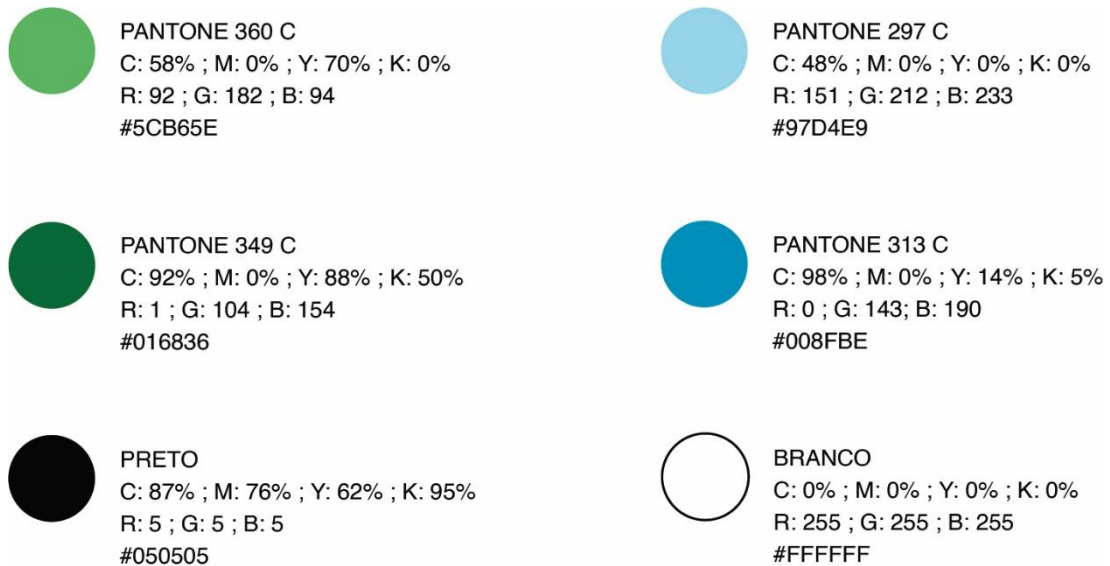


Fig. 16 - Paleta de cores usada na marca gráfica da empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.2.2. Tipografia

O logótipo foi construído usando a fonte *“Al Chevrola Regular”* com alguns ajustes gráficos. Na primeira letra “R” encurvou-se a perna, na primeira letra “E” acrescentou-se um acento circunflexo, na letra “I” encurtou-se a sua altura e na primeira letra “O” diminuiu-se o seu tamanho. Dadas as características gráficas da fonte *“Al Chevrola Regular”*, esta não deve ser usada na comunicação da marca Trilhos do Zêzere quer em títulos, como em subtítulos ou textos, estes devem de ser usados com a fonte *“Helvética”* por se tratar de uma fonte legível e com uma estética neutra e moderna.

AL CHEVROIA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789'?!- _.:; \/ # \$ % & () [] = + *

TRILHOS DO ZEZERE

Fig. 17 - Fonte tipográfica usada na marca gráfica
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.2.3. Kit de Normas Gráficas

Criada a marca gráfica, desenvolveu-se o Kit de Normas Gráficas onde estão estabelecidas todas as regras e normas para que seja feito o bom uso da marca gráfica desenvolvida. O seu cumprimento é imperativo e deverá ser fielmente respeitado. Este Kit compreende a anatomia da marca gráfica, a sua tipografia principal e secundária, cor, variantes, redução máxima, espaço de reserva, monocromia, comportamento sobre fundos e, por fim, as proibições e usos indevidos.

Os pontos “Anatomia da marca gráfica”, “Tipografia principal” e “Cor” do Kit de Normas Gráficas, estão explicados nos pontos 6.3.1, 6.3.1.2 e 6.3.1.3 do presente relatório. A tipografia secundária escolhida foi a “*Helvética*” nas variantes “regular”, “*oblique*” e “*bold*” e a “*Helvética 35 Thin regular*”. A escolha desta tipografia deve-se ao facto de não serifada o que permite uma boa leitura aliada à elegância através do equilíbrio e neutralidade que transmite (Figura 20).

Para uma maior versatilidade e adaptação da marca gráfica às diversas aplicações, foram desenvolvidas duas versões da mesma, uma horizontal e uma vertical (Figura 22).

No que diz respeito à redução máxima e de modo a não prejudicar a sua leitura e interpretação, estabeleceram-se reduções máximas aplicadas, recomendando assim que a marca nunca seja reduzida abaixo dos 21px de largura na variante vertical e 31px de largura na variante horizontal (Figura 23).

Quanto ao espaço de reserva de modo a garantir também, a sua legibilidade na íntegra, definiu-se que o espaço corresponderia ao tamanho da letra “O”, em caixa alta da palavra “Trilhos”. (Figura 24).

Na secção da “Monocromia e comportamento sobre fundos” a marca gráfica deverá sempre oferecer maior contraste com o fundo, sejam fundos cromáticos, fotográficos ou papéis texturados. São expressamente proibidos os usos de cor contrários aos valores da marca, excetuando nos casos de meios de terceiros ou patrocinadores que assim o exijam (Figura 25).

É também proibida a alteração da forma, proporção, estrutura, alinhamento, cor ou qualquer tipo de distorção que deturpe totalmente ou parcialmente a marca gráfica Trilhos do Zêzere (Figura 26).

A par com este Kit de Normas Gráficas foi criado um *Brand Book* em que explica de forma mais aprofundada a marca Trilhos do Zêzere, aqui estão descritos as suas missões, valores, essência e visão da marca (Figura 151), o posicionamento em termos de mercado (Figura 152), a origem do nome (Figura 153), a simbologia da nova marca gráfica (Figura 154) e diversas imagens com palavras-chave relacionadas diretamente com a empresa.



Fig. 18 - Páginas “Marca gráfica” do Kit de Normas Gráficas

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

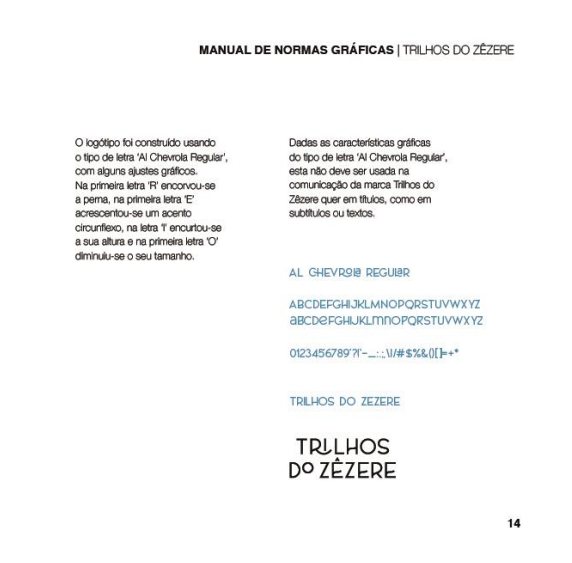
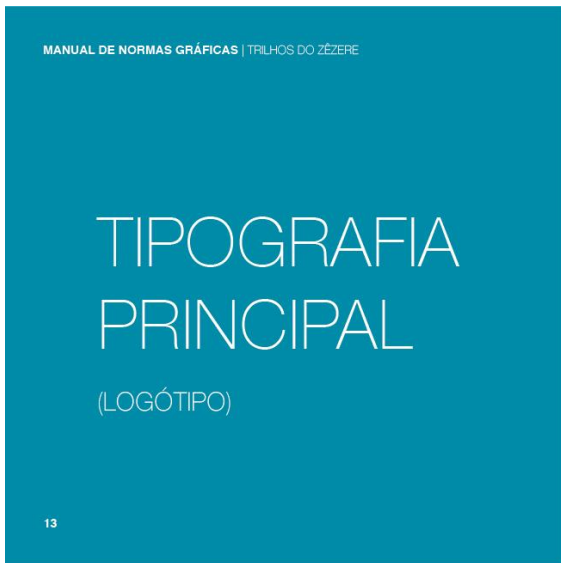


Fig. 19 - Páginas “Tipografia principal” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

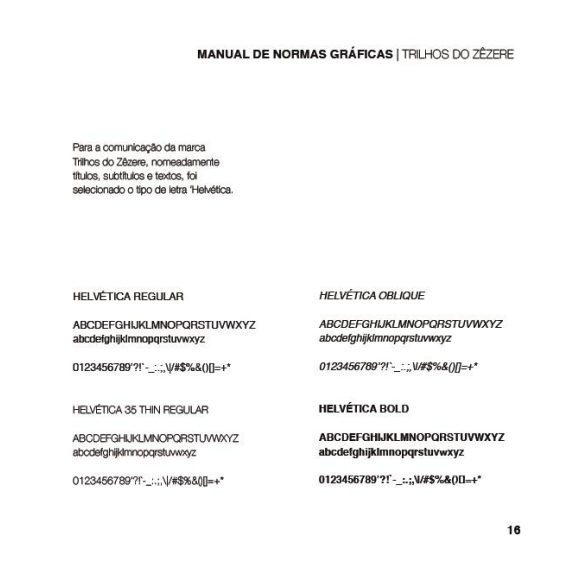


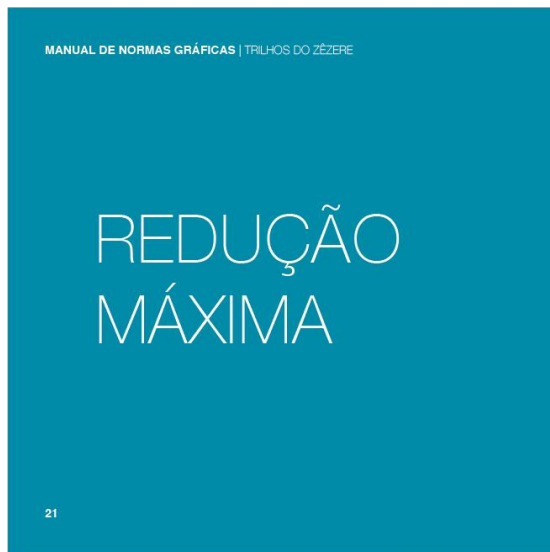
Fig. 20 - Páginas “Tipografia secundária” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 21 - Páginas “Cor” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 22 - Páginas “Variantes” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



De modo a não prejudicar a leitura e legibilidade da marca gráfica, foram estabelecidas reduções máximas, em termos de dimensão.

Recomenda-se a redução máxima até 12 mm ou 21 px de largura na variante vertical e até 20 mm ou 31 px de largura na variante horizontal, sempre reduzido de forma proporcional.

Esta regra aplica-se a todas as aplicações da marca e deve de ser cumprida.

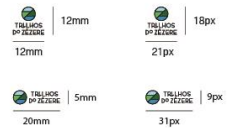


Fig. 23 - Páginas “Redução máxima” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



De forma a garantir a sua íntegra legibilidade, a marca gráfica tem um espaço de reserva em seu torno.

A margem de segurança é a medida da letra 'O', em caixa alta do logótipo, tanto na vertical como na horizontal.

Esta regra aplica-se a toda a identidade visual e deve de ser cumprida.



Fig. 24 - Páginas “Espaço de reserva” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

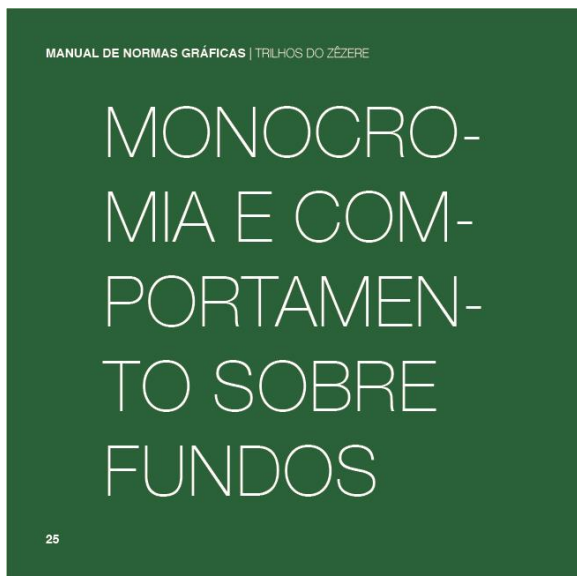


Fig. 25 - Páginas “Monocromia e comportamento sobre fundos” Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

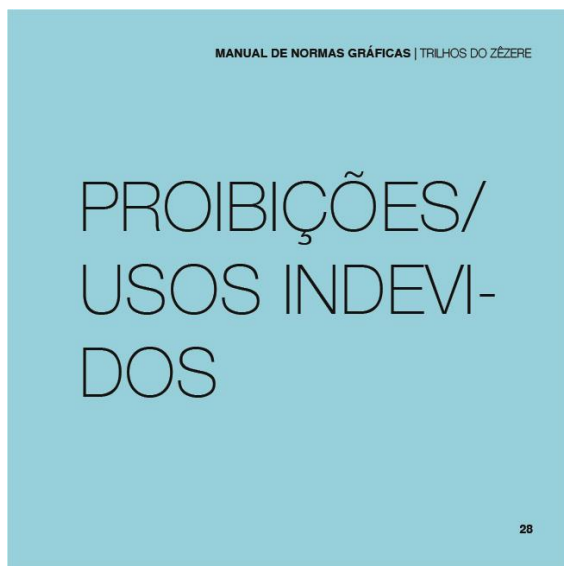


Fig. 26 - Páginas “Proibições/ Usos indevidos” do Kit de Normas Gráficas
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.3. Estacionário

O Estacionário é parte integrante de uma marca, como tal, auxilia na sua divulgação através de vários elementos gráficos personalizados.

Para o estacionário da Trilhos do Zêzere foram desenvolvidos sete suportes, envelope, papel de carta, cartão-de-visita, cartão de cortesia, assinatura de *e-mail*, cadernos e canetas.

O envelope DL tem como medidas 22 cm por 11 cm (DL), na frente contém a marca gráfica na variante horizontal, a morada, os contactos telefónicos, *e-mail* e o link do website. Na parte de trás, repete-se a marca gráfica com a diferença de esta ser na variante vertical e em menor escala. O interior do envelope é impresso com o padrão criado para a marca Trilhos do Zêzere sobre a cor corporativa azul-claro.

Essa impressão é possível ver-se quando o destinatário abre o envelope ou na parte da frente através da janela quando o papel de carta é retirado.

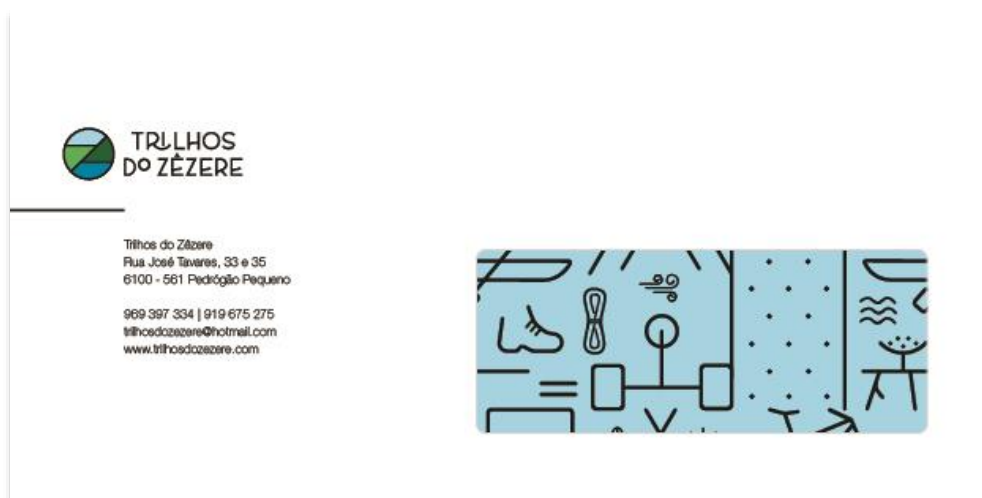


Fig. 27 - Frente do envelope DL criado para a Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

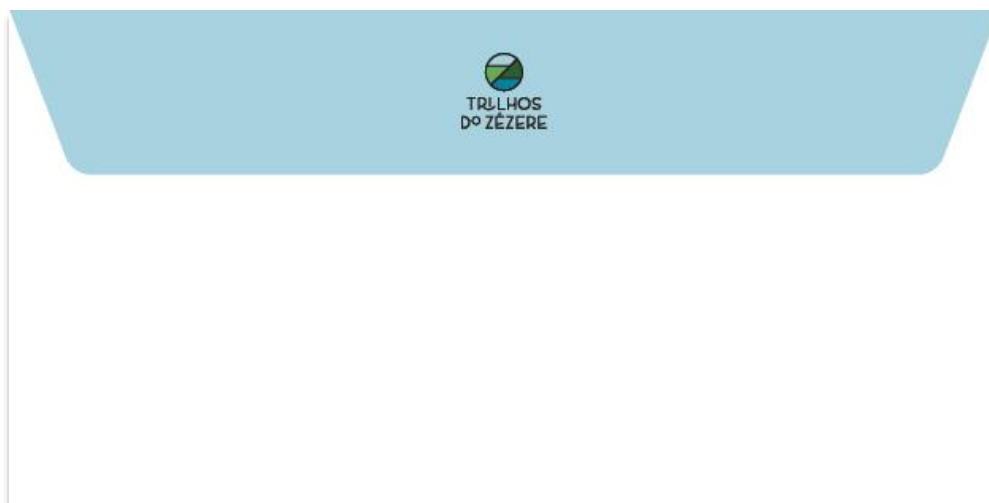


Fig. 28 - Parte de trás do envelope DL criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

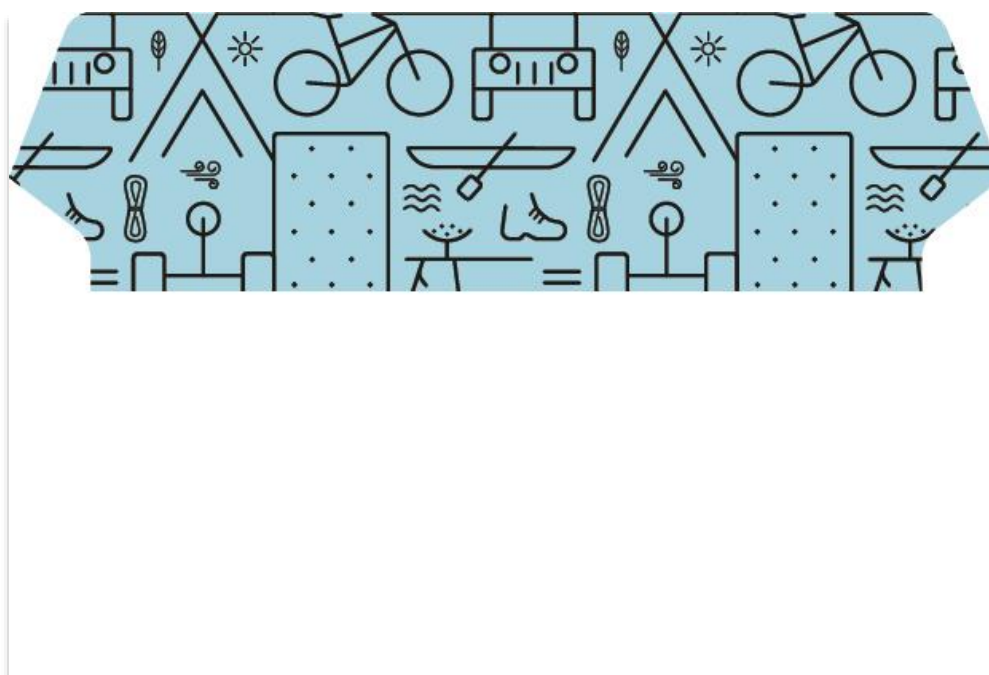


Fig. 29 - Parte de trás com aba aberta do envelope DL criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

O papel de carta tem como medidas 21 cm por 29,7 cm (A4), é composto pela zona de cabeçalho onde estão inseridas à esquerda a marca gráfica na variante horizontal juntamente com os contactos e à direita fica o espaço reservado para colocação da morada do destinatário. Segue-se o corpo de texto, seguido da zona de assinatura.



Fig. 30 - Papel de carta criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

O cartão-de-visita tem como medidas 8,5 cm por 5,5 cm. É feito de papel *kraft* e contém a marca gráfica na variante vertical, já na parte de trás contém a marca gráfica na variante horizontal com os respetivos contactos da empresa.



Fig. 31 - Frente do cartão-de-visita criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 32 - Verso do cartão-de-visita criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

De forma a fixar o cliente e a promover as vendas, criou-se um cartão de cortesia também ele feito em papel *kraft*, para envio nas caixas das encomendas. Na parte da frente contém o padrão da marca Trilhos do Zêzere juntamente com a marca gráfica na variante horizontal. Na parte de trás contém um código de desconto a ser aplicado numa próxima encomenda efetuada pelo cliente, bem como, as redes sociais da empresa, *Instagram* e *Facebook*.

Do ponto de vista técnico e económico, uma vez que a mensagem pode variar, optou-se por fazer a impressão em papel A4 que posteriormente será cortado em cinco papéis A6.



Fig. 33 - Frente do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 34 - Verso do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

Para documentos que assim o justificam, foi criado um carimbo com a marca gráfica na variante horizontal com a utilização desta em *outline*.



Fig. 35 - Carimbo criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

Desenvolveu-se também, quatro cadernos com as medidas 14,7 cm por 21,5 cm (A5), feitos de cartão de modo a manter a coerência dos restantes suportes do estacionário, em que é aplicado o padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido na capa e contracapa e, a marca gráfica na variante horizontal na lombada. De forma, a criar um maior leque de opções, as cores do elástico e a fita marcadora variam com o uso das quatro cores corporativas da marca gráfica.

Para criar um conjunto, criou-se ainda, quatro canetas feitas em cartão e metal com a aplicação do padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido juntamente com a marca gráfica na variante horizontal que variaram também, com as quatro cores corporativas aplicadas nos cadernos.



Fig. 36 - Caderno mais caneta na cor azul-claro criados para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 37 - Caderno mais caneta na cor azul-escuro criados para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 38 - Caderno mais caneta na cor verde-claro criados para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

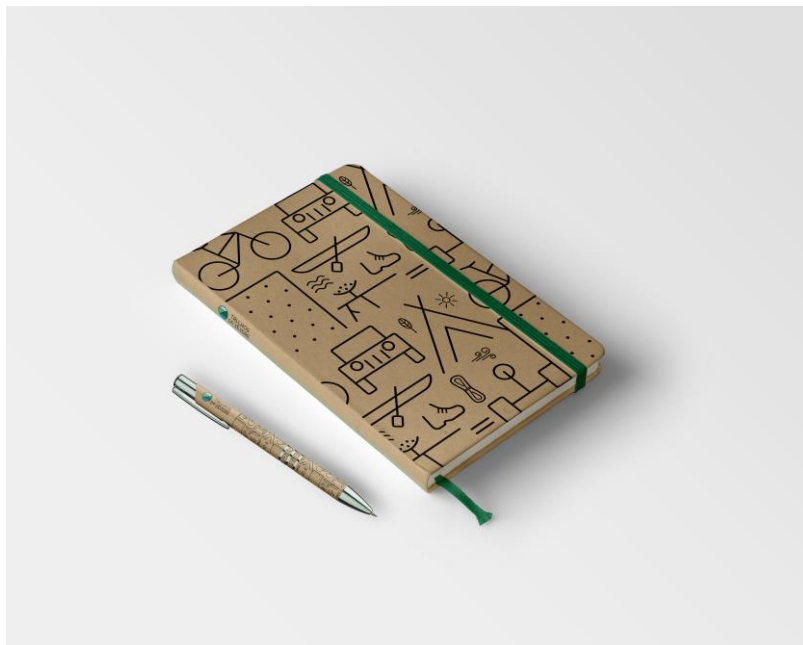


Fig. 39 - Caderno mais caneta na cor verde-escuro criados para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

Criou-se também a assinatura de *e-mail* que contém a marca gráfica da empresa na variante vertical juntamente com a identificação do remetente e respetivo cargo com os contactos da empresa sobre fundo branco.



Fig. 40 - Assinatura de email criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4. Merchandising

No sentido de fazer a ativação de marca e de apresentar a nova marca gráfica ao público-alvo para que este a retenha e associe de imediato à empresa Trilhos do Zêzere, desenvolveu-se diversos suportes de *merchandising*, entre eles, autocolantes, bandana, cadernos, canetas, garrafa para bicicleta, garrafas de água, meias, sacos de pano e t-shirts. O objetivo principal com este *merchandising* é que a empresa, para além de gerar receita extra, se dissemine pelo seu público-alvo e seja reconhecida em qualquer lugar. A criação deste *merchandising* tem por base o uso do padrão criado para a marca Trilhos do Zêzere e a respetiva marca gráfica.

O padrão foi criado através da representação pictórica das atividades desenvolvidas pela empresa, tais como, canoagem, escalada, rapel, escalada, slide, percursos pedestres, TT, BTT e *paintball*. A estes juntou-se elementos da natureza como o vento, o sol, a água e a terra, representando simbolicamente o ambiente onde se insere a empresa Trilhos do Zêzere, assim como, os locais onde a empresa proporciona aventura, em meio terrestre, aquático e aéreo.

Todos os produtos estarão à venda tanto na loja *online*, como na loja física da empresa.

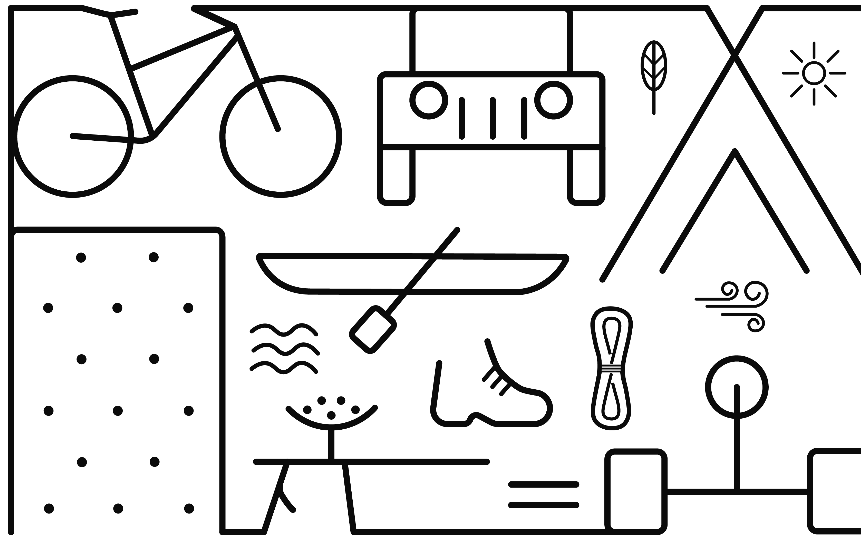


Fig. 41 - Padrão criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.1. Autocolantes

Os autocolantes foram desenvolvidos em dois modelos compostos por cinco versões cada modelo. No primeiro modelo, foi aplicado a marca gráfica na variante vertical, tanto a preto como a branco, de modo a garantir a legibilidade através do contraste estabelecido nas normas gráficas, sobre uma das cores corporativas. Já no segundo modelo, foi aplicado o padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido também sobre cada uma das cores corporativas, excetuando o preto em ambos.

A aplicação destes autocolantes é diversa, a empresa poderá usá-los para lacrar as caixas das encomendas e o papel de embrulho ou como oferecê-los para uso pessoal do cliente.

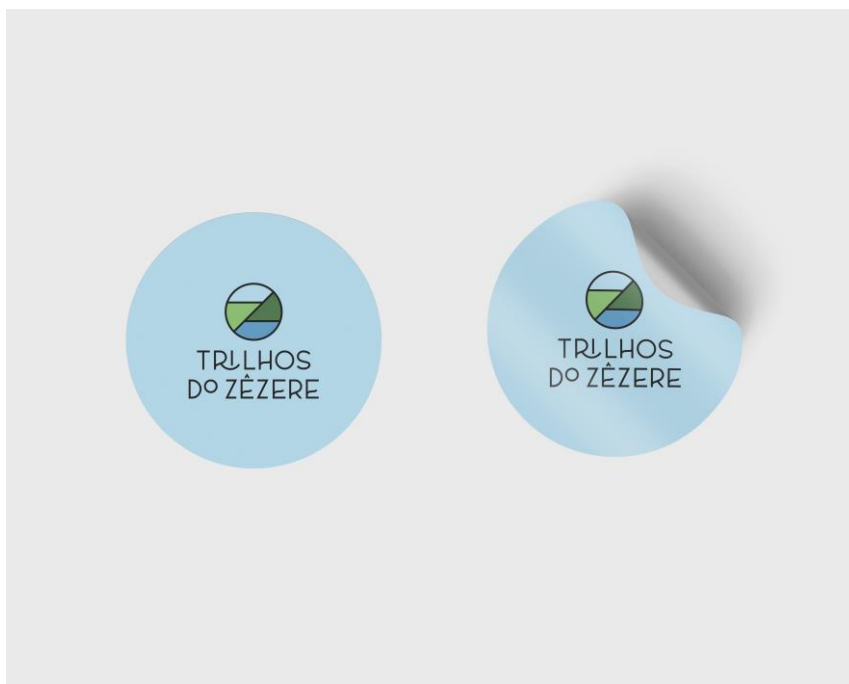


Fig. 42 - Autocolante com marca gráfica na cor azul-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

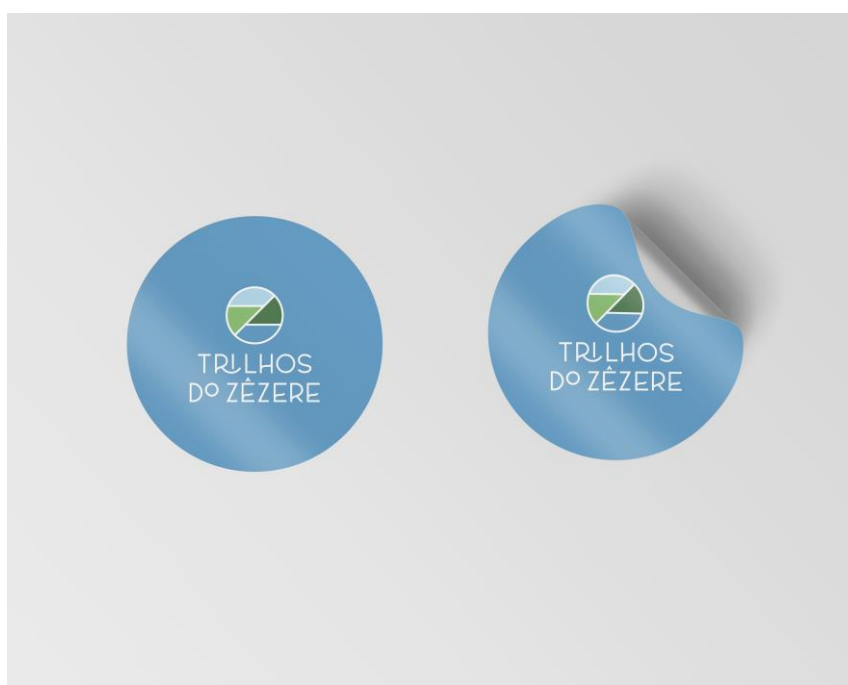


Fig. 43 - Autocolante com marca gráfica na cor azul-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

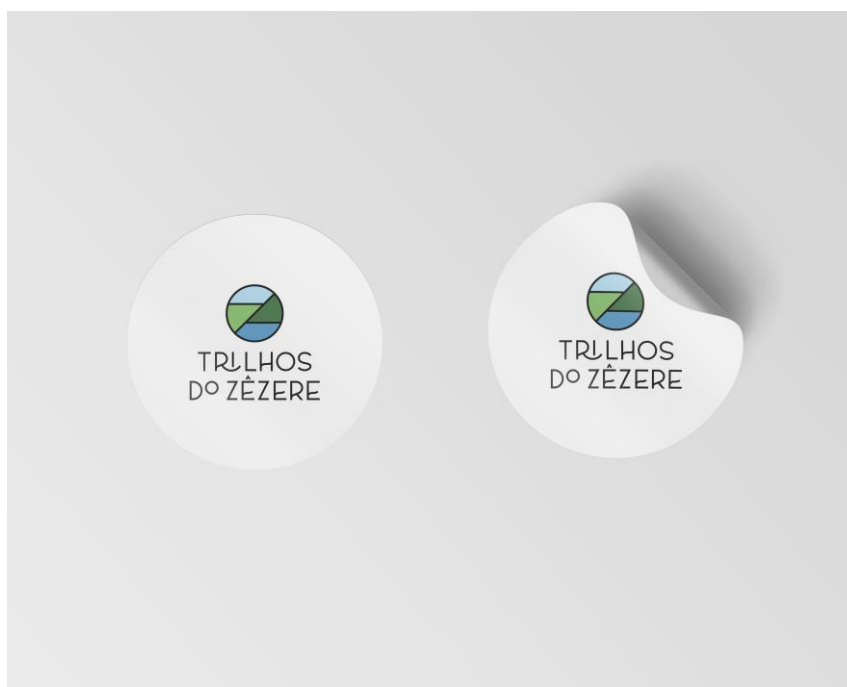


Fig. 44 - Autocolante com marca gráfica na cor branca criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

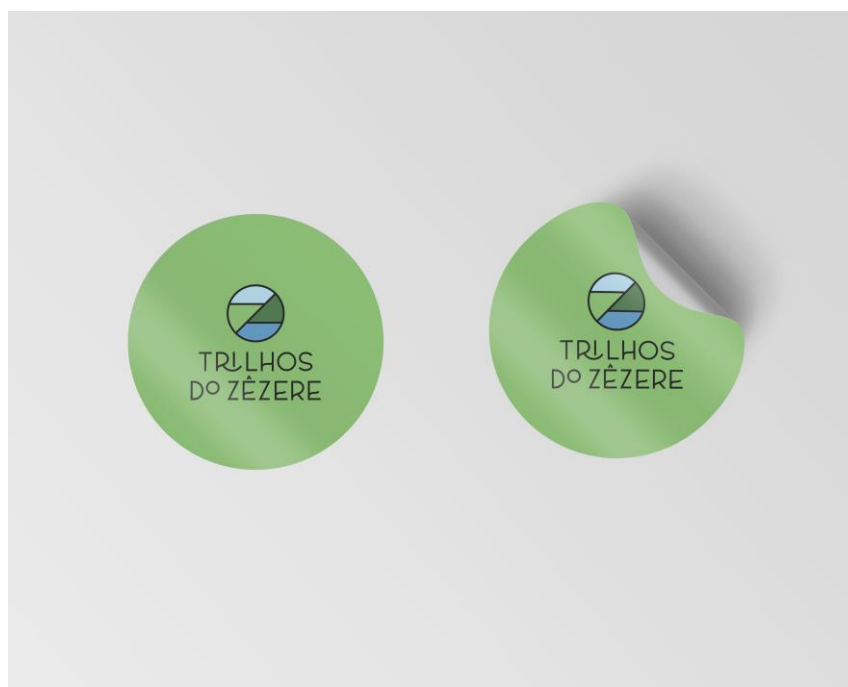


Fig. 45 - Autocolante com marca gráfica na cor verde-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

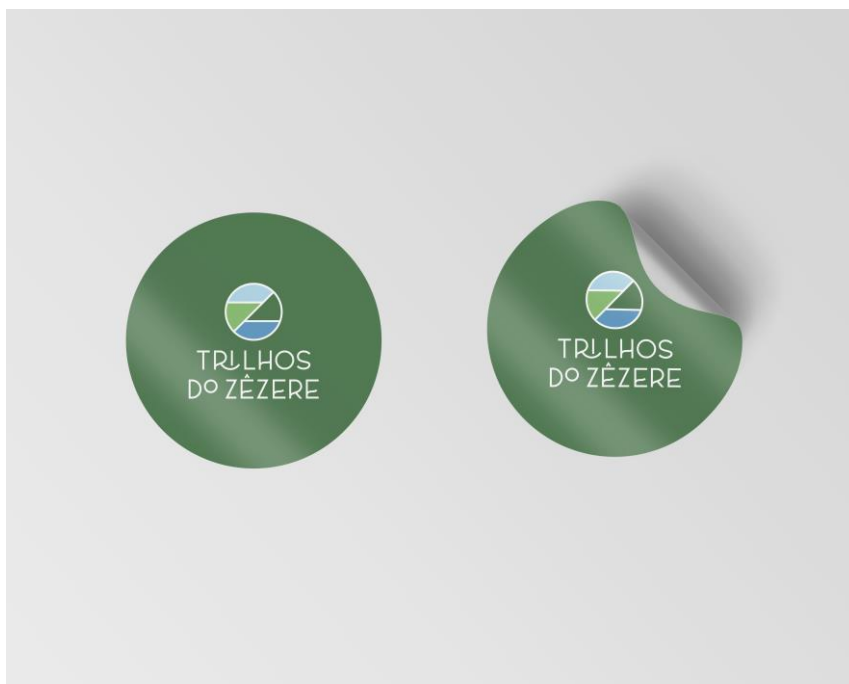


Fig. 46 - Autocolante com marca gráfica na cor verde-escuro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

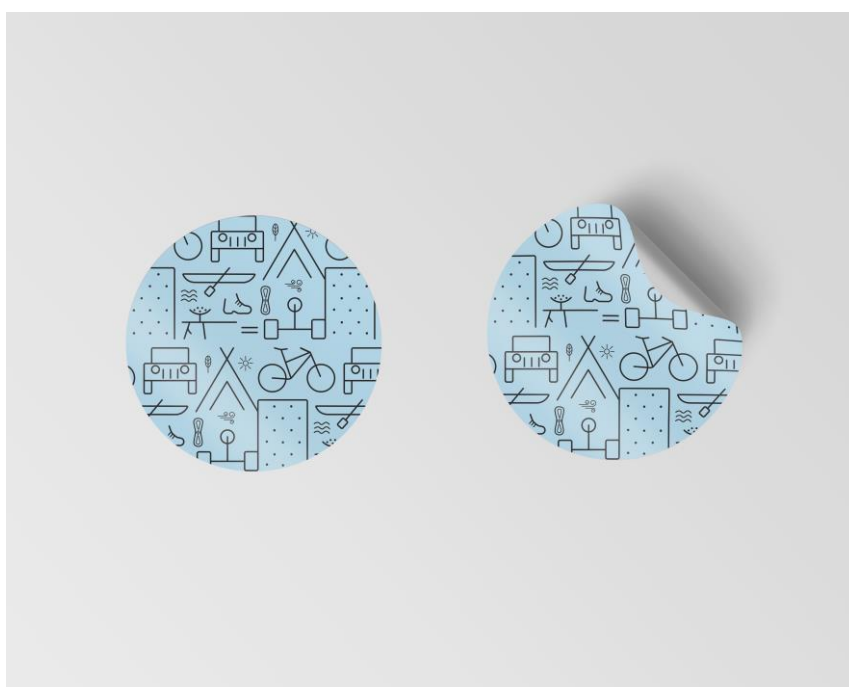


Fig. 47 - Autocolante com padrão na azul-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

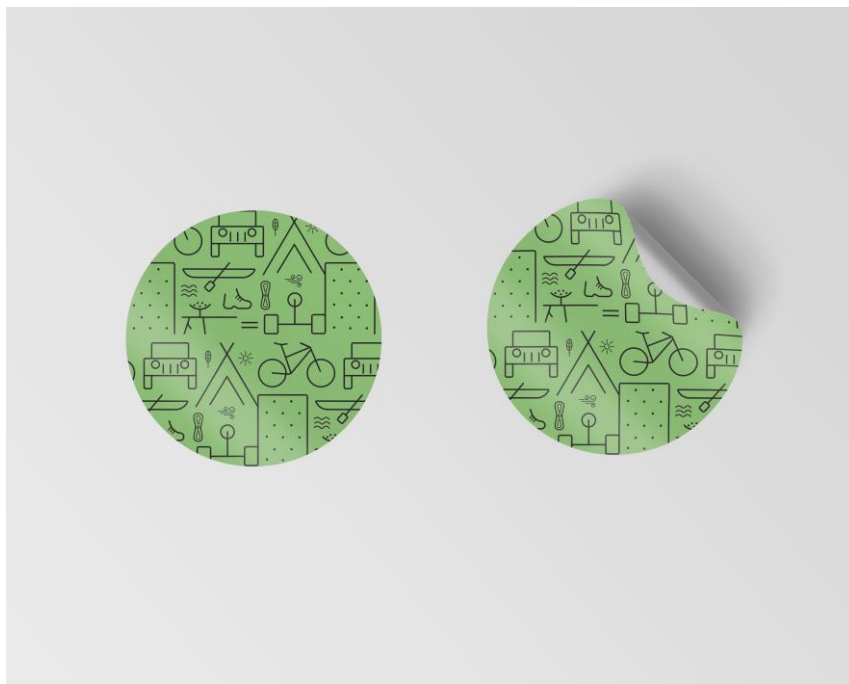


Fig. 50 - Autocolante com padrão na cor verde-claro criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

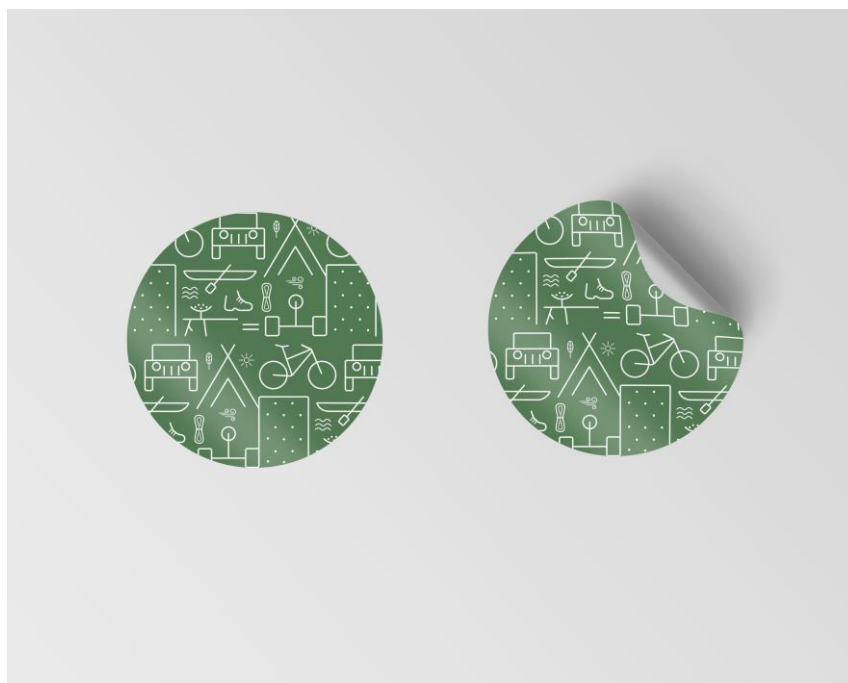


Fig. 51 - Autocolante com padrão na cor verde-escuro criado para a Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.2. T-shirts

Optou-se por criar dois modelos, um com nove versões de t-shirts e outro com duas, de forma a criar um maior leque de opções. O primeiro modelo é composto pelo pictograma, de uma forma isolada, corresponde a atividades presentes no padrão Trilhos do Zêzere juntamente com a marca gráfica na variante horizontal.

No segundo modelo, as t-shirts são mais direcionadas para a promoção da própria marca Trilhos do Zêzere com a aplicação do padrão numa na variante horizontal e outra na variante vertical juntamente com a respetiva marca gráfica na variante vertical em ambas.

Nos dois modelos, foi aplicado na manga, uma etiqueta de tecido com a marca gráfica na variante vertical a branco.



Fig. 52 - T-shirt com padrão na vertical criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 53 - T-shirt com padrão na horizontal criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 54 - T-shirt "BTT" criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 55 - T-shirt “Campismo” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 56 - T-shirt “Canoagem” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 57 - T-shirt “Escalada” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 58 - T-shirt “Kart” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 59 - T-shirt “Paintball” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 60 - T-shirt “TT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.3. Tote Bags

Tal como nas t-shirts os princípios do design aplicados foram os mesmos nos *tote bags*, ou seja, dois modelos, um com nove versões referentes às atividades presentes no padrão da marca Trilhos do Zêzere e outro com uma versão 2 em 1, de forma a criar um conjunto com as próprias t-shirts.

O primeiro modelo é composto também pelo pictograma, de uma forma isolada, corresponde a atividades presentes no padrão Trilhos do Zêzere juntamente com a marca gráfica na variante horizontal.

No segundo modelo, o *tote bag* 2 em 1 é mais direcionado para a promoção da própria marca Trilhos do Zêzere com a aplicação do padrão repetido na parte da frente e com a aplicação da marca gráfica na variante vertical na parte de trás.

Nos dois modelos, foi aplicado na parte superior, uma etiqueta de tecido com a marca gráfica na variante vertical.



Fig. 61 - Tote bag “2 em 1” frente criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 62 - Tote bag “2 em 1” parte de trás criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 63 - Tote bag “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 64 - Tote bag “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 65 - Tote bag “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 66 - Tote bag “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 67 - Tote bag “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 68 - Tote bag “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.4. Saco de pano

De modo a manter a coerência gráfica, o saco de pano foi criado segundo os mesmos princípios de design aplicados no segundo modelo 2 em 1 dos *totes bags*, este é composto na parte da frente com o padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido juntamente com a aplicação da etiqueta de tecido com a marca gráfica na variante vertical e, na parte de trás, a aplicação da marca gráfica na variante vertical.



Fig. 69 - Saco de pano “2 em 1” parte da frente criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

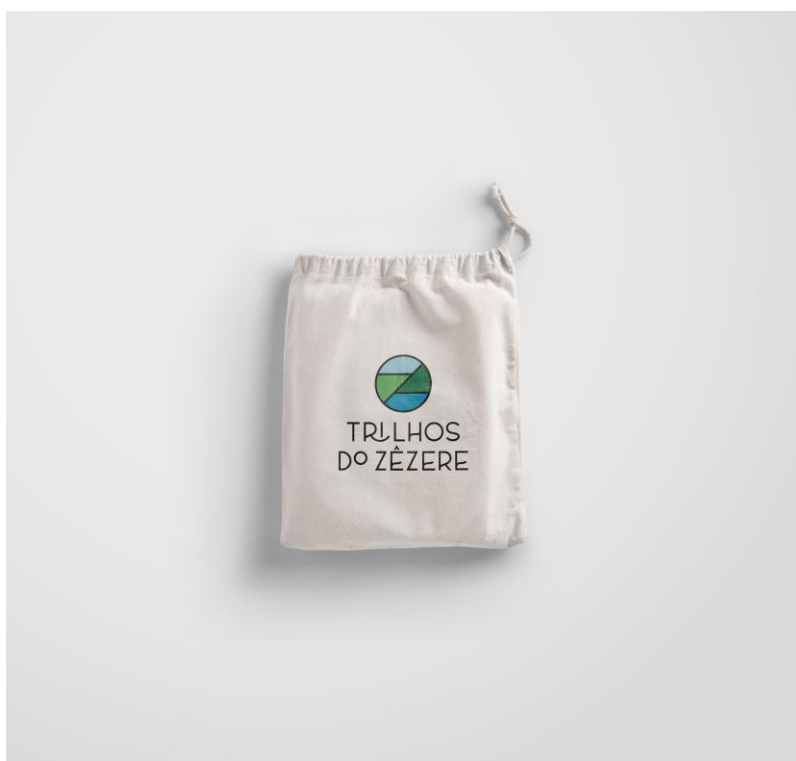


Fig. 70 - Saco de pano “2 em 1” parte de trás criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.5. Garrafas de água

As garrafas de águas foram criadas em três versões, todas contêm a marca gráfica da marca e o elemento representativo da água presente no padrão Trilhos do Zêzere. Na primeira garrafa é aplicada a marca gráfica na versão horizontal, na segunda garrafa a marca gráfica é aplicada também na mesma versão com a diferença de esta e estar na vertical juntamente com o pictograma da água e a terceira contém como elemento diferenciador a marca gráfica na versão vertical.

As garrafas são feitas plástico reciclado, com tampas de madeiras, remetendo-nos assim para o meio em que a empresa se insere e para o bem-estar que esta proporciona aos seus clientes.



Fig. 71 - Garrafas de água criadas para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.6. Meias

Criou-se dois modelos de meias com uma versão cada, ambas as versões são de tecido branco, sendo que o primeiro apresenta uma versão mais minimalista, apenas com a marca gráfica na variante vertical tanto no próprio tecido como na aplicação da etiqueta de tecido, a parte de trás contém a aplicação de uma linha preta na vertical de modo a manter a coerência com outros suportes desenvolvidos em que apresentam a aplicação da mesma, mas na variante horizontal.

No segundo modelo aplicou-se o padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido por todo o tecido juntamente com a marca gráfica na variante vertical presente na etiqueta de tecido.



Fig. 72 - Lateral da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 73 - Frente da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 74 - Parte de trás da meia com a marca gráfica criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 75 - Lateral da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 76 - Frente da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 77 - Parte de trás da meia com o padrão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.4.7. Bandana

A banda faz conjunto com o segundo modelo de meias, na medida em que também foi aplicado o padrão da marca Trilhos do Zêzere em todo o tecido juntamente com a marca gráfica na variante vertical a branco na etiqueta de tecido, aplicada na parte superior.

Optou-se por criá-la, visto ser um acessório versátil que tanto dá para fazer de fita, lenço, gola ou máscara, muito usado por pessoas que se dedicam à prática de atividades ao ar livre, como em corrida e percursos pedestres.



Fig. 79 - Parte da frente da garrafa para bicicleta criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 80 - Parte de trás da garrafa para bicicleta criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5. Outros suportes criados

Para além dos suportes apresentados, foram desenvolvidos outros de apoio e que poderão ser aplicados pela empresa Trilhos do Zêzere, entre eles, viatura de serviço, etiquetas para colocação na roupa criada, caixa de cartão para envio das encomendas realizadas através da loja *online*, papel de embrulho, caixa de cartão para envio dos vales oferta, vales de oferta, uniforme da empresa, tendas para eventos, desdobrável com informações da empresa, *standup* para colocação dos desdobráveis, totem digital também para colocação dos desdobráveis e acesso direto ao website da empresa e um website para a mesma.

6.3.5.1. Viatura de serviço

Foi desenvolvida a parte gráfica de uma viatura todo-o-terreno que permite a divulgação da marca Trilhos do Zêzere e a promoção da mesma. A viatura contém a aplicação do padrão criado para a marca em todo o seu torno, reservando as portas frontais, capô e pneu traseiro para a marca gráfica na versão vertical.



Fig. 81 - Lateral esquerda da viatura de serviço criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 82 - Lateral direita da viatura de serviço criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

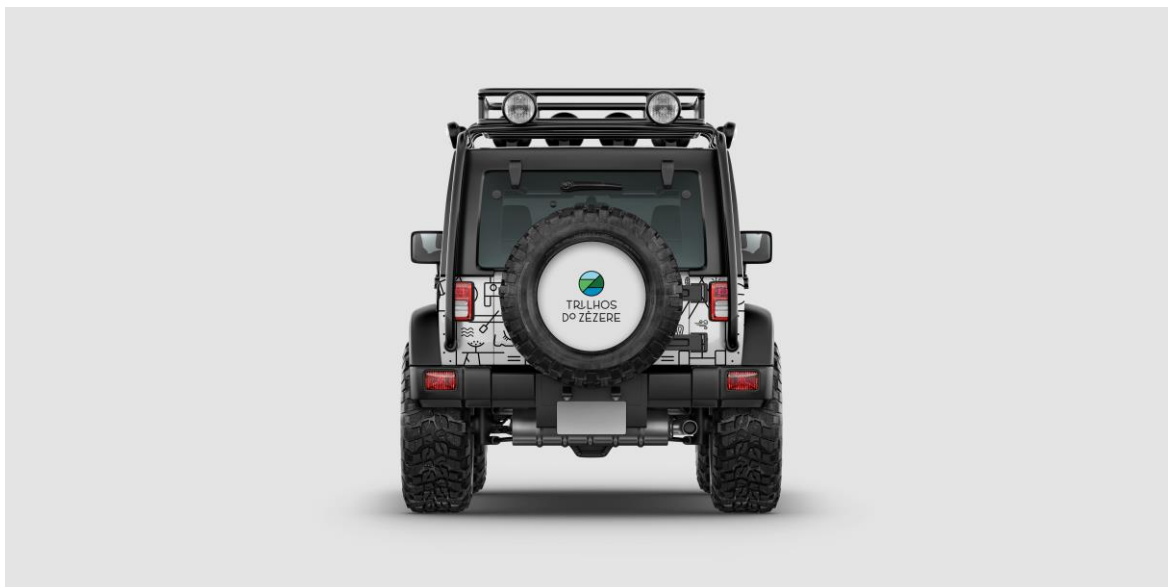


Fig. 83 - Parte de trás da viatura de serviço criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.2. Caixa de envio

Desenvolveu-se uma caixa de cartão para envio das encomendas efetuadas a partir da loja *online*. A caixa de cartão contém o padrão da marca trilhos do Zêzere juntamente com a marca gráfica na versão horizontal no topo e na versão vertical a frente, tanto no topo como na base.

No lado esquerdo contém o *website* da empresa, no lado direito contém as redes sociais e na parte de trás contém uma descrição “Feito em Portugal”. No seu interior contém o padrão repetido.



Fig. 84 - Parte superior da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 85 - Parte superior e lateral direita da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 86 - Parte superior e lateral esquerda da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 87 - Parte superior e traseira da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 88 - Parte interior da caixa de cartão criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 89 - Parte interior da caixa de cartão com o papel de embrulho criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 90 - Parte interior da caixa de cartão com o cartão de cortesia criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.3. Papel de embrulho

De modo a acondicionar as encomendas no envio de encomendas realizadas tanto na loja online em que se utilizam as caixas de cartão anteriormente apresentadas, como em compras na loja física, foi criado um papel de embrulho com a aplicação do padrão da marca em todo o papel sobre fundo branco.

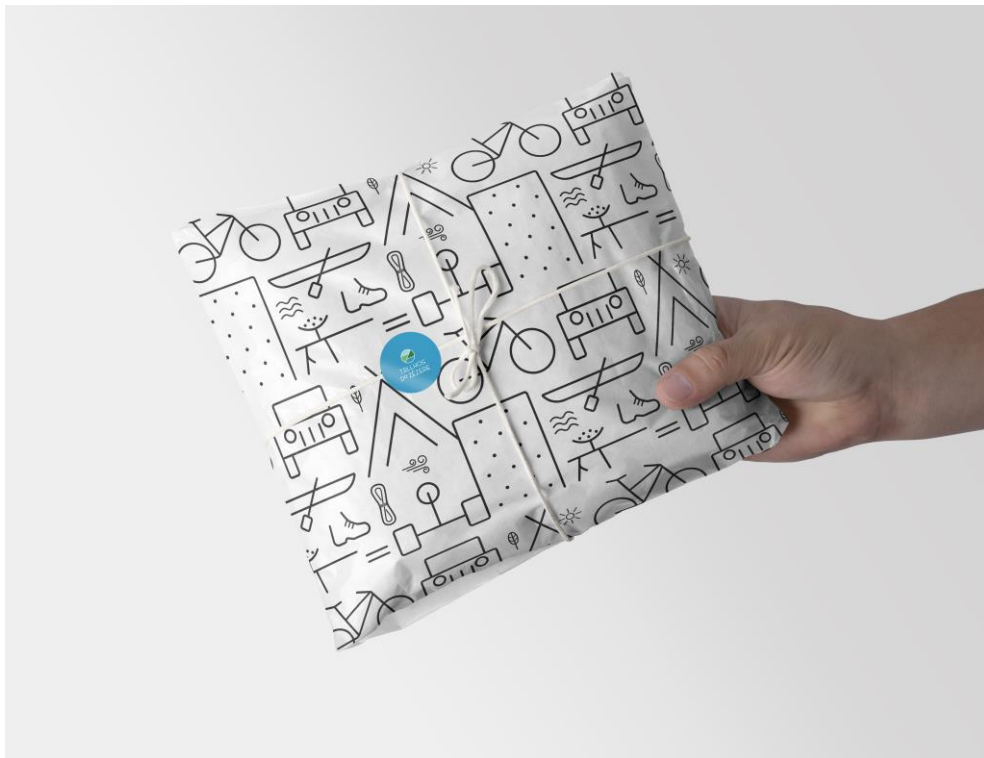


Fig. 91 - Papel de embrulho criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.4. Caixa de vales de oferta

Os vales de oferta têm como finalidade oferecer experiências das atividades que a empresa proporciona a quem o cliente desejar presentear. De modo a reforçar esta ideia de presente, desenvolveu-se caixas de cartão para efetuar o seu envio. A caixa

para os vales de oferta é feita de cartão, com a aplicação da marca gráfica na versão vertical no topo e na peça de abertura.

No lado esquerdo contém o *website* da empresa, no lado direito contém as redes sociais e na parte de trás contém uma descrição “Feito em Portugal”.

No seu interior contém o padrão repetido.

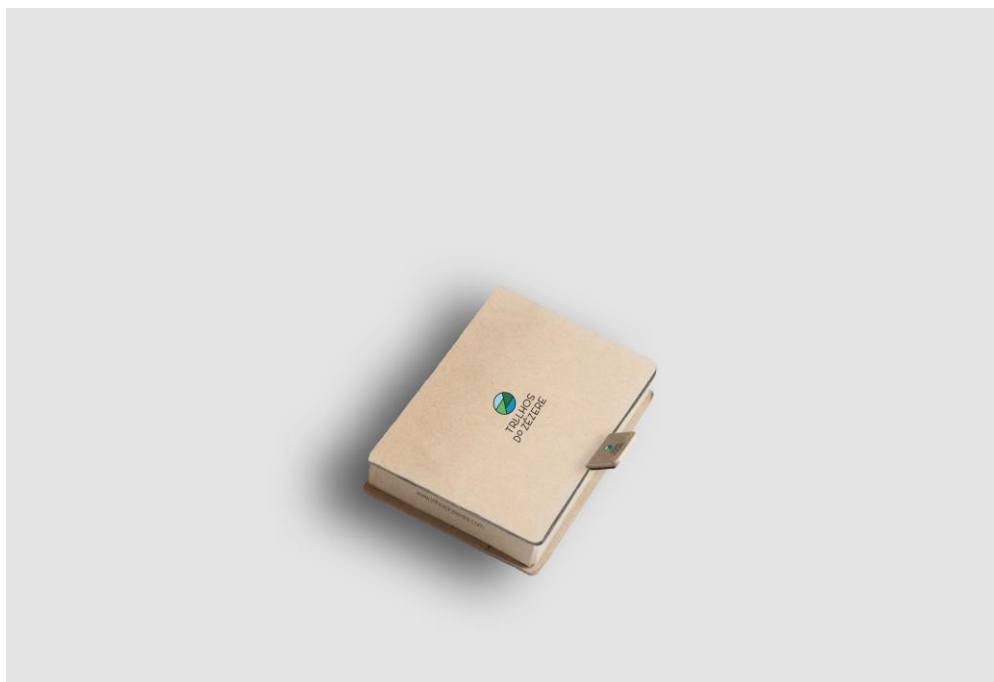


Fig. 92 - Parte superior da caixa de vales de oferta criada para a empresa Trilhos do Zêzere

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 93 - Caixa de vales de oferta com vale “BTT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 94 - Caixa de vales de oferta com vale “Campismo” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 95 - Caixa de vales de oferta com vale “Canoagem” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 96 - Caixa de vales de oferta com vale “Escalada” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 97 - Caixa de vales de oferta com vale “Kart” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 98 - Caixa de vales de oferta com vale “Paintball” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 99 - Caixa de vales de oferta com vale “TT” criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.5. Uniforme

O uniforme de trabalho é uma das ferramentas de comunicação de uma empresa, para além de, estimular o desempenho e o brio profissional, reforça a imagem corporativa da mesma.

Nesse sentido criou-se um uniforme para ser usado pelos funcionários da empresa e seus colaboradores no desenvolver das suas atividades. É composto por um polo, umas meias e um boné que têm por base a cor corporativa verde-escuro e uns calções na cor “camel”, por se tratarem cores presentes na natureza.

O polo contém a aplicação da marca gráfica na versão vertical e a branco, tanto no próprio tecido como na etiqueta de tecido, com a designação da função do trabalhador abaixo desta, a aplicação do padrão da marca Trilhos do Zêzere na vertical e a branco do lado oposto. O boné segue os mesmos princípios de design do polo, com a exceção do padrão se encontrar na horizontal na pala e não contém a designação da função do trabalhador.

As meias seguem também o mesmo princípio aplicado nas meias mais minimalistas do *merchandising*, com a aplicação da marca gráfica na versão vertical tanto no próprio tecido como na aplicação da etiqueta de tecido, com a exceção do tecido ser na cor verde-escuro e a linha vertical aplicada na parte de trás ser na cor branco.

O calção contém a marca gráfica na versão vertical e a branco na etiqueta de tecido aplicada no bolso lateral direito e são de modelo “cargo” por serem o modelo mais usual e prático em quem trabalha neste tipo de empresas em contacto com a natureza.

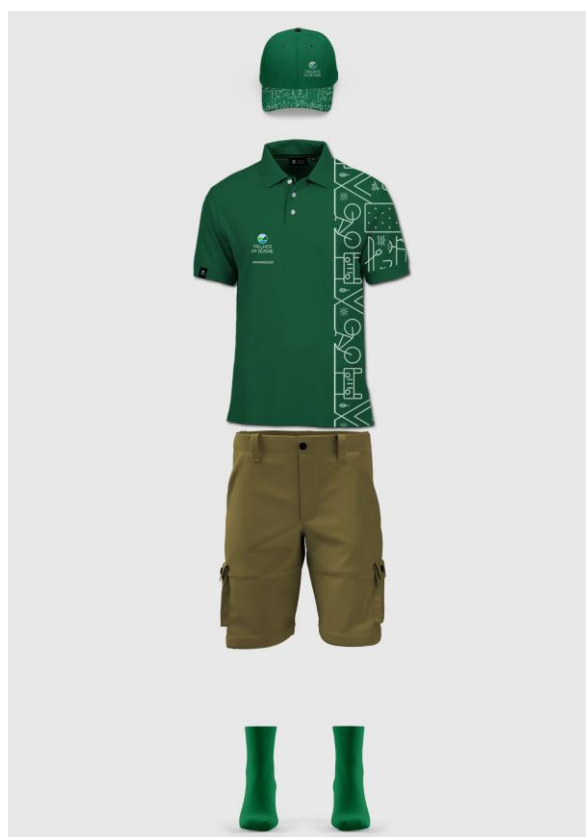


Fig. 100 - Uniforme criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.6. Tendas

De forma a empresa marque a sua presença e se diferencie em feiras e eventos criou-se dois modelos de tendas, um aberto na parte da frente e numa das laterais e outro aberto apenas na parte da frente sendo que as laterais contêm uma abertura que faz de janela em cada uma.

Ambos os modelos contam com um design minimalista e direcionado para a ativação de marca, com a aplicação da marca gráfica tanto na variante horizontal, como na vertical, juntamente com o padrão da marca Trilhos do Zêzere repetido sobre fundo branco.

As tendas para além de servirem para feiras e eventos podem também ser usadas no decorrer das atividades da empresa, uma vez que costumam serem utilizadas para eventos de BTT e percursos pedestres com a finalidade de servirem de apoio logístico.



Fig. 101 - Frente da tenda modelo 1 criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 102 - Lateral da tenda modelo 1 criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 103 - Frente da tenda modelo 2 criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 104 - Lateral da tenda modelo 2 criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.7. Desdobrável

Desenvolveu-se um desdobrável em harmónico, composto por uma capa em que contém a marca gráfica na versão horizontal e os pictogramas de cada atividade presentes no padrão da marca trilhos do Zêzere sobre fundo fotográfico da paisagem onde a empresa atua.

O seu interior contém uma descrição sobre a empresa, bem como, uma lista das atividades que realizam e o código QR para mais informações, sobre fundo fotográfico de duas atividades com o respetivo pictograma por cima.

O seu exterior contém uma descrição mais detalhada das atividades realizadas e a contracapa contém a marca gráfica na versão horizontal a branco juntamente com os contactos da empresa.



Fig. 105 - Exterior do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 106 - Interior do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.8. Totem digital

O totem digital foi criado para acesso direto ao *website* da empresa e/ou para divulgação de vídeos/fotografias das atividades desenvolvida. A parte inferior contém a marca gráfica na versão horizontal e um suporte para colocação dos desdobráveis. Este totem pode ser colocado tanto na própria loja como em eventos.

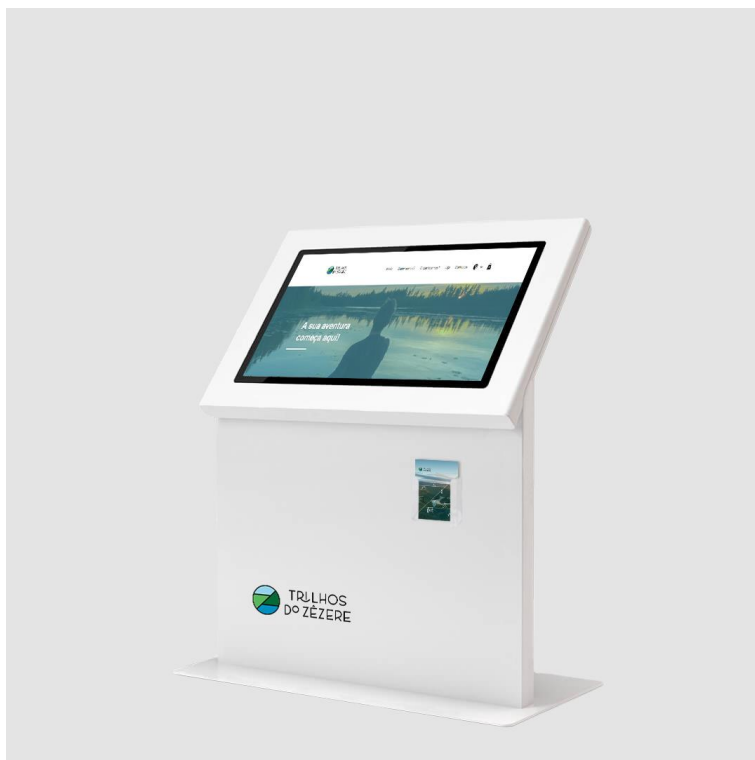


Fig. 107 - Totem digital criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.9. *Standup*

Tal como o totem digital, na medida em que contém um suporte para colocação dos desdobráveis, o *standup* não sendo interativo é exclusivo apenas para esse fim. Conta com a aplicação de um poster igual á capa dos desdobráveis.

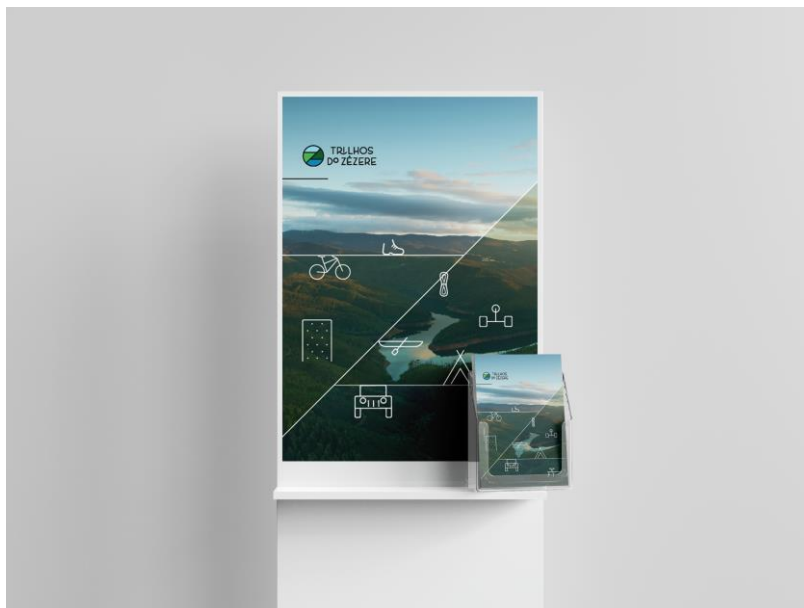


Fig. 108 - Frente do *standup* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

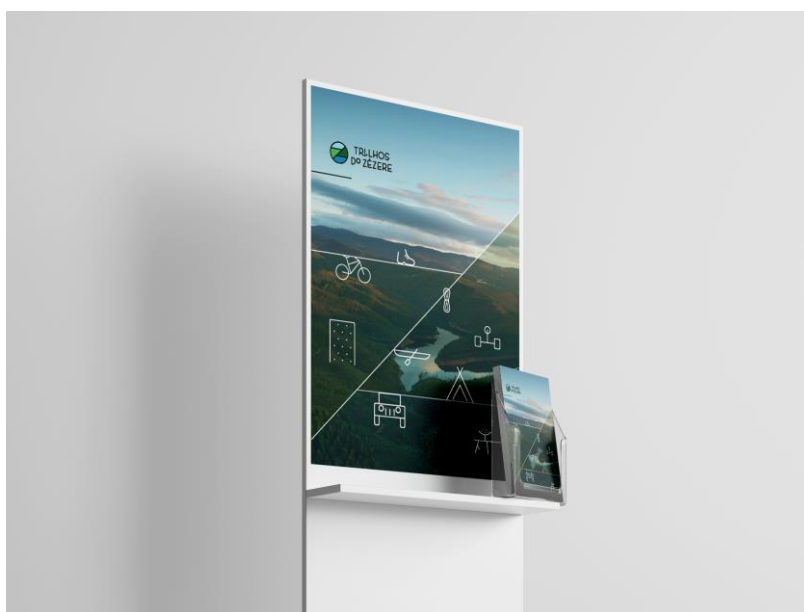


Fig. 109 - Lateral do *standup* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.10. Frente de loja

Criou-se uma sugestão de frente de loja para a empresa, esta contém a marca gráfica na versão horizontal na parte de cima sobre fundo branco.

Nas janelas, na parte inferiores, está aplicado o padrão da marca trilhos do Zêzere. Na porta está aplicada a marca gráfica apenas com os *outlines* a preto, bem como, o horário e respetivos contactos.



Fig. 110 - Frente de loja criada para a empresa Trilhos do Zêzere

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.11. Poster

Com o intuito de ser usado no *standup* e para divulgação da nova marca gráfica e das atividades que a empresa promove nas redes sociais, criou-se um poster que inclui a nova marca gráfica da empresa e os pictogramas criados para a realização do padrão que, são usados também de forma separada na representação de cada atividade.

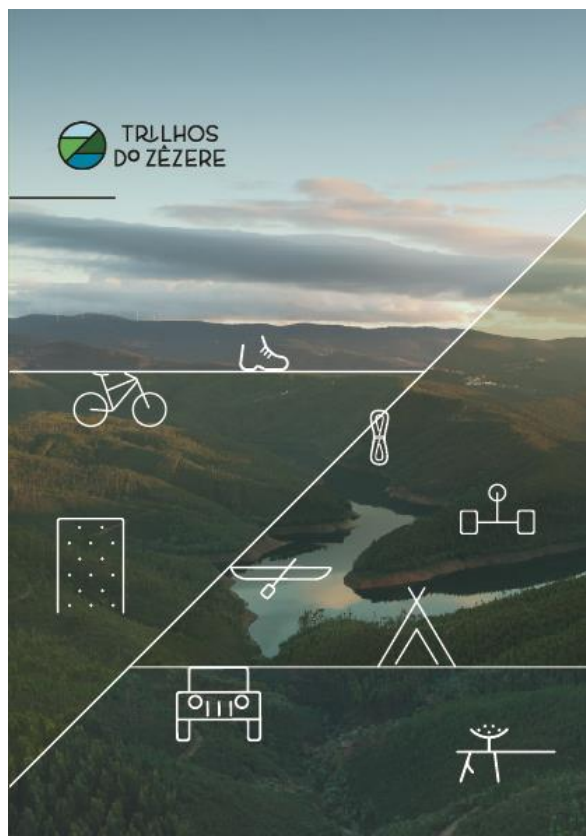


Fig. 111 - Poster criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.5.12. Etiquetas

Foram criadas etiquetas para colocação nas peças de roupa criadas, nomeadamente nas t-shirts e meias. As etiquetas tanto no caso das meias como nas t-shirts contém, na parte frontal o padrão criado para a Trilhos do Zêzere, e na parte de trás a marca gráfica da marca na variante vertical seguindo-se do tamanho da peça, o preço, o respetivo código de barras e por fim a designação “Fabricado em Portugal”.



Fig. 112 - Etiquetas criadas para as t-shirts da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

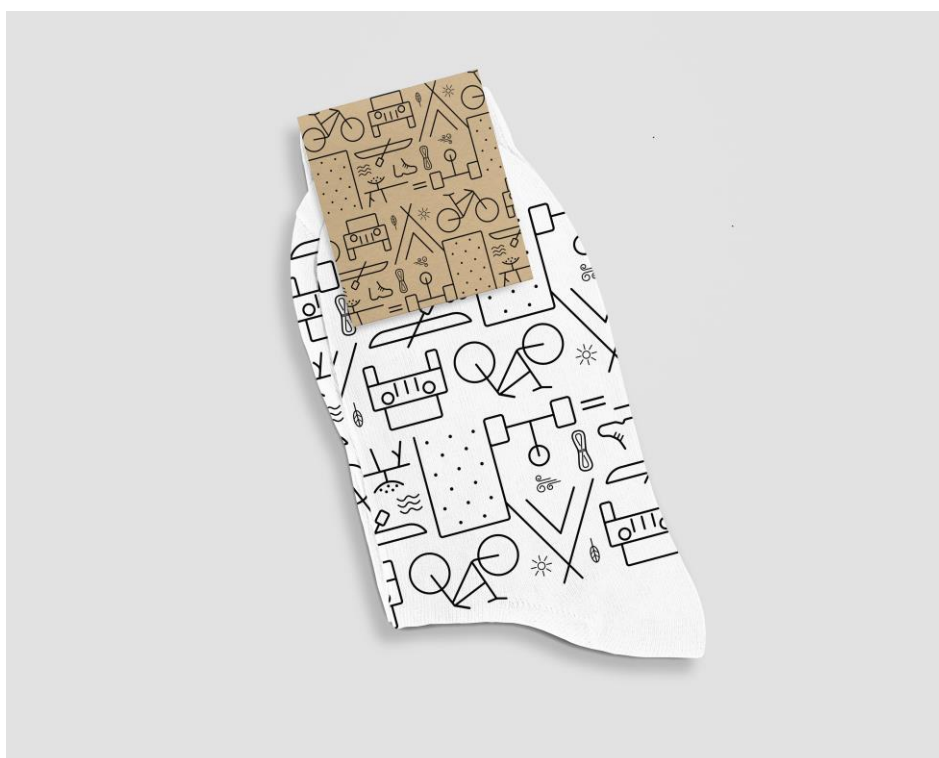


Fig. 113 - Frente das etiquetas criadas para as meias da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

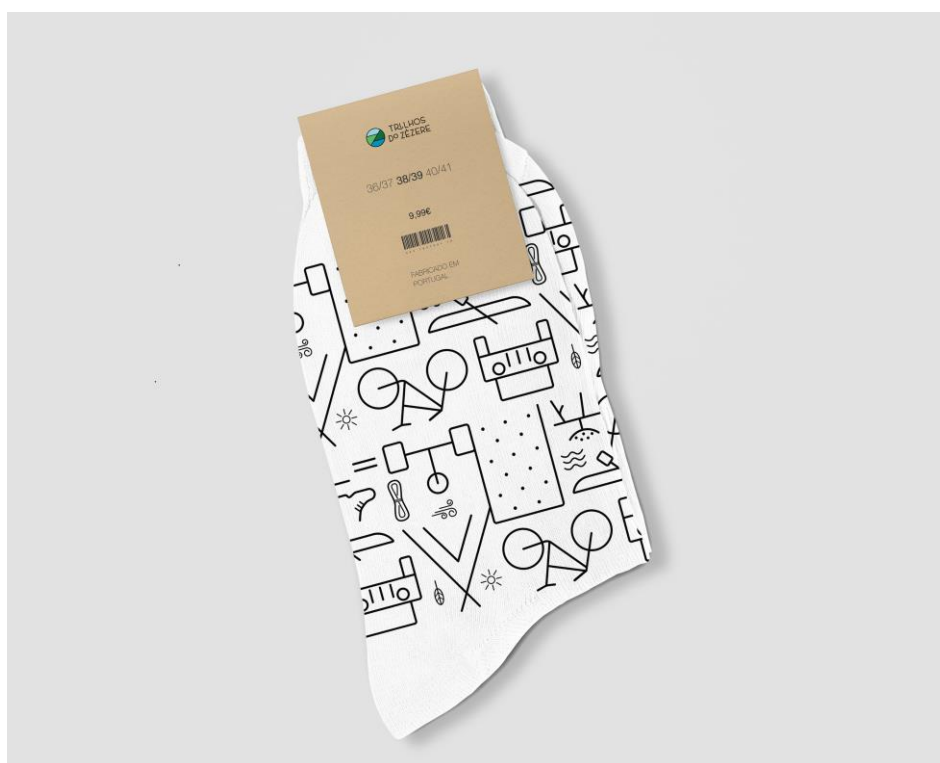


Fig. 114 - Verso das etiquetas criadas para as meias da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.6. Website

Um *website* é fundamental no reconhecimento de uma empresa, permite que a mesma seja encontrada, se afirme no mercado e expanda o seu negócio. Para além destas consegue comunicar com o seu público e ainda realizar vendas através do mesmo. Sendo um dos pontos fulcrais em qualquer empresa do século XXI optou-se por fazer uma reestruturação e total remodelação do *website* atual da empresa.

O site é composto por cinco páginas principais presentes no menu, “Início”, “Quem somos?”, “O que fazemos?”, “Loja”, e “Contactos”.

6.3.6.1. Estudo de cores

As cores selecionadas para utilizar no desenvolvimento do *website* foram as cores corporativas da marca, mantendo assim a coerência visual entre todos os suportes desenvolvidos. Depois de efetuados os estudos de cor percebeu-se que as cores

selecionadas para as cores corporativas da marca funcionam tanto em meios físicos como em meios digitais.

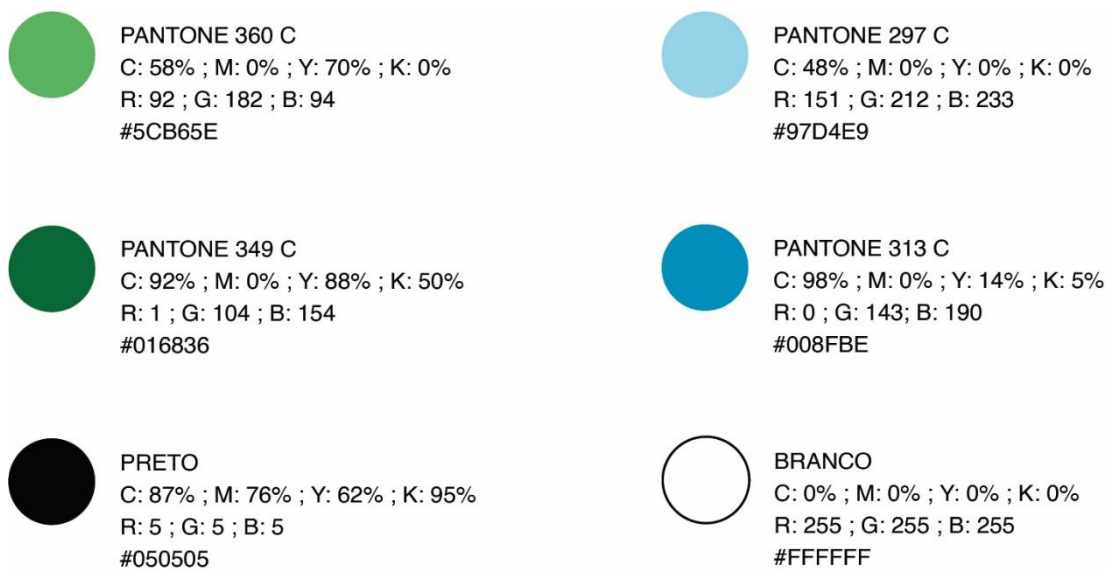


Fig. 115 - Paleta de cores usadas no desenvolvimento do *website* da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.6.2. Mapa de navegação

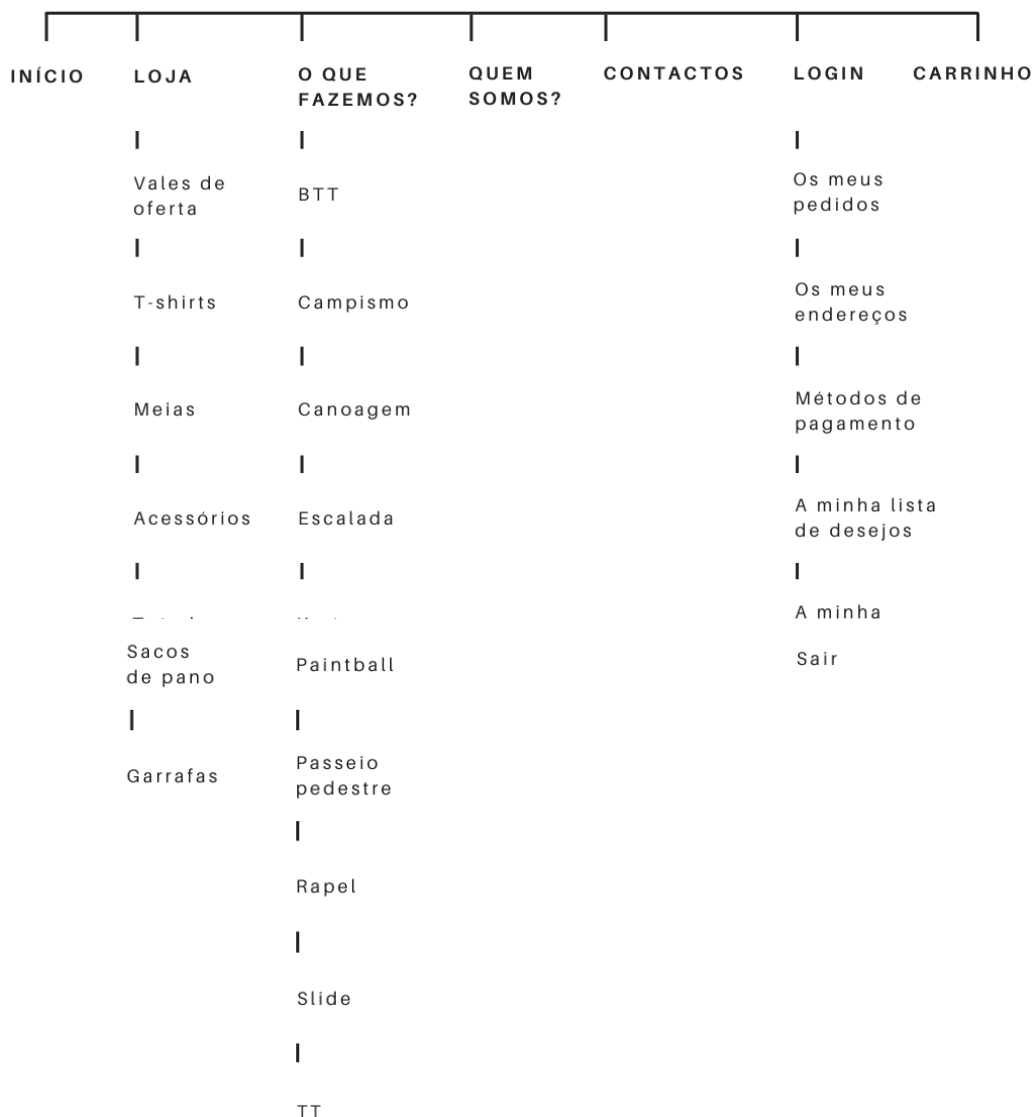
A navegação dentro do *website* da Trilhos do Zêzere é simples, direta e intuitiva, de modo a proporcionar ao utilizador uma melhor experiência navegação.

Em todas as páginas está presente o menu e através dela o utilizador pode ir para página que quiser sem nunca se perder, além disso, existe sempre a indicação da página em que o utilizador se encontra de modo a facilitar a sua navegação.

O *website* é constituído pelas páginas “Início”, “Quem somos?”, “O que fazemos?”, “Loja” e “Contactos”.

A página “Início” contém um vídeo das atividades realizadas. A página “Quem somos?” contém informações sobre a própria empresa, bem como, a equipa de trabalho. A página “O que fazemos?”, contém as atividades realizadas, assim como, informações correspondentes a cada uma. A página “Loja” contém o *merchandising* e os vales de oferta para venda online e a página “Contactos” contém um mapa com a localização da empresa, o horário e respetivos contactos.

MAPA DE NAVEGAÇÃO



Esquema 4 - Mapa de navegação

Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.6.3. Wireframes

Desenvolvido o mapa de navegação, criou-se no programa “Adobe Illustrator” os *wireframes* para posterior criação de *mockups* intermédios e finais.

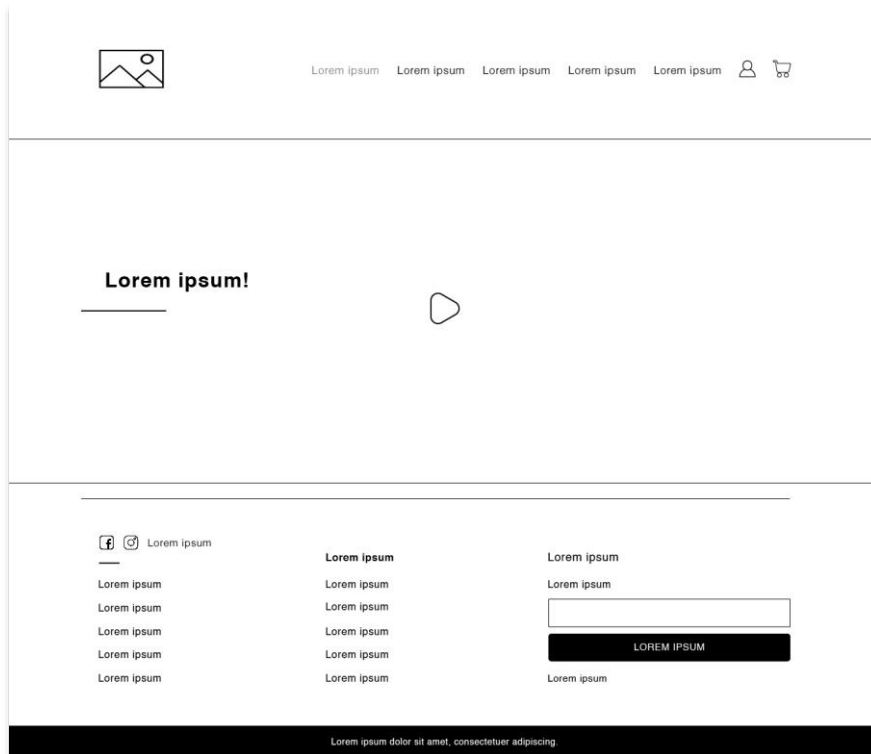


Fig. 116 - Página “Inicio” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

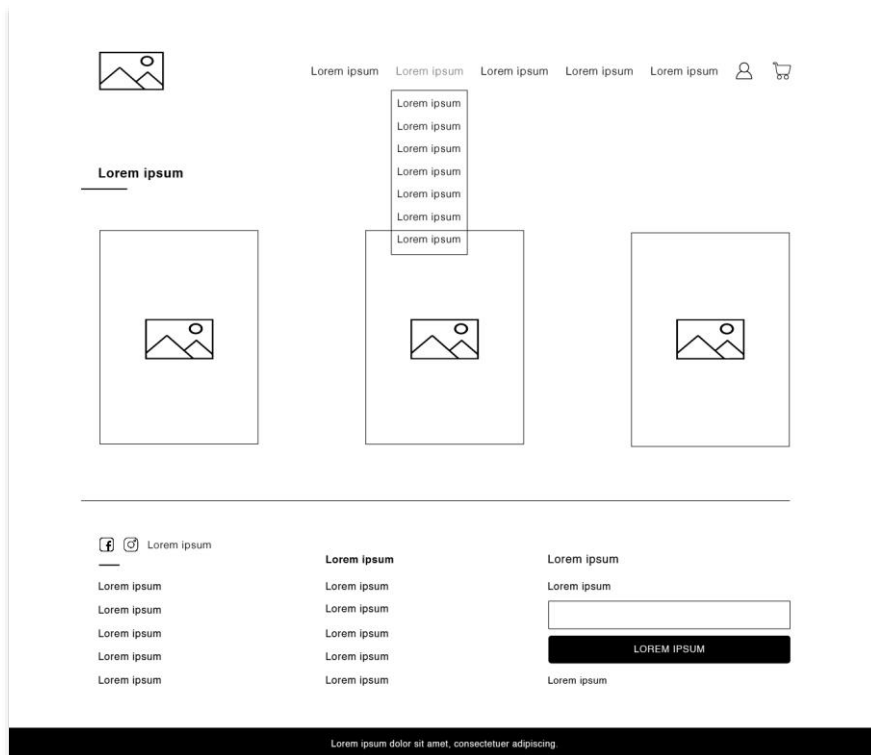


Fig. 117 - Página “Loja” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

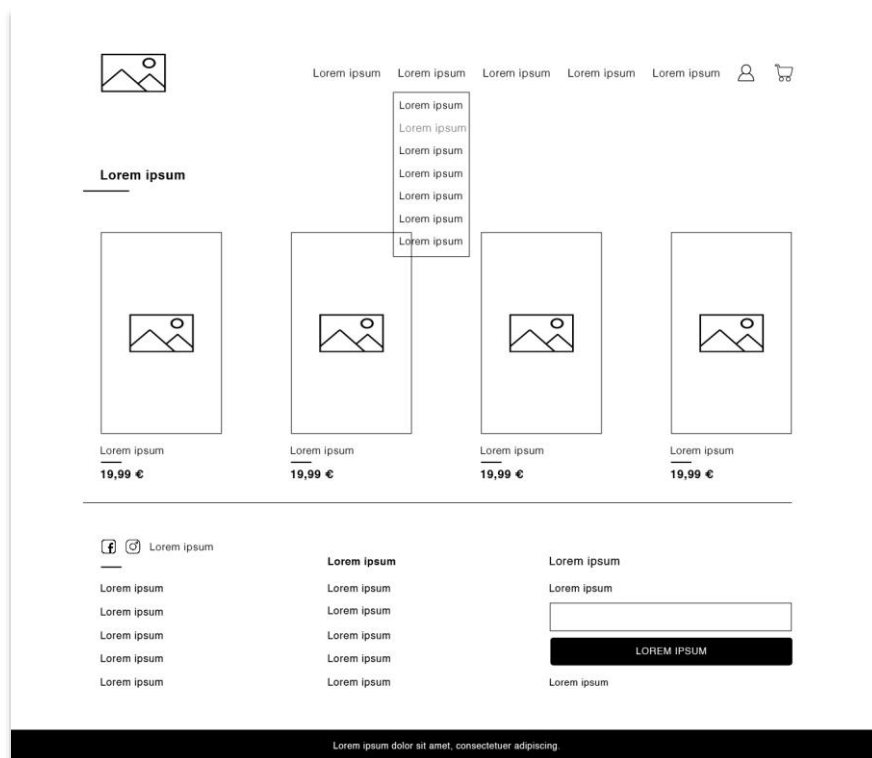


Fig. 118 - Página “Produtos” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

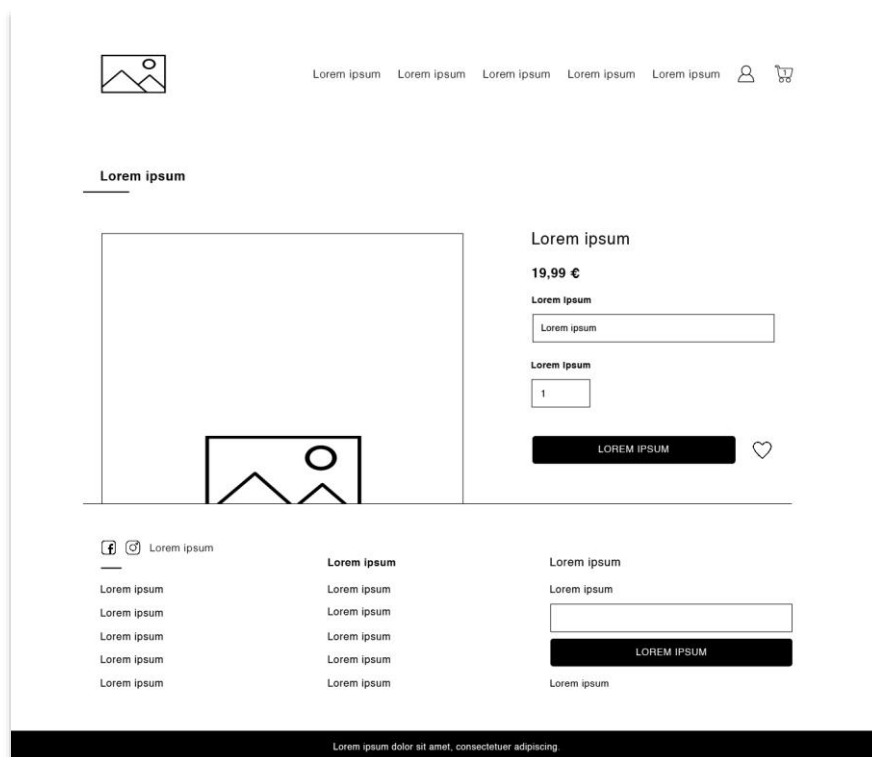


Fig. 119 - Página “Produto” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

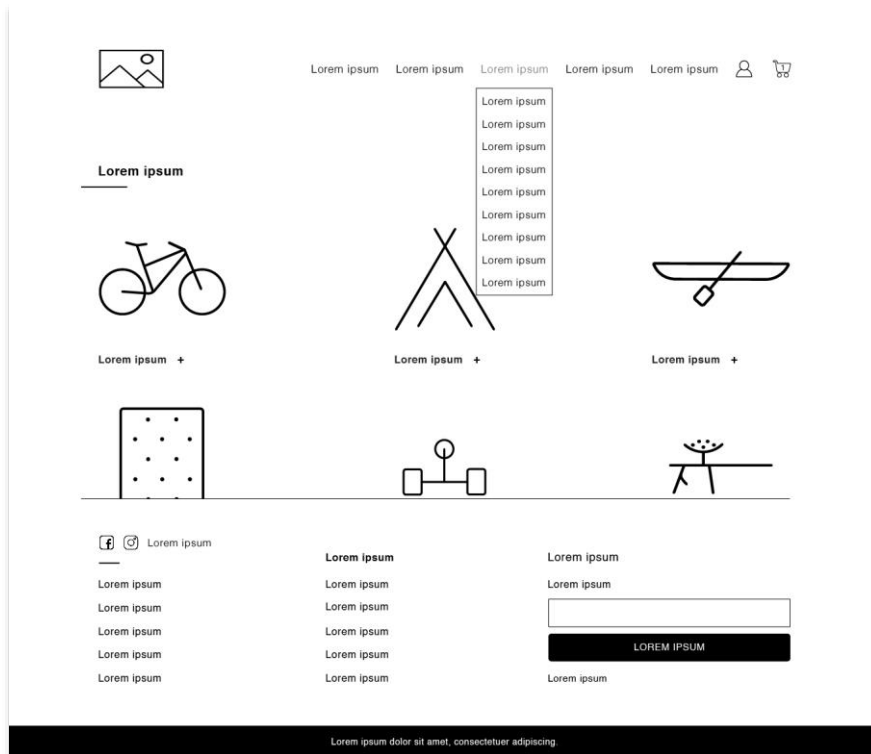


Fig. 120 - Página “O que fazemos?” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

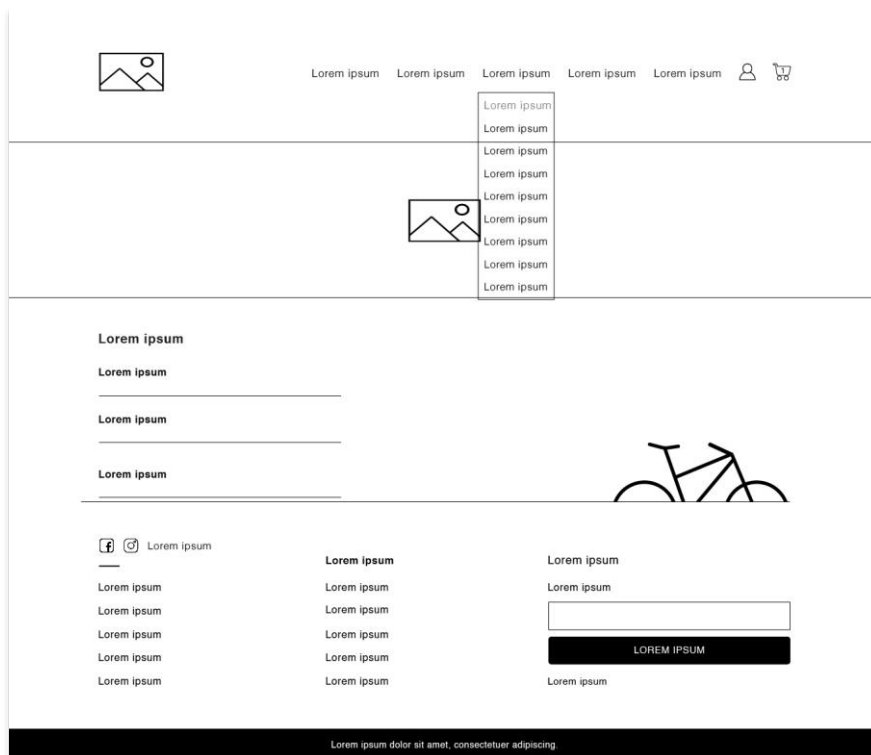


Fig. 121 - Página da atividade do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

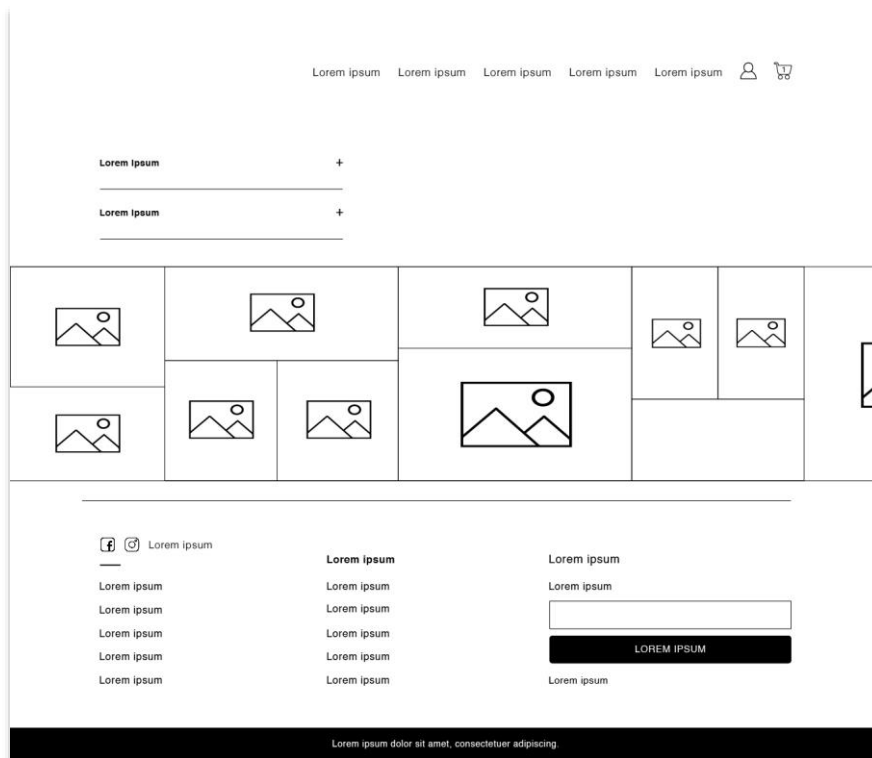


Fig. 122 - Continuação da página da atividade do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

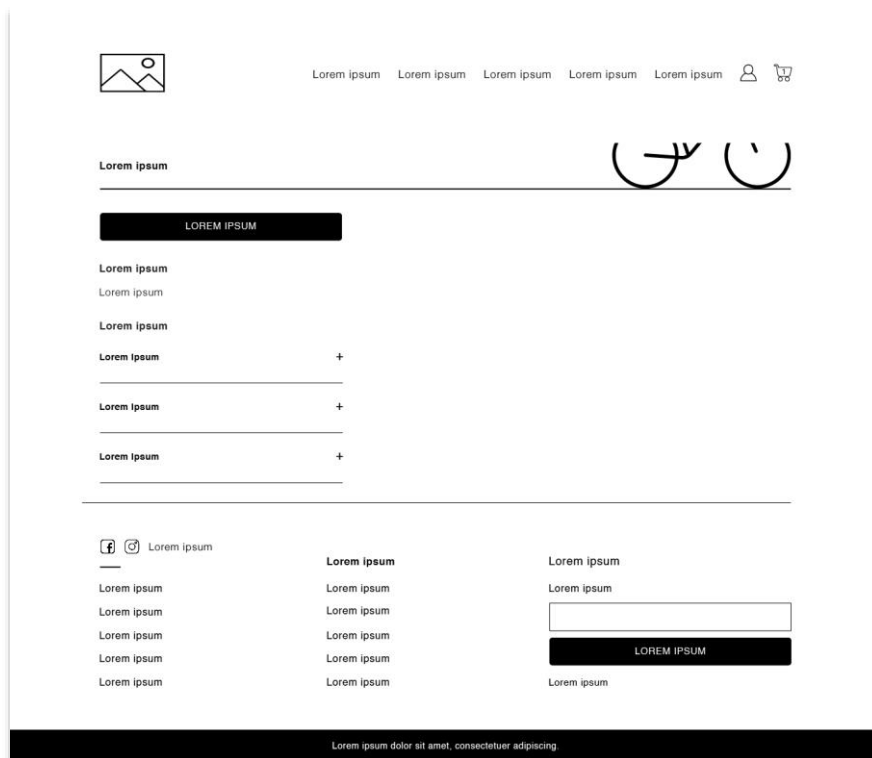


Fig. 123 - Continuação da página da atividade do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

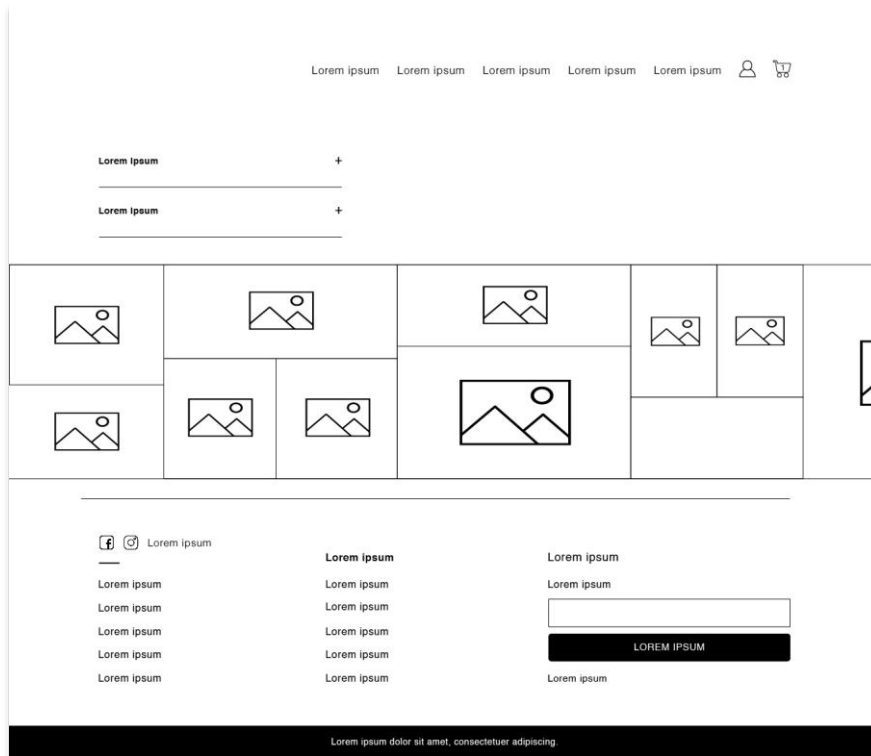


Fig. 124 - Continuação da página da atividade do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

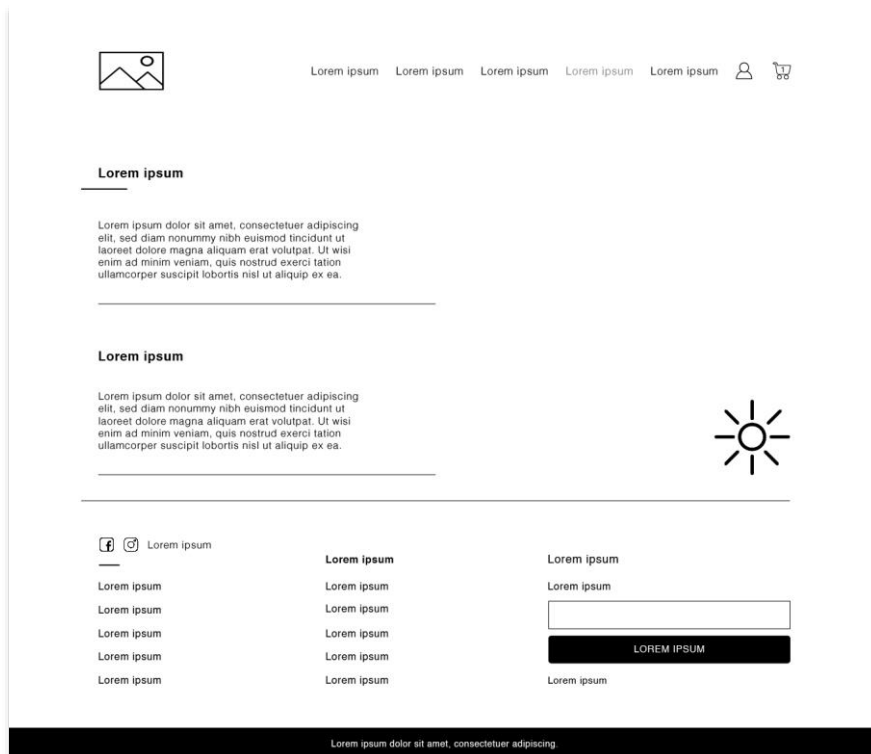


Fig. 125 - Página “Quem somos?” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

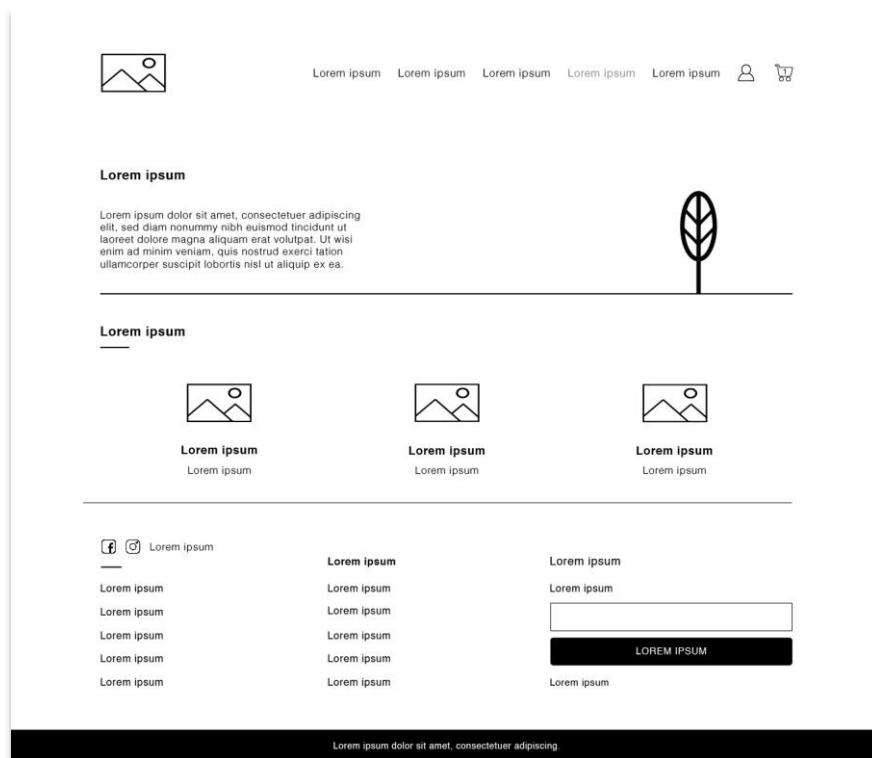


Fig. 126 - Continuação da página “Quem somos?” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

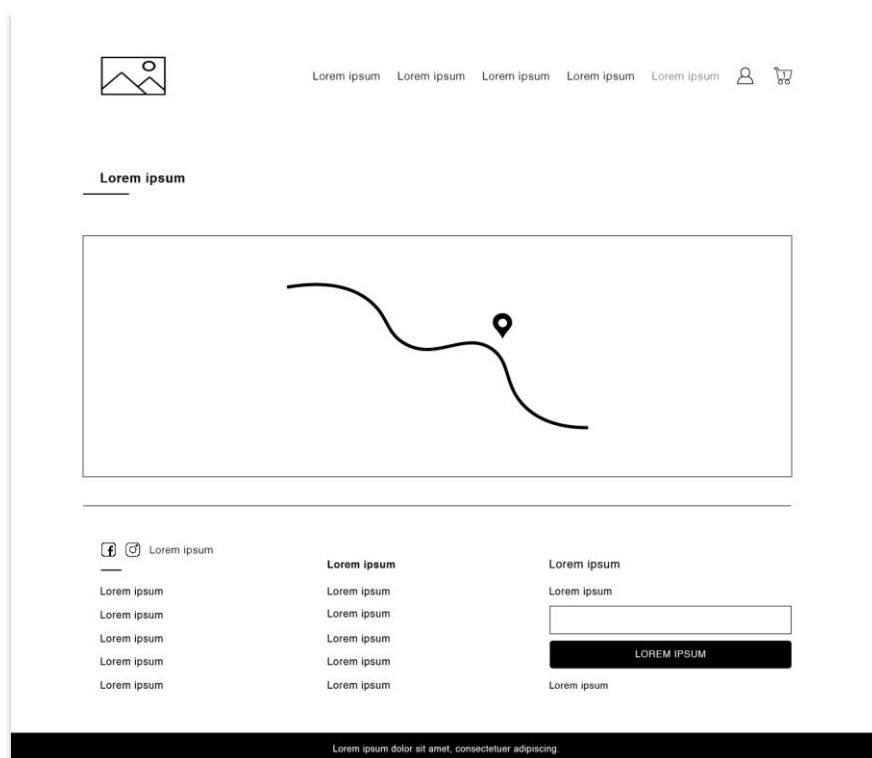


Fig. 127 - Página “Contactos” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

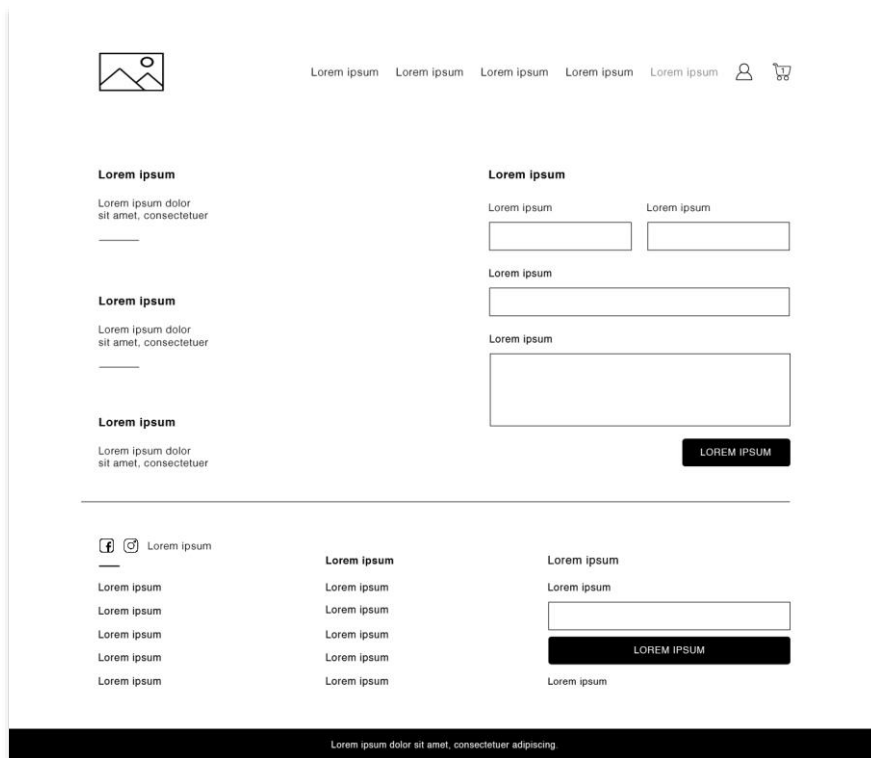


Fig. 128 - Continuação da página “Contactos” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

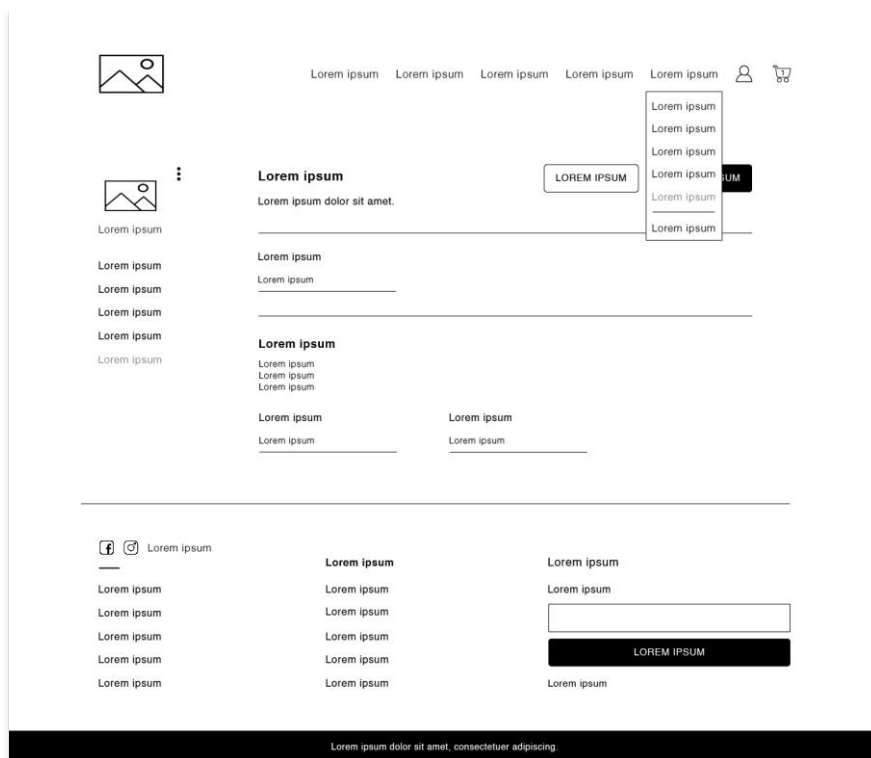


Fig. 129 - Página “Minha conta” do wireframe criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

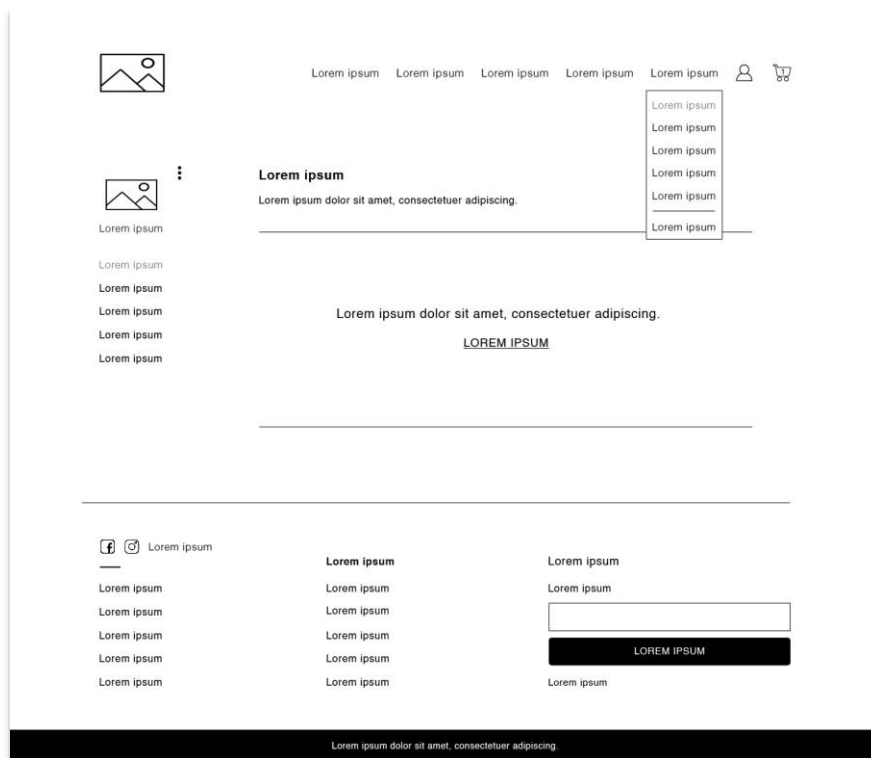


Fig. 130 - Página “Os meus pedidos” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

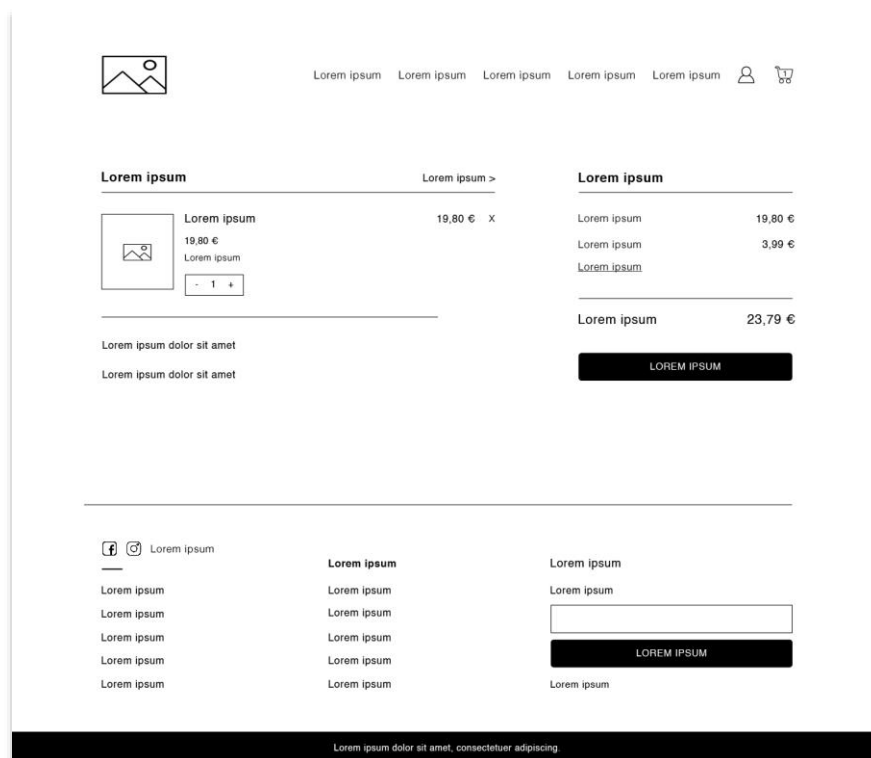


Fig. 131 - Página “Carrinho” do *wireframe* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.6.4. Tipografia

A fonte tipográfica escolhida para o desenvolvimento do *website* foi a mesma seleccionada para tipografia secundária da Trilhos do Zêzere, ou seja, a “*Helvética*”. No *website* foram usadas maioritariamente as variantes “*Helvética Bold*” para títulos e subtítulos e a variante “*Helvética Light*” para os blocos de textos.

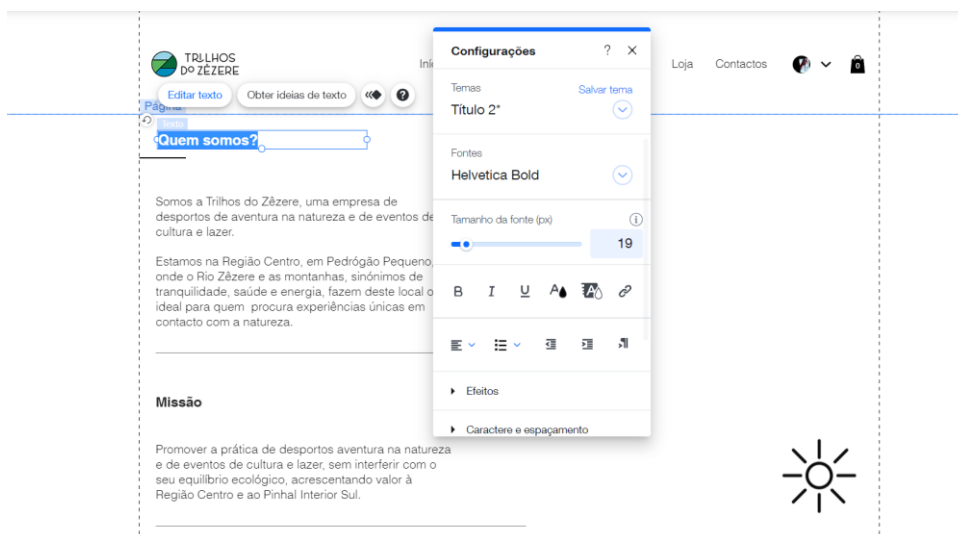


Fig. 132 - Fonte tipográfica usada nos títulos do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

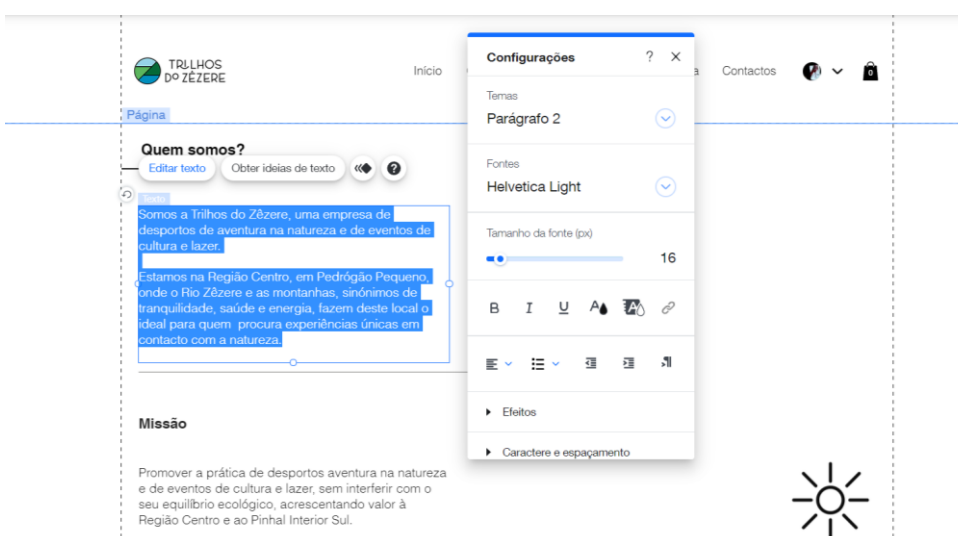


Fig. 133 - Fonte tipográfica usada nos textos do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.7. Teaser

Definiu-se no início do projeto a realização de um vídeo promocional da empresa, quer para divulgação das atividades que promovem como da região, o local onde se inserem e onde as atividades são desenvolvidas. Lamentavelmente, por falta de resposta por parte da empresa e depois de várias tentativas de contacto o mesmo não foi possível realizar. Seria necessário o conhecimento dos espaços e a captação de imagens para a elaboração do mesmo.

Posto esta situação e de modo a tornar o projeto o mais completo possível optou-se pela realização de um *teaser* a título de exemplo de uma atividade desenvolvida pela empresa neste caso os passeios TT de *buggy*. Este *teaser* foi realizado com imagens recolhidas de um banco de imagem e a sua edição foi realizada por nós no programa “*Adobe Premier*”.

O intuito do *teaser* é a promoção das atividades da empresa nas redes sociais de forma a despertar interesse por parte do público-alvo. Os *teasers* não deverão exceder os 15 segundos de modo a permitir a sua publicação em *insta* storys e de forma a manter a atenção do espectador durante todo o vídeo.

Neste caso específico o *teaser* realizado conta com 13 segundos e inicia-se com o aparecimento da marca gráfica, seguindo-se imagens da atividade conjugadas com uma música energética.



Fig. 134 - Início do *teaser* promocional da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.8. Estratégia de comunicação

6.3.8.1. Redes sociais

Foram criadas duas redes sociais para a empresa, *Facebook* e *Instagram*. Cada vez mais, com o surgimento das novas tecnologias, é importante a presença das empresas em redes sociais e plataformas *online* de forma a alcançar um público maior, atraindo mais clientes. As redes sociais da marca deveram ser atualizadas pelo menos uma vez por semana e os conteúdos devem ser cuidados respeitando sempre as normas estabelecidas para a marca. As imagens colocadas devem ter em conta os enquadramentos e preferencialmente deveram ser sempre alvo de um tratamento de imagem.

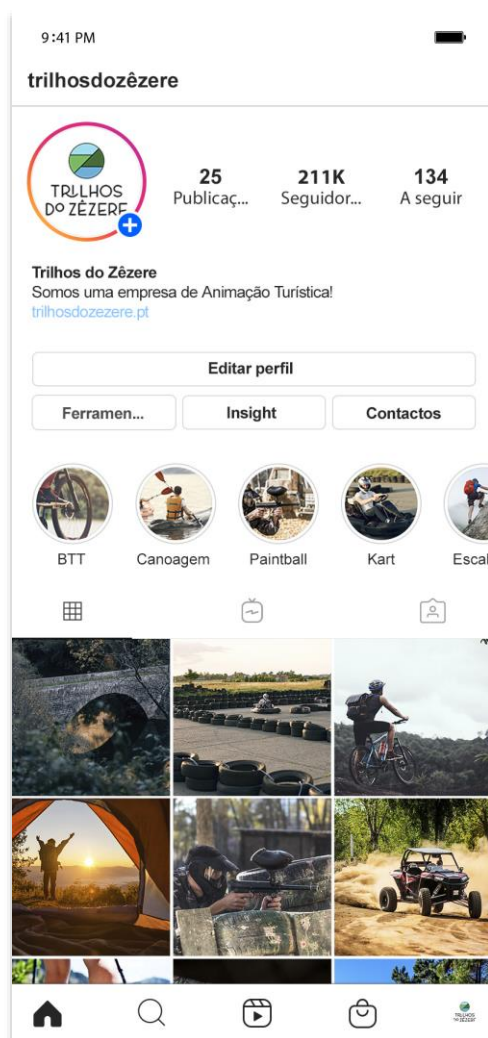


Fig. 135 - *Instagram* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

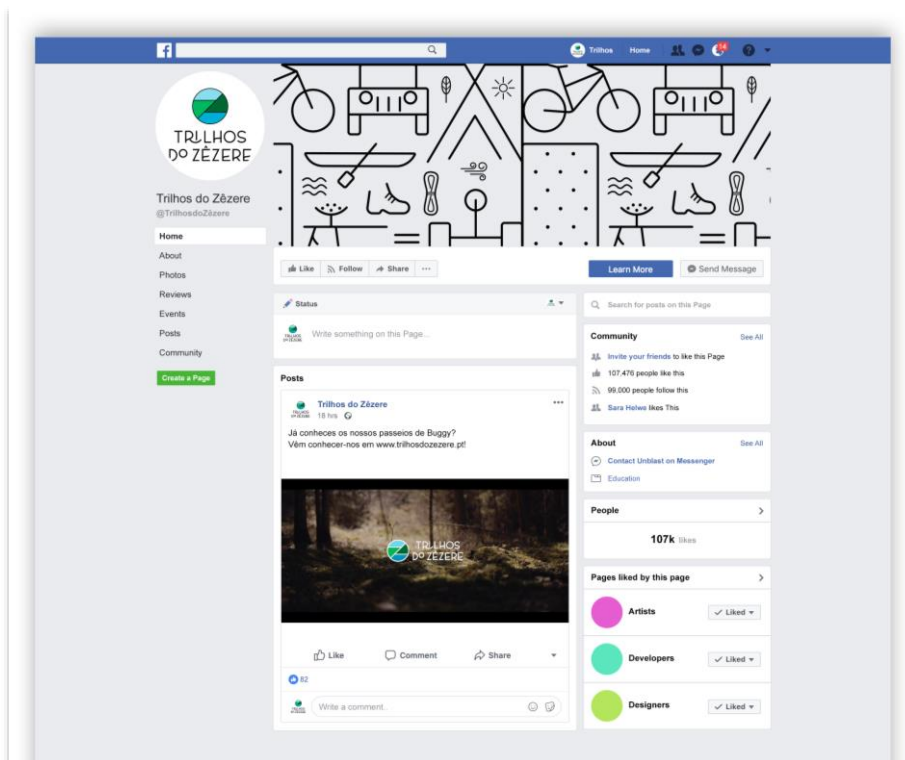


Fig. 136 - Facebook criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

6.3.8.2. Vales de oferta

De modo a ser possível ao cliente a oferta de experiências as pessoas que mais gosta em ocasiões especiais ou fora delas, foram criados vales de oferta que estarão disponíveis para aquisição tanto na loja física da empresa como através da sua loja *online* que se encontra dentro do *website*. Foram criados sete vales de oferta, cada um correspondente a cada atividade da empresa.

Estes vales medem 8,5 cm por 5,5 cm, contém a marca gráfica na versão vertical na parte da frente e no verso contém um pictograma presente no padrão da marca trilhos do Zêzere, correspondente a atividade que se está a oferecer sobre fundos corporativos ou relacionados com o meio em que a atividade é praticada, por exemplo o castanho.

Contém também o nome da atividade, a descrição do vale, o *website* da empresa para mais informações, a data de validade e o código QR para validação do mesmo

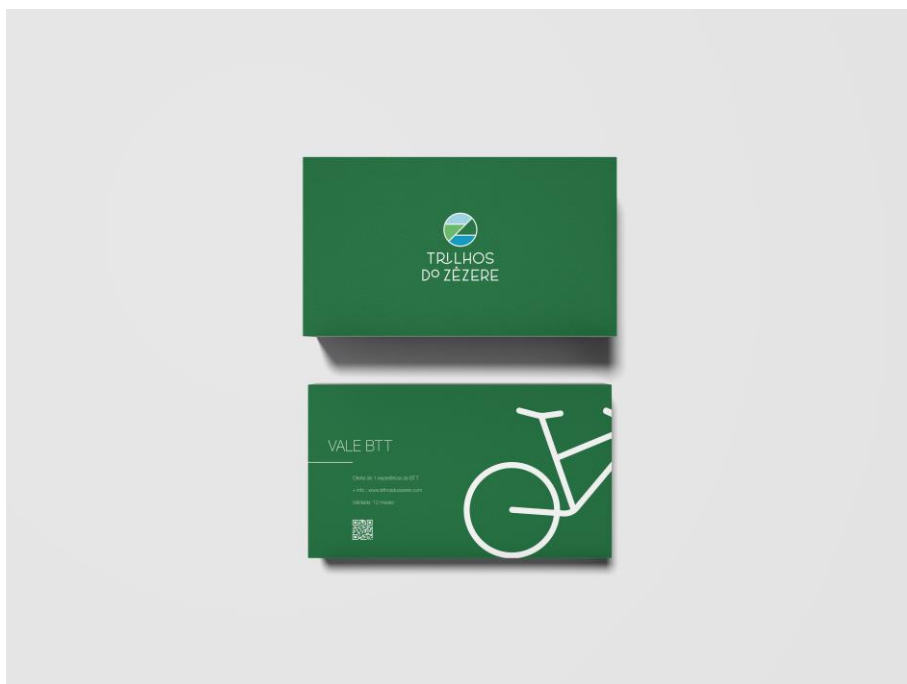


Fig. 137 - Vale de oferta “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

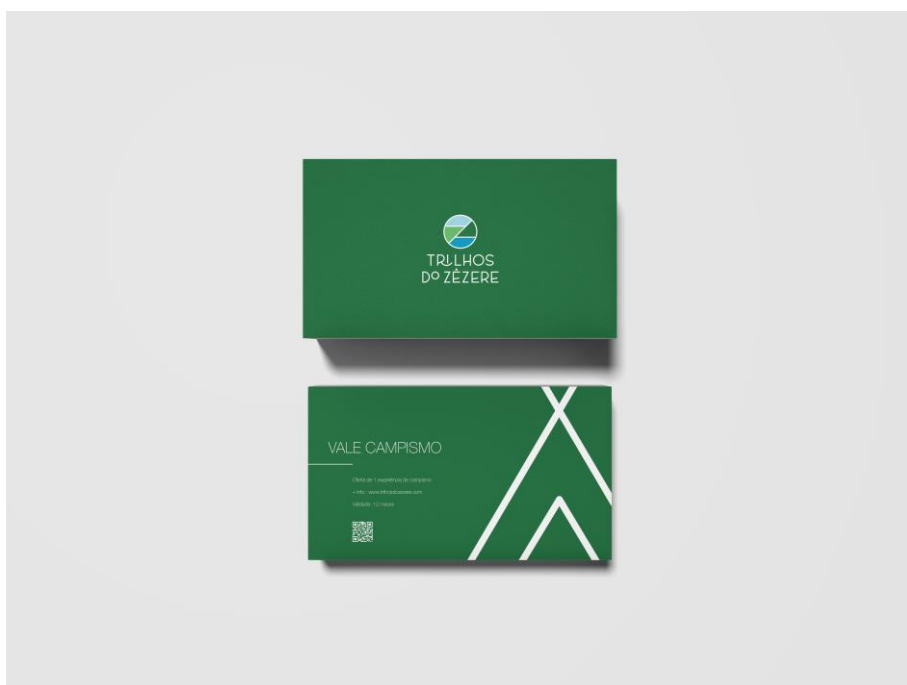


Fig. 138 - Vale de oferta “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

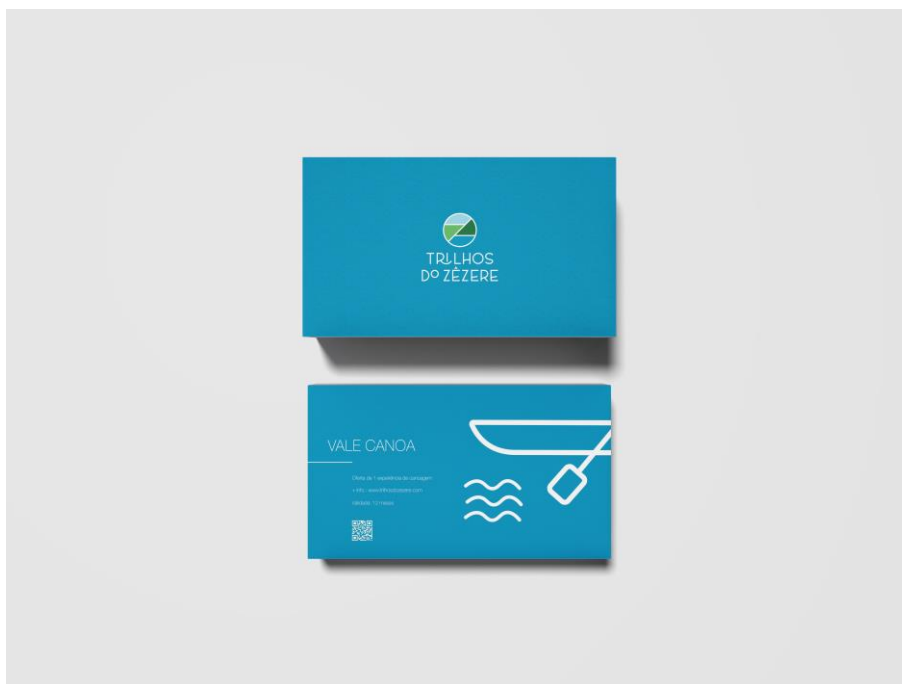


Fig. 139 - Vale de oferta “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

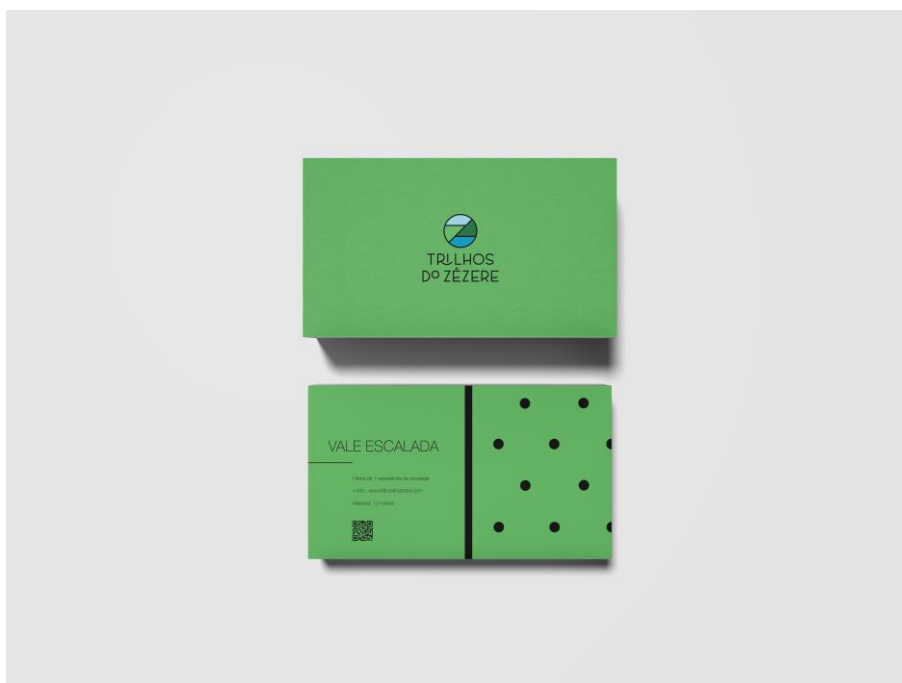


Fig. 140 - Vale de oferta “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

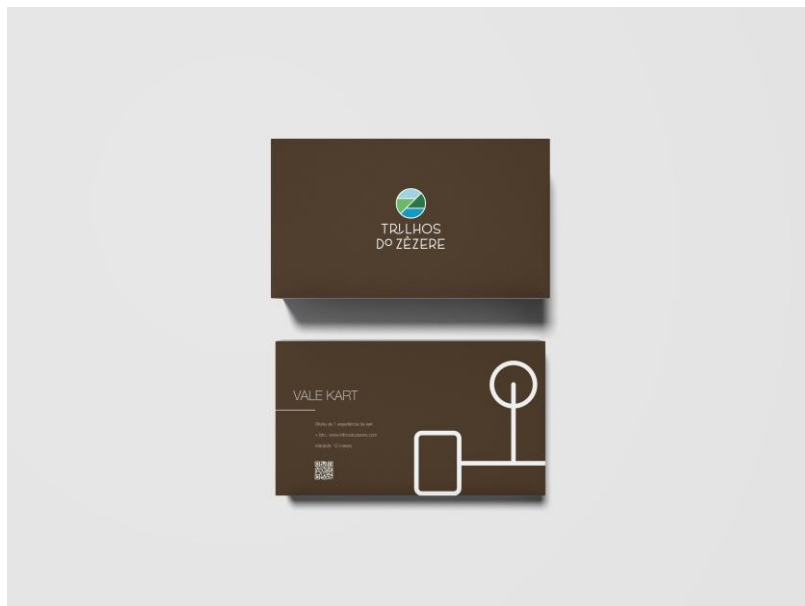


Fig. 141 - Vale de oferta “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 142 - Vale de oferta “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

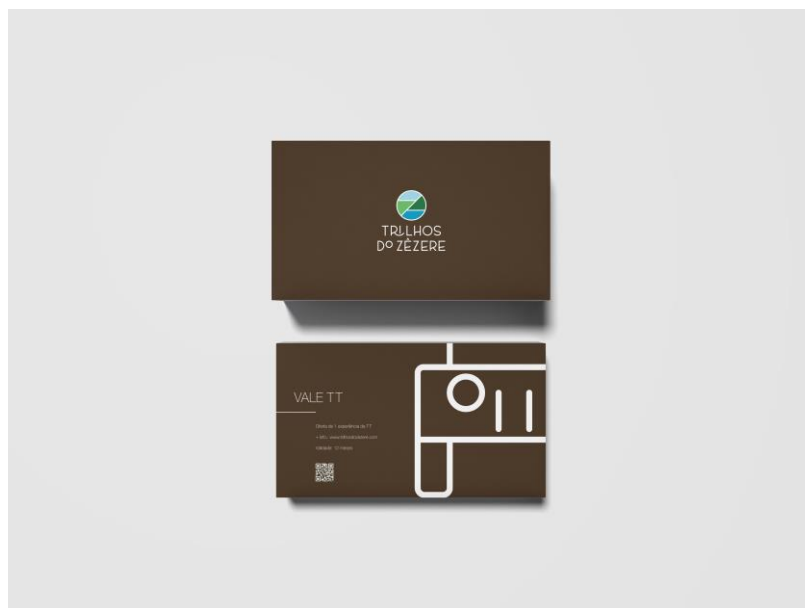


Fig. 143 - Vale de oferta “TT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

Capítulo 7 - Conclusão

7.1. Apresentação de resultados



Fig. 144 - Frente do *mockup* do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 145 - Verso do *mockup* do cartão de cortesia criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 146 - Capa do *mockup* do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 147 - Exterior do *mockup* do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 148 - Interior do *mockup* do desdobrável criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 151 - Páginas 3 e 4 do Mockup do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 152 - Páginas 5 e 6 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 153 - Páginas 7 e 8 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

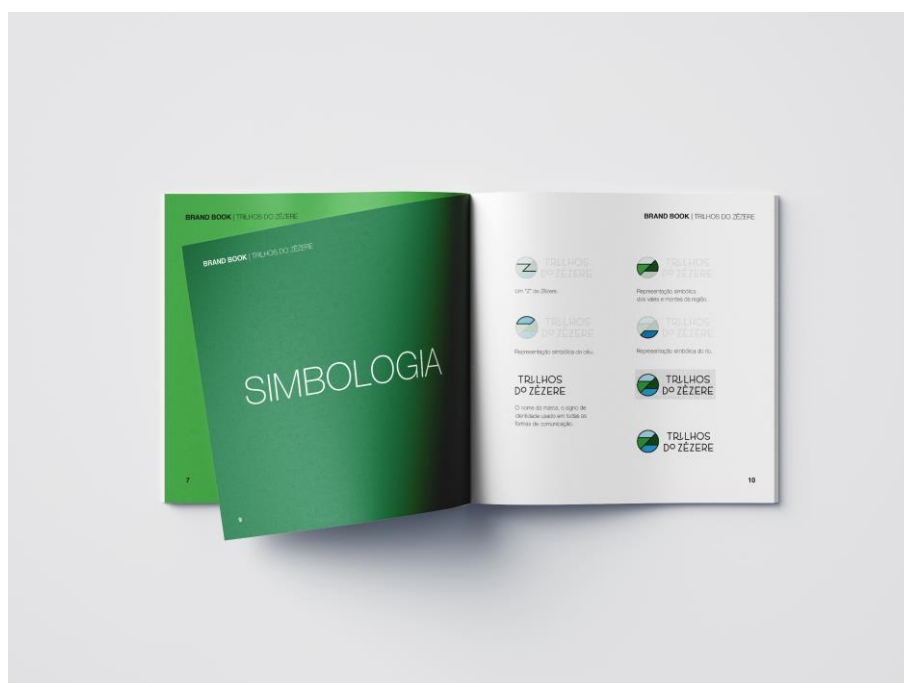


Fig. 154 - Páginas 9 e 10 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

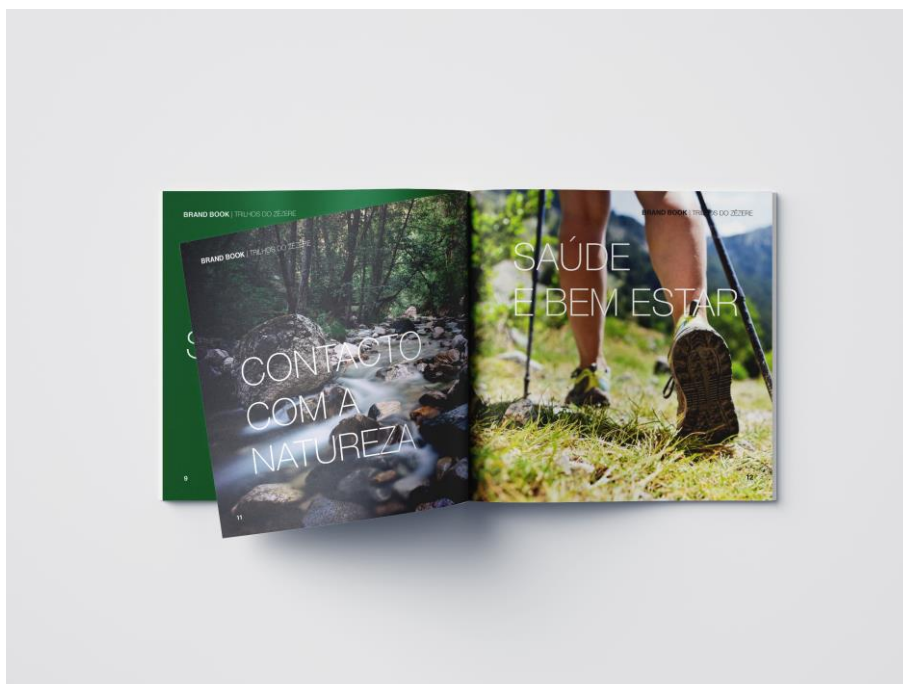


Fig. 155 - Páginas 11 e 12 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

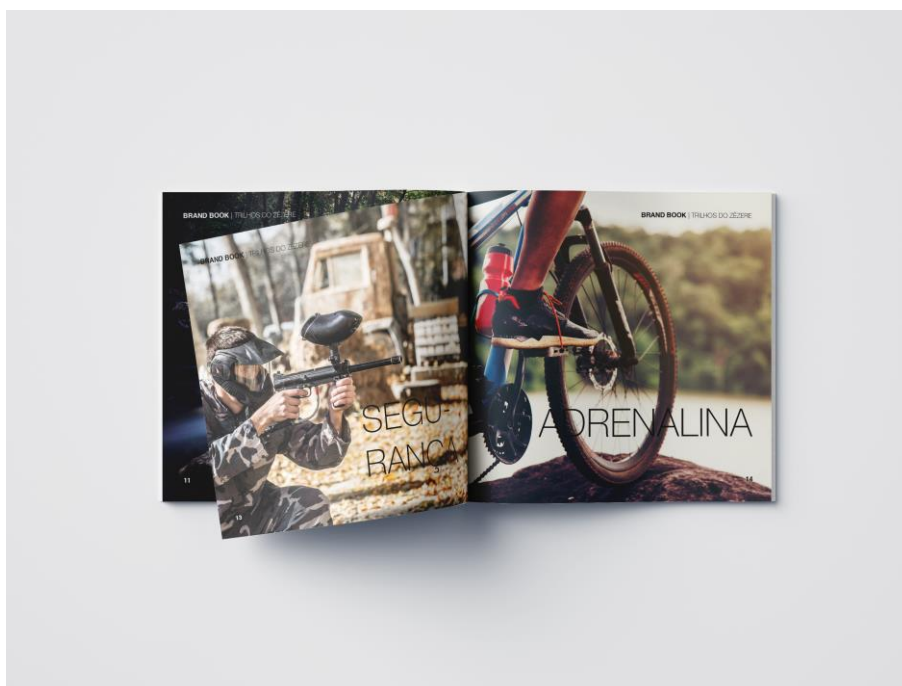


Fig. 156 - Páginas 13 e 14 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 157 - Páginas 15 e 16 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 158 - Páginas 17 e 18 do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 159 - Contracapa do *mockup* do Brand Book criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 160 - Capa do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

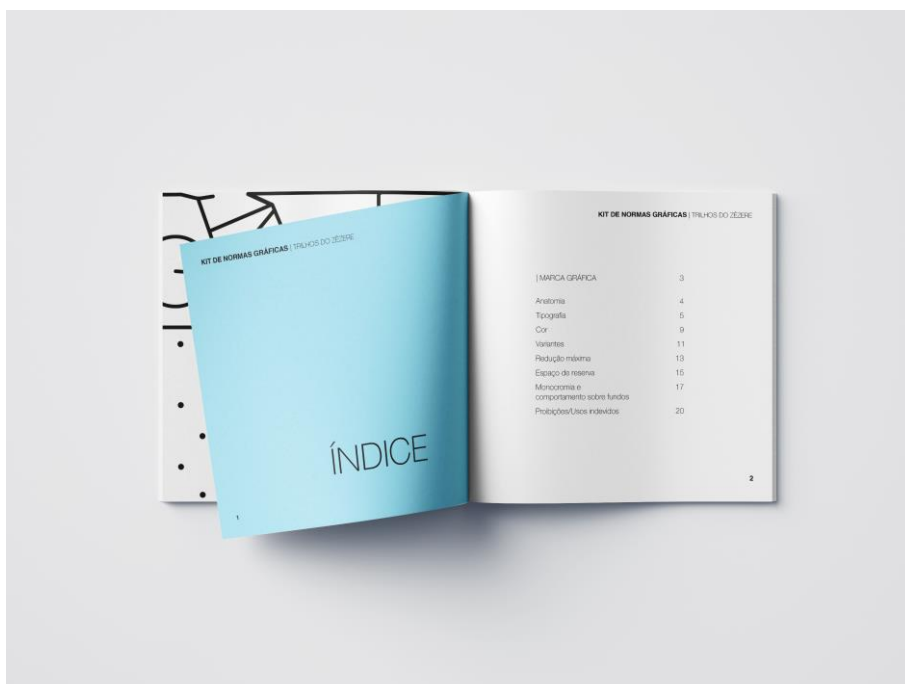


Fig. 161 - Páginas 1 e 2 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 162 - Páginas 3 e 4 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 163 - Páginas 5 e 6 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 164 - Páginas 7 e 8 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 167 - Páginas 13 e 14 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 168 - Páginas 15 e 16 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 169 - Páginas 17 e 18 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 170 - Páginas 19 e 20 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

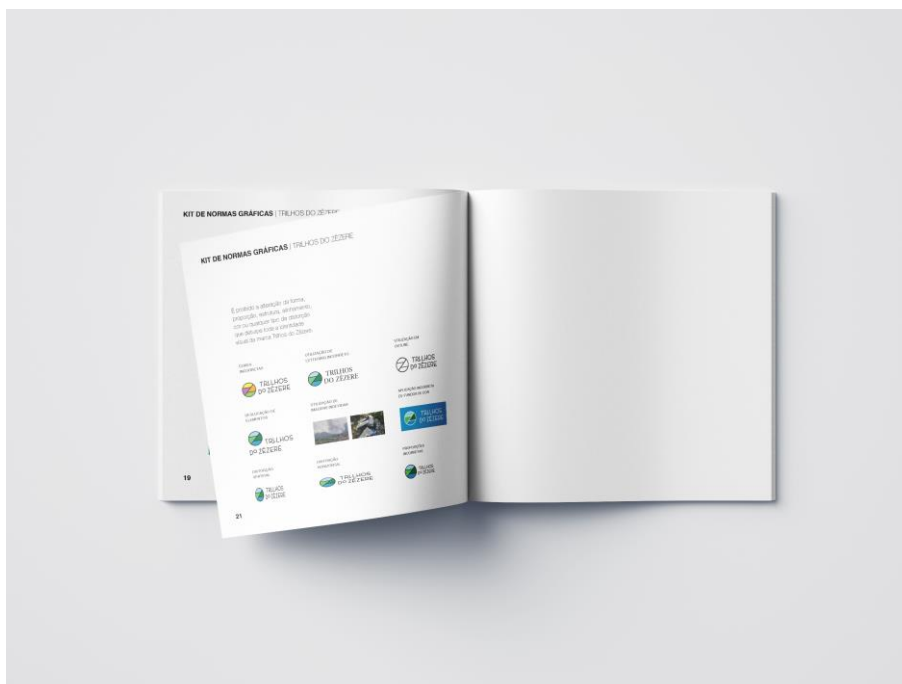


Fig. 171 - Páginas 21 e 22 do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 172 - Primeira página do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 173 - Contracapa do *mockup* do Kit de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

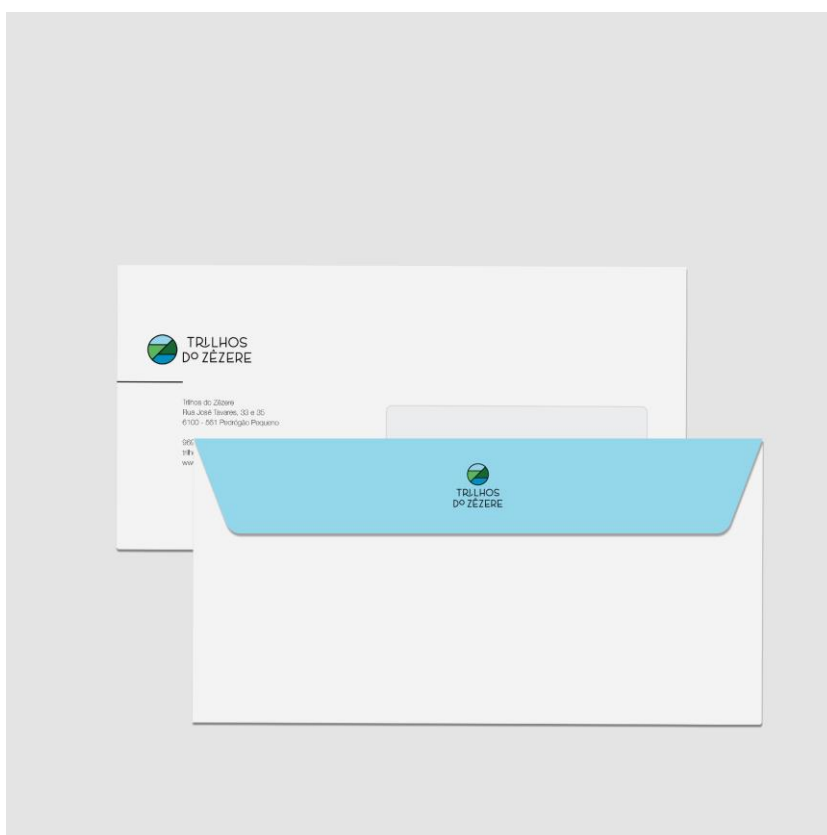


Fig. 174 - *Mockup* do envelope DL fechado criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 177 - *Mockup* da etiqueta de tecido criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 178 - *Mockup* do papel de carta criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

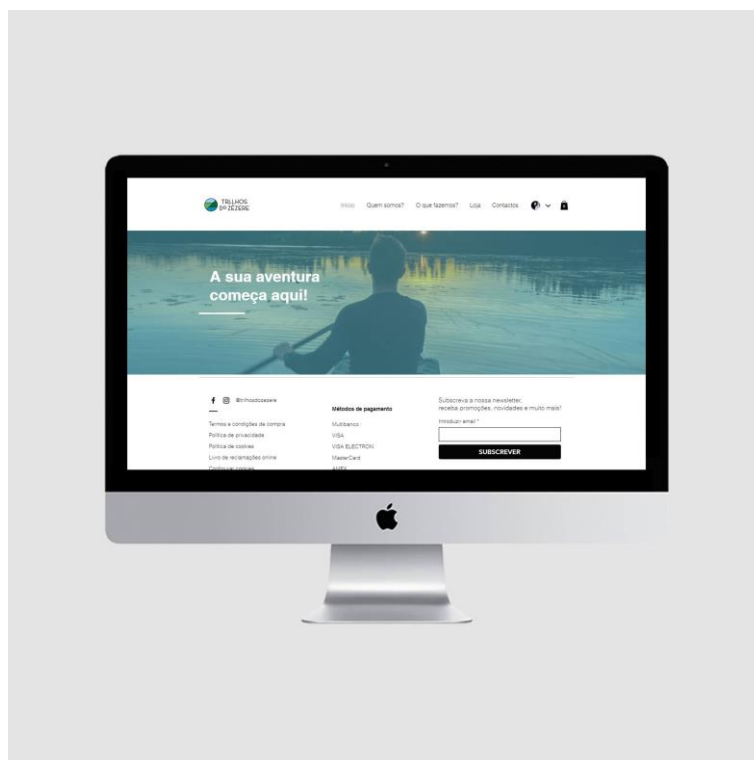


Fig. 179 - Página “Início” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

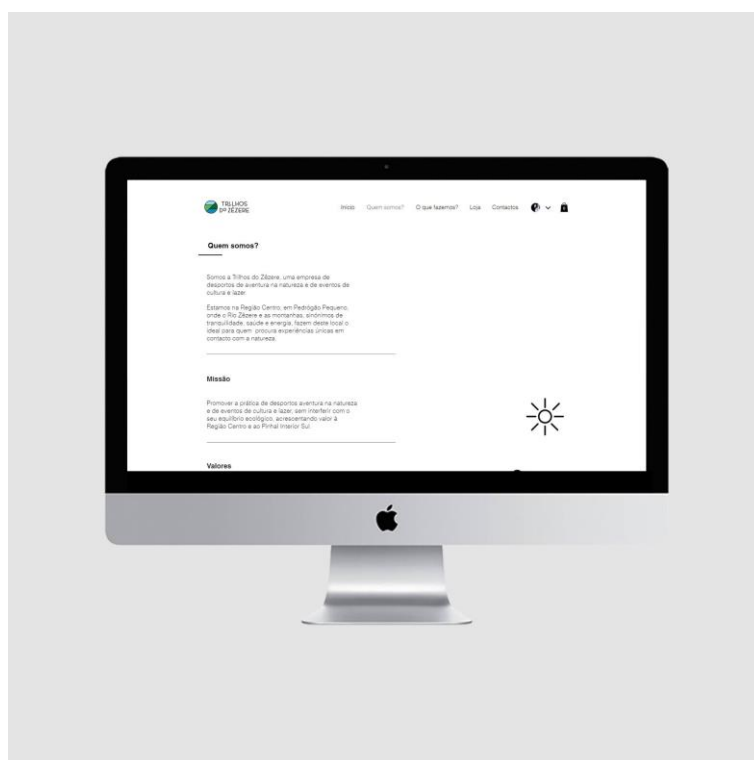


Fig. 180 - Página “Quem somos?” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

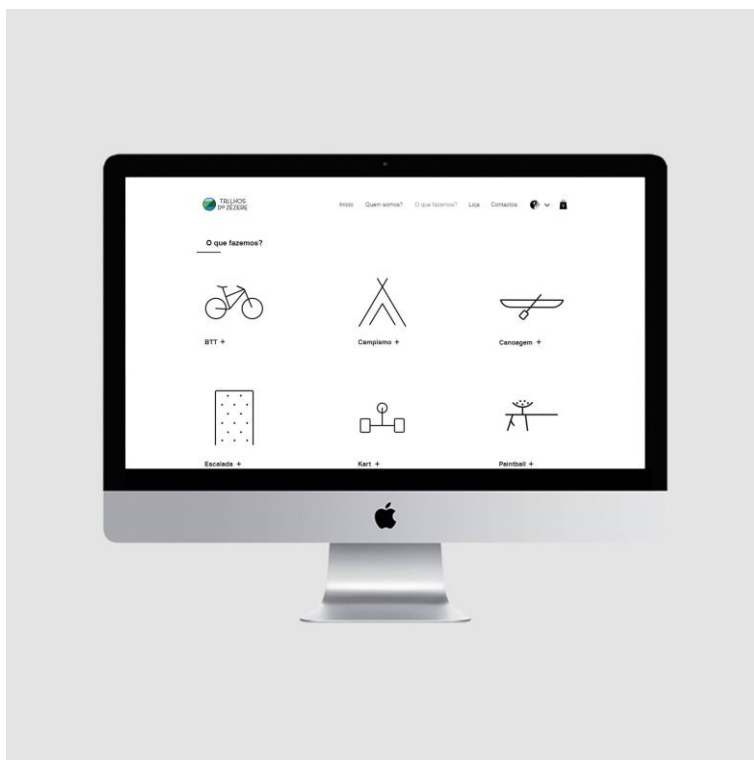


Fig. 181 - Página “O que fazemos?” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

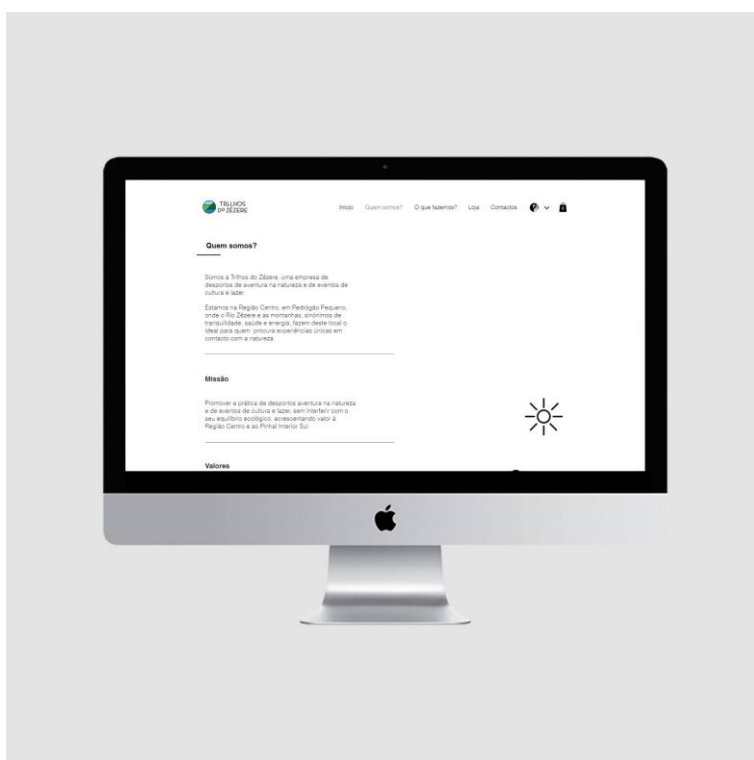


Fig. 182 - Página “Loja” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

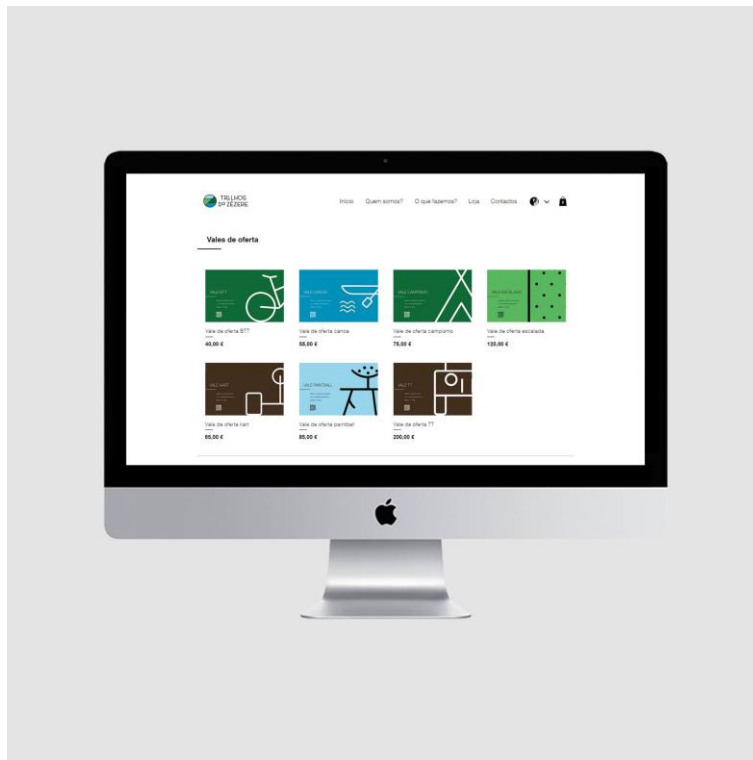


Fig. 183 - Página “Vales de oferta” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

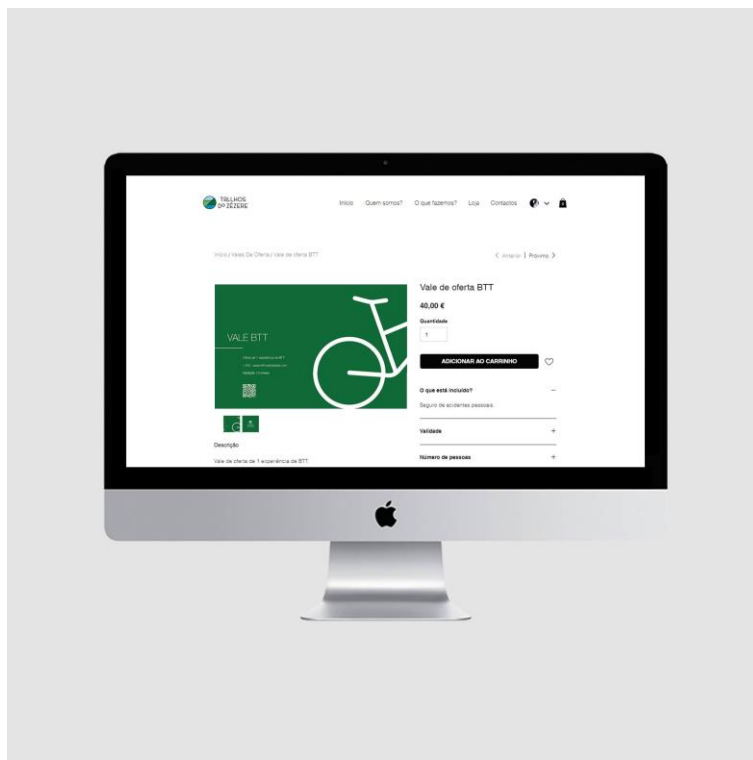


Fig. 184 - Página “Vale de oferta BTT” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

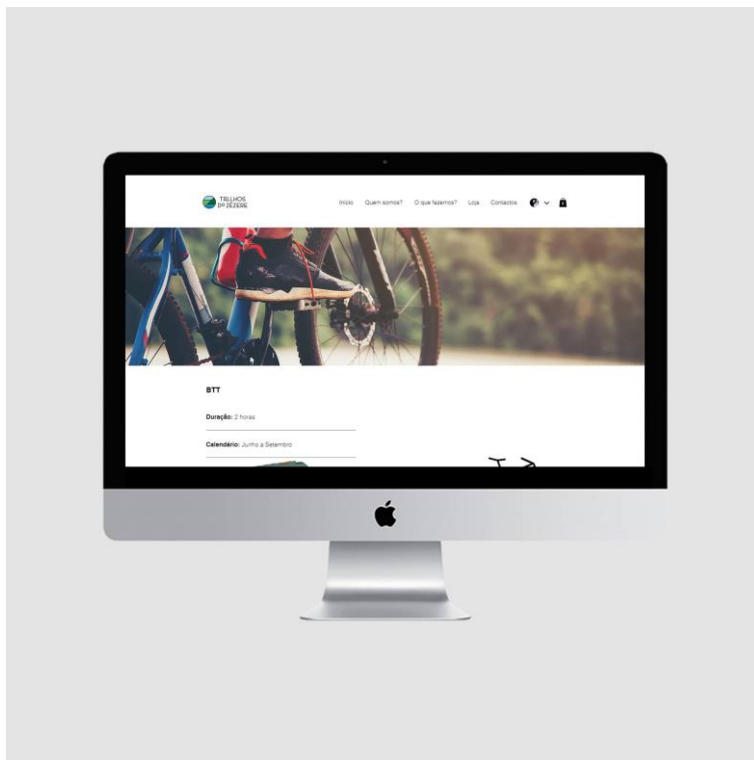


Fig. 185 - Página “BTT” do *mockup* do *website* criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

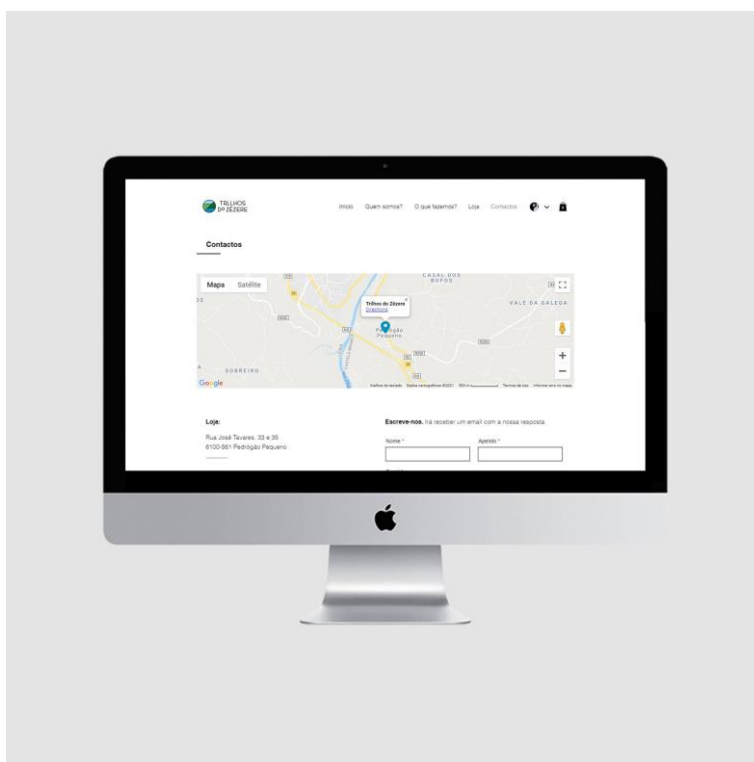


Fig. 186 - Página “Contactos” do *mockup* do *website* criado para a Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 187 - *Mockup* do boné vista frente criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 188 - *Mockup* do boné vista lateral e traseira criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 189 - *Mockup* da meia vista lateral criada para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 190 - *Mockup* da meia vista da parte de trás criada para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 191 - *Mockup* do polo criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 192 - *Mockup* do calção criado para o uniforme da empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

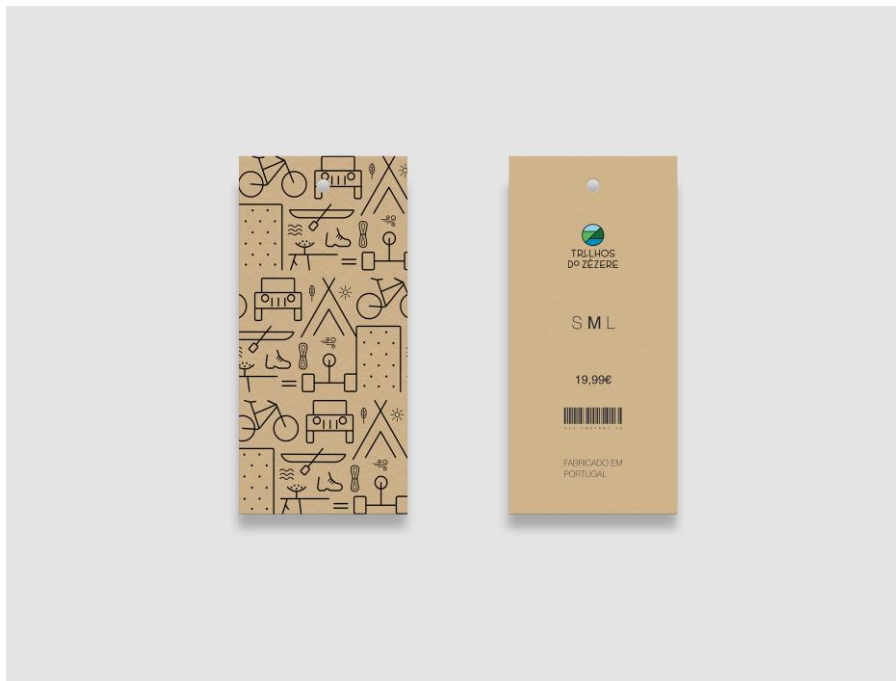


Fig. 193 - Mockup da etiqueta criada para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

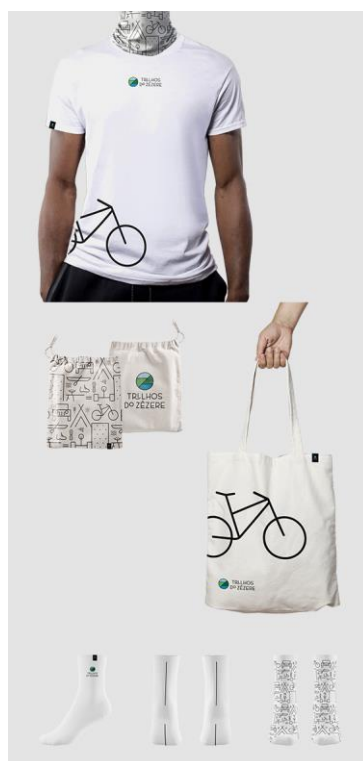


Fig. 194 - Mockup do Kit “BTT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

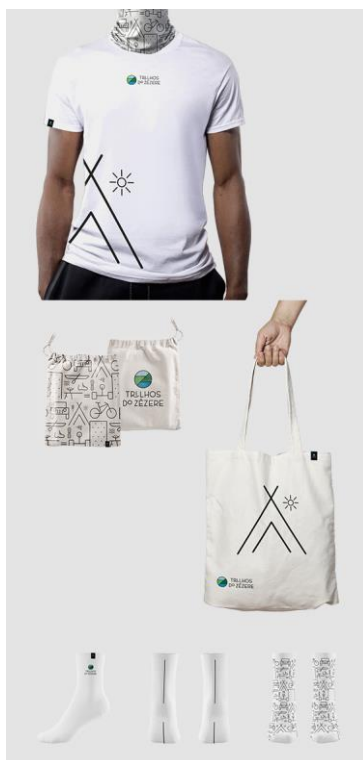


Fig. 195 - *Mockup* do Kit “Campismo” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

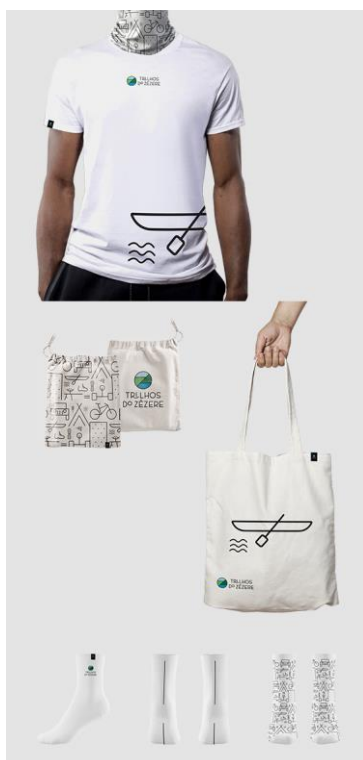


Fig. 196 - *Mockup* do Kit “Canoagem” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

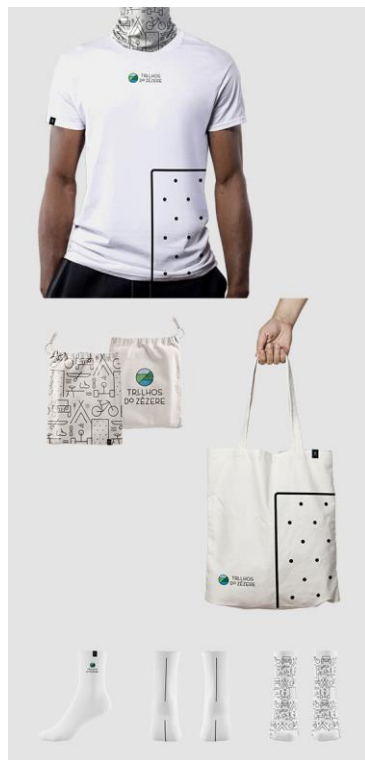


Fig. 197 - *Mockup* do Kit “Escalada” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 198 - *Mockup* do Kit “Kart” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

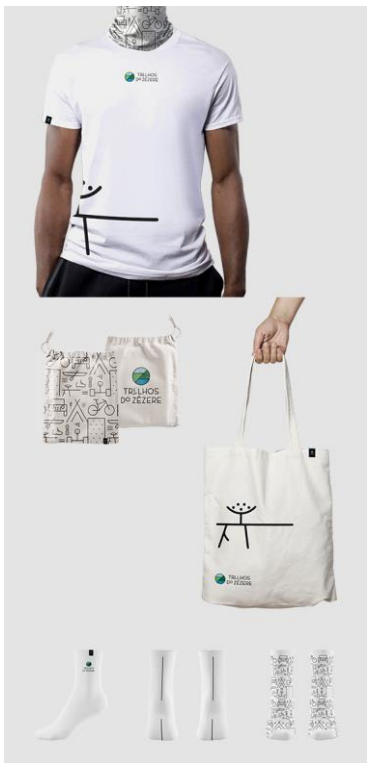


Fig. 199 - *Mockup* do Kit “Paintball” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

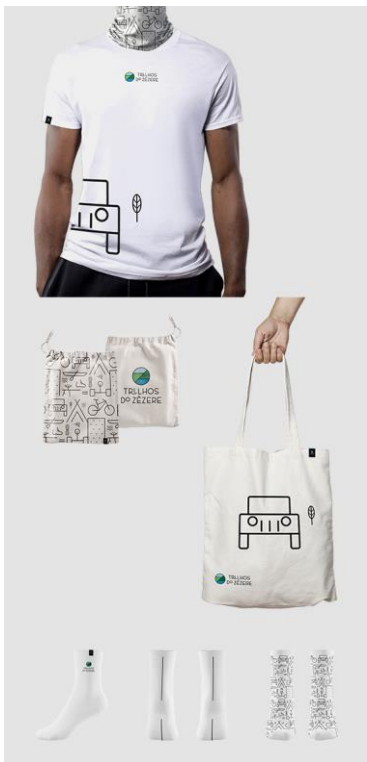


Fig. 200 - *Mockup* do Kit “TT” criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 201 - *Mockup* do Kit com padrão horizontal criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 202 - *Mockup* do Kit com padrão vertical criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 203 - Capa e contracapa do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 204 - Páginas 1 e 2 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 205 - Páginas 3 e 4 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 206 - Páginas 5 e 6 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 207 - Páginas 7 e 8 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

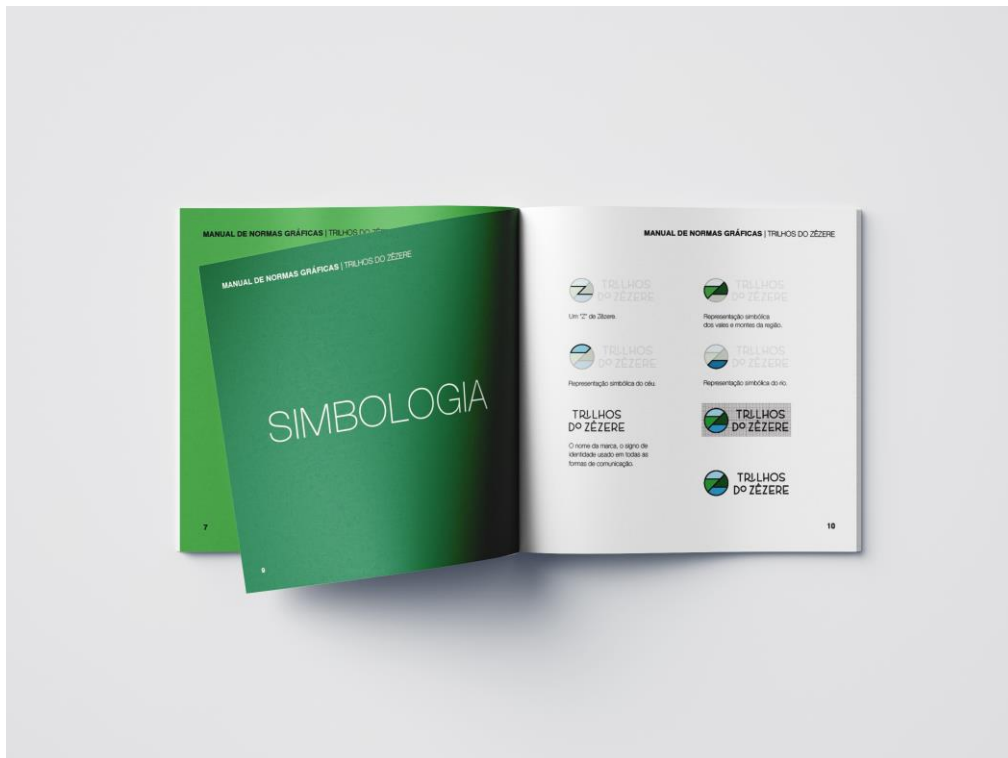


Fig. 208 - Páginas 9 e 10 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 209 - Páginas 11 e 12 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 210 - Páginas 13 e 14 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 213 - Páginas 19 e 20 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 214 - Páginas 21 e 22 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

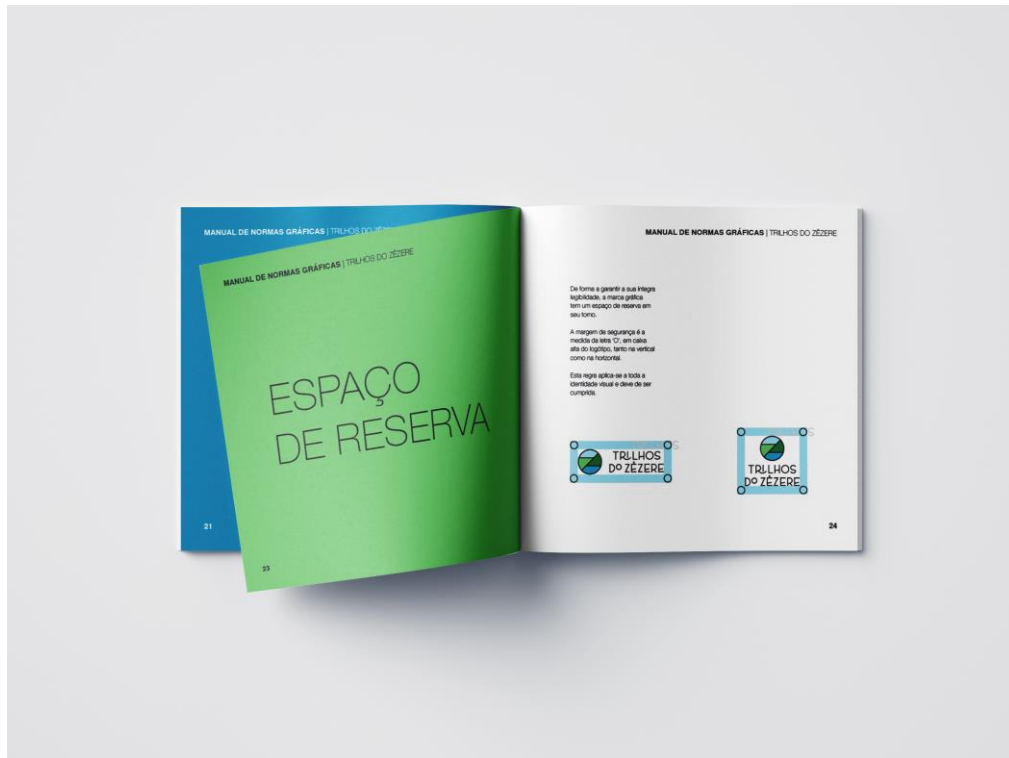


Fig. 215 - Páginas 23 e 24 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 216 - Páginas 25 e 26 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 217 - Páginas 27 e 28 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 218 - Páginas 29 e 30 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 219 - Páginas 31 e 32 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 220 - Páginas 33 e 34 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 221 - Páginas 35 e 36 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 222 - Páginas 37 e 38 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 223 - Páginas 39 e 40 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

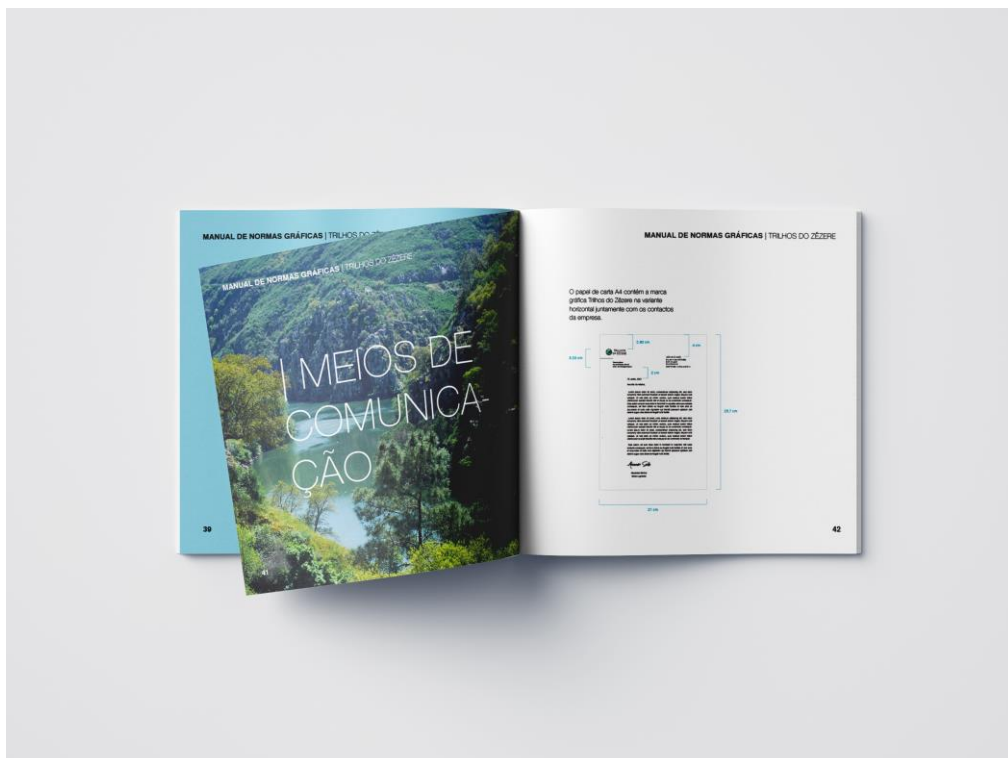


Fig. 224 - Páginas 41 e 42 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 225 - Páginas 43 e 44 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 226 - Páginas 45 e 46 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 227 - Páginas 47 e 48 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 228 - Páginas 49 e 50 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 229 - Páginas 51 e 52 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 230 - Páginas 53 e 54 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 231 - Páginas 55 e 56 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 232 - Páginas 57 e 58 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 233 - Páginas 59 e 60 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 234 - Páginas 61 e 62 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 235 - Páginas 63 e 64 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 236 - Páginas 65 e 66 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 237 - Páginas 67 e 68 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 238 - Páginas 69 e 70 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 239 - Páginas 71 e 72 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 240 - Páginas 73 e 74 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 241 - Páginas 75 e 76 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 242 - Páginas 77 e 78 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 243 - Páginas 79 e 80 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 244 - Páginas 81 e 82 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 245 - Páginas 83 e 84 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 246 - Páginas 85 e 86 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 247 - Páginas 87 e 88 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 248 - Páginas 89 e 90 do do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
 Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 249 - Páginas 91 e 92 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 250 - Página 93 do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha



Fig. 251 - Última página do Manual de Normas Gráficas criado para a empresa Trilhos do Zêzere
Autor: Beatriz Bernardo e Vasco Farinha

7.2. Conclusão

Concluiu-se assim, de um modo geral que este projeto foi extremamente importante na medida em que nos aproxima enquanto alunos do mundo real de trabalho, fazendo com que nos apercebamos das várias etapas, sucessos e constrangimentos inerentes à realização de qualquer projeto. Acreditámos que à medida que foram surgindo esses constrangimentos, conseguimos ultrapassá-los da melhor forma promovendo sempre o espírito de equipa.

Concluimos ainda que o primeiro capítulo do projeto foi importante no sentido de nos dar os objetivos bases e o foco para a realização deste projeto e para o sucesso do mesmo.

O segundo capítulo foi crucial uma vez que através das etapas do mesmo conseguimos perceber realmente a fundo quem é a empresa Trilhos do Zêzere e quais os seus objetivos a longo e curto prazo. Apercebemo-nos também das lacunas que a mesma apresentava ao nível da comunicação e aplicamos os conhecimentos adquiridos ao longo destes três anos de Licenciatura para solucioná-los da melhor forma.

Através do estudo de casos de empresas na mesma área de atuação da Trilhos do Zêzere concluimos que em todas elas existem grandes lacunas a nível da comunicação, identificando assim os erros mais comuns por parte destas empresas. Isto possibilitou-nos ver também que, a Trilhos do Zêzere com a nossa intervenção têm um enorme potencial de crescimento, atraindo e fixando cada vez mais clientes, destacando-se da sua concorrência.

Tínhamos ainda mais propostas para impulsionar e desenvolver para empresa Trilhos do Zêzere, mas devido a questões financeiras da mesma e à discordância do gerente, não nos foi possível desenvolvê-las e aplicá-las. Ainda assim através dos suportes desenvolvidos, concluimos que, demos resposta a todos os problemas encontrados na empresa Trilhos do Zêzere, nomeadamente nas lacunas apresentadas a nível de comunicação.

Capítulo 8 - Bibliografia

RAPOSO, Daniel. Design de Identidade e Imagem Corporativa: *Branding*, história da marca, gestão de marca, Identidade Visual Corporativa. Edições IPCB, 2008.

WHEELER, Alina. Design de Identidade de Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Porto Alegre: *Bookman*, 2008.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing de marcas e como representar graficamente os seus valores. Rio de Janeiro: Rio *Books*, 2001.

Frascara, J. (2004). *Communication design: principles, methods, and practice*. New York: *Allworth Press*

