



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco

Estratégia de comunicação e identidade visual

Rosa Mafalda Soares Oliveira

Nº20201347

Orientador

Professor Doutor João Vasco Matos Neves

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de licenciado em Design de Comunicação e Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Vasco Matos Neves, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Julho de 2023

Composição do júri

Presidente do júri

Doutor, Ana Maria da Silva Alves Sabino Domingues Moura

Professor Adjunto Convidado na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Arguente

Doutor, Miguel de Almeida Ferreira

Professor Adjunto na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Orientador

Doutor, João Vasco Matos Neves

Professor Adjunto na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Dedicatória

Dedico este projeto aos meus pais por tornarem tudo possível.

Agradecimentos

Começo por agradecer ao meu orientador, o Professor Doutor João Neves, pelo auxílio e disponibilidade no desenvolvimento de todo o projeto.

Agradeço também a todos os meus amigos e colegas da licenciatura.

Agradeço a toda a equipa da Escuderia Castelo Branco e Kartódromo Castelo Branco por todo o apoio com o projeto.

Por fim, agradeço também a todos os docentes deste curso por toda a aprendizagem.

Resumo

O presente relatório retrata um projeto que foi elaborado no âmbito da unidade curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual para a Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, ministrada na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco, com o objetivo de desenvolver de um projeto de design gráfico, na área da identidade visual.

O local escolhido para a intervenção do projeto foi o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, propriedade da Câmara Municipal de Castelo Branco e gerido pela Escuderia Castelo Branco. Este espaço foi escolhido para intervenção devido à ligação da autora à prática de desportos motorizados, bem como pela necessidade observada em solucionar problemas de comunicação visual, ao nível da identidade visual, bem como a necessidade de uma eficaz transmissão de informação dos eventos organizados pelo clube albicastrense.

Assim, este relatório pretende demonstrar a resolução dos problemas encontrados neste espaço, resolvidos através da aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos da licenciatura, nomeadamente na área do Design de Comunicação.

Palavras-chave

Design de Comunicação; Estratégia de Comunicação; Identidade Visual; Desportos Motorizados.

Abstract

The present report portrays a project that was prepared within the scope of the curricular unit of Project in Communication and Audiovisual Design for the Degree in Communication and Audiovisual Design, taught at the Escola Superior de Artes Aplicadas of the Polytechnic Institute of Castelo Branco, with the aim of develop a graphic design project in visual identity.

The place chosen for the intervention of the project was the Parque de Desportos de Castelo Branco, owned by the Municipality of Castelo Branco and managed by Escuderia Castelo Branco. This space was chosen for intervention due to the author's connection to the practice of motor sports, as well as the need to solve visual communication problems, in terms of visual identity, as well as the need for an effective transmission of information about events organized by the club. albicastrense.

Thus, this report intends to demonstrate the resolution of the problems encountered in this space, solved through the application of knowledge acquired over the three years of the degree, namely in Communication Design.

Keywords

Communication design; Communication strategy; Visual identity; Motorsport.

Índice geral

CAPÍTULO I - Introdução.....	1
1.1 Contextualização do tema.....	1
1.2 Problemática.....	2
1.3 Objetivos.....	6
1.3.1 Objetivos gerais.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	7
1.4 Tema do trabalho.....	7
1.5 Metodologia.....	7
1.6 Calendarização.....	8
CAPÍTULO II – Enquadramento teórico do tema.....	9
2.1 Identidade Visual.....	9
2.2 Comunicação Integrada.....	11
2.3 Sistemas de Informação e Orientação.....	12
CAPÍTULO III – Estudo de casos.....	13
3.1 Demoportos.....	13
3.1.1 Contextualização.....	13
3.1.2 Marca gráfica.....	14
3.1.3 Meios de comunicação.....	15
3.2 Motor Clube Estoril.....	16
3.2.1 Contextualização.....	16
3.2.2 Marca gráfica.....	17
3.2.3 Meios de comunicação.....	18
3.3 Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria.....	19
3.3.1 Contextualização.....	19
3.3.2 Marca gráfica.....	21
3.3.3 Meios de comunicação.....	22
3.4 Autódromo Internacional do Algarve.....	23
3.4.1 Contextualização.....	23
3.4.2 Marca gráfica.....	25
3.4.3 Meios de comunicação.....	25
3.5 ACP.....	27

3.5.1	Contextualização	27
3.5.2	Marca gráfica.....	28
3.5.3	Meios de comunicação	29
3.6	Funpark	30
3.6.1	Contextualização	30
3.6.2	Marca gráfica.....	31
3.6.3	Meios de comunicação	32
CAPÍTULO IV	– Objeto de estudo.....	34
4.1	Caracterização do objeto de estudo.....	34
4.2	Meios de comunicação atuais.....	38
4.3	Contextualização do projeto.....	46
CAPÍTULO V	- Análise e Diagnóstico	46
5.1	Análise do enquadramento teórico	46
5.2	Análise do Estudo de Casos	47
5.3	Análise do Objeto de estudo	48
5.4	Análise SWOT	49
CAPÍTULO VI	– Desenvolvimento e conceção gráfica do Projeto.....	50
6.1.	Definição da Estratégia de Comunicação.....	50
6.1.1	Análise e Diagnóstico	51
6.1.2	Orientação estratégica.....	53
6.1.2.1	Definição de objetivos da comunicação	54
6.1.3	Mapeamento de públicos	54
6.1.4	Definição da estratégia.....	55
6.1.4.1	Definição de objetivos e metas	56
6.1.4.2	Mix da comunicação	56
6.1.5	Estratégia de comunicação	57
6.1.5.1	Definição de meios	58
6.1.6	Implementação.....	59
6.2.	Fase de conceção.....	61
6.2.1	Desenvolvimento conceptual, esboços e seleção de soluções	61
6.2.2	Desenvolvimento gráfico.....	63
6.2.2.1	Esboços, estudos e seleção da Marca Gráfica.....	63
6.2.2.2	Normalização da marca gráfica.....	68

6.2.2.3 Desenvolvimento de meios	76
6.2.2.3.1 Meios impressos	76
a) Cartazes.....	77
b) Publicidade	78
1) Jornal.....	78
2) Lona.....	79
3) Outdoor	80
c) Troféus.....	81
6.2.2.3.2 Meios digitais	82
a) Redes sociais	82
b) Website	85
1) Estudo de cores.....	85
2) Mapa de navegação	85
3) Wireframes.....	86
4) Tipografia.....	98
c) APP	99
1) Estudo de cores.....	99
2) Mapa de navegação	100
3) Wireframes.....	101
4) Tipografia.....	113
6.2.2.3.3 Sistema de informação e orientação	114
a) Sinalética.....	114
b) Mapa.....	115
6.2.2.3.4 Merchandising.....	117
6.3 Apresentação de resultados.....	118
6.3.1 Normalização da marca gráfica	118
6.3.2 Meios impressos.....	129
6.3.3 Meios digitais	134
6.3.4 Sistema de informação e orientação	150
6.3.5 Merchandising	157
CAPÍTULO VII - Conclusão	170
Bibliografia	171

Índice de figuras

Figura 1 — Torre de Controlo do Kartódromo de Castelo Branco, com o símbolo da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	2
Figura 2 — Torre de Controlo do Kartódromo de Castelo Branco, com o símbolo da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	3
Figura 3 — Entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Google Maps)	3
Figura 4 — Entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	4
Figura 5 — Horário dos Serviços Administrativos, visível apenas na entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	4
Figura 6 — Sinalética presente no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	5
Figura 7 — Sinalética presente no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, perto do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	5
Figura 8 — Entrada do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	6
Figura 9 — Localização da sede do Demoporto. (Fonte: Google Maps).....	13
Figura 10 — Mapa do evento Rampa das Boticas 2022. (Fonte: Website da Rampa das Boticas).....	14
Figura 11 — Meios de acesso às Zonas Espetáculo do evento Rampa das Boticas 2022. (Fonte: Website da Rampa das Boticas).....	14
Figura 12 — Marca gráfica do clube Demoporto. (Fonte: Facebook do clube Demoporto).....	15
Figura 13 — Meios de comunicação digitais do clube Demoporto. (Fonte: Redes sociais do clube Demoporto).....	16
Figura 14 — Comunicação digital do clube Demoporto. (Fonte: Facebook do clube Demoporto).....	16
Figura 15 — Comunicação impressa do clube Demoporto. (Fonte: Jornal do Ave e redes sociais do clube Demoporto)	16
Figura 16 — Sinalética do Autódromo Internacional do Estoril. (Fonte: Google Maps).....	17
Figura 17 — Localização do Motor Clube Estoril, no Autódromo Internacional do Estoril. (Fonte: Website do F1 Fansite).....	17
Figura 18 — Marca gráfica da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Site do Motor Clube Estoril)	18

Figura 19 — Meios de comunicação digitais da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Redes sociais da associação Motor Clube Estoril)	18
Figura 20 — Comunicação digital da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Facebook da associação Motor Clube Estoril).....	19
Figura 21 — Comunicação impressa da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Facebook da associação Motor Clube Estoril).....	19
Figura 22 — Localização do Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria, com a sinalética do Kartódromo. (Fonte: Google Maps)	20
Figura 23 — Instalações do Kartódromo Internacional de Leiria. (Fonte: Website do Lifecooler).....	20
Figura 24 — Mapa dos diversos troços de competição do Rallye Verde Pino. (Fonte: Google Maps).....	21
Figura 25 — Marca gráfica do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Website do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria)	21
Figura 26 — Meios de comunicação digitais do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Redes sociais do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria).....	22
Figura 27 — Comunicação digital do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Facebook do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria).....	23
Figura 28 — Comunicação impressa do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Facebook do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria).....	23
Figura 29 — Complexo desportivo do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Website do Vila Vita Parc).....	24
Figura 30 — Mapa do complexo desportivo do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Facebook do Autódromo Internacional do Algarve).....	24
Figura 31 — Sinalética da entrada do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Google Maps).....	25
Figura 32 — Marca gráfica do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Website do Autódromo Internacional do Algarve)	25
Figura 33 — Meios de comunicação digitais do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Redes sociais do Autódromo Internacional do Algarve)	26
Figura 34 — Comunicação digital do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Facebook do Autódromo Internacional do Algarve)	26
Figura 35 — Comunicação impressa do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Jornal Portimão, Jornal do Algarve e Facebook do Autódromo Internacional do Algarve)	26
Figura 36 — Delegação do ACP em Coimbra. (Fonte: Website do Autódromo Internacional do Algarve)	27

Figura 37 — Delegação do ACP no Porto. (Fonte: Website do Guia Empresas)	28
Figura 38 — Marca gráfica do clube ACP. (Fonte: Website do Automóvel Club de Portugal).....	28
Figura 39 — Meios de comunicação digitais do Automóvel Clube de Portugal. (Fonte: Redes sociais do Automóvel Clube de Portugal).....	29
Figura 40 — Comunicação digital do Automóvel Club de Portugal. (Fonte: Facebook do Automóvel Clube de Portugal).....	29
Figura 41 — Comunicação impressa do Automóvel Club de Portugal. (Fonte: Redes sociais do Automóvel Clube de Portugal)	30
Figura 42 — Entrada do complexo do Funpark, localizado em Fátima. (Fonte: Google Maps).....	31
Figura 43 — Entrada da receção do complexo do Funpark, localizado em Fátima. (Fonte: Google Maps)	31
Figura 44 — Marca gráfica utilizada pelo Funpark a partir de 2022. (Fonte: Website do Funpark).....	32
Figura 45 — Meios de comunicação digitais do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark).....	33
Figura 46 — Comunicação digital do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark)	33
Figura 47 — Comunicação impressa do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark).....	33
Figura 48 — Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)	35
Figura 49 — Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco, relativo à sustentabilidade. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)	36
Figura 50 — Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco, relativamente à Sede Social. (Fonte: Facebook da Escuderia Lounge Bar)	36
Figura 51 — Marca gráfica da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	36
Figura 52 — Marca gráfica da federação FIM Ride Green. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco).....	36
Figura 53 — Certificado conferido à Escuderia Castelo Branco, relativamente ao Sistema Integrado de Gestão de Óleos Usados. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco)	37
Figura 54 — Marca gráfica do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)	37

Figura 55 — Marca gráfica da Escola de Enduro. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)	38
Figura 56 — Meios de comunicação digitais do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Redes sociais da Escuderia Castelo Branco)	39
Figura 57 — Meios de comunicação digitais do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Redes sociais do Kartódromo de Castelo Branco)	39
Figura 58 — Comunicação digital do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco).....	39
Figura 59 — Comunicação impressa do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco).....	40
Figura 60 — Comunicação digital do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook do Kartódromo Castelo Branco) ..	40
Figura 61 — Comunicação impressa do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook do Kartódromo Castelo Branco) ..	40
Figura 62 — Comunicação digital da Escuderia Lounge Bar, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco e Escuderia Lounge Bar)	41
Figura 63 — Comunicação digital da Escuderia Lounge Bar, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Lounge Bar)	41
Figura 64 — Exemplo de uso da app MyLaps Speedhive. (Fonte: Autora).....	41
Figura 65 — Exemplo de uso da app Sportity. (Fonte: Autora)	42
Figura 66 — Exemplo de uso da app RaceHero. (Fonte: Autora).....	42
Figura 67 — Troféus realizados para a Escuderia Castelo Branco e Kartódromo Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Acrialbi).....	43
Figura 68 — Exemplo de marketing direto enviado para os sócios do clube via e-mail. (Fonte: Autora).....	43
Figura 69 — Material educativo sobre a sustentabilidade, referente à reciclagem. (Fonte: Autora).....	44
Figura 70 — Material educativo sobre a normas de conduta, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora).....	44
Figura 71 — Material educativo sobre a normas de conduta, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora).....	45
Figura 72 — Material educativo sobre a sustentabilidade, referente à reciclagem de pneus usados no evento Enduro Sprint de 2022. (Fonte: Autora).....	45
Figura 73 — Posicionamento da marca gráfica a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	62

Figura 74 — Simbologia da marca gráfica a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	63
Figura 75 — Estudos do símbolo para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	64
Figura 76 — Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	65
Figura 77 — Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	65
Figura 78 — Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente ao Kartódromo. (Fonte: Autora)	65
Figura 79 — Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente ao Kartódromo. (Fonte: Autora)	66
Figura 80 — Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)	66
Figura 81 — Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)	66
Figura 82 — Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Pista de Ralicross. (Fonte: Autora)	67
Figura 83 — Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Pista de Ralicross. (Fonte: Autora)	67
Figura 84 — Paleta de cores utilizada na marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	68
Figura 85 — Fonte tipográfica utilizada na marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	68
Figura 86 — Páginas “Marca Gráfica” e “Identidade Visual” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora).....	69
Figura 87 — Páginas “As variantes” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora) 70	
Figura 88 — Páginas “Família Tipográfica” e “Código Cromático” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora).....	70
Figura 89 — Páginas “Variante A” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	71
Figura 90 — Páginas “Variante A” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	71
Figura 91 — Páginas “Variante A” e “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	72
Figura 92 — Páginas “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	72
Figura 93 — Páginas “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	73
Figura 94 — Páginas “Variante C” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	73

Figura 95 — Páginas “Variante C” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora).....	74
Figura 96 — Páginas “Variante C” e “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora).....	74
Figura 97 — Páginas “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	75
Figura 98 — Páginas “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)	75
Figura 99 — Páginas “Aplicações incorretas” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora).....	76
Figura 100 — Layout para os cartazes a desenvolver. (Fonte: Autora)	77
Figura 101 — Cartazes desenvolvidos para as competições futuras do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	78
Figura 102 — Layout para o desenvolvimento da publicidade para jornais. (Fonte: Autora).....	79
Figura 103 — Publicidade para jornais desenvolvida para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	79
Figura 104 — Layout para o desenvolvimento da lona. (Fonte: Autora).....	80
Figura 105 — Lona desenvolvida para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	80
Figura 106 — Layout para o desenvolvimento do outdoor. (Fonte: Autora).....	81
Figura 107 — Outdoor desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	81
Figura 108 — Troféus desenvolvidos para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	81
Figura 109 — Placa dos troféus desenvolvidos para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	82
Figura 110 — Layout do Instagram para computadores. (Fonte: Autora).....	83
Figura 111 — Layout do Facebook para computadores. (Fonte: Autora)	83
Figura 112 — Layout do Facebook para dispositivos móveis. (Fonte: Autora)	84
Figura 113 — Layout do Instagram para dispositivos móveis. (Fonte: Autora)	84
Figura 114 — Paleta de cores utilizadas no desenvolvimento do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	85
Figura 115 — Mapa de navegação do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	86
Figura 116 — Página “Início” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	87

Figura 117 — Página “Início” (continuação) com a caixa de texto do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	87
Figura 118 — Página “Início” com menu do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	88
Figura 119 — Página “Provas e Eventos: Calendário” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	88
Figura 120 — Página “Provas e Eventos: Calendário por modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	89
Figura 121 — Página “Provas e Eventos: Resultados” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	89
Figura 122 — Página “Provas e Eventos: Resultados por modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	90
Figura 123 — Página “Provas e Eventos: Resultados do evento” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	90
Figura 124 — Página “Notícias” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	91
Figura 125 — Página “Notícias por modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).	91
Figura 126 — Página “Notícias por modalidade” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	92
Figura 127 — Página “Notícias por modalidade” onde é possível escolher o ano, mês ou dia do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	92
Figura 128 — Página “Loja” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	93
Figura 129 — Página “Loja” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	93
Figura 130 — Página “Loja” onde é possível ver os produtos de uma determinada categoria do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	94

Figura 131 — Página “Loja” (continuação) onde é possível ver os produtos de uma determinada categoria do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	94
Figura 132 — Página “Loja” onde é possível um produto em específico do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	95
Figura 133 — Página “Contactos” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	95
Figura 134 — Página “Contactos” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora) .	96
Figura 135 — Página “Início” com o menu “Iniciar sessão” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	96
Figura 136 — Página “Login: Conta” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	97
Figura 137 — Página “Login: Pedidos” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	97
Figura 138 — Página “Carrinho” do <i>wireframe</i> desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	98
Figura 139 — Fonte tipográfica utilizada no website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	98
Figura 140 — Fonte tipográfica utilizada no website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	99
Figura 141 — Paleta de cores utilizadas no desenvolvimento da APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	99
Figura 142 — Mapa de navegação do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	100
Figura 143 — Página “Início” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	101
Figura 144 — Página “Início” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	102
Figura 145 — Página “Início” (continuação) com a caixa de texto do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	102
Figura 146 — Página “Menu” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	102
Figura 147 — Página “Menu” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	103

Figura 148 — Página “Provas e Eventos: Calendário” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	103
Figura 149 — Página “Provas e Eventos: Calendário da modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	104
Figura 150 — Página “Resultados” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	104
Figura 151 — Página “Resultados da modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	105
Figura 152 — Página “Resultados do evento” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	105
Figura 153 — Página “Notícias” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	106
Figura 154 — Página “Notícias por modalidade” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	106
Figura 155 — Página “Notícias por modalidade” (continuação) onde é possível escolher o ano do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	107
Figura 156 — Página “Loja: Categorias” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	108
Figura 157 — Página “Loja: Produtos de uma categoria” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	108
Figura 158 — Página “Loja: Produto em específico” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	109
Figura 159 — Página “Contactos” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	109
Figura 160 — Página “Contactos” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	110
Figura 161 — Página “Contactos” (continuação) do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	110
Figura 162 — Página “Login” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	111
Figura 163 — Página “Login: Conta” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	111

Figura 164 — Página “Login: Pedidos” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	112
Figura 165 — Página “Carrinho” do <i>wireframe</i> desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	113
Figura 166 — Fonte tipográfica utilizada na APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	113
Figura 167 — Fonte tipográfica utilizada na APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	113
Figura 168 — Sinalética vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco desenvolvida para as vias de trânsito rodoviárias. (Fonte: Autora).....	114
Figura 169 — Sinalética vertical desenvolvida para as instalações do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	114
Figura 170 — Sinalética vertical desenvolvida para os eventos do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	115
Figura 171 — Painéis informativos desenvolvidos para as instalações do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	115
Figura 172 — Mapa desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	116
Figura 173 — Primeira parte do desdobrável desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	116
Figura 174 — Segunda parte do desdobrável desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	117
Figura 175 — Padrão desenvolvido para o merchandising do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	118
Figura 176 — Capa e contracapa do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	119
Figura 177 — Páginas 1 e 2 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	119
Figura 178 — Páginas 3 e 4 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	119
Figura 179 — Páginas 5 e 6 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	120
Figura 180 — Páginas 7 e 8 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	120
Figura 181 — Páginas 9 e 10 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	121

Figura 182 — Capa e contracapa do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	121
Figura 183 — Páginas 1 e 2 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	122
Figura 184 — Páginas 3 e 4 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	122
Figura 185 — Páginas 5 e 6 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	123
Figura 186 — Páginas 7 e 8 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	123
Figura 187 — Páginas 9 e 10 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	124
Figura 188 — Páginas 11 e 12 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	124
Figura 189 — Páginas 13 e 14 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	125
Figura 190 — Páginas 15 e 16 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	125
Figura 191 — Páginas 17 e 18 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	126
Figura 192 — Páginas 19 e 20 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	126
Figura 193 — Páginas 21 e 22 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	127
Figura 194 — Páginas 23 e 24 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	127
Figura 195 — Páginas 25 e 26 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	128
Figura 196 — Páginas 27 e 28 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	128
Figura 197 — Páginas 29 e 30 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	129
Figura 198 — Mockup do cartaz da prova de karting criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	129
Figura 199 — Mockup do cartaz da prova de ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	130

Figura 200 — Mockup do cartaz da prova de enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	130
Figura 201 — Mockup da publicidade em jornal criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	131
Figura 202 — Mockup da publicidade em lona criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	131
Figura 203 — Mockup da publicidade em outdoor criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	132
Figura 204 — Mockup do troféu de 1º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	132
Figura 205 — Mockup do troféu de 2º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	133
Figura 206 — Mockup do troféu de 3º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	133
Figura 207 — Mockup do Facebook para computadores criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	134
Figura 208 — Mockup do Facebook para dispositivos móveis criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	134
Figura 209 — Mockup do Instagram para computadores criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	135
Figura 210 — Mockup do Instagram para dispositivos móveis criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	135
Figura 211 — Página “Início” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	136
Figura 212 — Página “Mapa” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	136
Figura 213 — Página “Mapa - Circuito” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	137
Figura 214 — Página “Provas e Eventos - Calendário” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	137
Figura 215 — Página “Provas e Eventos - Calendário da modalidade” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	138
Figura 216 — Página “Provas e Eventos - Resultados” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	138

Figura 217 — Página “Provas e Eventos – Resultados da modalidade” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	139
Figura 218 — Página “Provas e Eventos – Resultados do evento” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	139
Figura 219 — Página “Notícias” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	140
Figura 220 — Página “Notícias por modalidade” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	140
Figura 221 — Página “Loja” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	141
Figura 222 — Página “Loja - Categorias” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	141
Figura 223 — Página “Loja – Produto em específico” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	142
Figura 224 — Página “Contactos” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	142
Figura 225 — Página “Início” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	143
Figura 226 — Página “Mapa” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	143
Figura 227 — Página “Mapa - Circuito” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	144
Figura 228 — Página “Provas e Eventos - Calendário” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	144
Figura 229 — Página “Provas e Eventos – Calendário da modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	145
Figura 230 — Página “Provas e Eventos – Resultados” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	145
Figura 231 — Página “Provas e Eventos – Resultados da modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	146
Figura 232 — Página “Provas e Eventos – Resultados do evento” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	146

Figura 233 — Página “Notícias” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	147
Figura 234 — Página “Notícias por modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	147
Figura 235 — Página “Loja” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	148
Figura 236 — Página “Loja - Produtos de uma categoria” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	148
Figura 237 — Página “Loja - Produto em específico” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	149
Figura 238 — Página “Contactos” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	149
Figura 239 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na Rotunda Europa. (Fonte: Autora)	150
Figura 240 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na Avenida de Espanha. (Fonte: Autora).....	150
Figura 241 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco após a saída da A23. (Fonte: Autora).....	151
Figura 242 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na N333. (Fonte: Autora).....	151
Figura 243 — Mockup do painel informativo da entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	152
Figura 244 — Mockup da sinalização vertical de alguns serviços e do Paddock do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	152
Figura 245 — Mockup do painel informativo da entrada do Kartódromo do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	153
Figura 246 — Mockup da sinalização vertical de alguns serviços e da Lavagem do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	153
Figura 247 — Mockup do painel informativo do WC / Balneários do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	154
Figura 248 — Mockup do painel informativo da Pista de Ralicross do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	154
Figura 249 — Mockup do painel informativo dos escritórios da Escuderia Castelo Branco do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora) ...	155
Figura 250 — Mockup do painel informativo da Escola de Enduro do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	155

Figura 251 — Mockup da sinalização vertical de eventos do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	156
Figura 252 — Mockup da frente do mapa desdobrável do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	156
Figura 253 — Mockup do verso do mapa desdobrável do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	157
Figura 254 — Mockup da roulotte do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	157
Figura 255 — Mockup dos autocolantes criados para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	158
Figura 256 — Mockup do boné criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	158
Figuras 257 e 258 — Mockup da t-shirt criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	159
Figuras 259 e 260 — Mockup do polo criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	159
Figura 261 — Mockup do casaco criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	160
Figura 262 — Mockup da camisola criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	160
Figuras 263 e 264 — Mockup da t-shirt dos colaboradores da Escuderia Castelo Branco criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	161
Figuras 265 e 266 — Mockup da t-shirt dos colaboradores da Escola de Enduro criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	161
Figuras 267 e 268 — Mockup da t-shirt dos colaboradores do Kartódromo de Castelo Branco criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	161
Figuras 269 e 270 — Mockup da t-shirt dos colaboradores da Pista de Ralicross criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	162
Figura 271 — Mockup do tote bag criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	162
Figura 272 — Mockup do saco de papel criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	163
Figura 273 — Mockup da garrafa criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	163

Figura 274 — Mockup da caneta criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	164
Figuras 275 e 276 — Mockup do caderno criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	164
Figura 277 — Mockup do lanyard criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	165
Figuras 278, 279 e 280 — Mockup do capacete de Karting e Ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	165
Figura 281 — Mockup do capacete de Enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	166
Figuras 282 e 283 — Mockup do fato de competição de Karting criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	166
Figuras 284 e 285 — Mockup do fato de competição de Ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	166
Figura 286 — Mockup do fato de competição de Enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	167
Figuras 287 e 288 — Mockup das luvas de competição de Karting e Ralicross criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	167
Figura 289 — Mockup das luvas de competição de Enduro criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	168
Figuras 290 e 291 — Mockup das botas de competição de Karting e Ralicross criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)	168
Figura 292 — Mockup das botas de competição de Enduro criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora).....	169

Lista de tabelas

Tabela 1 — Calendarização do Projeto. (Fonte: Autora)	8
Tabela 2 — Análise SWOT. (Fonte: Autora).....	50
Tabela 3 — Cronograma para implementação do conteúdo desenvolvido no projeto. (Fonte: Autora).....	59
Tabela 4 — Cronograma para eventos. (Fonte: Autora).....	60

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

ACP - Automóvel Club de Portugal

AIA - Autódromo Internacional do Algarve

APSEI - Associação Portuguesa de Segurança

ECB - Escuderia Castelo Branco

FIA - Fédération Internationale l'Automobile

FIM - Federation of International Motorcycles

FNQ - Fundação Nacional da Qualidade Excelência da Gestão do Brasil

FPAK - Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting

NDML - Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria

PDM - Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco

WEC - World Endurance Championship

CAPÍTULO I - Introdução

Este projeto foi elaborado no âmbito da unidade curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual para a Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, que tem como objetivo a apresentação de informação necessária para o desenvolvimento de um projeto utilizando todas as práticas e metodologias adquiridas ao longo da licenciatura.

A entidade escolhida para a intervenção do projeto foi a Escuderia Castelo Branco, que tem como objetivo a organização de eventos de desportos motorizados, tanto em Castelo Branco como em áreas localizadas no concelho. Esta empresa gere o Parque de Desportos Motorizados, localizado na Reta do Lanço Grande no concelho de Castelo Branco.

Este projeto tem como objetivo a correção de diversos problemas encontrados no Parque de Desportos Motorizados e na sua comunicação, expressas na ausência de uma identidade visual, bem como a falta de sinalética e uma eficaz transmissão de informação dos eventos organizados pelo clube albicastrense.

Assim, este relatório pretende demonstrar a resolução dos problemas encontrados neste espaço, resolvidos através da aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos da licenciatura, nomeadamente na área do Design de Comunicação.

1.1 Contextualização do tema

Este projeto surgiu devido à proximidade que a aluna tem com os colaboradores da Escuderia Castelo Branco, bem como a ajuda prestada em eventos realizados pelo clube e pela sua frequência no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Em primeiro lugar, verifica-se que este local não tem qualquer marca gráfica, bem como a Pista de Ralicross. Apenas o Kartódromo de Castelo Branco e Escola de Enduro, pertencentes a este espaço, apresentam esta característica.

Em segundo lugar, os eventos realizados pelo clube albicastrense não apresentam sinalética e, quando apresentam, têm um carácter bastante confuso.

Assim, pretende-se também desenvolver uma estratégia de comunicação para o para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, espaço gerido pela associação Escuderia Castelo Branco, de forma a resolver os problemas apresentados, através da aplicação de técnicas e metodologias aprendidas ao longo de todos os seis semestres da licenciatura.

1.2 Problemática

Para ser possível o desenvolvimento do projeto, foi necessário encontrar problemas existentes na Escuderia Castelo Branco, bem como no Parque de Desportos Motorizados, gerido por esta associação, de forma a ser possível realizar soluções favoráveis para a resolução do problema.

Devido ao facto de a Escuderia Castelo Branco gerir este local, a entidade revela ser uma marca “*umbrella*”, dado que ocorre a existência de um mesmo nome ou marca para vários tipos de produtos (Kapferer, 2008). Assim, as marcas gráficas da Escola de Enduro e do Kartódromo, e até mesmo da Sustentabilidade e Sede Social, têm integrado o logótipo da Escuderia Castelo Branco, em que o edifício presente no Kartódromo de Castelo Branco, conhecido como Torre de Controlo, integra o símbolo e nome da Câmara Municipal de Castelo Branco, entidade que é proprietária do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.



Figura 1 — Torre de Controlo do Kartódromo de Castelo Branco, com o símbolo da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 2 – Torre de Controlo do Kartódromo de Castelo Branco, com o símbolo da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 3 – Entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Google Maps)

Entre os problemas encontrados, considera-se como exemplo a ausência de uma identidade visual tanto do Parque de Desportos Motorizados como da Pista de Ralicross, sendo que apenas o Kartódromo de Castelo Branco e a Escola de Enduro, presentes no Parque de Desportos, contam com uma marca gráfica.

Além disso, existe apenas uma sinalética muito generalizada no Parque de Desportos Motorizados, que não se encontra logo na entrada, mas sim cerca de 50 metros depois, visível nas fotos colocadas em baixo. Também não existe uma sinalética que apresente um determinado local, exceto para a entrada do Kartódromo de Castelo Branco e dos serviços administrativos da associação, que apresentam o horário na sua entrada.



Figura 4 – Entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 5 – Horário dos Serviços Administrativos, visível apenas na entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 6 – Sinalética presente no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 7 – Sinalética presente no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, perto do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 8 – Entrada do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

Dado que esta associação recebe um número elevado de visitantes por ano nas suas instalações, principalmente devido a eventos realizados pela Escuderia Castelo Branco, mas também por praticantes de uma determinada modalidade, constou-se que os eventos realizados pelo clube albicastrense não apresentam sinalética e, quando apresentam, esta revela-se desorganizada, dificultando tanto o trabalho dos colaboradores como dos espectadores, que desconhecem por que caminhos podem circular.

Assim, verifica-se que é necessário corrigir os problemas acima apresentados através do uso do Design Gráfico, particularmente na área de Identidade Visual e Sistemas de Orientação.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos gerais

De uma forma geral, este projeto tem como objetivo a criação de uma Estratégia de Comunicação para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, espaço gerido pela associação Escuderia Castelo Branco, de forma a ser possível resolver os problemas mencionados no ponto que aborda a Problemática da associação, nomeadamente a criação de uma marca gráfica para o espaço, o desenvolvimento de meios impressos, de um sistema de informação e de orientação e de merchandising.

1.3.2 Objetivos específicos

De uma forma mais específica, para além da criação da Estratégia de Comunicação para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, este projeto tem como objetivos os seguintes:

- Criar uma marca gráfica para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e para a Pista de Ralicross, bem como um manual de normas de uso da marca gráfica;
- Desenvolver meios impressos, como cartazes, troféus e publicidade, e digitais, como a criação de publicações em redes sociais, website e app;
- Desenvolver um novo sistema de informação e orientação, bem como um Mapa;
- Desenvolvimento de Merchandising, para promover o Parque de Desportos Motorizados e a própria Escuderia Castelo Branco.

1.4 Tema do trabalho

Este projeto tem como foco principal do Design de Comunicação, especificamente na área da Identidade Visual e dos Sistemas de Orientação e Informação. Esta área permitirá resolver os problemas referidos nos pontos anteriores do relatório.

1.5 Metodologia

A metodologia deste projeto será dividida por fases, em que algumas serão divididas por subfases, de forma a ser possível compreender e facilitar o desenvolvimento e gestão de todo o trabalho desenvolvido, principalmente devido à sua dimensão.

Por conseguinte, a primeira fase do projeto é centrada na captação de problemas a serem resolvidos, bem como a apresentação da contextualização do tema, da problemática, objetivos gerais e específicos, do tema do trabalho, da própria metodologia e calendarização.

Já a segunda fase apresenta o enquadramento teórico do tema a desenvolver, nomeadamente na área da Identidade Visual, da Comunicação Integrada e dos Sistemas de Informação, para ser determinado como se poderá efetuar a fundamentação do projeto.

Na terceira fase é realizado a análise de cinco empresas que podem ser considerados concorrentes da Escuderia Castelo Branco e do Parque de Desportos Motorizados, onde vai ser estudado a relevância, marca gráfica e meios de

comunicação utilizados, de forma a verificar como se poderá desenvolver os futuros meios gráficos do projeto.

Na quarta fase do projeto será a própria Escuderia Castelo Branco o objeto de estudo da fase, onde haverá a caracterização da instituição a nível historial, localização geográfica, missão, cultura e concorrentes; a colocação dos meios de comunicação atuais, como as políticas de comunicação e projetos desenvolvidos anteriormente para a associação, bem como a contextualização do projeto apresentado neste relatório.

Na quinta fase é realizado a análise e diagnóstico de todo o conteúdo abordado nas fases anteriores do projeto, especificamente sobre a análise do enquadramento teórico, análise do Estudo de Casos, análise do Objeto de estudo, análise SWOT e diagnóstico final, para determinar a abordagem para a fase da conceção gráfica.

Na sexta fase ocorre o desenvolvimento e conceção gráfica do projeto, particularmente na definição da Estratégia de comunicação, bem como o desenvolvimento gráfico com a criação de esboços, marca gráfica e desenvolvimentos de meios essenciais para a divulgação da marca, bem como a criação de merchandising. Ocorre também a exposição das artes finais.

Por fim, na sétima fase são apresentadas as conclusões do todo o trabalho desenvolvido para o projeto.

1.6 Calendarização

Para uma melhor organização deste projeto, foi desenvolvida uma calendarização para facilitar a gestão de todo o trabalho a desenvolver. Para tal, incluiu-se todas as fases a desenvolver numa tabela.

Tabela 1 – Calendarização do Projeto. (Fonte: Autora)

	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho
Delimitação do tema, pesquisa e análise de temas						
Enquadramento teórico do tema						
Análise e diagnóstico						
Definição da Estratégia de						

Comunicação						
Desenvolvimento gráfico						
Artes finais						
Relatório						
Apresentação						

CAPÍTULO II - Enquadramento teórico do tema

2.1 Identidade Visual

De acordo com Sequeira (2013), “A identidade visual envolve os símbolos e elementos gráficos que expressam a identidade organizacional, expondo a sua essência”. Esta “desempenha várias funções: simboliza a organização, proporciona visibilidade e reconhecimento; expressa a sua estrutura e, internamente, pode potenciar o grau de identificação que os colaboradores sentem em relação à organização”, além que “engloba outros fatores que não apenas o logótipo, como a escolha de cores e seu significado”. Para além desta autora, vários escritores e docentes também já aprofundaram este conceito, para além de outros SUB conceitos.

Para Dowling (2008), existem “cinco componentes do mix da identidade visual constituindo as manifestações físicas da identidade organizacional: O nome - a designação que a organização adota e pela qual é reconhecida no mercado; O logótipo - consiste na versão gráfica do nome i.e. o nome com tipografia particular; é mais informativo porque é representativo; pode consistir também num emblema representativo da empresa, instituição, produto, serviço ou marca - pode funcionar como «atalho» que os públicos usam, para transmitir os valores e personalidade do emissor [Bernstein (1986), Olins (1995)]; O símbolo - possui mais força de memorização, pode ser polissémico; pode encerrar uma metáfora; é a figura ou desenho que acompanha o logótipo. Pode suscitar não só uma resposta emocional como tornar mais simples a comunicação formal da organização (Van Riel, 1995); A gama cromática - elemento complementar de identificação visual. Introduce uma carga emocional, evocadora, estética, conotativa e força sinalética à identidade; O slogan, lema ou divisa (na área do marketing surge também com a designação assinatura) - por vezes as organizações desenvolvem uma afirmação que expressa ou reforça os atributos diferenciadores da organização” (Sequeira, 2013).

Segundo Vilar (2006, pp. 85-86), “No centro da imagem projetada pela organização encontra-se a identidade visual, que configura explicita ou simbolicamente, a sua identidade global, através do nome, símbolo, logótipo e cor que utiliza para se distinguir a si própria, às suas marcas e às suas subsidiárias. Numa perspectiva semiótica, os elementos que compõem a identidade visual fazem parte do sistema de signos que a

organização utiliza para comunicar interna e externamente, devendo assumir um real significado para as pessoas que representam (i.e., provocar um sentido de pertença) e, ao mesmo tempo, expressar o standard da organização (ie, constituir a sua «promessa visual»). Apoiada nestes princípios, a bibliografia sobre corporate identity adota uma postura mais pragmática, assumindo a identidade visual como a «assinatura» da organização: a integração coerente de normas, cores, símbolos e slogans, e a aplicação consistente destes elementos de forma a enviar uma mensagem clara aos públicos exteriores”.

De acordo com Peón (2009, p. 10), *“qualquer coisa possui uma identidade visual - ou seja, componentes que a identificam visualmente. A identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é que o diferencia dos demais por seus elementos visuais”.* Para além disto, a autora afirma que há elementos que compõem uma identidade visual que são *“o logotipo, o símbolo e a marca”* (Peón, 2009, p. 21).

A nível comercial, uma identidade visual está também subdividida pela identidade visual corporativa, isto é, de acordo com Raposo (2008, p. 133), *“conseguir definir um sistema de signos descodificáveis pelos stakeholders do modo pretendido, sem que para tal se minta ou se recorra a métodos pouco éticos. Para que o sistema de Identidade Visual Corporativa funcione, é necessário que este seja coerente com os valores corporativos expressos na missão e no posicionamento, e as manifestações visuais devem ajustar-se entre elas. Depois de definido o objectivo, missão e metas, define-se a personalidade da marca desde o seu nome ao seu comportamento e conduta, coerentes com os valores da identidade em causa. A definição da personalidade (e identificação de um arquétipo emocional) da marca faz-se, primeiro, ao nível escrito (identificação dos valores), depois, ao nível visual e sonoro (definição do tom da comunicação) e deve manter-se ao nível da conduta (não fazer nada que seja contrário aos valores)”.*

Segundo Wheeler (2008, p.6), o *“Branding é um processo utilizado para criar consciência e aumentar a lealdade do consumidor. Isto requer (...) prontidão para investir no futuro. Branding é aproveitar todas as oportunidades para expressar por que as pessoas devem escolher uma marca em detrimento de outra. Um desejo para liderar, ultrapassar a concorrência e dar aos funcionários as melhores ferramentas para alcançar novos consumidores são as razões pelas quais as empresas obtêm vantagem do branding”*, estando assim associado à identidade visual adotada por uma determinada empresa.

Em síntese, uma identidade visual, bem como os seus componentes, são essenciais para definir os valores de uma marca, para além da sua missão para se distinguir no mercado e alcançar um determinado público-alvo.

2.2 Comunicação Integrada

A comunicação integrada pode ser definida como um procedimento necessário para alcançar determinados objetivos numa campanha de marketing, através de diversos métodos promocionais que se reforçam entre si. (Business Dictionary, 2020). Para além do Business Dictionary, muitos outros autores também já abordaram o conceito de comunicação integrada.

De acordo com Bueno (2010), *“a Comunicação Integrada consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planeados e desenvolvidos por uma empresa ou entidade, com o objetivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo”*. Já Pimentel (2016), afirma que *“a comunicação integrada é aquela capaz de transmitir, de forma clara, a todos os públicos de interesse da empresa o que ela produz, quem ela é e no que acredita”*.

Outros pontos de vista acerca deste conceito remetem para Kliatchk (2005, p. 7), onde afirma que a American Association of Advertising Agencies definiu o conceito de comunicação integrada pela primeira vez em 1989, onde é mencionado que é um conceito de planeamento de comunicações de marketing que reconhece o valor agregado de um plano abrangente que avalia os papéis estratégicos de uma variedade de disciplinas de comunicação - publicidade geral, resposta direta, promoção de vendas e relações públicas - e combina essas disciplinas para fornecer clareza, consistência e máximo impacto de comunicação (Duncan T., & Caywood C., 1996).

Segundo Kunsch (2003), a comunicação integrada encontra-se dividida em quatro partes: comunicação interna, que representa a adesão ao produto, bem como o relacionamento com os colaboradores e a própria organização; comunicação comercial, que pretende divulgar bens de consumo da organização; comunicação administrativa, que retrata a informação nos variados setores de uma empresa; e comunicação institucional, direcionado a utilizadores externos e ao próprio mercado, bem como a identidade da organização, bem como os valores transmitidos pela própria empresa (FNQ, 2018).

Em suma, verifica-se que existem diversos meios para definir o conceito de comunicação integrada, em que a grande maioria dos autores afirma que a comunicação integrada é uma estratégia de comunicação que tem capacidade de transmitir uma mensagem poderosa a uma determinada audiência, de forma a conseguir ampliar a sua força no mercado.

2.3 Sistemas de Informação e Orientação

Segundo Gibson (2009, pp. 12-13), o *“design de wayfinding permite que as pessoas tenham ao seu alcance meios de informação que permitam que o público se oriente num determinado local. Além disso, um designer de wayfinding deverá ter a capacidade de criar signos e texto que possam coexistir, bem como a existência de símbolos e referências que transmitam às pessoas uma comunicação ágil e eficaz na procura de um determinado local”*.

Em 2018, a Associação Portuguesa de Segurança criou um sistema de orientação para caminhos de evacuação de segurança, cuja sistematização define-se como um *“sistema capaz de fornecer informação perceptível e não ambígua e indicações visuais em número suficiente de modo a permitir que as pessoas possam abandonar uma área ocupada em caso de emergência, através de um caminho de evacuação, especificado por meio de um conjunto de elementos visuais, sinais e marcações”*.

Relativamente à sinalética, para Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015, pp. 2-6), com o crescimento das cidades e o aumento da mobilidade, verificou-se também a necessidade das pessoas em encontrar informação facilmente compreensível, devido também principalmente ao avanço da tecnologia, em que a sinalização contemporânea confere uma entidade única a um determinado local ou até mesmo a uma cidade. Estes autores afirmam também que a sinalética se encontra dividida em três seções: sinalização e orientação, que permite às pessoas orientarem-se e saber para onde se dirigirem; interpretação, que conta ao espectador a história sobre o local que visita no presente momento; e *“placemaking”*, que confere uma identidade única para um local ou conjunto de locais.

Como já referido anteriormente, os Sistemas de Informação e Orientação são também compostos por pictogramas. De acordo com Neves (2007), *“Um pictograma (do latim picto -pintado + grego graphe -caracter, letra) é um símbolo que representa um objecto ou conceito por meio de ilustrações”*. Além disso, o autor refere também que *“Um pictograma representa de um modo simplificado um objecto, o qual pode ser mais ou menos icónico (mais ou menos semelhante como o modelo real), mas importa acima de tudo que seja perceptível pelo maior número possível de utentes”*. Lima (2008) afirma que o sistema de pictogramas teve como principal percussionista o designer Gerd Arntz, que permitiu a criação do sistema ISOTYPE em Viena no ano de 1922, junto a Otto Neurath.

Em suma, com base nos métodos aprendidos ao longo de toda a licenciatura, bem como das pesquisas efetuadas nos meios de comunicação atuais, verifica-se que os Sistemas de Informação e Orientação, como é o caso da sinalética, são essenciais para as pessoas que não conhecem um determinado local. Assim, é necessária a transmissão de uma mensagem clara, nomeadamente através de símbolos, para que o público possa tomar rapidamente decisões em que direção seguir para encontrar facilmente o que necessita.

CAPÍTULO III - Estudo de casos

3.1 Demoporto

3.1.1 Contextualização

A Demoporto, também conhecida como Clube de Desportos Motorizados do Porto, foi fundada em 2008 e tem como objetivo a organização de provas em várias modalidades do Automobilismo, bem como a colaboração com outros clubes, também de Automobilismo. Segundo a seção Contactos e o próprio Google Maps, o clube localiza-se no “*Bairro do Regado (Rua Avelar Brotero) Bloco 12 Loja 296*”, porém este espaço não apresenta qualquer marca gráfica do Demoporto.

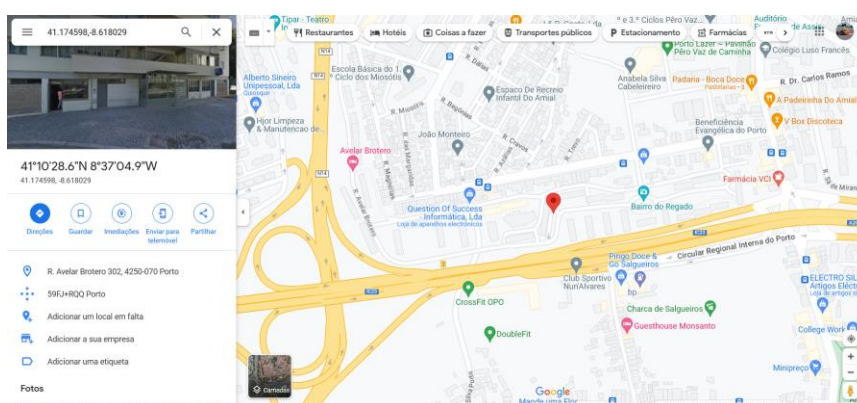


Figura 9 – Localização da sede do Demoporto. (Fonte: Google Maps)

As modalidades automobilísticas organizadas pelo clube portuense, tanto no Porto como em zonas próximas, são os Ralis, Ralis Sprint, Ralis de Regularidade Histórica, Rampas, Super Especiais, em que algumas provas são pontuáveis para Campeonatos Nacionais e Internacionais. Segundo um evento realizado pelo clube em 2022, “*Rampa de Boticas*”, os documentos oficiais apresentam um mapa com a localização da prova, que também são utilizados em outros eventos organizados pelo Demoporto.

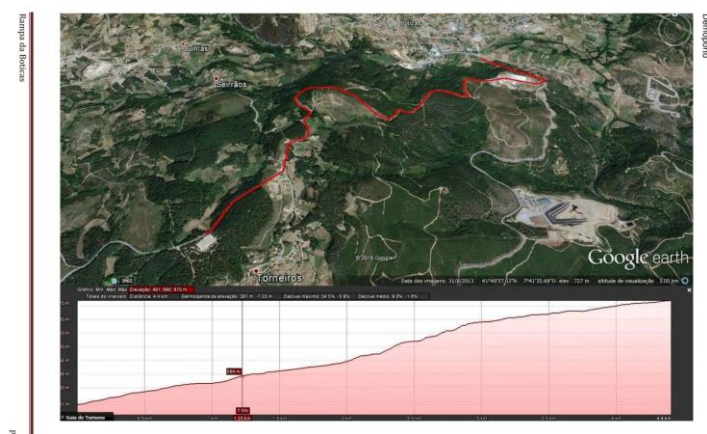


Figura 10 – Mapa do evento Rampa das Boticas 2022. (Fonte: Website da Rampa das Boticas)

Acessos às Zonas Espetáculo



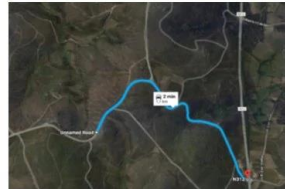
Acesso à ZE1 - na partida segue a EM 530 em direção Boticas/Vidago vira 1º direita



Acesso à ZE2 - segue a EM 530 em direção Zona industrial depois vira na 2º à direita direita e segue 800m



Acesso à ZE3 Segue a ER 311, vira para a CM 1038 na rua Salgueira e depois são 2,2 km até ZE



Acesso à ZE4 – desde o Hotel Spa segue a ER 311 direção Montalegre. Na rotunda vira para a EN 312 direção R. Pena. Anda 1,44 km vira à esquerda e a ZE é a 800m

Figura 11 – Meios de acesso às Zonas Espetáculo do evento Rampa das Boticas 2022. (Fonte: Website da Rampa das Boticas)

3.1.2 Marca gráfica

A marca gráfica da Demoporto é formada pelo conjunto do símbolo, logótipo e descritivo, em que o símbolo está localizado à esquerda e contém um circuito, cujo início e fim contém um acabamento com uma linha mais fina que todo o circuito, e uma bandeira de xadrez com uma forma circular. Ambos os elementos se encaixam entre si.

Já o logótipo, localizado à direita, contém a tipografia, em que o título é representado apenas em letras maiúsculas. O descritivo representa o subtítulo a letras minúsculas, bem como a tipografia. Relativamente às cores utilizadas, apenas são utilizados o preto, branco e azul, que permite realçar as formas utilizadas, como o circuito e a palavra Porto.



Figura 12 – Marca gráfica do clube Demoporto. (Fonte: Facebook do clube Demoporto)

3.1.3 Meios de comunicação

Os meios de comunicação digitais utilizados pela Demoporto são o *Facebook*, que é o recebe atualizações mais regularmente, seguido de um website e do *Youtube*, que não recebe atualizações há mais de um ano. Nas redes sociais, não se encontram muitas publicações criadas pelo clube, sendo a maioria republicações de cartazes da Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting.

Relativamente aos meios impressos, o Demoporto comunica-se através de cartazes e, ocasionalmente, através de jornais, embora as suas notícias sejam maioritariamente digitais.

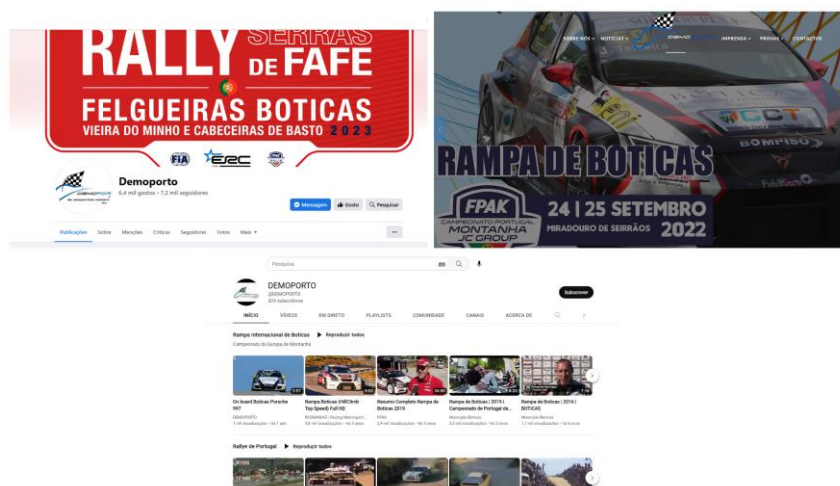


Figura 13 – Meios de comunicação digitais do clube Demoporto. (Fonte: Redes sociais do clube Demoporto)



Figura 14 – Comunicação digital do clube Demoporto. (Fonte: Facebook do clube Demoporto)



Figura 15 – Comunicação impressa do clube Demoporto. (Fonte: Jornal do Ave e redes sociais do clube Demoporto)

3.2 Motor Clube Estoril

3.2.1 Contextualização

O Motor Clube Estoril foi fundado a 2 de maio de 2000 e está localizado no Autódromo Fernanda Pires da Silva em Cascais, com base na seção Contactos do site. O clube é uma “*associação sem fins lucrativos que tem como objetivo o desenvolvimento do Desporto, em especial a vertente dos Desportos Motorizados*” (Motor Clube Estoril, 2023). Relativamente à sinalética, este local apresenta uma sinalética na entrada do Autódromo acerca dos serviços existentes, porém não apresenta qualquer menção ao Motor Clube Estoril.

Este clube realiza provas no Automobilismo, particularmente a nível internacional onde conta com “36 provas pontuáveis para Campeonatos do Mundo” (Motor Clube Estoril, 2023), que revelam ser regularmente noticiadas através dos meios de comunicação do clube.



Figura 16 – Sinalética do Autódromo Internacional do Estoril. (Fonte: Google Maps)



Figura 17 – Localização do Motor Clube Estoril, no Autódromo Internacional do Estoril. (Fonte: Website do F1 Fansite)

3.2.2 Marca gráfica

A marca gráfica do Motor Clube Estoril é composta pelo conjunto do símbolo e logótipo. O símbolo é representado com um leve gradiente a preto, onde se encontra um capacete. É também representado por uma parte a preto, que ilustra o contorno do capacete, bem como seis barras no topo a cinzento, que retratam a velocidade instantânea, e a parte a vermelho que descreve a viseira do capacete.

Já o logótipo, representado a preto, inclui a tipografia a negrito, em que as palavras Motor Clube aparecem no cima da viseira e a palavra Estoril na parte de baixo do capacete.



Figura 18 – Marca gráfica da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Site do Motor Clube Estoril)

3.2.3 Meios de comunicação

O Motor Clube Estoril comunica-se através de algumas redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, sendo que o último não é atualizado há mais de 3 anos. O clube conta também com um website.

O tipo de publicações realizados pelo clube são de caráter fotográfico, bem como a divulgação de eventos a serem realizados no Autódromo do Estoril. No website são colocadas regularmente conferências de imprensa acerca das provas realizadas pelo clube. Relativamente aos meios impressos, o Motor Clube Estoril comunica-se apenas através de cartazes, dado que publica todas as suas notícias digitalmente.

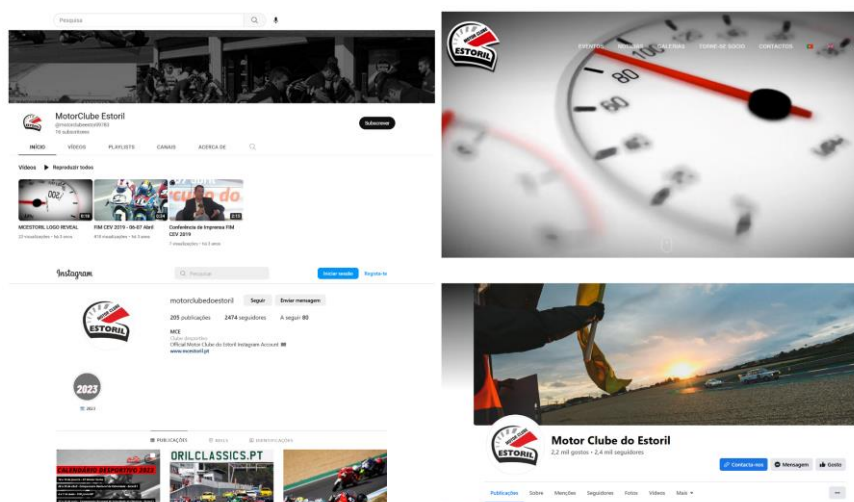


Figura 19 – Meios de comunicação digitais da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Redes sociais da associação Motor Clube Estoril)



Figura 20 – Comunicação digital da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Facebook da associação Motor Clube Estoril)



Figura 21 – Comunicação impressa da associação Motor Clube Estoril. (Fonte: Facebook da associação Motor Clube Estoril)

3.3 Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria

3.3.1 Contextualização

O Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria foi fundado em 24 de junho de 1982, que tem como propriedade o Kartódromo de Leiria, que foi inaugurado a 13 de fevereiro de 1994, e que representa o foco principal do clube. O clube está localizado na freguesia de Milagres, cuja localização encontra-se acompanhada de uma sinalética designada de “Kartódromo” (Google Maps, 2010). Além disso, de acordo com o Google Maps (2010), o clube localiza-se dentro do próprio Kartódromo.



Figura 22 – Localização do Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria, com a sinalética do Kartódromo. (Fonte: Google Maps)



Figura 23 – Instalações do Kartódromo Internacional de Leiria. (Fonte: Website do Lifecooler)

Para além das provas de karting realizadas no Kartódromo, quer a nível nacional quer a nível internacional, também são organizadas provas de outras modalidades do automobilismo, como o Rally de Portugal Histórico do ACP, Rallye Verde Pino, Portugal GT Tour e Rally Fim do Ano do CAAFF. Considera-se como exemplo o Rallye Verde Pino 2023, onde foi criado um mapa digital onde é sinalizado a partida e chegada em cada troço de competição.

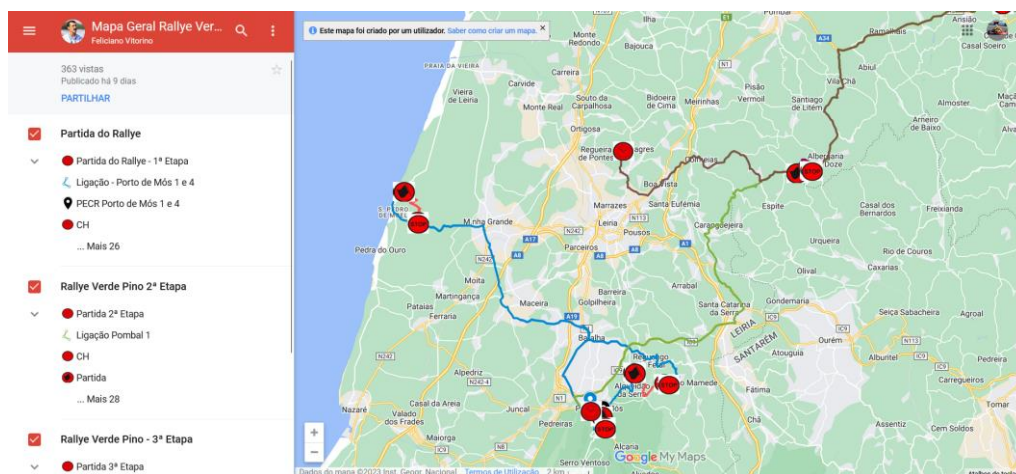


Figura 24 – Mapa dos diversos troços de competição do Rallye Verde Pino. (Fonte: Google Maps)

3.3.2 Marca gráfica

A marca gráfica do Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria é constituída pelo conjunto do símbolo, logótipo e descritivo. O símbolo encontra-se no topo, em que na parte central encontra-se um piloto a conduzir um veículo motorizado devido à presença de um volante, enquanto no lado esquerdo e direito é visível uma coroa de folhas, que significa vitória. Este elemento provém originalmente da Grécia Antiga, onde “os atletas eram premiados com coroas de ramos de oliveira entrelaçados, que representavam a suprema glória, tendo a coroa de louros passado a simbolizar a vitória” (Araújo et al., 2023). Também no topo, é possível encontrar a abreviatura do clube.

Em relação ao logótipo, é possível encontrá-lo na parte de baixo da marca gráfica, onde está localizada a tipografia a sinalizar o nome completo do clube. Além disso, a marca gráfica utiliza apenas duas cores, o branco e o azul-escuro, que realiza os contornos das formas visíveis na marca.



Figura 25 – Marca gráfica do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Website do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria)

3.3.3 Meios de comunicação

Os meios de comunicação utilizados pelo Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria são o Facebook e Instagram, além do Youtube que aborda apenas o Rallye Verde Pino. Além disso, o clube também tem um website, e todos os seus meios de comunicação têm publicações regulares.

Entre as publicações realizadas pelo NDML, encontra-se a divulgação de provas a serem realizadas pelo clube, bem como orientações de horários e republicações de cartazes de provas. Relativamente aos meios impressos, este clube comunica-se através de cartazes, enquanto as notícias são publicadas através de meios digitais.



Figura 26 — Meios de comunicação digitais do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Redes sociais do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria)



Figura 27 – Comunicação digital do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Facebook do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria)



Figura 28 – Comunicação impressa do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (Fonte: Facebook do clube Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria)

3.4 Autódromo Internacional do Algarve

3.4.1 Contextualização

O Autódromo Internacional do Algarve, que integra o Algarve Motorsports Park, foi inaugurado a 2 de novembro de 2008 “com a última prova do Campeonato Mundial de Superbike desse ano” (Autódromo Internacional do Algarve, 2023). Este complexo conta com uma “pista de corrida, pista de karts, parque todo-o-terreno, hotel, apartamentos, parque tecnológico e complexo desportivo” (Autódromo Internacional do Algarve, 2023). Além disso, este complexo apresenta uma sinalética com os serviços oferecidos, como bancadas e restaurante na sua entrada.

Devido à sua complexidade, este complexo desportivo tem como objetivo a realização de provas de desportos motorizados quer a nível nacional quer a nível internacional, nas seguintes modalidades: Karting, Supermoto, Velocidade, Todo-o-terreno e Ralis. De acordo com Loureiro (2022), o “Autódromo Internacional do Algarve teve mais de um milhão de visitantes” em 2022.



Figura 29 – Complexo desportivo do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Website do Vila Vita Parc)



Figura 30 – Mapa do complexo desportivo do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Facebook do Autódromo Internacional do Algarve)

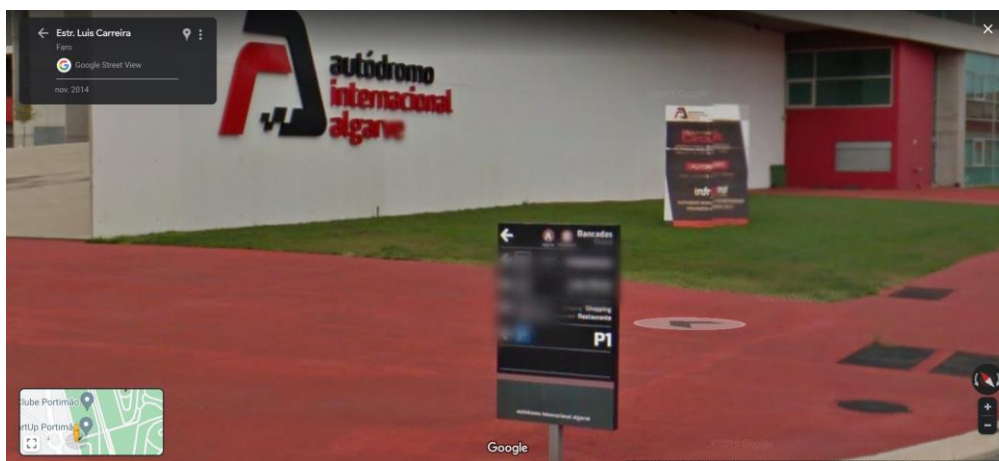


Figura 31 – Sinalética da entrada do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Google Maps)

3.4.2 Marca gráfica

Apesar da elevada visibilidade do Algarve Motorsports Park, apenas o Autódromo Internacional do Algarve apresenta uma marca gráfica, que apresenta o conjunto do símbolo, logótipo e descritivo. Na parte localizada à esquerda, encontra-se os símbolos, que fazem uma alusão às letras A e I, em que a parte inferior da letra representada a preto contém uma bandeira de xadrez, e a letra representada a vermelha não apresenta qualquer elemento.

Já a parte localizada à direita apresenta o logótipo e descritivo, que é completamente representado com letras minúsculas. A palavra “autódromo” encontra-se a preto, enquanto “internacional” e “algarve” encontram-se a vermelho. Assim, nesta marca gráfica é possível observar uma hierarquia visual, obtida através da cor e demonstração de elementos.



Figura 32 – Marca gráfica do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Website do Autódromo Internacional do Algarve)

3.4.3 Meios de comunicação

Como meios de comunicação, o Autódromo Internacional do Algarve realiza publicações regulares no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e no seu próprio website. A única exceção é o *Youtube*, que não recebe publicações há mais de três anos.

A publicações realizadas pelo AIA nas redes sociais concentram-se na criação de eventos e destacam a passagem de pilotos que participam em competições internacionais, como o MotoGP da FIM e o WEC da FIA. Já nos meios impressos, o Autódromo Internacional do Algarve comunica-se regularmente através de cartazes e, ocasionalmente, através de jornais.

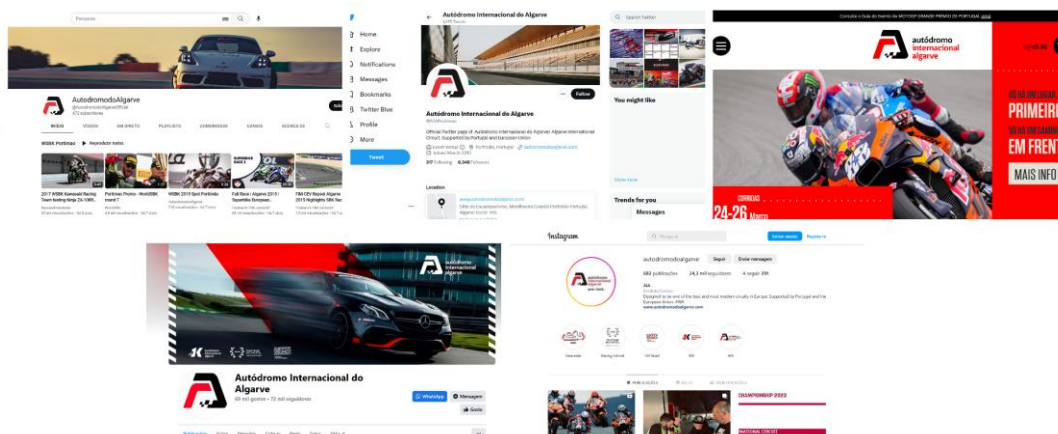


Figura 33 – Meios de comunicação digitais do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Redes sociais do Autódromo Internacional do Algarve)



Figura 34 – Comunicação digital do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Facebook do Autódromo Internacional do Algarve)



Figura 35 – Comunicação impressa do Autódromo Internacional do Algarve. (Fonte: Jornal Portimão, Jornal do Algarve e Facebook do Autódromo Internacional do Algarve)

3.5 ACP

3.5.1 Contextualização

O Automóvel Club de Portugal, mais conhecido pela sua sigla ACP, foi fundado a 15 de abril de 1903 e é considerado como “*o maior clube português*”. Este clube tem a sua sede situada em Lisboa, embora esteja também presente em outras cidades através de Delegações, como em Leiria e Torres Vedras (ACP). O ACP tem como objetivo a organização de eventos automobilísticos, sendo um associado da FPAK através da realização de Ralis, como o Rali de Portugal.

Para além da organização de eventos motorizados, como o Campeonato Nacional de Clássicos, o ACP também organiza eventos de golfe e, de acordo com os estatutos do clube, pretende-se também promover o turismo e a segurança rodoviária. Além disso, os serviços do ACP encontram-se bem delimitados, uma vez que utilizam a sua marca gráfica, bem como o vermelho.



Figura 36 – Delegação do ACP em Coimbra. (Fonte: Website do Autódromo Internacional do Algarve)



Figura 37 – Delegação do ACP no Porto. (Fonte: Website do Guia Empresas)

3.5.2 Marca gráfica

A marca gráfica do ACP é composta pelo conjunto do símbolo e logótipo. A parte localizada à esquerda é composta por um símbolo a vermelho com um efeito itálico, isto é, com uma inclinação ligeira para a direita. Além disso, dentro do símbolo é possível observar quatro escudos, presentes na bandeira de Portugal, bem como a sigla do ACP.

Já o logótipo é constituído unicamente pela tipografia, que se encontra à direita do símbolo. Com o vermelho situado no nome completo do ACP, Automóvel Club de Portugal, encontra-se também a itálico, em que a palavra Portugal está também a negrito.



Figura 38 – Marca gráfica do clube ACP. (Fonte: Website do Automóvel Club de Portugal)

3.5.3 Meios de comunicação

Como o maior clube português, o ACP tem uma participação bastante ativa nas redes sociais mais utilizadas em Portugal (Bacelar, 2022), como o *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, além de um website.

O clube utiliza estas redes sociais com a finalidade de divulgar serviços exclusivos aos sócios e a divulgação de eventos realizados pela associação, bem como a divulgação de conselhos de utilidade pública, como a apresentação de datas a cumprir no IRS. Quanto aos meios impressos, o ACP realiza a sua comunicação através de cartazes, bem como de revistas.

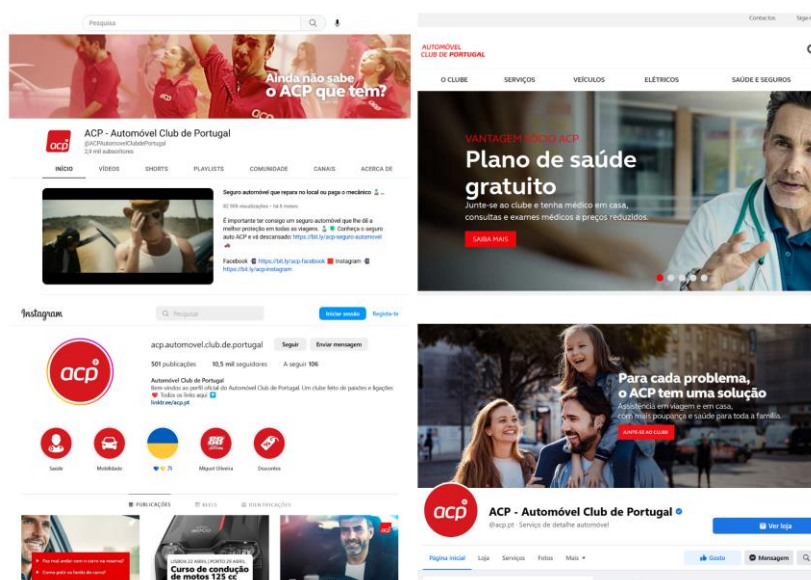


Figura 39 — Meios de comunicação digitais do Automóvel Clube de Portugal. (Fonte: Redes sociais do Automóvel Clube de Portugal)



Figura 40 — Comunicação digital do Automóvel Club de Portugal. (Fonte: Facebook do Automóvel Clube de Portugal)



Figura 41 – Comunicação impressa do Automóvel Club de Portugal. (Fonte: Redes sociais do Automóvel Clube de Portugal)

3.6 Funpark

3.6.1 Contextualização

O Funpark, propriedade da empresa “Jouguinho – Empreendimentos Turísticos S.A., (...) apresenta-se essencialmente como kartódromo e parque aventura” (Funpark, 2023) e, segundo os contactos do site, este local situa-se em Fátima, que utiliza uma placa informativa como o nome do Funpark logo na entrada, bem como uma sinalética na receção.

Segundo o website do Funpark (2023), o complexo encontra-se em atividade há quase 20 anos, e “tem como visão a aspiração de ser uma empresa de referência, reconhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, comunidade e fornecedores, pela qualidade dos serviços e relacionamento. Empenhada em oferecer os melhores programas de atividades aos clientes, garantindo valências e serviços integrados, flexíveis e inovadores, promovendo a conciliação entre as vertentes do turismo, desporto e lazer”. O Funpark (2023) tem também como objetivos a “satisfação dos Clientes em todos os serviços que disponibiliza, (...) realização profissional de todos os colaboradores”, bem como “a preservação do ambiente que o rodeia”.

Assim, o Funpark dispõe de “vouchers, parques de estacionamento privado, snack bar e restaurante, aluguer de pista, arrecadações para kartings, zonas de balneários e w.c. e provas cronometradas de kart”. Para além do karting, o complexo realiza também outros desportos e serviços, tais como “Paintball, Slide, Escalada, Rapel, Percurso de Orientação Pedestre e Campo Sintético” (Funpark, 2023) e, mais recentemente, o “campeonato nacional de Supermoto” (FMP Press, 2019).

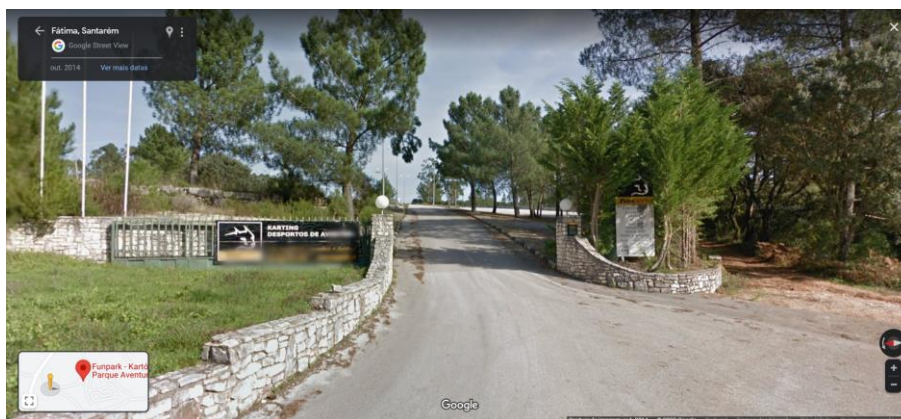


Figura 42 – Entrada do complexo do Funpark, localizado em Fátima. (Fonte: Google Maps)



Figura 43 – Entrada da receção do complexo do Funpark, localizado em Fátima. (Fonte: Google Maps)

3.6.2 Marca gráfica

A marca gráfica do Funpark é formada pelo conjunto do símbolo e logótipo. No topo encontra-se o símbolo, constituído por um “lince-ibérico” (Funpark, 2023) com um contorno a preto e preenchimento a vermelho, e na parte de baixo é apresentado o logótipo que apresenta a tipografia a preto, com o F a letra maiúscula e a restante palavra a letra minúscula.

Segundo o website do Funpark (2023), o lince-ibérico é representado na marca gráfica do local dado que é reconhecido como um “caçador de emoções. Do mesmo modo que o lince, o Funpark apresenta serviços que visam promover a capacidade de enfrentar obstáculos e desafios nas atividades desportivas. Por esta razão, a ligação que

associamos a este animal selvagem espelha valores e princípios da empresa. Aqui, também os participantes tem de enfrentar obstáculos e desafios. Por isso, o Funpark é uma marca que se caracteriza pela sua capacidade de adaptação/flexibilidade. Isto reflete-se em todos os serviços que prestamos. Porém, não apenas nos nossos clientes individuais como também em eventos corporativos. Ou seja, a nossa visão consiste em promover a cooperação e a capacidade de comunicação. Num cenário que promete o contacto com a natureza. Ao mesmo tempo, procura fortificar também competências num ambiente que foge da rotina”. Já relativamente à cor, “a escolha do vermelho representa diversão e juventude. Isto é, uma nossas características mais notórias. Pois cada cliente, independente da sua idade tem a capacidade de se sentir jovem quando se encontra com os seus amigos, família ou colegas de trabalho para poder passar uma experiência divertida” (Funpark, 2023).



Figura 44 – Marca gráfica utilizada pelo Funpark a partir de 2022. (Fonte: Website do Funpark)

3.6.3 Meios de comunicação

O Funpark conta com uma forte presença em algumas redes sociais, nomeadamente o *Facebook* e *Instagram*, além de terem um website à sua disposição, bem como a colocação do *Tripadvisor*, um site que consiste em apresentar críticas a um determinado local.

Assim, o Funpark conta com publicações regulares nestas redes sociais, que consistem em divulgação de campanhas, oportunidades de emprego, eventos a realizar nomeadamente corridas de karts de aluguer, alterações de horário e até mesmo notícias de utilidade pública. Relativamente aos meios impressos, o Funpark comunica-se apenas através de cartazes, dado que as suas notícias são realizadas digitalmente.

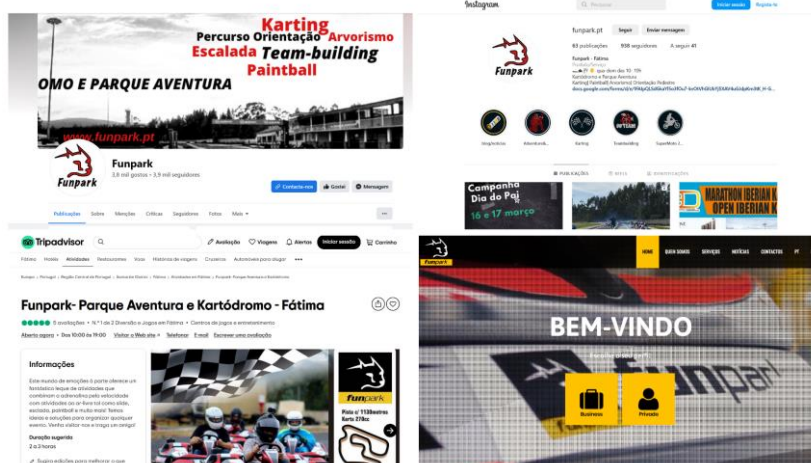


Figura 45 – Meios de comunicação digitais do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark)



Figura 46 – Comunicação digital do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark)



Figura 47 – Comunicação impressa do Funpark. (Fonte: Redes sociais do Funpark)

CAPÍTULO IV - Objeto de estudo

4.1 Caracterização do objeto de estudo

O objeto de estudo do presente Projeto é o Parque de Desportos Motorizados, infraestrutura pertencente à Câmara Municipal de Castelo Branco, contudo protocolada a sua gestão com a associação Escuderia Castelo Branco. Neste capítulo será caracterizada a associação, ao nível do seu historial, localização geográfica, missão, cultura e concorrentes, bem como uma descrição do Parque de Desportos Motorizados.

Este clube é uma *"associação sem fins lucrativos e titular de Estatuto de Utilidade Pública, tendo sido fundada a 21 de maio de 1964, por vinte e seis associados (fundadores) contando atualmente com mais de 1000 associados"* (Escuderia Castelo Branco, 2021). Com cinquenta e nove anos de experiência, a Escuderia Castelo Branco é *"um dos clubes portugueses mais antigos, enquanto titular de alvará de organização de eventos de competição automóvel, associado da Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting (FPAK)"* (Escuderia Castelo Branco, 2021). A Escuderia tem como objetivo a realização de eventos em diversas modalidades do desporto motorizado, nomeadamente *"os ralis, ralis de automóveis antigos, velocidade, todo-terreno, off-road, perícias, bajas e, mais recentemente, o karting e o motociclismo"* (Escuderia Castelo Branco, 2021).

Quanto à localização geográfica, quando a Escuderia Castelo Branco foi fundada em maio de 1964, esta não contava com uma sede, apesar de organizar algumas provas locais de 1964 a 1969, quando é obtido o alvará que permitiu ao clube organizar eventos automobilísticos oficiais em 1969. Um ano mais tarde, é inaugurada a Sede Social, que permanece até aos dias de hoje na Praça Rainha D. Leonor, em Castelo Branco. Este espaço já foi alvo de duas renovações, tanto em 1989, como em 2020 (Escuderia Castelo Branco, 2021).

A Escuderia Castelo Branco tem como missão a promoção do turismo na região albicastrense, visto que através da criação e promoção de eventos locais, como o Rali de Castelo Branco, que é realizado num fim-de-semana (Turismo do Centro de Portugal, 2022), permite também promover o alojamento local no concelho e, consequentemente, a gastronomia e a economia. Mais recentemente, em 2020, o clube albicastrense passou também a ter como missão a *"sustentabilidade, apoiado pela FIM Ride Green, com intuito de promover eventos sustentáveis"* (Escuderia Castelo Branco, 2021). A Escuderia foi, também, o primeiro clube a realizar esta iniciativa no país (Escuderia Castelo Branco, 2021), sendo também *"detentora de licenças de Delegados Ambientais emitidas pela FIM, na sua Comissão de Sustentabilidade"* (Escuderia Castelo Branco, 2021). Em 2023, a Escuderia recebeu um certificado Ecolub da empresa Sogilub, que tem como nome completo *"Sociedade de Gestão*

Integrada de Óleos Lubrificantes Usados, Lda.” (Ambiente Portugal, 2023), relativamente ao *“Sistema Integrado de Óleos Usados”* (Escuderia Castelo Branco, 2023).

Esta associação tem como cultura a promoção e realização de desportos motorizados tanto no concelho como nas suas proximidades. A Escuderia, para além de convidar pilotos reconhecidos nacional, mas também internacionalmente para as suas instalações, valoriza os seus sócios, nomeadamente os que obtêm bons resultados em provas realizadas por outras organizações, evidenciado na notícia *“Fábio é 3º no X-Trophy Coruche // 2022”* (Escuderia Castelo Branco, 2022).

Relativamente aos concorrentes da instituição e, segundo as palavras do presidente da associação, António Sequeira, afirma que existem cerca de 200 clubes que organizam provas de desporto motorizado, porém concentram-se em apenas uma ou duas modalidades. Ao contrário desses clubes, a Escuderia Castelo Branco pretende tornar-se um clube no mercado que realiza eventos em diversas modalidades do automobilismo, como revela a existência das várias áreas do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Por fim, em relação à marca gráfica do clube e segundo Carrega (2020, p. 24), Luís Marçal Grilo afirma que *“O logótipo da Escuderia Castelo Branco apareceu antes da fundação do próprio clube. São os olhos de mocho e o mocho representa os arquitetos. Eu e um colega meu que gostava muito de automóveis, José Palha Correia, um dia resolvemos fazer um emblema para colocar nos nossos carros e capacetes. Foi no ano em que eu também entrei nos ralis, em 1963. Estivemos os dois no meu atelier e desenhamos os olhos de mocho, que é exatamente o símbolo que a Escuderia possui. Quando a Escuderia é fundada eu disse aos meus colegas: se quiserem podemos utilizar este emblema. E assim aconteceu. Nos primeiros ralis em que entrei, a Escuderia não existia, mas eu, no capacete, já usava esse símbolo que continua atualíssimo”*.



Figura 48 — Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)



Figura 49 – Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco, relativo à sustentabilidade. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)



Figura 50 – Marca gráfica do clube Escuderia Castelo Branco, relativamente à Sede Social. (Fonte: Facebook da Escuderia Lounge Bar)



Figura 51 – Marca gráfica da Câmara Municipal de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 52 – Marca gráfica da federação FIM Ride Green. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)



Figura 53 – Certificado conferido à Escuderia Castelo Branco, relativamente ao Sistema Integrado de Gestão de Óleos Usados. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco)

Além das atividades descritas, a Escuderia Castelo Branco gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, que está localizado nos limites da cidade de Castelo Branco, na Reta do Lanço Grande e foi inaugurado em 1994 (Carrega, 2020, p. 120) e conta com cerca de 47 hectares. Este local está dividido por seções, que são as seguintes: Edifício Multiusos, Pista de Ralicross, Escola de Enduro e, desde 2020, um Kartódromo que, de acordo com as palavras do presidente, António Sequeira, tem vindo a receber muitos visitantes, principalmente no seu primeiro ano (Futebol 365, 2020). Este facto é conseguido através do uso de karts de aluguer, bem como de provas de carácter secundário, nomeadamente o Troféu Porfírio Lima, organizado em 2022 (Escuderia Castelo Branco, 2022).



Figura 54 – Marca gráfica do Kartódromo de Castelo Branco. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)



Figura 55 – Marca gráfica da Escola de Enduro. (Fonte: Site da Escuderia Castelo Branco)

4.2 Meios de comunicação atuais

As políticas de comunicação da Escuderia Castelo Branco focam-se tanto nos meios analógicos como nos meios digitais. Assim, os meios impressos utilizados para divulgar notícias da ECB ocorrem nos jornais da região, embora o clube já tivesse organizado um jornal exclusivo para sócios em 1996, apelidado de “*O Acelera*” que contou com seis edições e tinha como finalidade noticiar “*a vida da Escuderia, as provas, as diferentes atividades ou as assembleias gerais*” (Escuderia Castelo Branco, 2021), bem como a divulgação de notícias em cartazes. Já os meios digitais contam com a presença da ECB em algumas redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* e o próprio website, que recebem publicações regularmente. Estas publicações têm como foco principal a publicação de fotos de eventos realizados no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, uma vez que esta entidade é que gere o espaço, ou organizados pela própria associação, bem como a divulgação de novos eventos e novidades do clube albicastrense.

Relativamente aos eventos realizados pelo clube, estes têm os resultados dos pilotos registados em aplicações distintas, consoante a modalidade: MyLaps Speedhive para o karting (Escuderia Castelo Branco, 2021), Sportity para o Rali de Castelo Branco (Escuderia Castelo Branco, 2022) e, mais recentemente, o RaceHero para o Time Attack (Escuderia Castelo Branco, 2023). Além disso, e como organizadora de eventos de diversas modalidades, a Escuderia Castelo Branco realiza também a criação de troféus em formato físico.

Já o Kartódromo de Castelo Branco e Escuderia Lounge Bar, ambos geridos pela Escuderia Castelo Branco, contam com a presença em algumas redes sociais, como é o caso do *Facebook* e do *Instagram*. Nestes meios digitais, ambas as páginas publicam campanhas e fotos de eventos, bem como alterações de horário e festividades que

ocorrem durante o ano. Nos meios impressos, ambos os locais utilizam cartazes e, ocasionalmente, jornais.

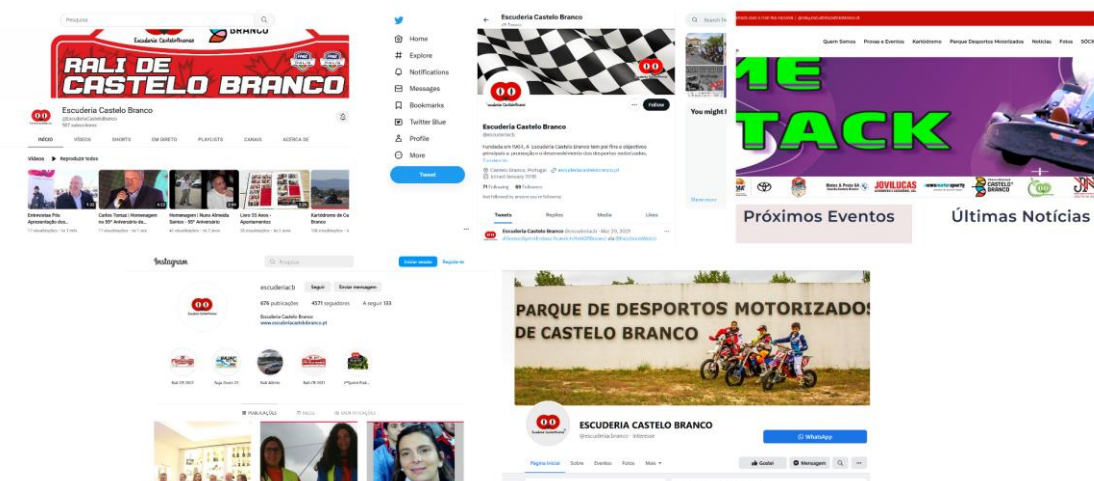


Figura 56 – Meios de comunicação digitais do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Redes sociais da Escuderia Castelo Branco)

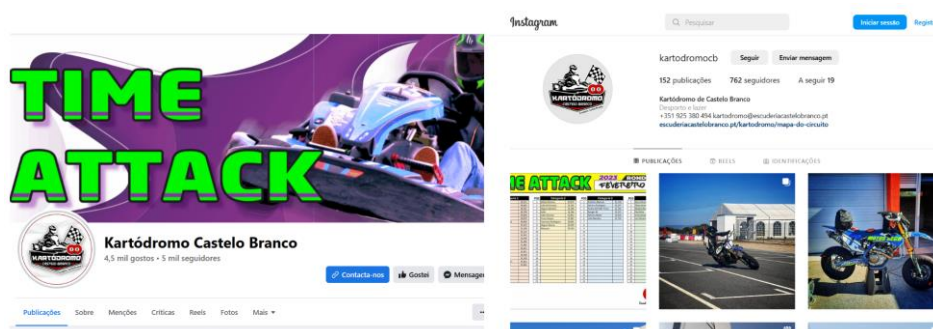


Figura 57 – Meios de comunicação digitais do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Redes sociais do Kartódromo de Castelo Branco)



Figura 58 – Comunicação digital do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco)



Figura 59 – Comunicação impressa do clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco)



Figura 60 – Comunicação digital do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook do Kartódromo Castelo Branco)



Figura 61 – Comunicação impressa do Kartódromo Castelo Branco, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook do Kartódromo Castelo Branco)



Figura 62 – Comunicação digital da Escuderia Lounge Bar, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Castelo Branco e Escuderia Lounge Bar)



Figura 63 – Comunicação digital da Escuderia Lounge Bar, gerido pelo clube Escuderia Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Escuderia Lounge Bar)

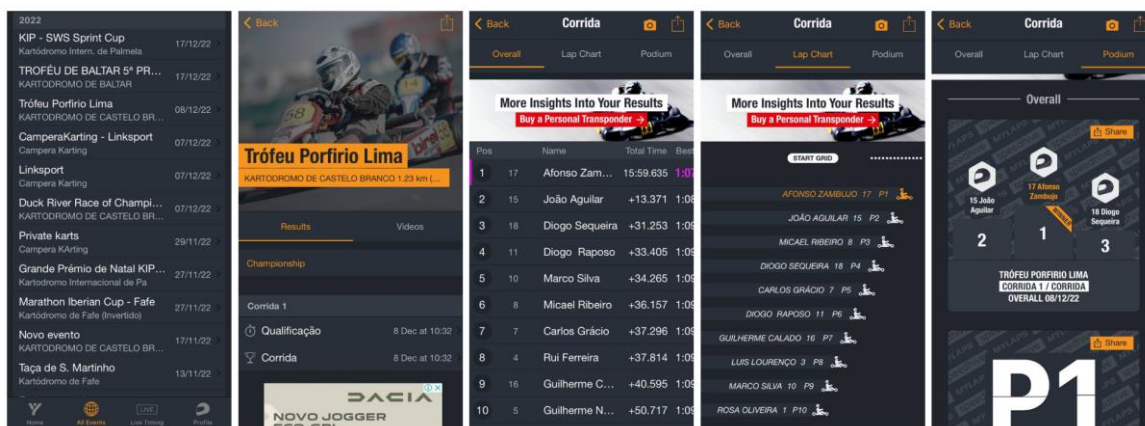


Figura 64 – Exemplo de uso da app MyLaps Speedhive. (Fonte: Autora)

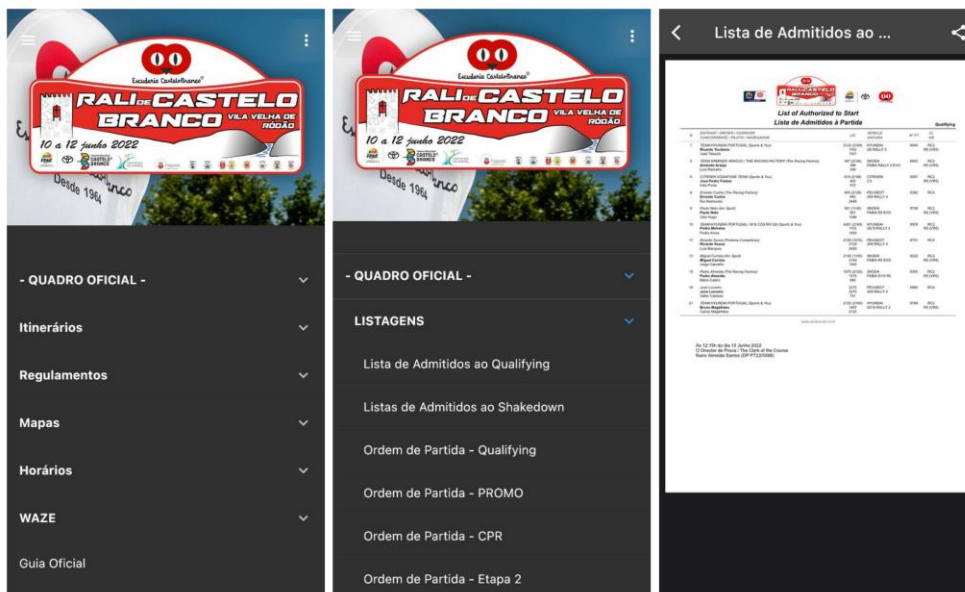


Figura 65 – Exemplo de uso da app Sportity. (Fonte: Autora)

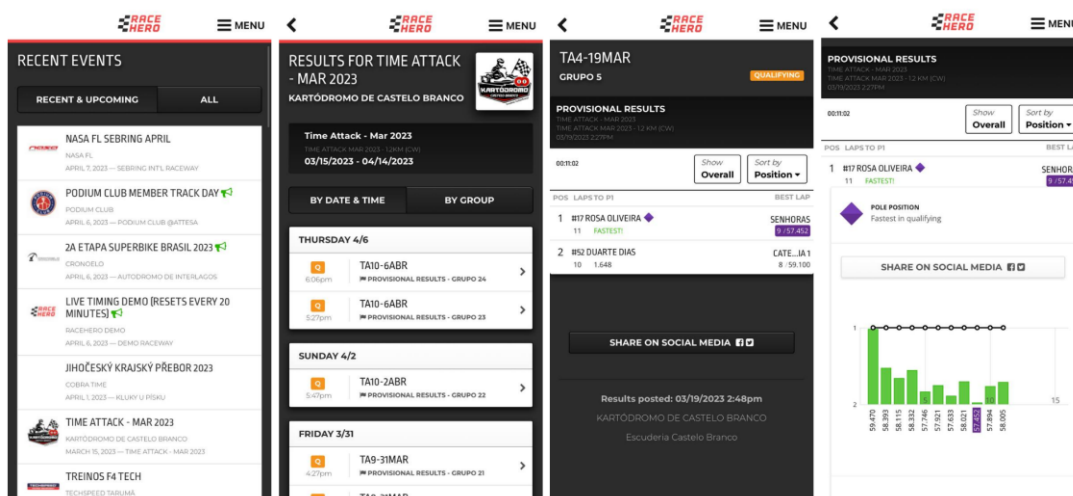


Figura 66 – Exemplo de uso da app RaceHero. (Fonte: Autora)



Figura 67 – Troféus realizados para a Escuderia Castelo Branco e Kartódromo Castelo Branco. (Fonte: Facebook da Acrialbi)

Além disso, a Escuderia Castelo Branco recorre aos e-mails como forma de divulgar eventos automobilísticos, bem como novidades sobre o clube e dos sócios. Quanto ao Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, divulgam-se as normas de conduta dos espaços do local, bem como o apelo à sustentabilidade através de meios impressos.

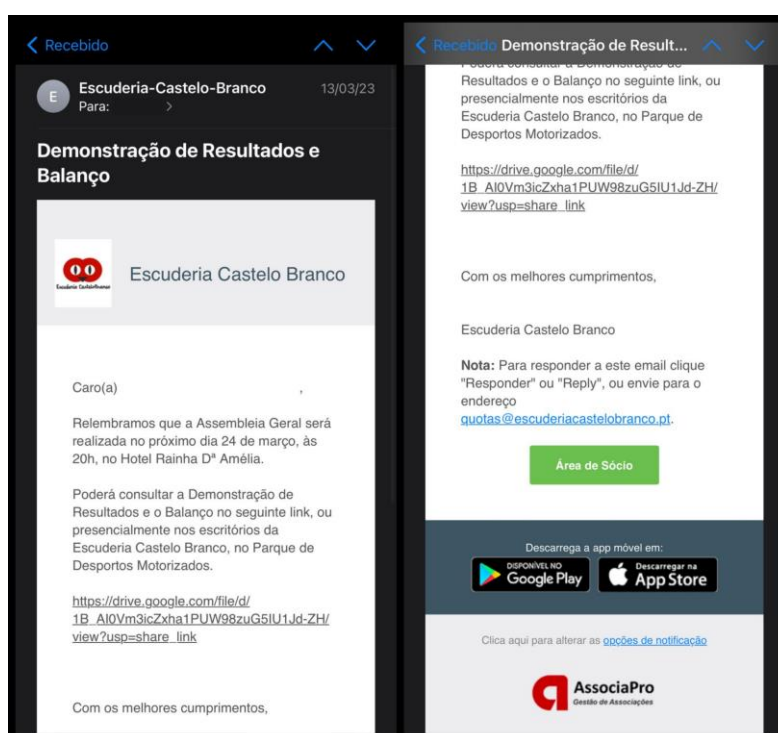


Figura 68 – Exemplo de marketing direto enviado para os sócios do clube via e-mail. (Fonte: Autora)



Figura 69 – Material educativo sobre a sustentabilidade, referente à reciclagem. (Fonte: Autora)



Figura 70 – Material educativo sobre a normas de conduta, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)



Figura 71 – Material educativo sobre a normas de conduta, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)



Figura 72 – Material educativo sobre a sustentabilidade, referente à reciclagem de pneus usados no evento Enduro Sprint de 2022. (Fonte: Autora)

A Escuderia Castelo Branco já contou, no passado, com a realização de alguns projetos por parte de outras pessoas, como é o caso da criação do Pavilhão Multiusos, criado pela Câmara Municipal de Castelo Branco e situado no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, que conta com “*sala de secretariado, sala de imprensa, torres de controlo, vídeo race control, sala de reuniões*” e dois outros projetos realizados por alguns alunos do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Um desses projetos foi elaborado por alunos da Escola Superior de Tecnologia no âmbito do 1º

Europeu de Autocross, realizado a 6 de outubro de 2001 na Pista de Ralicross do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, que tinha como objetivo detetar falsas partidas, sistema que permanece nestas instalações até à atualidade. Já o outro projeto foi realizado por Cristina Martins em 2013 e tinha como objetivo a “*Reabilitação, Remodelação, Revitalização*” (Repositório IPCB, 2013) da Sede Social da Escuderia Castelo Branco.

4.3 Contextualização do projeto

Este projeto tem como finalidade a criação de uma Estratégia de Comunicação para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, espaço gerido pela associação Escuderia Castelo Branco e de um sistema de sinalética, bem como a criação de publicidade a nível impresso e digital e de merchandising, de forma a melhorar a comunicação da associação tanto a nível casual como em eventos. Pretende-se também criar uma identidade visual para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como a Pista de Ralicross, uma vez que são as únicas áreas do Parque que não possuem uma marca gráfica.

Assim, a área de intervenção do projeto é a nível do Design Gráfico, especificamente sobre a Comunicação Integrada, uma vez que se pretende criar conteúdo para melhorar a comunicação do clube albicastrense através de diversas técnicas aprendidas ao longo da licenciatura, nomeadamente através da transmissão correta de uma mensagem para um determinado público-alvo.

CAPÍTULO V - Análise e Diagnóstico

5.1 Análise do enquadramento teórico

De forma a alcançar os objetivos pretendidos com o projeto, foi necessário analisar determinados temas, nomeadamente a nível de Identidade Visual, Comunicação Integrada e Sistemas de Informação e Orientação, considerados necessários para o conteúdo a desenvolver durante todo o trabalho.

Relativamente à Identidade Visual, é definida como um mecanismo que permite a uma determinada empresa ser facilmente reconhecida no mercado, dado à conjugação dos seus elementos visuais. A Identidade Visual também pode ser subdividida em Identidade Visual Corporativa e Branding. Assim, a Identidade Visual Corporativa concentra-se nos valores da marca, bem como a sua missão e o seu posicionamento no mercado, permitindo assim definir também a personalidade de uma determinada marca. Já o Branding tem como foco o consumidor e o desejo de superar a concorrência através das metodologias consideradas adequadas pelos seus

colaboradores. A coexistência destes três conceitos permitirá a uma determinada empresa alcançar um determinado público-alvo e ter o seu próprio valor no mercado, distinguindo-se assim de outras empresas semelhantes.

No que toca à Comunicação Integrada, este conceito pretende atingir uma determinada finalidade através de diversos instrumentos de comunicação, nomeadamente a transmissão de uma mensagem adequada para o público-alvo pretendido, de forma a definir o seu valor junto de uma determinada audiência.

Já os Sistemas de Informação e Orientação permitem às pessoas orientarem-se num determinado local através de sinalética, particularmente útil em emergências, onde o público necessita de tomar rapidamente decisões para determinar para que direção seguir e encontrar rapidamente o que se pretende. Isto é permitido através de uma informação facilmente compreensível, nomeadamente com a conjugação correta de elementos visuais e do uso de pictogramas, que se definem como simplificações de objetos.

5.2 Análise do Estudo de Casos

Com base nos estudos de casos analisados, foi possível encontrar os métodos utilizados por estas associações, de forma a determinar a melhor abordagem a desenvolver no projeto a desenvolver.

Relativamente à localização, alguns clubes encontram-se situados em espaços físicos, nomeadamente em complexos desportivos ou em edifícios como prédios, em que alguns não apresentam qualquer informação, enquanto outros encontram-se delimitados através do uso dos Sistemas de Informação e Orientação, nomeadamente através da sinalética referente a serviços ou proximidades, bem como placas informativas com o nome do local, e através do uso de cores remetentes à própria marca.

No que diz respeito à organização de eventos, todas as associações concentram-se na organização de eventos automobilísticos, mais comum a nível nacional e minoritariamente a nível internacional, cujos eventos focam-se nas modalidades do Karting, Ralis, Supermotos e Clássicos. No entanto, outros clubes, como o ACP e o Funpark, realizam também eventos fora do mundo automobilístico, nomeadamente no Golf, Paintball e Futebol. Verifica-se também que alguns eventos do automobilismo apresentam um mapa da sua localização, o que facilita a deslocação do público-alvo a alcançar na realização destas provas. Assim, estes clubes têm como objetivo o aumento do turismo e da sustentabilidade, de forma a impulsionar o desenvolvimento económico das regiões onde são realizadas este tipo de provas, independentemente da modalidade.

Sobre a marca gráfica, a maioria dos estudos de caso analisados utiliza o conjunto do símbolo, logótipo e descritivo, porém algumas apenas recorrem ao composto do

símbolo e logótipo. Os símbolos utilizados pelos estudos de caso usufruem de elementos que remetem para o mundo automobilístico, como é o caso do Demoporto e do Autódromo Internacional do Algarve, onde utilizam a bandeira de xadrez e um circuito como elementos visuais. Já o Motor Clube do Estoril utiliza um capacete, enquanto o ACP recorre à bandeira de Portugal e o Funpark ao lince ibérico, originário da região de Fátima. Um dos elementos que também compõe uma marca gráfica é a cor, onde os casos de estudo recorrem maioritariamente ao preto e vermelho, que remete para a velocidade instantânea, bem como ao azul e ao cinzento. Relativamente à tipografia, a maioria dos casos de estudo recorre ou letras maiúsculas ou a letras minúsculas, ambas sem serifa, à exceção do Funpark, conjuga ambas as letras. A conjugação destes elementos permite a uma marca gráfica alcançar uma hierarquia visual, presente em todos os estudos de caso.

Quanto aos meios de comunicação digitais, todos os casos de estudos contam com a presença em várias redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram* e um website. Alguns apresentam também links para o *Twitter*, *Youtube* e *Tripadvisor*. Nestas redes sociais, as associações verificadas realizam publicações regularmente, que têm um carácter informativo, normalmente sobre provas futuras, serviços realizados por estes clubes, informação de utilidade pública e até mesmo de fotografias de provas já realizadas anteriormente, bem como de clientes que já visitaram os complexos desportivos das empresas. No que toca aos meios impressos, todos os casos de estudo apresentam cartazes com a marca gráfica da organização e dos patrocinadores, bem como a publicação ocasional de notícias em jornais, em que o único estudo de caso que cria revistas é o ACP, cujos números são publicados mensalmente (ACP, 2023).

Em conclusão, os elementos que compõe os presentes estudos de caso, nomeadamente a nível de localização e estruturas de edifício, organização de eventos, marca gráfica e meios de comunicação digitais e impressos revelam ser fundamentais para o projeto a desenvolver, dado que fornecem informações úteis que servirão de base para a construção de meios gráficos para o projeto a desenvolver.

5.3 Análise do Objeto de estudo

Com a análise do objeto de estudo, verifica-se que a Escuderia Castelo Branco pretende promover o turismo, a gastronomia e economia no concelho através da realização de eventos automobilísticos e políticos, bem como do espaço que é gerido por esta entidade, o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Consequentemente, após a observação de todo o objeto de estudo, verifica-se que as marcas gráficas da Escuderia Castelo Branco e submarcas, como a Sustentabilidade, Lounge Bar, Escola de Enduro e Kartódromo de Castelo Branco, apresentam corretamente a marca da Escuderia Castelo Branco, quer com outra cor quer com outro tamanho e conjugação de elementos visuais. No entanto, verifica-se

também a ausência de uma marca gráfica no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como na Pista de Ralicross.

Além disso, constou-se que as publicações realizadas pela Escuderia Castelo Branco, Kartódromo Castelo Branco e Escuderia Lounge Bar nos meios digitais não seguem uma periodicidade regular, uma vez que todas as páginas acabam por ficar demasiado tempo sem receber publicações, nomeadamente semanas. Além disso, as publicações realizadas pelo clube não apresentam coerência, dado que um cartaz pode apresentar determinadas cores e tipografia, enquanto outro pode apresentar estes conteúdos de uma maneira totalmente diferente. Inclusive, pilotos que visitam o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco para treinar ou para realizar corridas acabam por não ser noticiados, o que acaba por transmitir a informação errada que não ocorrem acontecimentos neste espaço.

Em relação ao espaço físico do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, este dispõe de uma sinalética, porém apenas existe numa zona do parque, e as áreas como a Pista de Ralicross e a Escola de Enduro não se encontram corretamente sinalizadas, dado que não apresentam nem logótipo nem horário. Relativamente ao merchandising, este demonstra ser insuficiente, uma vez que existem poucas peças de vestuário e, como um clube que organiza eventos automobilísticos, não apresenta itens adequados para modalidades do automobilismo.

Em suma, para resolver os problemas mencionados acima, será necessário a criação de uma Estratégia de Comunicação para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, espaço gerido pela associação Escuderia Castelo Branco, com publicações periódicas, bem como um novo sistema de sinalética com placas informativas de cada local. Será, também, necessária a criação de uma identidade visual para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e a Pista de Ralicross, de forma que possam ser integradas neste local.

5.4 Análise SWOT

Segundo Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2014), *“uma análise SWOT avalia as forças internas e fraquezas, e as oportunidades externas e as ameaças no ambiente de uma organização. Esta análise interna é utilizada para identificar recursos, competências essenciais e vantagens competitivas inerentes à organização. A análise externa identifica oportunidades e ameaças de mercado ao observar os recursos dos concorrentes, o ambiente da indústria e o ambiente geral. O objetivo de uma análise SWOT é utilizar o conhecimento que uma organização tem sobre os seus ambientes quer a nível interno quer a nível externo e formular a sua estratégia de acordo com tal.”*

Assim, a realização de uma análise SWOT para o projeto a desenvolver revela ser essencial para encontrar a personalidade da associação e saber em que aspetos poderá ser melhorada para alcançar uma maior visibilidade no mercado.

Tabela 2 – Análise SWOT. (Fonte: Autora)

Strengths (Forças) <ul style="list-style-type: none"> • Complexo desportivo com três espaços; • Clientes e pilotos fiéis ao clube; • Disponibilidade dos funcionários; • Horário alargado; • Capacidade de realizar material gráfico. 	Weaknesses (Fraquezas) <ul style="list-style-type: none"> • Falta de identidade visual do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e Pista de Ralicross; • Sinalética insuficiente; • Falta de estratégia de Comunicação; • Falta de notícias regulares nos meios de comunicação utilizados.
Opportunities (Oportunidades) <ul style="list-style-type: none"> • Promoção do complexo desportivo, bem como dos eventos realizados; • Criação de merchandising para o aumento da visibilidade, dado que outras associações não vendem este tipo de produtos; • Fácil acesso a nível de localização; • Turistas nacionais e internacionais. 	Threats (Ameaças) <ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes promovem eventos com mais frequência, quer já realizados quer por realizar; • Outros complexos desportivos localizados em regiões próximas; • Aumento de preços quando comparado com outros complexos; • Concorrentes apresentam material gráfico coerente entre si.

CAPÍTULO VI - Desenvolvimento e conceção gráfica do Projeto

6.1. Definição da Estratégia de Comunicação

Com base nas pesquisas realizadas anteriormente, tanto a nível de fundamentação teórica, como de estudos de caso e do próprio objeto de estudo, verifica-se a necessidade de desenvolver uma estratégia de comunicação, onde será necessário identificar o público-alvo, bem como os suportes de comunicação a desenvolver.

Em primeiro lugar, será realizado uma análise e diagnóstico com todo o conteúdo realizado no capítulo cinco do relatório do projeto (Análise e Diagnóstico), de forma a determinar os problemas existentes, bem como os instrumentos de trabalho que deverão ser desenvolvidos de forma a alcançar uma melhor comunicação perante os funcionários e o próprio público, que se designa de solução. Segundo a estratégia de comunicação a desenvolver deverá também incidir na criação de duas marcas gráficas, tanto no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco como na Pista de Ralicross, de forma a conferir a estes espaços uma própria entidade, bem como para impulsionar a sua visibilidade perante o público. Assim, será possível também promover a economia local da região de Castelo Branco, dado que é também um objetivo do clube albicastrense devido à promoção de eventos motorizados na região.

Em segundo lugar, com a análise SWOT realizada no capítulo anterior, verifica-se que um dos problemas encontrados é uma sinalética insuficiente, onde a estratégia de comunicação a desenvolver também se deverá centrar, bem como a ausência de notícias regulares nos meios de comunicação utilizados pela Escuderia Castelo Branco.

Para concluir, será necessária a realização de diversas etapas, como a definição do público-alvo e da análise e diagnóstico dos objetivos realizados anteriormente, de forma a determinar a melhor abordagem para a estratégia de comunicação a desenvolver.

6.1.1 Análise e Diagnóstico

A análise e diagnóstico realizadas no capítulo cinco do relatório do projeto permitiu a determinação de que conteúdos deverão ser produzidos para alcançar uma maior visibilidade perante outras organizações que realizam eventos de desportos motorizados.

Como resultado da análise da fundamentação teórica, verifica-se que os temas essenciais a serem desenvolvidos no projeto são a Identidade Visual, constituída por diversos elementos gráficos, que está dividida também em Identidade Visual Corporativa, focada nos valores da marca, e Branding, que é focado no consumidor; a Comunicação Integrada, que pretende transmitir uma mensagem adequada para um determinado público-alvo; e os Sistemas de Informação e Orientação, que permitem às pessoas encontrar facilmente o que procuram, que estão divididos também na Sinalética, que permite orientar o público através de direções, e em Pictogramas, definidos como simplificações de objetos reais.

Segundo a análise dos seis estudos de casos abordados, verifica-se que a maioria das associações tem um complexo desportivo onde são praticadas uma ou mais modalidades automobilísticas, além de apresentarem uma sinalética com os serviços disponíveis no estabelecimento e de placas informativas com a marca gráfica do clube. Referente à organização de eventos, todas as associações têm o objetivo de promover o turismo na região, em que alguns clubes utilizam um mapa da localização da prova para permitir a fácil deslocação de todos os espectadores. Relativamente à marca gráfica, a maioria dos estudos de caso analisados utiliza o conjunto do símbolo, logótipo e descritivo, em que os símbolos utilizados referentes ao mundo do automobilismo são a bandeira de xadrez, um traçado de circuito e um capacete. Poucos clubes utilizaram também elementos referentes a Portugal, nomeadamente a bandeira do país e até mesmo um lince-ibérico. No que toca à cor, utilizou-se o preto, vermelho e, em pouco casos, recorreu-se ao azul. Quanto à tipografia, utiliza-se apenas letras maiúsculas ou minúsculas, porém um estudo de caso utiliza ambos.

Já nos meios de comunicação digitais todos os estudos de caso marcam presença nas redes sociais mais utilizadas em Portugal (Bacelar, 2022), como o Facebook, Instagram e Youtube, além de um website, porém também se utiliza o Twitter, Youtube e Tripadvisor. Estas redes sociais contam com a realização de diversas publicações durante a semana, além de serem facilmente identificadas devido à coesão gráfica. Para os meios impressos, todos as associações apresentam cartazes com a marca gráfica da organização e dos patrocinadores, bem como a publicação ocasional de notícias em jornais e a criação de revistas.

Segundo a análise do objeto de estudo, verifica-se que a Escuderia Castelo Branco realiza também eventos automobilísticos e gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. Verifica-se também que as submarcas da Escuderia, como as áreas situadas no Parque, bem como a Sustentabilidade e Lounge Bar, apresentam incluída a marca gráfica da ECB, mas com outra cor ou com um tamanho mais reduzido, de forma a poder ser conjugada nos elementos gráficos destas submarcas. Este facto deverá ser aplicado na futura marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e da Pista de Ralicross, dado que não apresentam uma marca gráfica. Quanto às redes sociais, estas ficam demasiado tempo sem receber quaisquer publicações, e quando as recebe, não apresentam coerência gráfica, apesar dos funcionários do clube terem a capacidade de realizar este tipo de material. Relativamente ao Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, este apresenta uma sinalética, porém apenas o faz em um local do Parque, além de algumas áreas não apresentarem qualquer nomenclatura. Em referência ao merchandising, revela ser insuficiente devido à existência de poucas peças de vestuário.

A análise SWOT permitiu identificar as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da Escuderia Castelo Branco, instrumento importante no sentido de compreender onde se poderá melhorar para alcançar uma melhor comunicação com os diversos públicos. Assim, as forças da associação caracterizam-se pelo complexo desportivo com três espaços; clientes e pilotos fiéis ao clube; disponibilidade dos funcionários; horário alargado; e capacidade de realizar material gráfico. Quanto às fraquezas, verificou-se a falta de identidade visual do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e Pista de Ralicross; sinalética insuficiente; falta de estratégia de Comunicação e de notícias regulares nos meios de comunicação utilizados. Relativamente às oportunidades, poderá haver a promoção do complexo desportivo, bem como dos eventos realizados; criação de merchandising para o aumento da visibilidade; fácil acesso a nível de localização; e a deslocação de turistas nacionais e internacionais. Quanto às ameaças, os concorrentes promovem eventos com mais frequência, quer já realizados quer por realizar; existem outros complexos desportivos localizados em regiões próximas; aumento de preços quando comparado com outros complexos; e concorrentes apresentam material gráfico coerente entre si.

Em suma, será necessário adaptar as características dos estudos de caso para a estratégia de comunicação e identidades visuais a desenvolver, de forma a alcançar

uma maior visibilidade perante os concorrentes que também realizam eventos do automobilismo.

6.1.2 Orientação estratégica

A criação de uma orientação estratégica revela ser essencial para a realização da Estratégia de Comunicação do projeto a desenvolver, dado que permite a definição de que pontos podem ser melhorados no objeto de estudo.

Em primeiro lugar, a sistematização do material gráfico a desenvolver será dividido por fases, dado que será necessário adaptar todo o sistema para as diversas redes sociais e para o website e futura APP, bem como para os meios gráficos. Este conteúdo contará também como uma calendarização, para permitir a constante visibilidade para o público. Assim, este material gráfico irá abordar publicações para as redes sociais, nomeadamente de resultados de corridas, relatos de pilotos, visitantes destacáveis e resultados atuais de competições, como por exemplo o Time Attack de 2023 durante o mês de abril. Também serão abordados os meios impressos, nomeadamente acerca de cartazes, troféus e publicidade em jornais, lonas e outdoors, de forma que todos estes meios de publicidade sigam um design uniforme e atual.

Em segundo lugar, serão desenvolvidas duas marcas gráficas, uma para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e outra para a Pista de Ralicross integrada neste espaço, bem como a criação de um manual de normas gráficas para ambas. As futuras marcas gráficas seguirão o padrão das realizadas anteriormente, de forma que todas possam ser reconhecidas pelos espectadores. Também para o Parque de Desportos Motorizados, será melhorada a atual sinalética, uma vez que está presente apenas em um local do Parque e, por isso, as suas instruções acabam por não ser claras o quanto intencionado para os visitantes, quer a nível nacional quer a nível internacional. Será também criada uma sinalética exterior, que permitirá aos visitantes que desconhecem a localização do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco visitar as suas instalações.

Pretende-se também criar um mapa das áreas de todo o Parque, bem como uma sinalética própria para eventos, que permitirá a deslocação de colaboradores e espectadores. Com base na análise SWOT realizada anteriormente, verifica-se que outros clubes não possuem merchandising, o que fornece à Escuderia Castelo Branco uma oportunidade de complementar o atual merchadising de que já dispõe atualmente, com a adição de peças de vestuário casual e aptas para a prática dos diversos desportos motorizados. Este sistema estará disponível inicialmente em eventos através do uso de uma roulotte e, após o fim de determinados eventos, estará disponível online de forma integral.

Em suma, a orientação estratégica para o projeto a desenvolver tem como princípios o aumento de sócios do clube albicastrense e da visibilidade do Parque de

Desportos Motorizados de Castelo Branco e, conseqüentemente, o aumento de vendas da Escuderia Castelo Branco.

6.1.2.1 Definição de objetivos da comunicação

O principal objetivo da comunicação a desenvolver é a uniformização de todo o material gráfico a ser utilizado pela Escuderia Castelo Branco e Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, nomeadamente a nível de cores, tipografia e, principalmente, layout. Este objetivo permitirá aos espectadores identificarem facilmente uma publicação da Escuderia Castelo Branco, quer a nível digital quer a nível impresso.

Além disso, pretende-se melhorar o sistema de sinalética já existente, mas também o merchandising, bem como a criação de um mapa para facilitar a localização dos espaços. A criação de uma estratégia de comunicação permitirá a comunicação quer em visitas ao Parque quer em eventos, mas acima de tudo promover o Parque de Desportos Motorizados a nível turístico.

6.1.3 Mapeamento de públicos

O público-alvo da Escuderia Castelo Branco, entidade que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, divide-se em diversas faixas etárias, bem como o gosto de diversas áreas do desporto motorizado, facto é refletido a nível de desportos automobilísticos que se podem praticar no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Conseqüentemente, com base nas redes sociais e no website da Escuderia Castelo Branco, verifica-se que existe uma extensa faixa etária do clube albacastrense, dado que existem sócios crianças, jovens, adultos e até mesmo idosos, bem como os diversos desportos automobilísticos praticados pelos sócios, independentemente a idade que possuem. Assim, os grupos etários poderão divididos pelas nomenclaturas seguintes, consoante o grau de ensino obtido ou frequentado por um determinado público:

- **CRIANÇAS**
 - 3/5 anos – Crianças no pré-escolar;
 - 6/9 anos – 1º Ciclo do ensino básico;
 - 10/11 anos – 2º Ciclo do ensino básico.
- **PRÉ-ADOLESCENTES**
 - 12/14 anos – 3º Ciclo do ensino básico.
- **ADOLESCENTES**
 - 15/17 anos - Ensino secundário.

- JOVENS
 - 18/20 – 1.º ciclo do ensino superior;
 - 21/22 – 2.º ciclo do ensino superior;
 - 23/25 – 3.º ciclo do ensino superior.
- ADULTOS
 - 26/49 anos – Adultos jovens;
 - 50/65 anos – Adultos séniores.
- IDOSOS
 - Mais de 65 anos.

Para o projeto a desenvolver, o grupo das crianças dos 3 a 5 anos não será utilizado, visto que ainda não sabem ler nem escrever. Além disso, optou-se por unir o grupo dos 6 aos 11 anos (crianças), dos 18 aos 25 anos (jovens) e dos 26 aos 65 anos (adultos), dado que têm conhecimentos semelhantes perante cada faixa etária. Assim, o mapeamento de público final define-se pelo texto seguinte:

- CRIANÇAS - 6/11 anos;
- PRÉ-ADOLESCENTES - 12/14 anos;
- ADOLESCENTES - 15/17 anos;
- JOVENS - 18/25 anos;
- ADULTOS - 26/65 anos.
- IDOSOS - Mais de 65 anos.

Em conclusão, destaca-se a existência de diversas faixas etárias, nomeadamente crianças, jovens, adultos e até mesmo idosos, que têm preferência por diversos desportos motorizados. Assim, será necessário a realização de meios de comunicação que sejam adequados para os públicos-alvo mencionados no presente texto.

6.1.4 Definição da estratégia

De forma a desenvolver uma estratégia de comunicação coerente e que permita à Escuderia Castelo Branco, entidade que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, melhorar efetivamente a sua forma de comunicar e alcançar mais visibilidade, a definição da estratégia será dividida na definição de objetivos e metas a alcançar com o projeto, bem como a definição do mix da comunicação de forma a verificar o tipo de comunicação atual e a que se pretende atingir com o projeto a desenvolver.

6.1.4.1 Definição de objetivos e metas

A estratégia para a Escuderia Castelo Branco tem como objetivos o aumento da visibilidade da Escuderia Castelo Branco e do próprio PDM, através da publicação constante e estruturada de conteúdos gráficos, tanto nas redes sociais como nos meios impressos, bem como a nível de merchandising. Pretende-se também desenvolver um sistema de sinalética e um mapa, de forma a facilitar a deslocação perante turistas nacionais e internacionais. Estes objetivos permitirão o aumento do público em todas as atividades desenvolvidas pelo clube albicastrense, bem como do número de sócios e colaboradores nos eventos desenvolvidos. Consequentemente, haverá a atração de visitantes ao território, com repercussões para a economia local (restaurantes, hotéis, etc.), para o turismo e outros setores.

De forma a ser possível alcançar os objetivos estabelecidos, as metas a atingir necessitam também de respeitar o público-alvo, que consiste num público bastante abrangente, desde crianças até idosos. Assim, a informação a transmitir terá de ser de fácil acesso e compreensível, bem como a sua disponibilidade tanto em meios digitais como impressos.

6.1.4.2 Mix da comunicação

A Escuderia Castelo Branco, entidade que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, utiliza algumas ferramentas do mix da comunicação, porém são pouco aprofundados pelo clube albicastrense. Assim, este mix da comunicação pretende apontar o que já é realizado pela Escuderia Castelo Branco, bem como se poderá alcançar a melhoria da comunicação.

Relativamente à Publicidade, pretende-se manter o desenvolvimento de meios impressos, nomeadamente a publicidade em outdoors, lonas e cartazes, onde se vai retratar eventos a ser realizados posteriormente, bem como as áreas do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Quanto à Web e social media, mantém-se a presença da Escuderia Castelo Branco em várias redes sociais, nomeadamente o Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, bem como um website. Nestes meios digitais, pretende-se que a Escuderia divulgue eventos que serão realizados futuramente, bem como notícias de sócios que participam no mundo do automobilismo. Este projeto pretende reforçar a presença do clube albicastrense através das redes sociais mencionadas e do website através de publicações programadas.

Referente aos Patrocínios, pretende-se aumentar este número, tanto através de empresas e organizações a nível regional como a nível nacional, através de eventos realizados pelo clube e da melhoria da sua comunicação.

Em respeito às Relações-Públicas, mantém-se a organização de eventos automobilísticos por parte da Escuderia Castelo Branco, além da produção de conteúdos a nível impresso e digital sobre estes eventos. Pretende-se divulgar ainda mais estes eventos, tanto nos meios impressos como nos meios digitais.

Em referência à Promoção de Vendas, mantém-se a venda de vouchers para o Kartódromo, bem como a introdução de um maior leque de produtos a nível de merchandising, nomeadamente vestuário.

Acerca do Marketing Direto, pretende-se manter a divulgação de notícias sobre o clube e dos seus sócios, bem como dos eventos que serão realizados futuramente tanto no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco como na própria região e proximidades, através de e-mails.

No que respeita aos Materiais Educativos, mantém-se o incentivo à sustentabilidade, quer no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como nos eventos realizados pelo clube albicastrense. Pretende-se também manter o código de conduta sobre o que se pode ou não fazer nestas instalações, bem como a colocação de painéis informativos.

Em suma, a Escuderia Castelo Branco, entidade que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, apresenta um mix da comunicação com bastantes pontos, porém necessita ser aprofundado para ser possível alcançar uma melhor comunicação perante os diversos públicos-alvo.

6.1.5 Estratégia de comunicação

A Estratégia de Comunicação a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, gerido pela associação Escuderia Castelo Branco, é um dos principais pontos abordados pelo projeto a desenvolver.

Consequentemente, os objetivos que se pretendem alcançar com a criação desta Estratégia de Comunicação são a uniformização de todo o material gráfico, dado que cada conteúdo produzido pela equipa da Escuderia Castelo Branco apresenta sempre uma ou várias cores e tipografias diferentes, bem como resolver a falta de publicações regulares através da planificação de uma calendarização de conteúdos.

Pretende-se também resolver o problema da ausência de uma marca gráfica tanto no Parque de Desportos Motorizados como na Pista de Ralicross. Outros objetivos que também se tencionam resolver são o desenvolvimento de um sistema de informação e orientação claros tanto para os colaboradores como para os espectadores, bem como o desenvolvimento de merchandising para aumentar a visibilidade quer da Escuderia Castelo Branco quer do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Assim, haverá a criação de uma marca gráfica para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e para a Pista de Ralicross, bem como o desenvolvimento de um manual de normas de uso da marca gráfica para ambos os locais.

Além disso, os meios impressos que se pretendem desenvolver são os cartazes, troféus, publicidade em jornais, lonas e outdoors; enquanto para os meios digitais pretende-se desenvolver um design coerente para as redes sociais e website utilizados pelo clube, bem como o desenvolvimento de uma APP móvel. Será desenvolvido também uma sinalética, tanto para uso normal como para eventos, bem como um mapa, essencial para que os visitantes se possam guiar corretamente pelo Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. Será também desenvolvido um sistema de Merchandising, que estará disponível tanto a nível online como em eventos, através do uso de uma roulotte. O merchandising a desenvolver pelo projeto terá como foco o vestuário, onde haverá peças para uso casual, mas também haverá peças aptas para serem utilizadas na prática dos diversos desportos motorizados.

Em conclusão, com a realização dos presentes objetivos, o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, gerido pela associação Escuderia Castelo Branco, contará com uma maior organização a nível gráfico, a ser aplicado tanto nas suas instalações como na realização de eventos.

6.1.5.1 Definição de meios

Com base na estratégia de comunicação definida anteriormente, serão desenvolvidos diversos meios de comunicação para a futura estratégia de comunicação.

Em consequência, os meios impressos a desenvolver serão os cartazes, troféus e publicidade em jornais, lonas e outdoors, que transmitirão uma informação precisa através de poucas descrições e com o título do evento em destaque, bem como a colocação de patrocinadores, de forma a facilitar a compreensão do público. Já nos meios digitais ocorrerá a criação das duas ..marcas gráficas mencionadas anteriormente (Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco e Pista de Ralicross) de forma a torná-las reconhecíveis perante o público; o desenvolvimento de publicações para as redes sociais existentes, como o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e *Instagram*, que consistirão na apresentação de um título destacado e da disposição de imagem e cores que permitam identificar facilmente que uma determinada publicação, independentemente da rede social, integra a Escuderia Castelo Branco; bem como a atualização do design do website, que permita aos espectadores encontrarem facilmente o que procuram; e do desenvolvimento de uma APP mobile, focada nos resultados de todos os eventos realizados pela Escuderia Castelo Branco.

Relativamente à sinalética, serão desenvolvidos painéis informativos e sinalética direcional, que serão identificáveis tanto pelas cores, como pela tipografia e pictograma ou marca gráfica. Serão também desenvolvidos um mapa, que contará com pictogramas perceptíveis pelos diversos públicos e fluxos de circulação apresentados com diferentes cores; e um novo sistema de merchandising que será composto por diversas peças de vestuário, tanto a nível casual como de corrida, que apresentarão tanto a marca gráfica da Escuderia Castelo Branco como das marcas gráficas que compõem o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

Para concluir, o desenvolvimento destes meios de comunicação permitirá à Escuderia Castelo Branco, entidade que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, uma maior clareza a nível de comunicação e de localização perante os seus visitantes.

6.1.6 Implementação

Devido à complexidade da estratégia de comunicação a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, a entidade que gere este local, a Escuderia Castelo Branco necessitará de algum tempo para o implementar na sua totalidade de comunicação, quer a nível digital quer a nível impresso.

Assim, foram desenvolvidos dois cronogramas, um para a implementação do conteúdo desenvolvido no projeto em todos os meios de comunicação e outro para ser utilizado em eventos, de forma a facilitar tanto a visualização como a implementação de todos os meios mencionados anteriormente.

Tabela 3 – Cronograma para implementação do conteúdo desenvolvido no projeto. (Fonte: Autora)

Tipo de meio	Tarefas	Mês 1				Mês 2				Mês 3			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Digital	Aplicação da calendarização de conteúdos para redes sociais												
	Aplicação do novo design do website												
	Aplicação do mapa digital												

	Criação da APP												
Impresso	Criação de cartazes												
	Criação de troféus												
	Aplicação do mapa no PDM												
	Aplicação dos Sistemas de Informação e Orientação no PDM												
Digital	Criação e encomenda de merchandising												
	Criação e encomenda da roulotte												
Digital e Impresso	Implementação da roulotte em eventos												
	Implementação de merchandising												
	Nova implementação de merchandising (se necessário)												

Tabela 4 – Cronograma para eventos. (Fonte: Autora)

Tipo de meio	Tarefas	Mês 1				Mês 2				Mês 3 (evento)			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Digital	Criação da calendarização de conteúdos para redes sociais												
	Criação do conteúdo para redes sociais												
	Criação do mapa do												

	evento												
	Implementação do conteúdo na APP												
Impresso	Criação de cartazes												
	Criação de troféus												
	Aplicação do mapa do evento no PDM												
	Aplicação dos Sistemas de Informação e Orientação do evento no PDM												
Digital	Criação e encomenda de merchandising												
Impresso	Implementação de merchandising												
	Nova implementação de merchandising (se necessário)												

6.2. Fase de conceção

Após definir a estratégia de comunicação a desenvolver no projeto, seguiu-se para a fase de conceção de esboços e soluções, que incidirão na criação das marcas gráficas, bem como de meios digitais e analógicos.

6.2.1 Desenvolvimento conceptual, esboços e seleção de soluções

Antes de iniciar o desenvolvimento gráfico do projeto, revelou-se necessário definir os conceitos que representam o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, nomeadamente a nível da missão, essência, visão e valores da marca. Assim, a marca tem como conceitos principais a velocidade e adrenalina, cuja missão é representar o PDM através de uma estratégia global de comunicação que permita a

todas as marcas da Câmara Municipal de Castelo Branco serem reconhecidas através das suas características.

Além disso, o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco tem como essência um espaço de lazer onde se podem praticar múltiplas modalidades, em segurança e na natureza, proporcionando momentos únicos de prazer, adrenalina e velocidade; como visão um espaço único na região centro, explorando o desporto motorizado como meio de promover a região, economia local e turismo; e por fim, os valores que têm como foco a velocidade e adrenalina ligadas ao desporto motorizado, ligado às suas raízes e a ambição de promover a região albacastrense e a sua cultura e transmitir a sustentabilidade através da promoção de ações como a reciclagem e aproveitamento de resíduos.

Após definir os conceitos-chave do projeto, posicionou-se a futura marca do PDM perante os estudos de caso abordados anteriormente no capítulo 3, onde definiu-se que a marca gráfica deverá ter um caráter emocional, com elementos ligados ao automobilismo, bem como um caráter contemporâneo, devido à inspiração e ligação com o Bordado de Castelo Branco e a Câmara Municipal de Castelo Branco (Figura 72).

Para concluir, estes conceitos serviram, também, como base para o manual de normas gráficas e brand book da marca gráfica da Câmara Municipal de Castelo Branco, apresentadas no capítulo 6.2.2.2 do presente relatório.

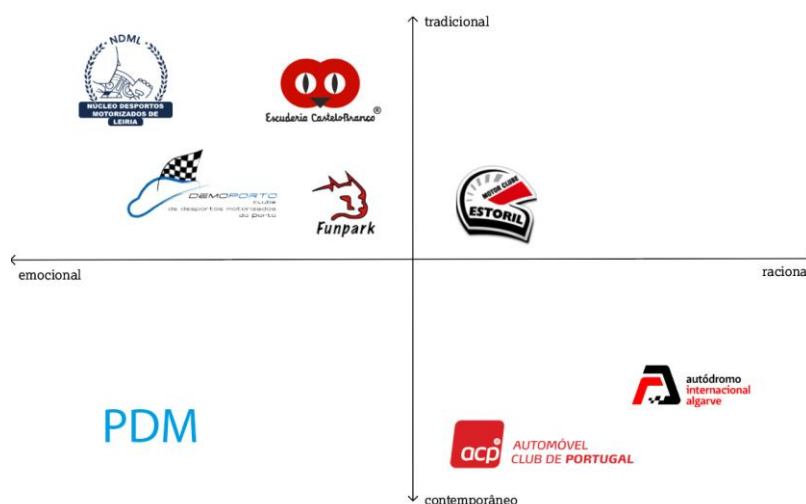


Figura 73 — Posicionamento da marca gráfica a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 74 – Simbologia da marca gráfica a desenvolver para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.2.2 Desenvolvimento gráfico

Para o desenvolvimento gráfico do projeto, definiram-se três pontos a realizar, que são os seguintes: Esboços, estudos e seleção da Marca Gráfica, Normalização da marca gráfica (Brand Book, Kit e Manual de Normas Gráficas) e Desenvolvimento de Meios. Estes pontos servirão de base para a realização das artes-finais e mockups, que serão apresentadas no capítulo 6.3 deste relatório.

6.2.2.1 Esboços, estudos e seleção da Marca Gráfica

Foram realizados diversos esboços em papel, antes de proceder ao desenvolvimento gráfico. Após essa etapa, procedeu-se para a criação de estudos digitais, onde se retratou a futura marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco de diferentes formas, de forma a encontrar a melhor solução para a composição dos elementos gráficos.

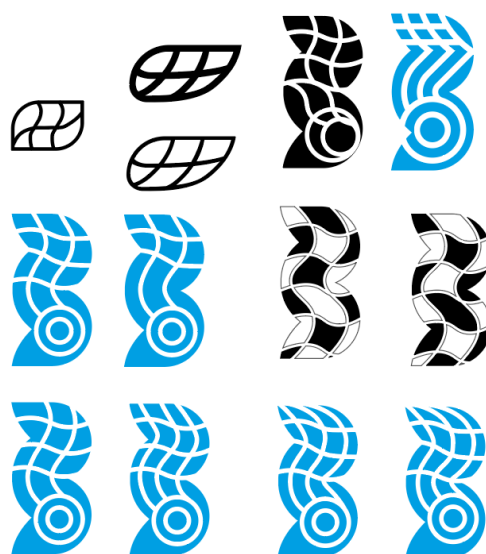


Figura 75 – Estudos do símbolo para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

No desenvolvimento da marca gráfica foi tido em consideração a missão, valores, essência e visão da própria marca, bem como o posicionamento perante os estudos de casos analisados anteriormente. Mantendo-se fiel à Câmara Municipal de Castelo Branco, a marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco baseia-se nos seus elementos visuais e tipográficos

Assim, a marca é constituída pelo símbolo, logótipo e descritivo, cujo símbolo representa um conjunto de pneus, um traçado de uma pista e a bandeira de xadrez. Já o logótipo é constituído pela palavra Castelo Branco, enquanto o descritivo representa a palavra Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, ambas com a tipografia da Câmara Municipal de Castelo Branco.

A marca gráfica poderá ser representada através de duas variantes diferentes, que permitirá, conseqüentemente, uma maior versatilidade e adaptabilidade nos diversos materiais gráficos a desenvolver. Foram ainda criadas variantes para as submarcas do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. As variantes da marca terão os seus usos explicados no manual de normas da marca gráfica.



Figura 76 – Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 77 – Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 78 – Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente ao Kartódromo. (Fonte: Autora)



Figura 79 – Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente ao Kartódromo. (Fonte: Autora)



Figura 80 – Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)



Figura 81 – Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Escola de Enduro. (Fonte: Autora)



Figura 82 – Primeira variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Pista de Ralicross. (Fonte: Autora)



Figura 83 – Segunda variante da marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, referente à Pista de Ralicross. (Fonte: Autora)

Relativamente ao universo cromático, a marca do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco é constituída por duas cores, que são o preto/branco e azul, dado que é a cor utilizada definida na Rota Radical pela Câmara Municipal de Castelo Branco, onde o local está inserido (Câmara Municipal de Castelo Branco, 2023). De acordo com o fundo cromático, será utilizado ou o branco ou o preto, de forma a manter a legibilidade na utilização da marca gráfica.

Além disso, as cores corporativas definidas no manual de normas gráficas deverão ser representadas fielmente, de forma a permitir que a marca seja facilmente reconhecida pelo público-alvo.

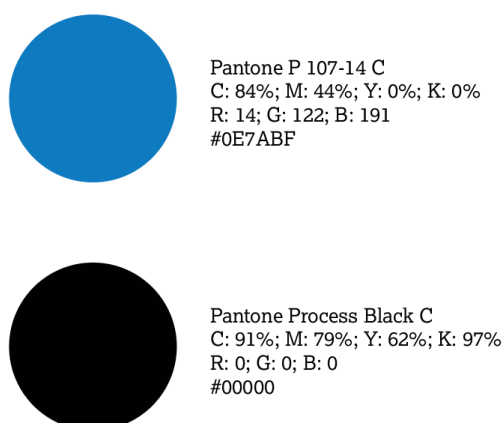


Figura 84 — Paleta de cores utilizada na marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

Quanto à tipografia, foi utilizada a fonte “Lexia Regular”, dado que é a fonte utilizada também pela Câmara Municipal de Castelo Branco. Esta tipografia deverá ser utilizada sempre que possível, de acordo com o manual de normas gráficas da Câmara Municipal de Castelo Branco (Câmara Municipal de Castelo Branco, 2023).

LEXIA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,?!()@#{ }\$%[]^&/_*' " " : ; ~

PARQUE DE DESPORTOS MOTORIZADOS

Figura 85 — Fonte tipográfica utilizada na marca gráfica do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.2.2.2 Normalização da marca gráfica

Após a criação da marca gráfica, procedeu-se à criação de um manual de normas gráficas, que tem como objetivo definir os usos corretos e incorretos da marca nos diversos materiais gráficos a desenvolver. O manual de normas gráficas deverá ser cumprido através da representação da marca o mais fielmente possível, uma vez que,

caso não respeitado, poderá comprometer o reconhecimento da marca perante o público-alvo. O manual de normas gráficas foi também dividido em brand book e kit de normas gráficas.

O manual compreende dois capítulos, onde o primeiro menciona a missão, essência, visão e valores da marca, bem como o posicionamento e simbologia da marca. Já o segundo capítulo, retrata a composição da identidade visual, variantes da marca, família tipográfica e universo cromático, bem como a versão cromática, dimensões mínimas e margens de segurança e comportamentos sobre fundos de cor e fotográficos de cada variante e, por fim, os usos incorretos da marca. Nos comportamentos sobre fundos de cor azuis, optou-se por colocar a entidade a branco devido a uma maior legibilidade e reconhecimento da marca.



Figura 86 – Páginas “Marca Gráfica” e “Identidade Visual” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

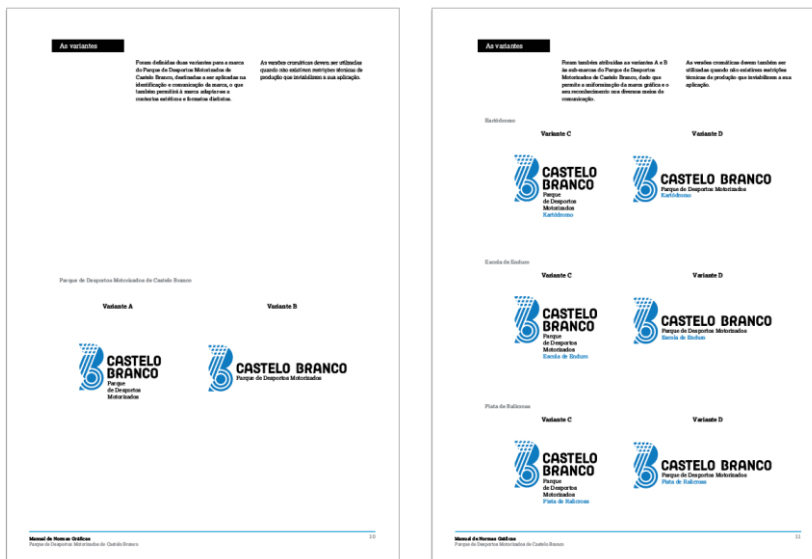


Figura 87 – Páginas “As variantes” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

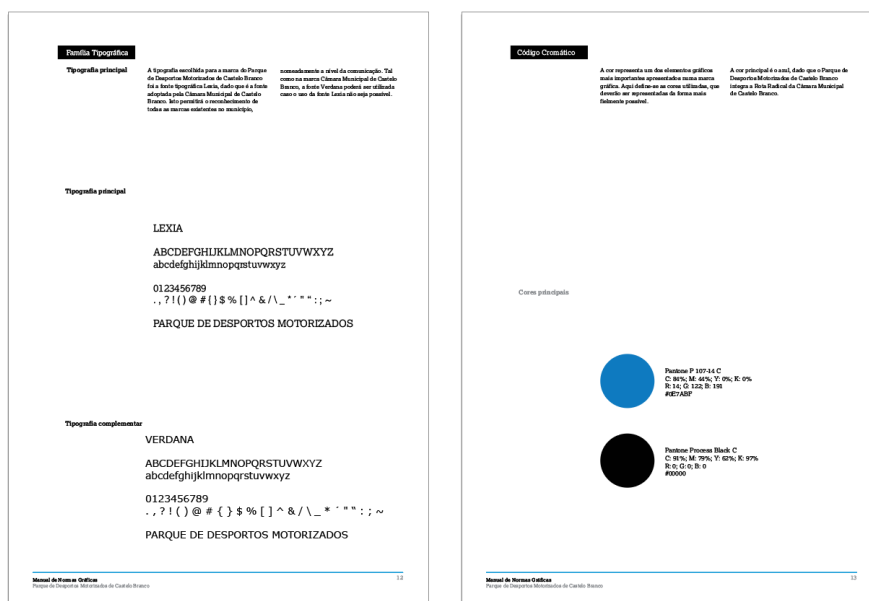


Figura 88 – Páginas “Família Tipográfica” e “Código Cromático” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 89 – Páginas “Variante A” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

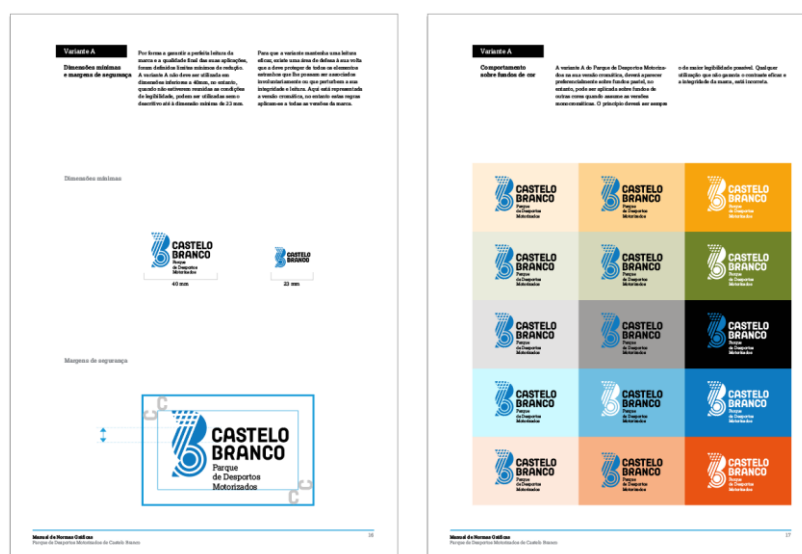


Figura 90 – Páginas “Variante A” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

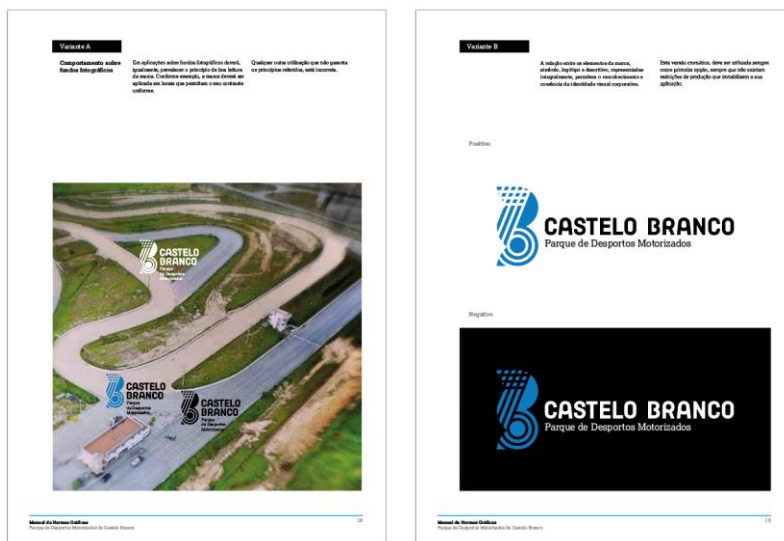


Figura 91 – Páginas “Variante A” e “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 92 – Páginas “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 93 – Páginas “Variante B” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 94 – Páginas “Variante C” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

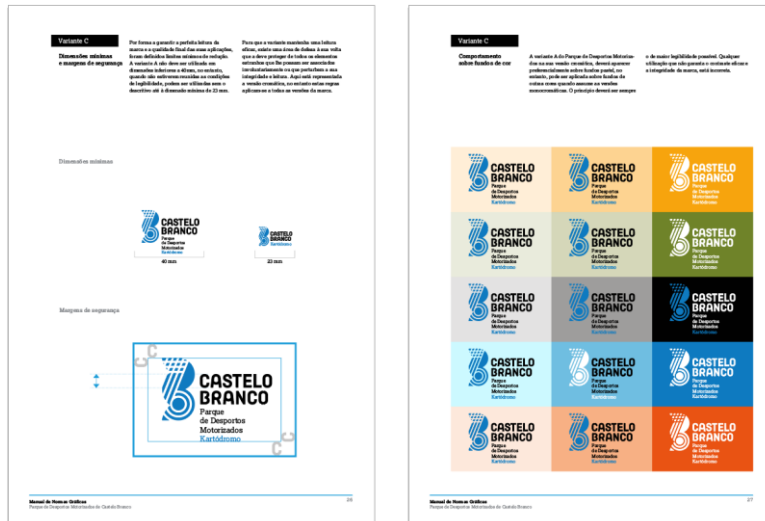


Figura 95 – Páginas “Variante C” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 96 – Páginas “Variante C” e “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 97 – Páginas “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)



Figura 98 – Páginas “Variante D” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

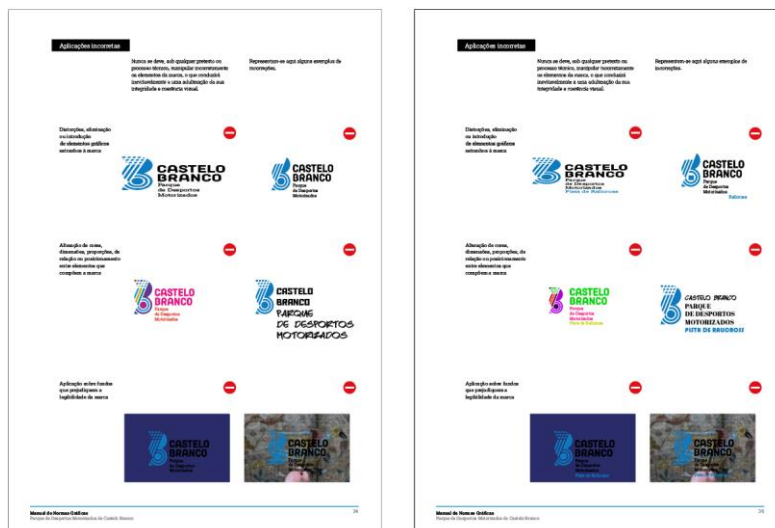


Figura 99 – Páginas “Aplicações incorretas” do Kit de Normas Gráficas. (Fonte: Autora)

6.2.2.3 Desenvolvimento de meios

Neste projeto, serão desenvolvidos diversos meios de comunicação. Para os meios impressos, haverá a criação de cartazes de forma a divulgar competições que ocorrerão no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como a publicidade do próprio espaço em jornais, lonas e outdoors, para além da criação de troféus que serão atribuídos aos lugares do pódio das provas organizadas pelo PDM.

Já nos meios digitais haverá a criação de redes sociais, website e app, enquanto nos sistemas de informação e orientação haverá a implementação de sinalética e de um mapa, quer a nível digital quer a nível impresso. Além disso, haverá também o merchandising, que consiste em produtos para venda, que serão comercializados tanto numa roulotte que estará presente em eventos como digitalmente.

6.2.2.3.1 Meios impressos

Como mencionado no capítulo anterior (6.2.2.3) do presente relatório, os meios impressos consistem na criação de cartazes para divulgar eventos no PDM, bem como a publicidade do local em jornais, lonas e outdoors, para além da criação de troféus que serão atribuídos aos primeiros três pilotos de cada prova organizada pelo Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco.

a) Cartazes

Para a criação dos cartazes, foi desenvolvida uma grelha, em que cada retângulo é dedicado apenas a imagem ou texto. Em análise à figura 98, verifica-se que o retângulo azul corresponde à imagem que será o principal elemento do cartaz, enquanto o retângulo a salmão corresponde ao nome e data que ocorrerá o evento. Já o retângulo rosa corresponde aos organizadores e ao patrocinador do evento e o retângulo vermelho está associado aos patrocinadores da prova.

Assim, foram criados três cartazes sobre as distintas modalidades do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco que ocorrerão no ano de 2023, onde é aplicado o conceito do layout mencionado anteriormente. Estes cartazes têm como elemento principal o logótipo da marca gráfica do PDM, de forma a realçar a sua importância.

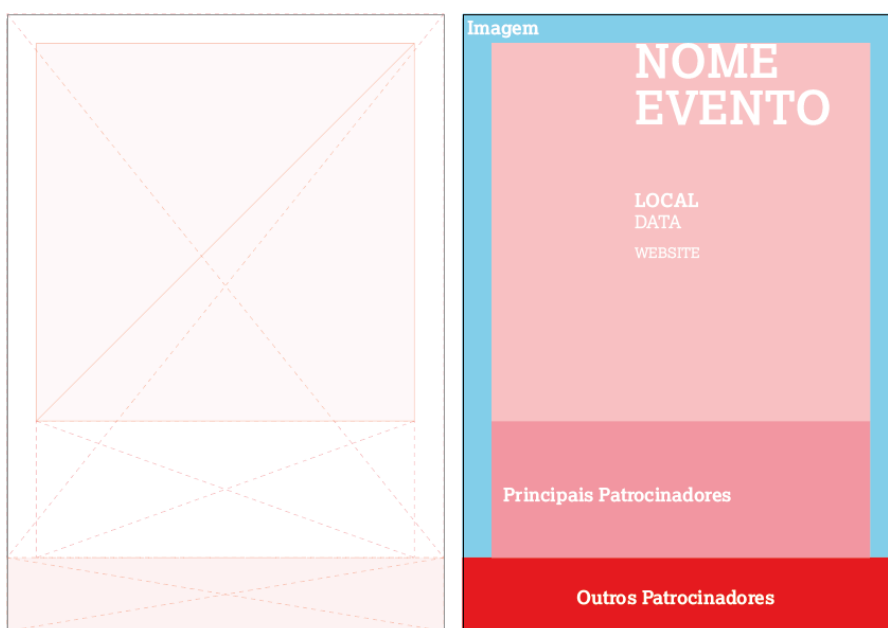


Figura 100 – Layout para os cartazes a desenvolver. (Fonte: Autora)



Figura 101 – Cartazes desenvolvidos para as competições futuras do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

b) Publicidade

Para a publicidade a desenvolver para a divulgação da marca do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, optou-se por realizar material gráfico para jornais, lonas e outdoors.

1) Jornal

Na publicidade a desenvolver para jornais, foi colocada a marca gráfica e o link do website do PDM, slogan em destaque e a localização do local. A publicidade para jornais terá como dimensão 12,9 cm de largura X 18,2 cm de altura.

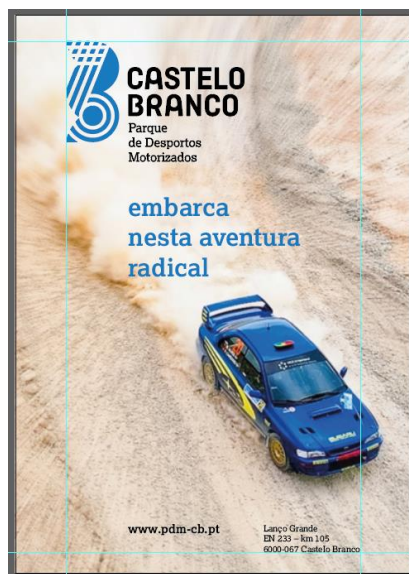


Figura 102 – Layout para o desenvolvimento da publicidade para jornais. (Fonte: Autora)



Figura 103 – Publicidade para jornais desenvolvida para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

2) Lona

Na lona a desenvolver, optou-se por colocar apenas marca gráfica, o link do website do PDM e as modalidades que se podem praticar no local, enquanto a imagem

de fundo são os próprios circuitos do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. A lona terá como dimensão 1m de largura X 0,4m de altura.



Figura 104 – Layout para o desenvolvimento da lona. (Fonte: Autora)



Figura 105 – Lona desenvolvida para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

3) Outdoor

No outdoor a desenvolver, colocou-se apenas a informação essencial, como o slogan, a marca gráfica e o website do PDM, dado que será lido rapidamente a uma longa distância. O outdoor terá como dimensão 9m de largura X 3m de altura.



Figura 106 – Layout para o desenvolvimento do outdoor. (Fonte: Autora)



Figura 107 – Outdoor desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

c) Troféus

Nos troféus a desenvolver para as competições realizadas no Parque de Desportos Motorizados, colocou-se apenas o logótipo do PDM, seguido do lugar em que um determinado piloto se classificou numa determinada prova. O troféu do 1º lugar terá como dimensão 14cm de largura X 25cm de altura, enquanto o 2º terá 11,6cm de largura X 20cm de altura e o 3º 9,6cm de largura X 17,1cm de altura.



Figura 108 – Troféus desenvolvidos para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 109 – Placa dos troféus desenvolvidos para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.2.2.3.2 Meios digitais

Como mencionado no capítulo 6.2.2.3 do presente relatório, os meios digitais a desenvolver consistem na criação de redes sociais, mais especificamente o Facebook e Instagram, bem como um website e uma APP para dispositivos móveis.

a) Redes sociais

Para as redes sociais foram elaborados layouts para o Facebook e Instagram, cujas publicações incidem sobre cartazes de futuras provas e fotografias de eventos anteriores. As publicações para o Instagram deverão ter o seu tamanho adaptado, de forma que todos os elementos dos cartazes estejam legíveis perante o público.

Além disso, estas redes sociais deverão ser atualizadas sempre que possível, mas principalmente uma vez por semana, visto que permitirá ao Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco a promoção das suas instalações.

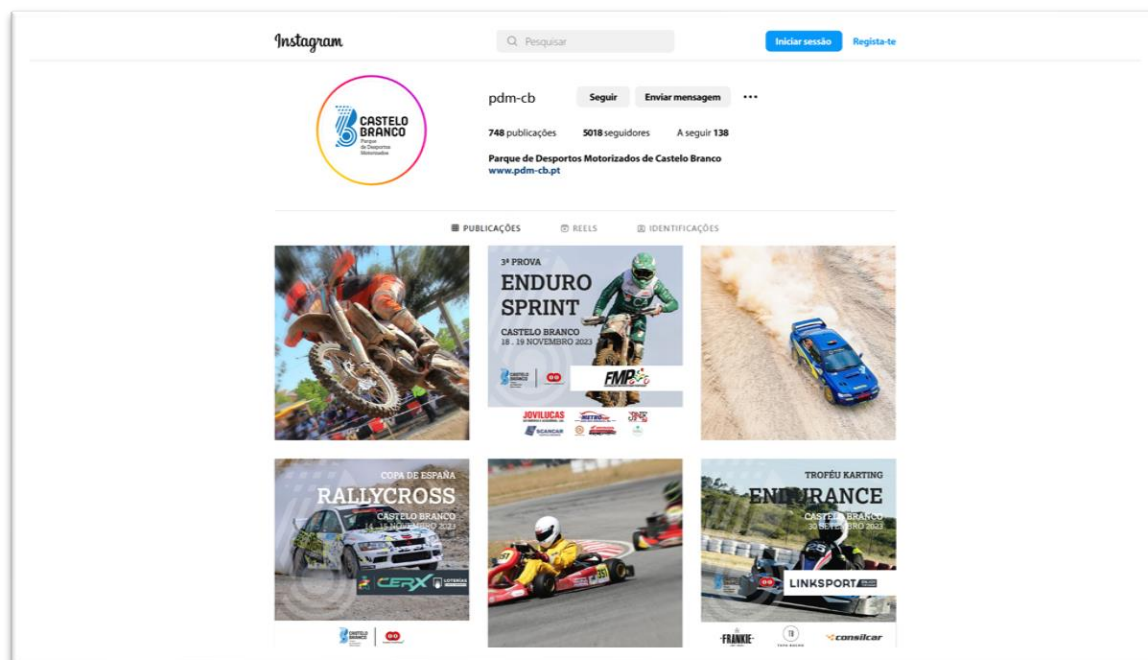


Figura 110 – Layout do Instagram para computadores. (Fonte: Autora)

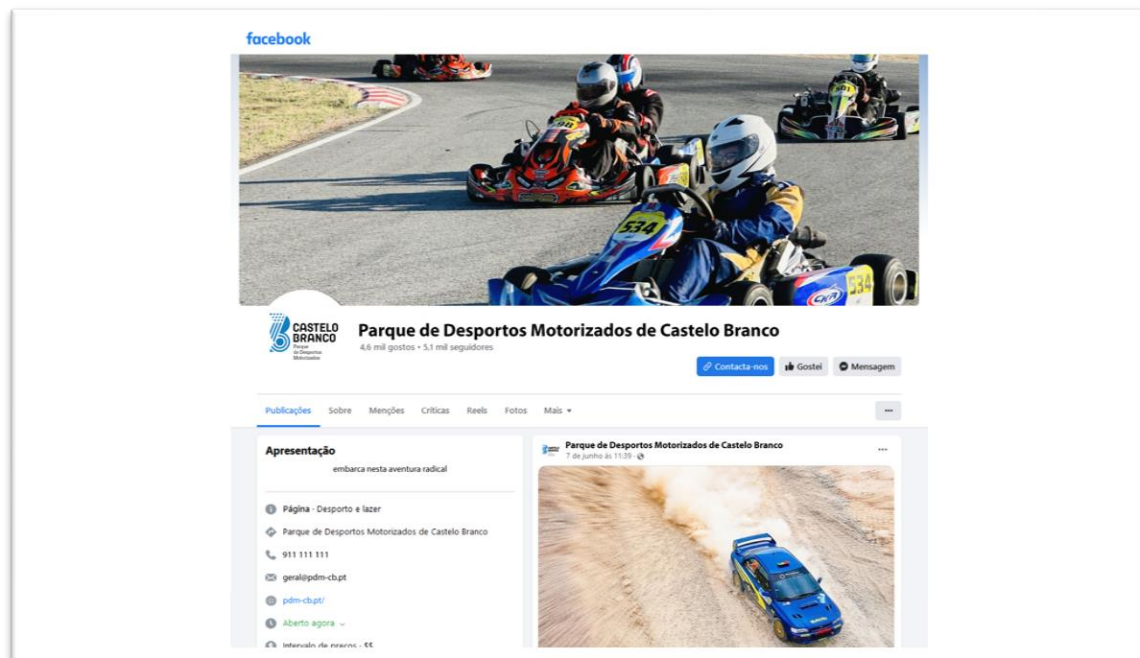


Figura 111 – Layout do Facebook para computadores. (Fonte: Autora)

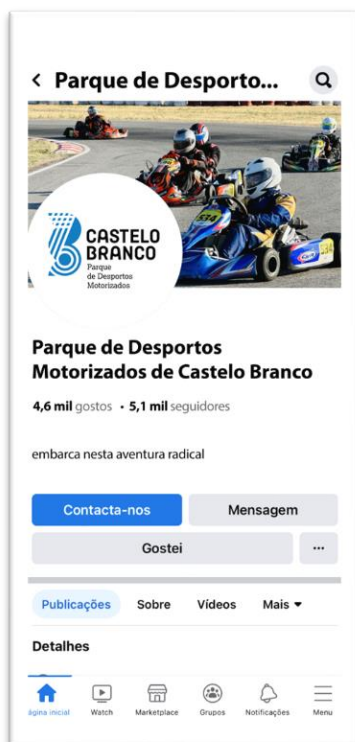


Figura 112 – Layout do Facebook para dispositivos móveis. (Fonte: Autora)

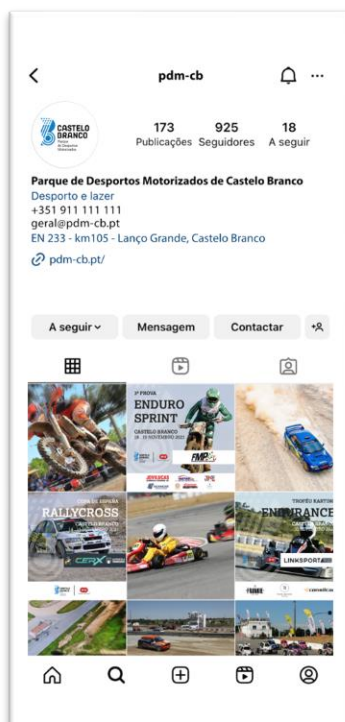


Figura 113 – Layout do Instagram para dispositivos móveis. (Fonte: Autora)

b) Website

Para complementar a estratégia de comunicação realizada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, optou-se pela criação de um layout para um website que têm como páginas principais as seguintes: “Início”, “Provas e Eventos”; “Notícias”; “Loja”; e “Contactos”; para além do “Login” e “Carrinho”. A criação do website permitirá a venda de merchandising e, conseqüentemente, a promoção do PDM perante o público.

1) Estudo de cores

As cores selecionadas para o desenvolvimento do layout para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco correspondem às cores utilizadas na marca gráfica, de forma que exista coerência entre todos os meios de comunicação do PDMCB.

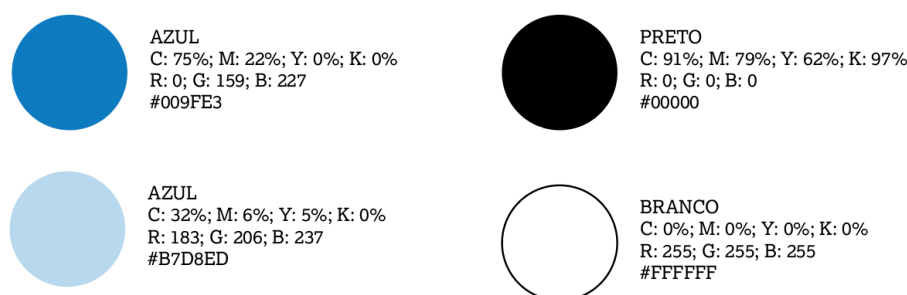


Figura 114 – Paleta de cores utilizadas no desenvolvimento do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

2) Mapa de navegação

No desenvolvimento do layout do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, optou-se por proporcionar ao utilizador uma experiência fácil e intuitiva através da presença do menu e cabeçalho em todas as páginas, bem como a exibição da informação considerada essencial para o utilizador. O website conta com as páginas “Início”; “Provas e Eventos”; “Notícias”; “Loja”; e “Contactos”; para além do “Login” e “Carrinho”, que se encontram presentes no menu.

A página “Início” conta com um mapa do PDM e, caso o utilizador carregue em qualquer um dos circuitos, aparecerá uma caixa com a descrição do circuito. Já a página “Provas e Eventos” permite ao utilizador percorrer o calendário de futuras provas, bem como os resultados de provas realizadas anteriormente de qualquer modalidade. Na página “Notícias” é possível também ler notícias por modalidade, bem como filtrá-las por ano, mês ou dia. Na página “Loja” será possível adquirir merchandising, bem como vouchers para o Kartódromo. Por fim, a página “Contactos” terá como informação os contactos telefónicos e de e-mail do PDM, bem como um formulário de contacto e um mapa de localização do local.



Figura 115 – Mapa de navegação do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

3) Wireframes

Após ser definida as cores a serem utilizadas no website e o mapa de navegação, procedeu-se à criação de wireframes no “Adobe Illustrator”, que se define como a etapa que antecede o design do website.

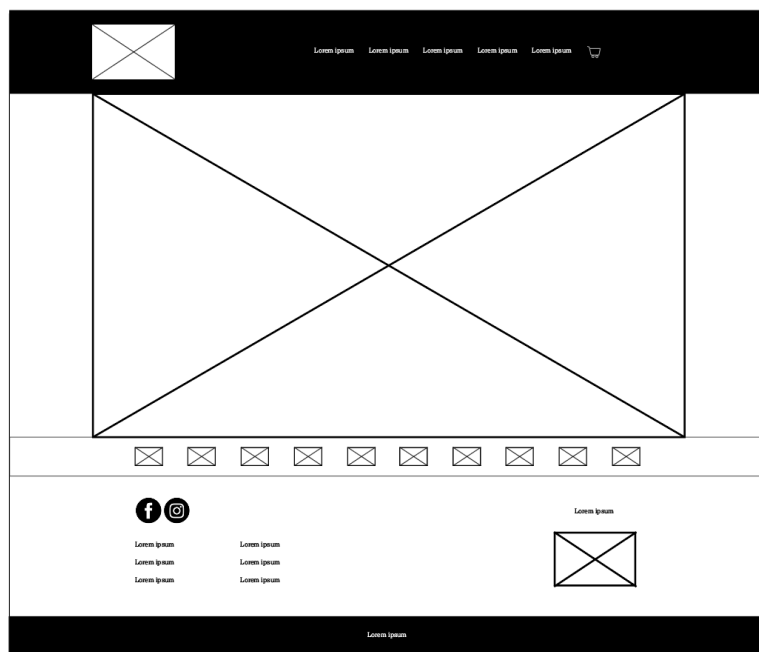


Figura 116 – Página “Inicio” do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

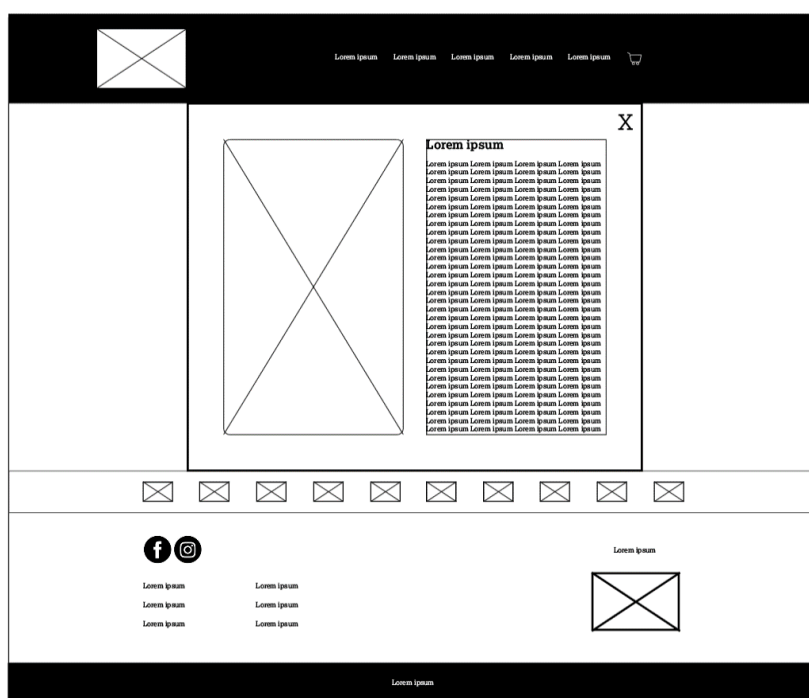


Figura 117 – Página “Inicio” (continuação) com a caixa de texto do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

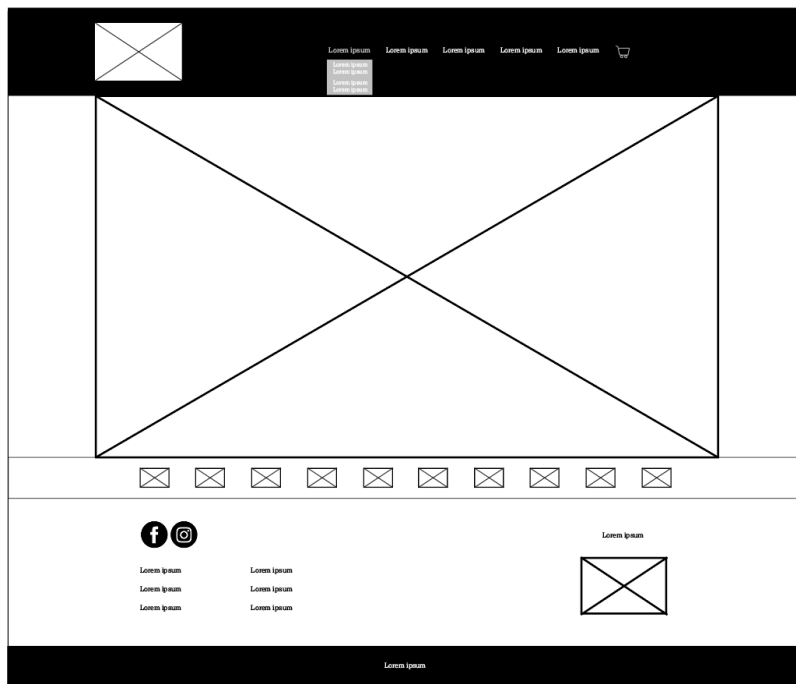


Figura 118 – Página “Inicio” com menu do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

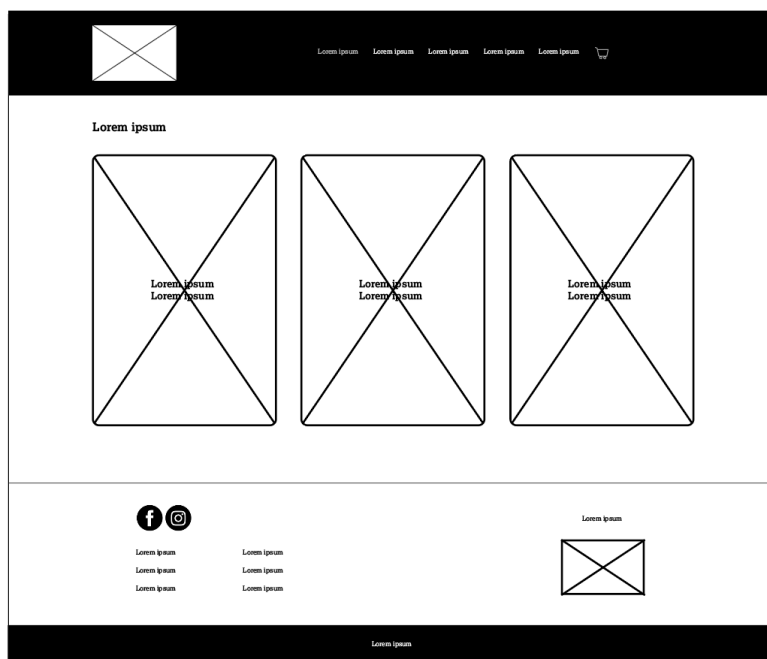


Figura 119 – Página “Provas e Eventos: Calendário” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

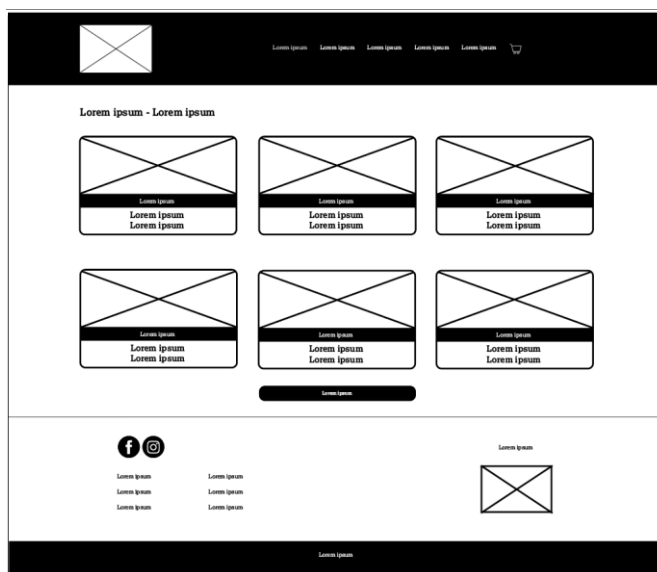


Figura 120 – Página “Provas e Eventos: Calendário por modalidade” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

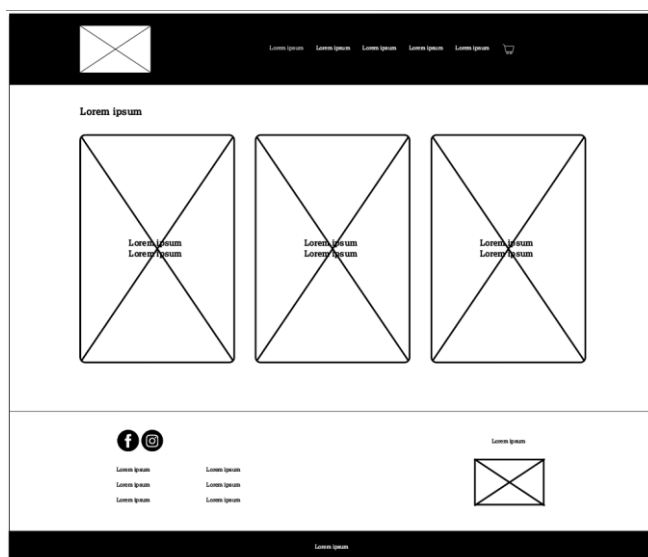


Figura 121 – Página “Provas e Eventos: Resultados” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

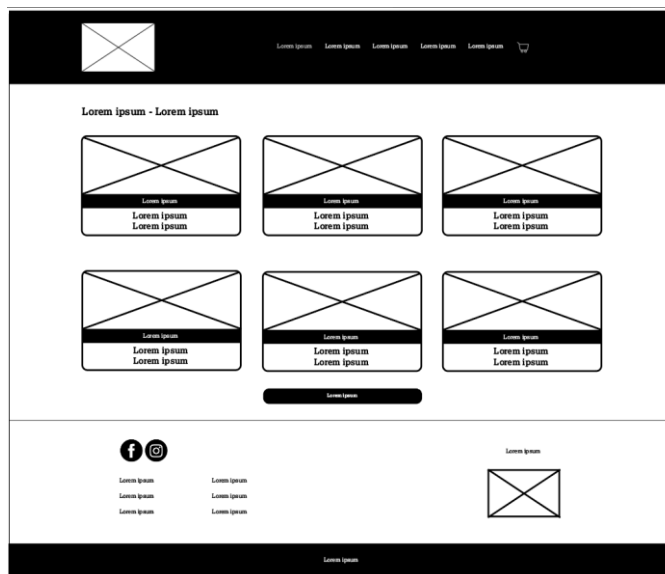


Figura 122 – Página “Provas e Eventos: Resultados por modalidade” do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

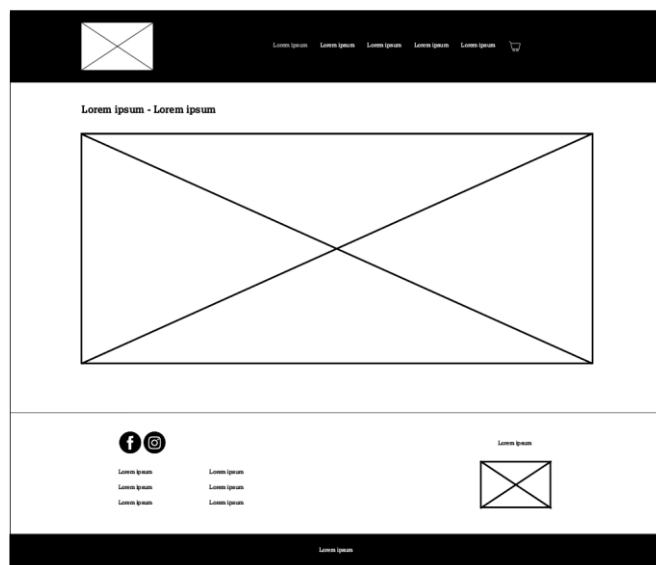


Figura 123 – Página “Provas e Eventos: Resultados do evento” do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

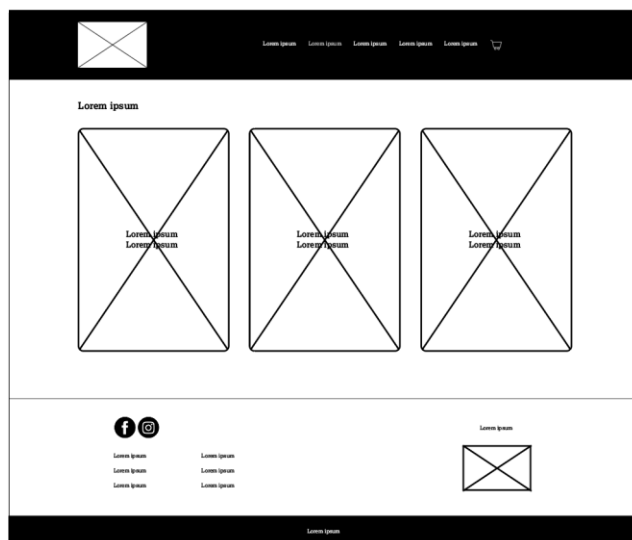


Figura 124 – Página “Notícias” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

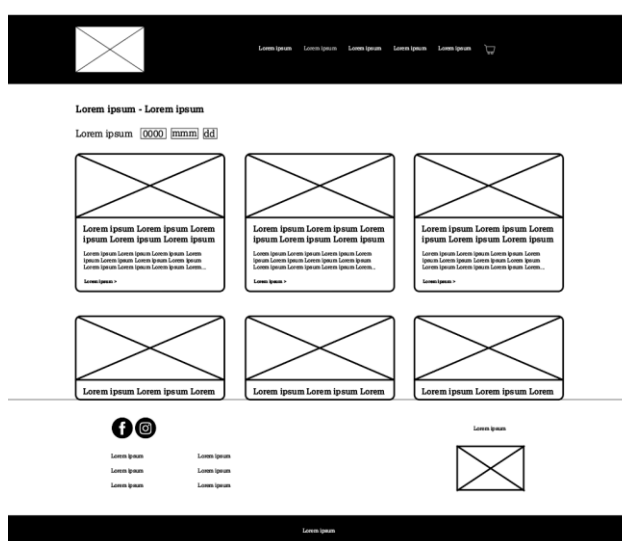


Figura 125 – Página “Notícias por modalidade” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

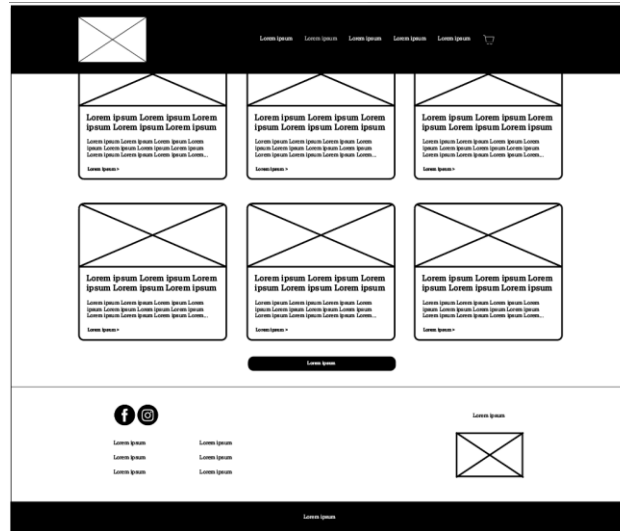


Figura 126 – Página “Notícias por modalidade” (continuação) do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

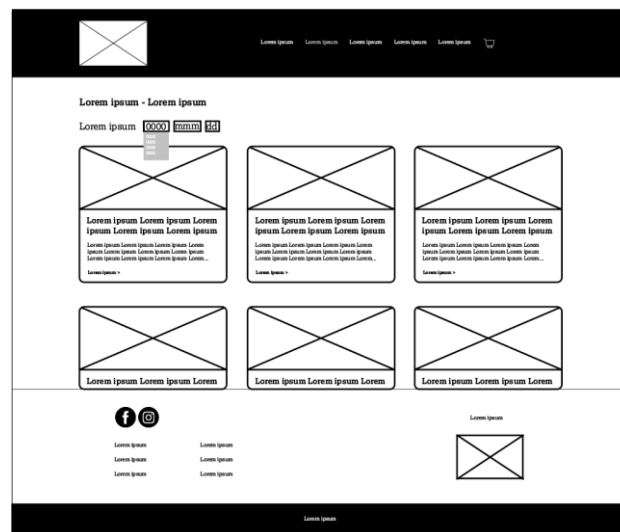


Figura 127 – Página “Notícias por modalidade” onde é possível escolher o ano, mês ou dia do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

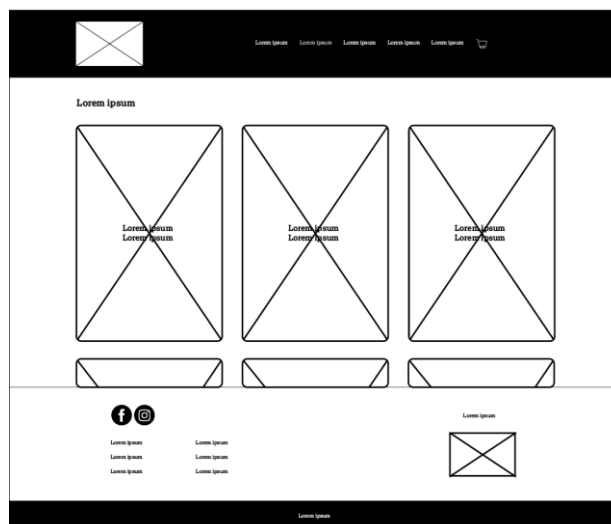


Figura 128 – Página “Loja” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

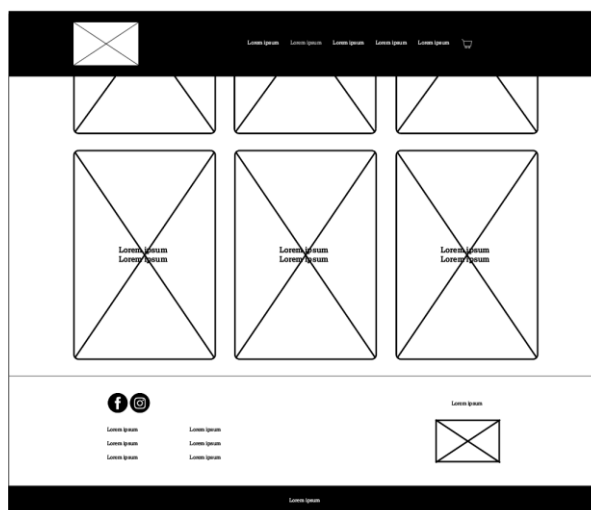


Figura 129 – Página “Loja” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

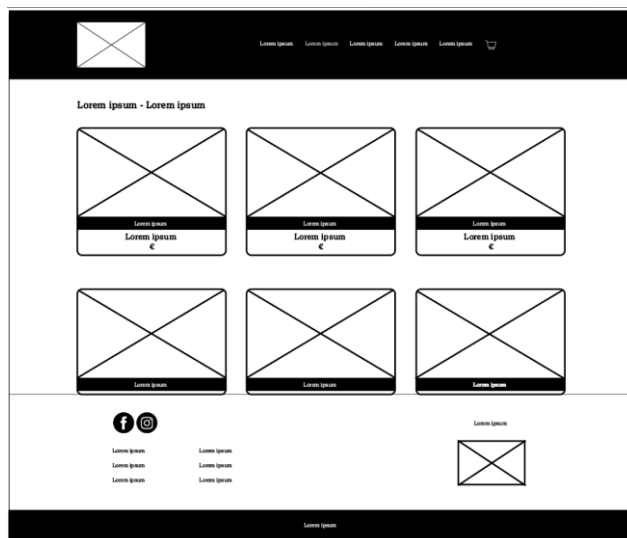


Figura 130 – Página “Loja” onde é possível ver os produtos de uma determinada categoria do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

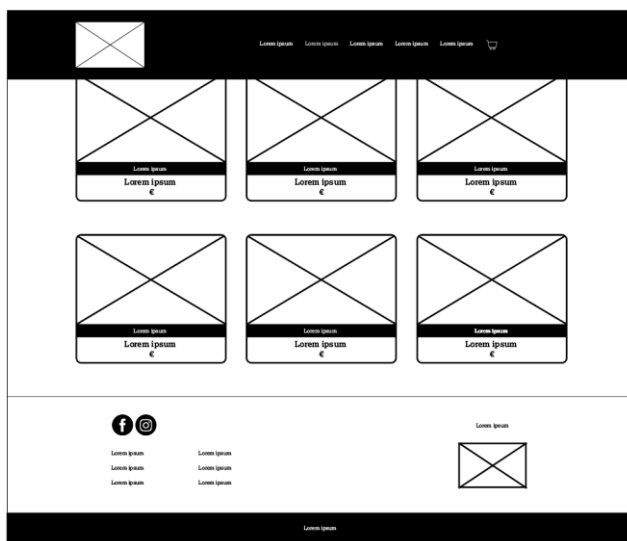


Figura 131 – Página “Loja” (continuação) onde é possível ver os produtos de uma determinada categoria do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

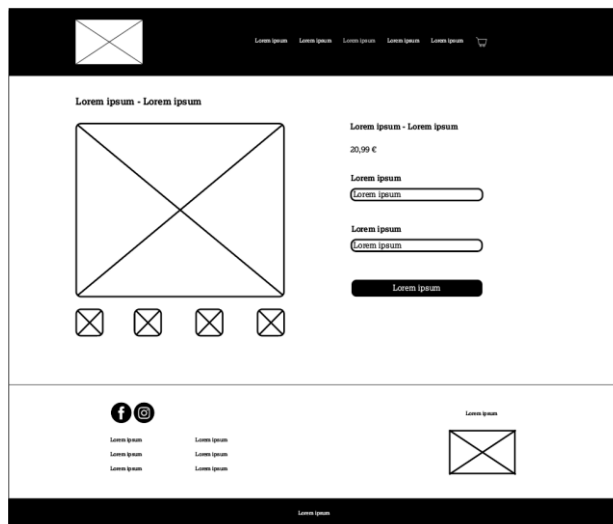


Figura 132 – Página “Loja” onde é possível um produto em específico do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

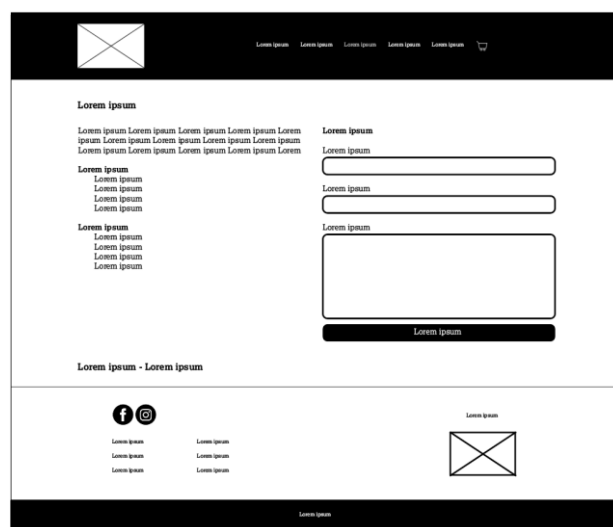


Figura 133 – Página “Contactos” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

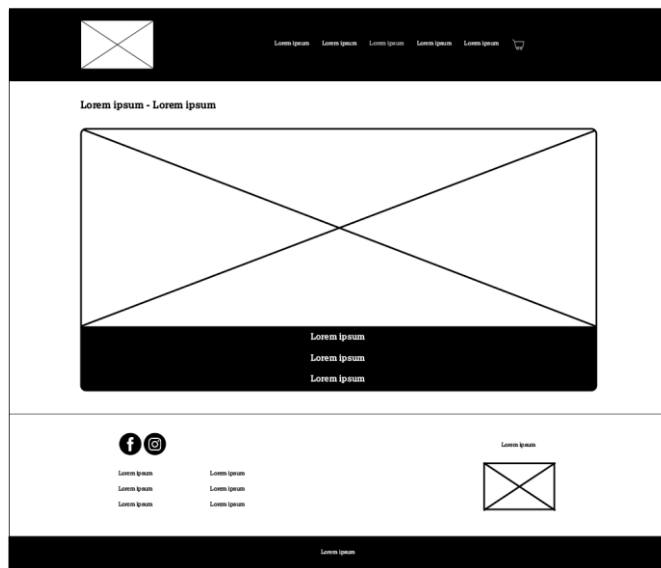


Figura 134 – Página “Contactos” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

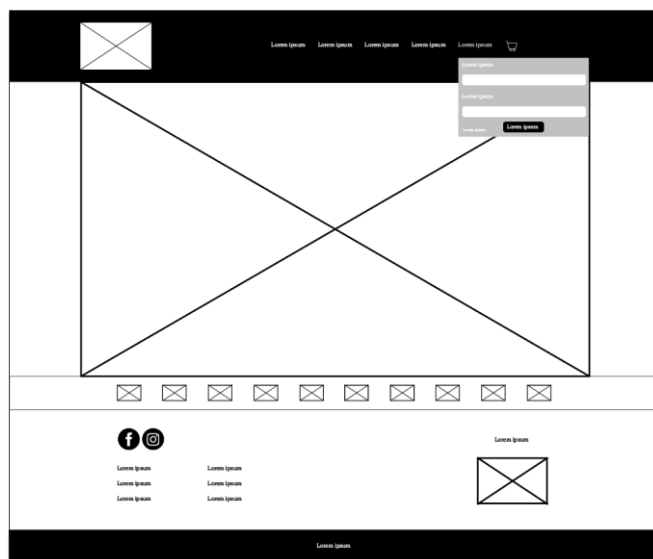


Figura 135 – Página “Início” com o menu “Iniciar sessão” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

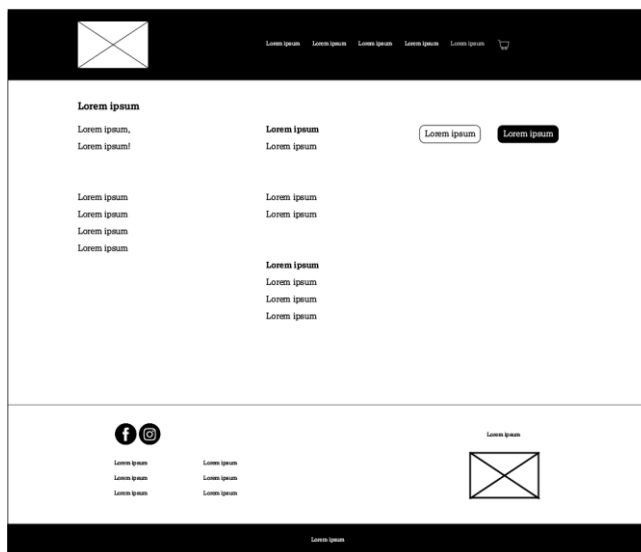


Figura 136 – Página “Login: Conta” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 137 – Página “Login: Pedidos” do *wireframe* desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

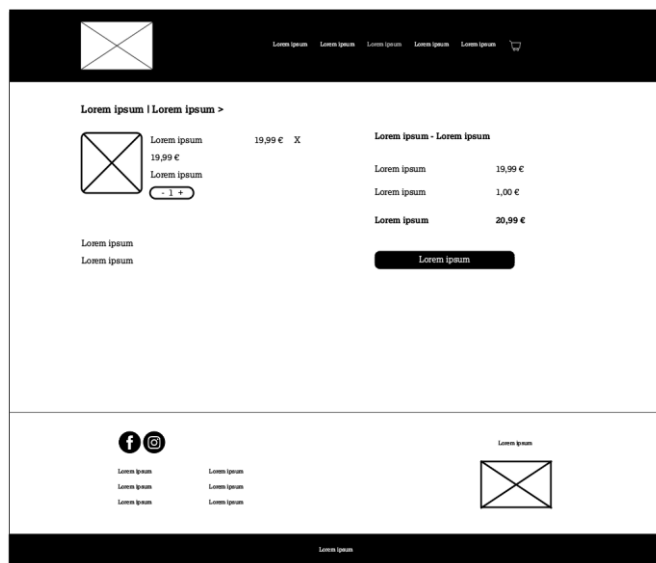


Figura 138 — Página “Carrinho” do wireframe desenvolvido para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

4) Tipografia

A fonte tipográfica escolhida para o website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco foi a Lexia, quer na versão *bold*, quer na versão *regular*. Esta escolha deveu-se ao facto de se pretender manter a coerência entre a marca gráfica e os meios de comunicação.

LEXIA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,?!()@#{ }\$%[]^&/_*' " " : ; ~

PARQUE DE DESPORTOS MOTORIZADOS

Figura 139 — Fonte tipográfica utilizada no website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

LEXIA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,?!()@#{}\$%[]^&/_*' " " : ; ~

PARQUE DE DESPORTOS MOTORIZADOS

Figura 140 – Fonte tipográfica utilizada no website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

c) APP

Tal como o website abordado no capítulo anterior (6.2.2.3.1), a APP também irá complementar a estratégia de comunicação realizada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como o próprio website. Através de outro layout semelhante ao website, a APP terá como páginas principais as seguintes: “Início”, “Provas e Eventos”; “Notícias”; “Loja”; e “Contactos”; para além do “Login” e “Carrinho”.

1) Estudo de cores

As cores seleccionadas para o desenvolvimento do layout para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco correspondem às cores utilizadas na marca gráfica, de forma que exista coerência entre todos os meios de comunicação do PDMCB, nomeadamente o website.

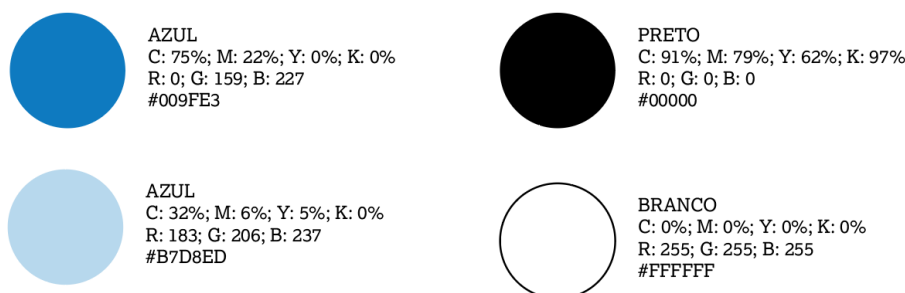


Figura 141 – Paleta de cores utilizadas no desenvolvimento da APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

2) Mapa de navegação

No desenvolvimento do layout da APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, optou-se por proporcionar ao utilizador uma experiência fácil e intuitiva através da presença de um menu em todas as páginas, bem como a exibição da informação considerada essencial para o utilizador. A APP conta com as páginas “Início”; “Provas e Eventos”; “Notícias”; “Loja”; e “Contactos”.

A página “Início” conta com um mapa do PDM e, caso o utilizador carregue em qualquer um dos circuitos, aparecerá uma caixa com a descrição do circuito. Já a página “Provas e Eventos” permite ao utilizador percorrer o calendário de futuras provas, bem como os resultados de provas realizadas anteriormente de qualquer modalidade. Na página “Notícias” é possível também ler notícias por modalidade, bem como filtrá-las por ano, mês ou dia. Na página “Loja” será possível adquirir merchandising, bem como vouchers para o Kartódromo. Por fim, a página “Contactos” terá como informação os contactos telefónicos e de e-mail do PDM, bem como um formulário de contacto e um mapa de localização do local.

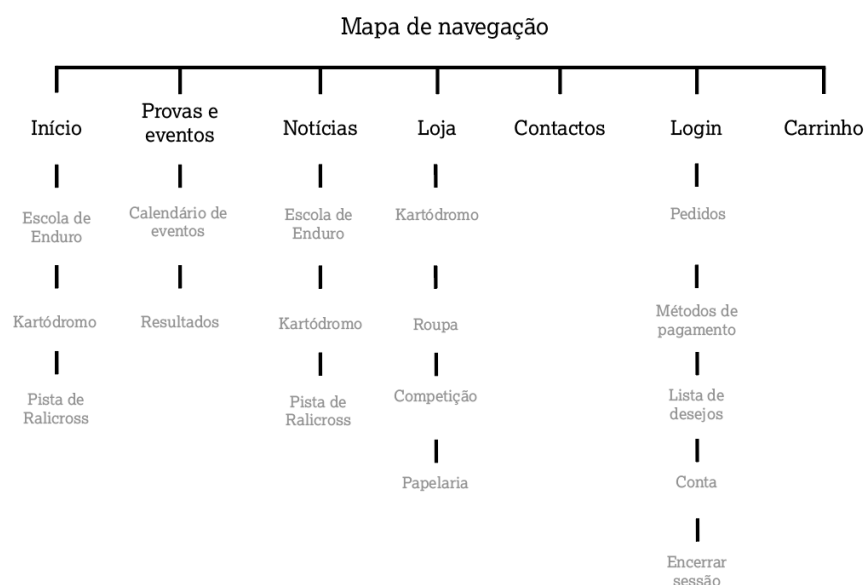


Figura 142 – Mapa de navegação do website do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

3) Wireframes

Após ser definida as cores a serem utilizadas na APP e o mapa de navegação, procedeu-se à criação de wireframes no “Adobe Illustrator”, que se define como a etapa que antecede o design da APP.

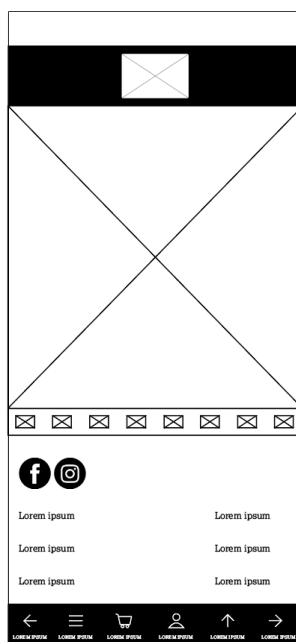


Figura 143 – Página “Início” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

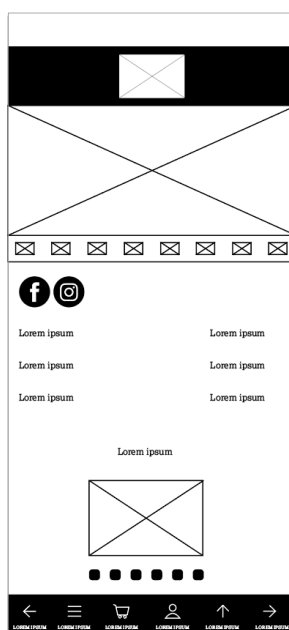


Figura 144 – Página “Início” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

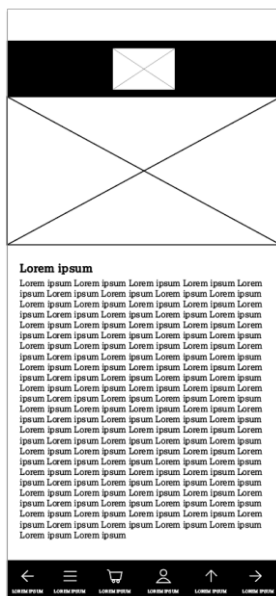


Figura 145 – Página “Inicio” (continuação) com a caixa de texto do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

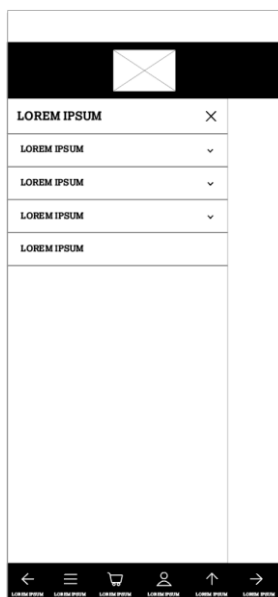


Figura 146 – Página “Menu” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

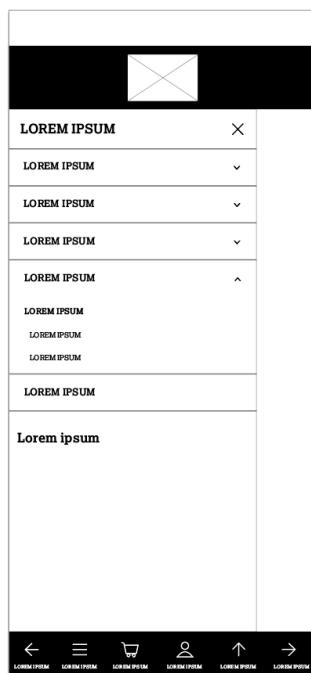


Figura 147 – Página “Menu” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

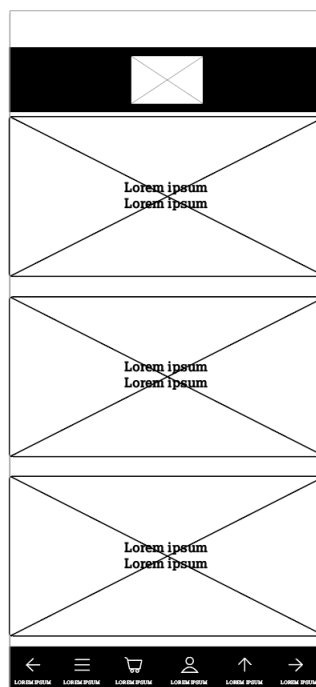


Figura 148 – Página “Provas e Eventos: Calendário” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

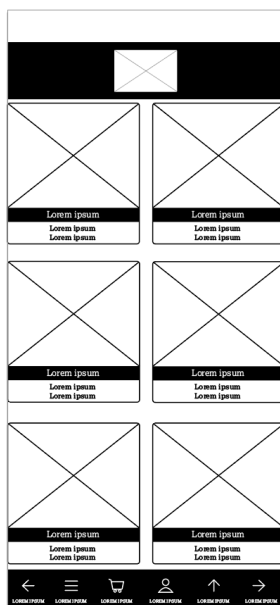


Figura 149 – Página “Provas e Eventos: Calendário da modalidade” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

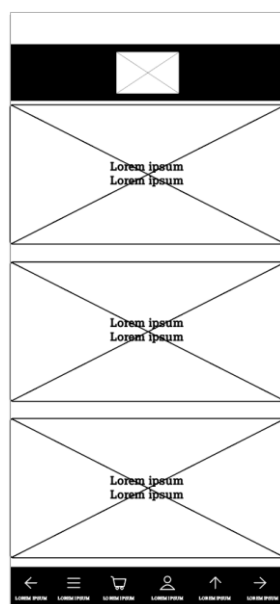


Figura 150 – Página “Resultados” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

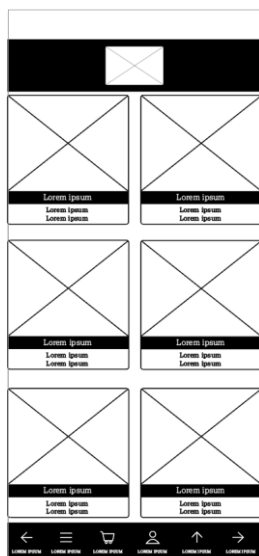


Figura 151 – Página “Resultados da modalidade” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

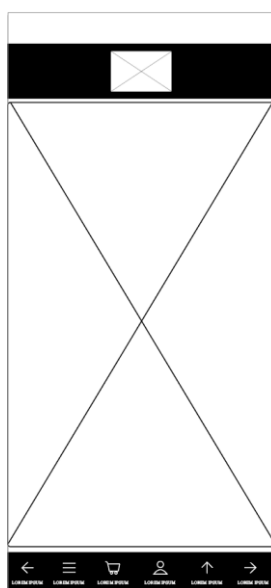


Figura 152 – Página “Resultados do evento” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

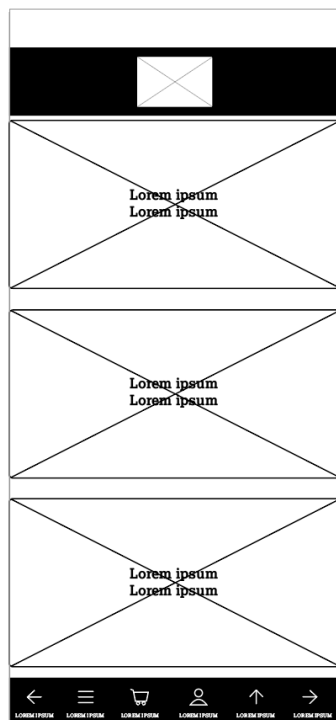


Figura 153 – Página “Notícias” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

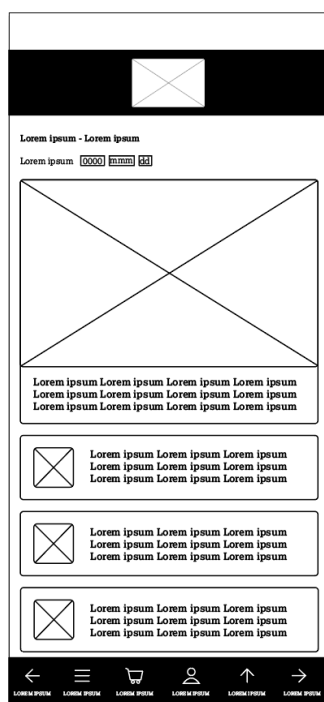


Figura 154 – Página “Notícias por modalidade” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

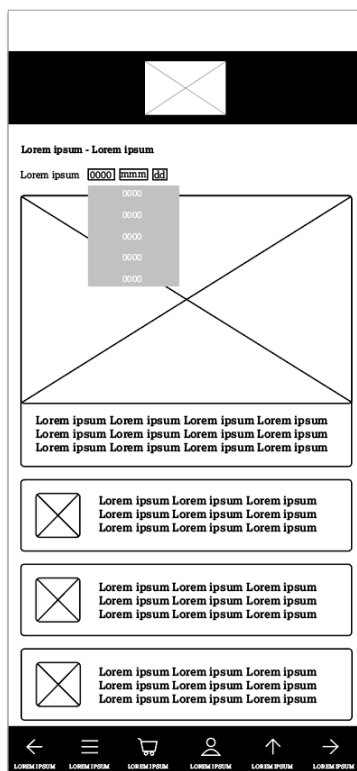


Figura 155 – Página “Notícias por modalidade” (continuação) onde é possível escolher o ano do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

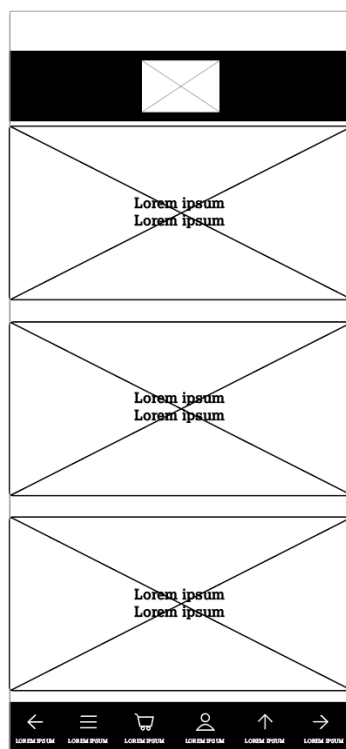


Figura 156 – Página “Loja: Categorias” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

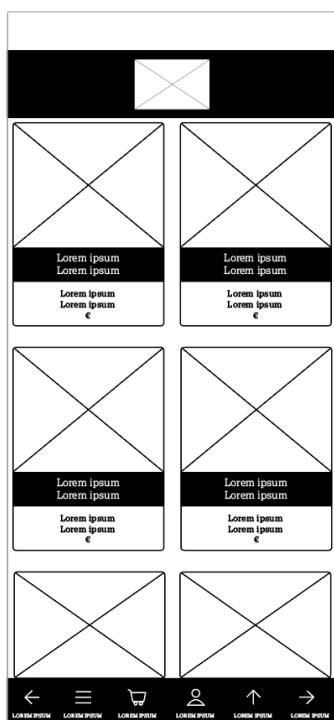


Figura 157 – Página “Loja: Produtos de uma categoria” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

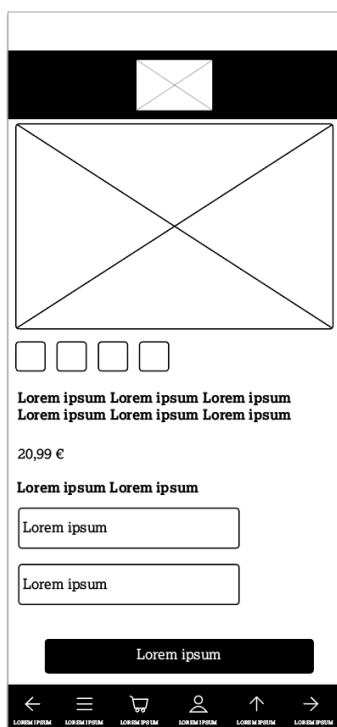


Figura 158 – Página “Loja: Produto em específico” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 159 – Página “Contactos” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

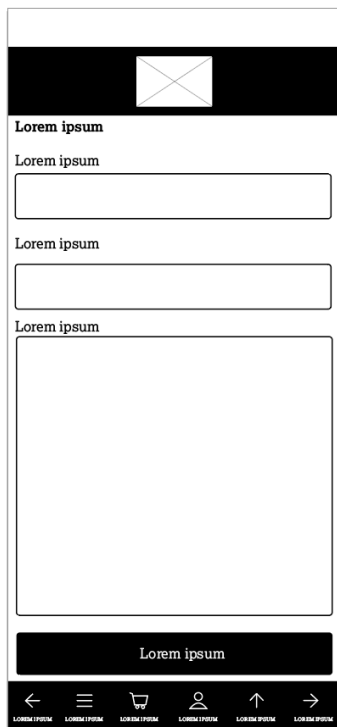


Figura 160 – Página “Contactos” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

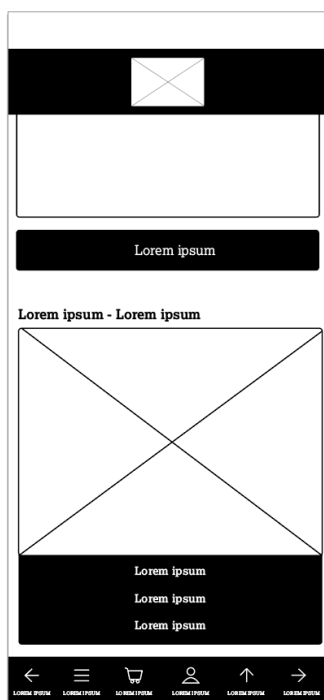


Figura 161 – Página “Contactos” (continuação) do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

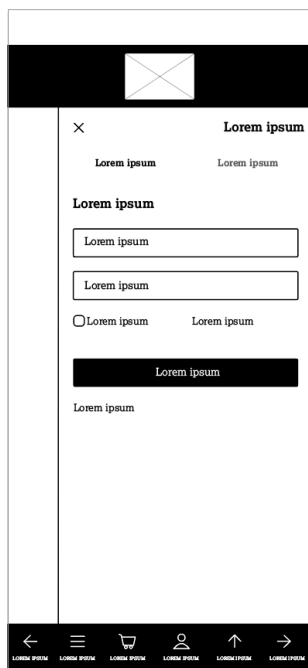


Figura 162 – Página “Login” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

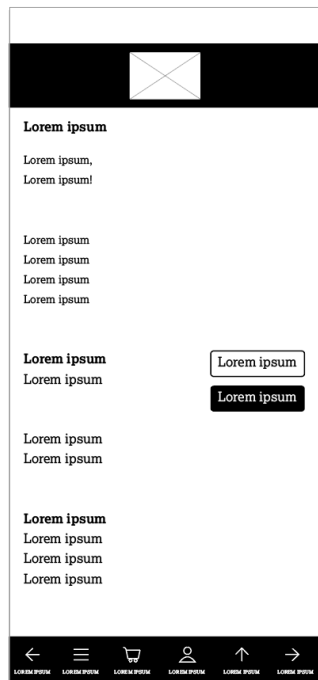


Figura 163 – Página “Login: Conta” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

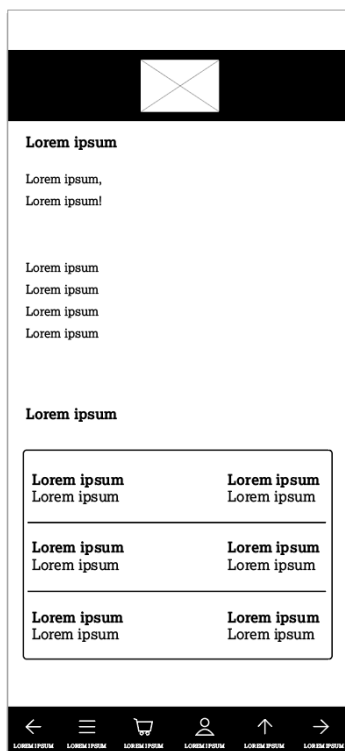


Figura 164 – Página “Login: Pedidos” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 165 – Página “Carrinho” do *wireframe* desenvolvido para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

4) Tipografia

A fonte tipográfica escolhida para a APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco foi a Lexia, quer na versão *bold*, quer na versão *regular*. Esta escolha deveu-se ao facto de se pretender manter a coerência entre a marca gráfica e os meios de comunicação, principalmente no website.

LEXIA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
. , ? ! () @ # { } \$ % [] ^ & / \ _ * ' " " : ; ~

PARQUE DE DESPORTOS MOTORIZADOS

Figura 166 – Fonte tipográfica utilizada na APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

LEXIA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
. , ? ! () @ # { } \$ % [] ^ & / \ _ * ' " " : ; ~

PARQUE DE DESPORTOS MOTORIZADOS

Figura 167 – Fonte tipográfica utilizada na APP do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.2.2.3.3 Sistema de informação e orientação

Relativamente aos sistemas de informação e orientação, haverá a criação de sinalética, tanto a nível exterior e interior ao Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, e de um mapa, que estará disponível a nível digital e impresso.

a) Sinalética

Relativamente à sinalética, foram desenvolvidas uma placa de sinalética vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco para ser colocada nas vias de trânsito rodoviárias, bem como painéis informativos e sinalização vertical para serem utilizadas no próprio PDM, tanto no quotidiano como em dias de eventos que se realizem no local.



Figura 168 – Sinalética vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco desenvolvida para as vias de trânsito rodoviárias. (Fonte: Autora)



Figura 169 – Sinalética vertical desenvolvida para as instalações do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 170 – Sinalética vertical desenvolvida para os eventos do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 171 – Painéis informativos desenvolvidos para as instalações do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

b) Mapa

Para o mapa do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, foram desenvolvidas duas versões: uma para ser utilizada nos meios digitais, nomeadamente no website e APP, e outra para ser utilizada nos desdobráveis que poderão ser encontrados na roulotte dos eventos e nas próprias instalações do PDM.

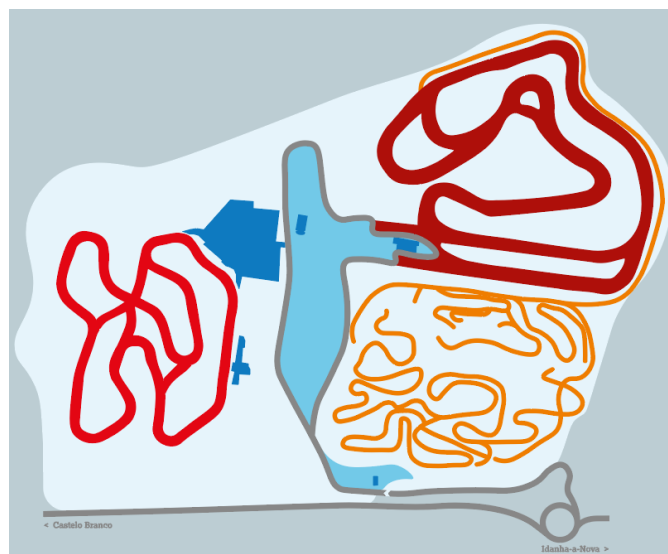


Figura 172 – Mapa desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

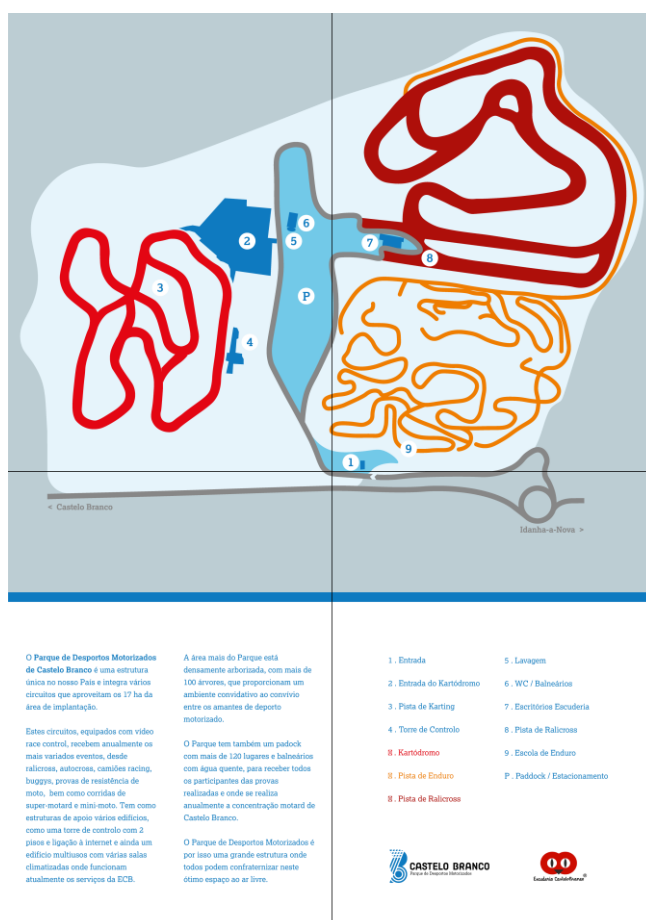


Figura 173 – Primeira parte do desdobrável desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 174 – Segunda parte do desdobrável desenvolvido para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.2.2.3.4 Merchandising

O merchandising é composto por autocolantes, bonés, t-shirts, polos, casacos, camisolas, tote bags, garrafas, canetas, cadernos, sacos de papel, lanyards, capacetes, fatos de competição, luvas e botas. Foram também desenvolvidas uma t-shirt para os funcionários de todas as áreas e uma roulotte que estará presente no Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco durante os eventos realizados pela organização que venderá o merchandising, que também estará disponível para venda no website e APP.

Para grande parte do merchandising, foi desenvolvido um padrão que utiliza uma ou mais partes da própria entidade do PDM, enquanto alguns itens apresentam apenas a marca gráfica.



Figura 175 – Padrão desenvolvido para o merchandising do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.3 Apresentação de resultados

Após o desenvolvimento de soluções gráficas, realizou-se a apresentação de resultados através da criação de diversos mockups, nomeadamente sobre o brand book, kit e manual de normas gráficas, meios impressos e digitais, sistemas de informação e orientação e merchandising, de forma a determinar como estes meios ficarão visíveis após a sua aplicação.

6.3.1 Normalização da marca gráfica

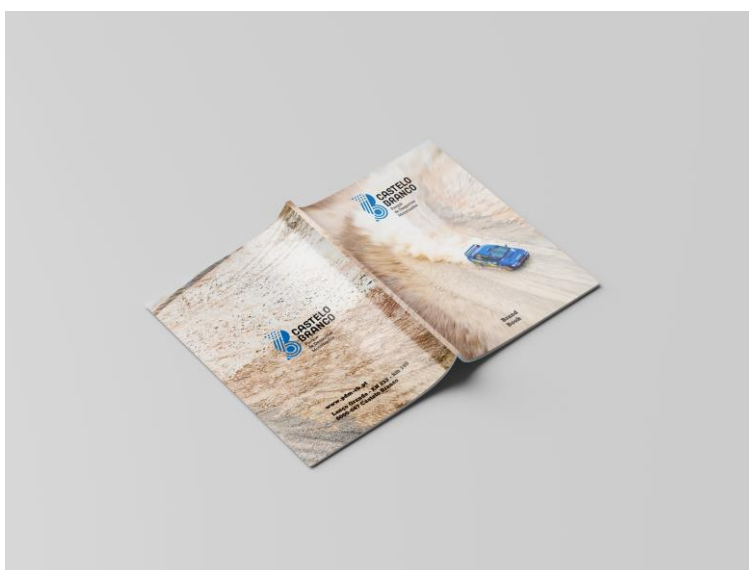


Figura 176 – Capa e contracapa do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

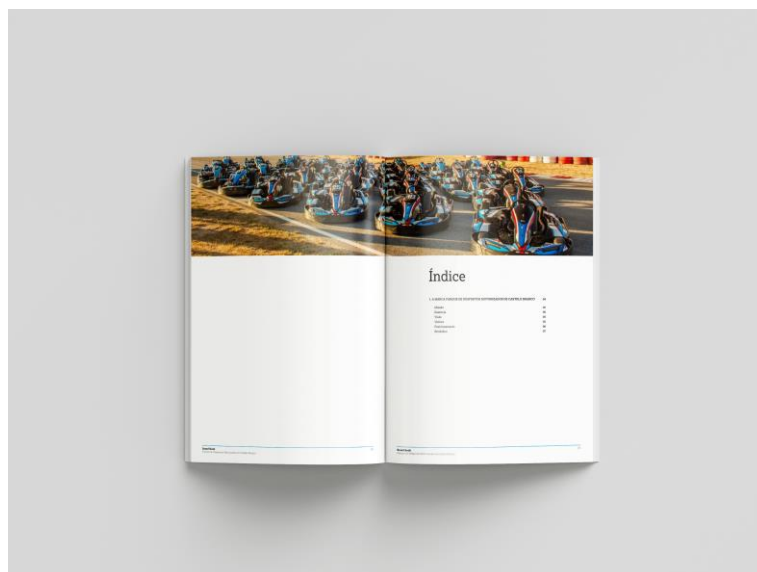


Figura 177 – Páginas 1 e 2 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 178 – Páginas 3 e 4 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 179 – Páginas 5 e 6 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

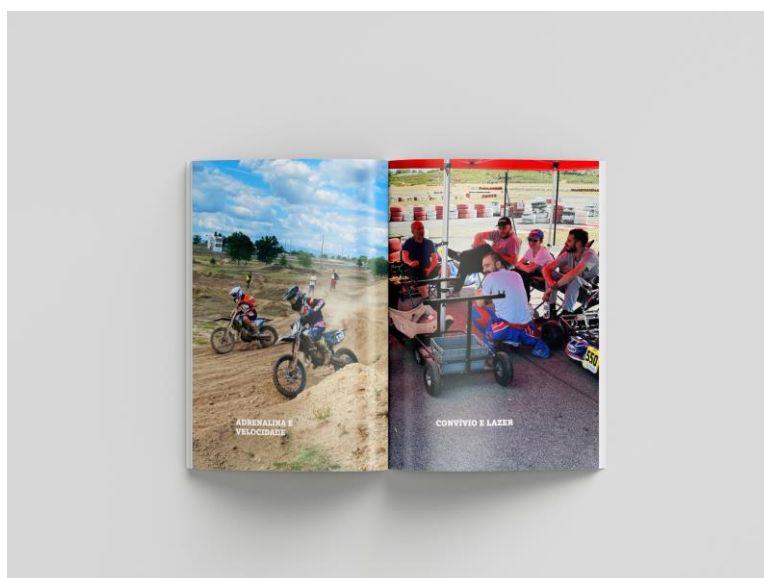


Figura 180 – Páginas 7 e 8 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

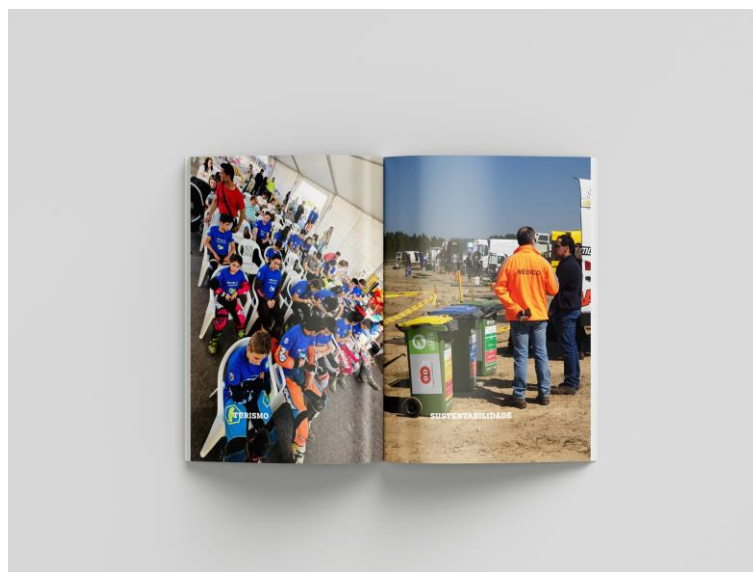


Figura 181 — Páginas 9 e 10 do mockup do Brand Book criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 182 — Capa e contracapa do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

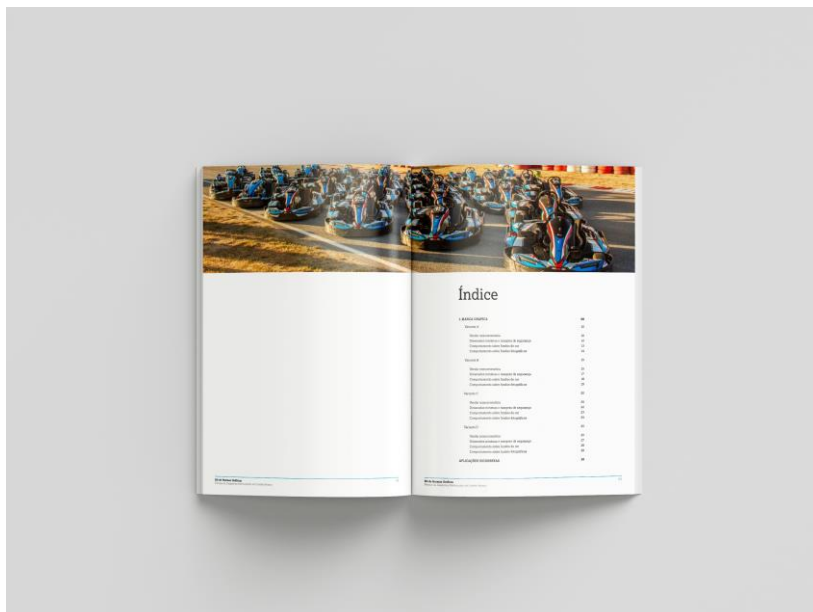


Figura 183 — Páginas 1 e 2 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

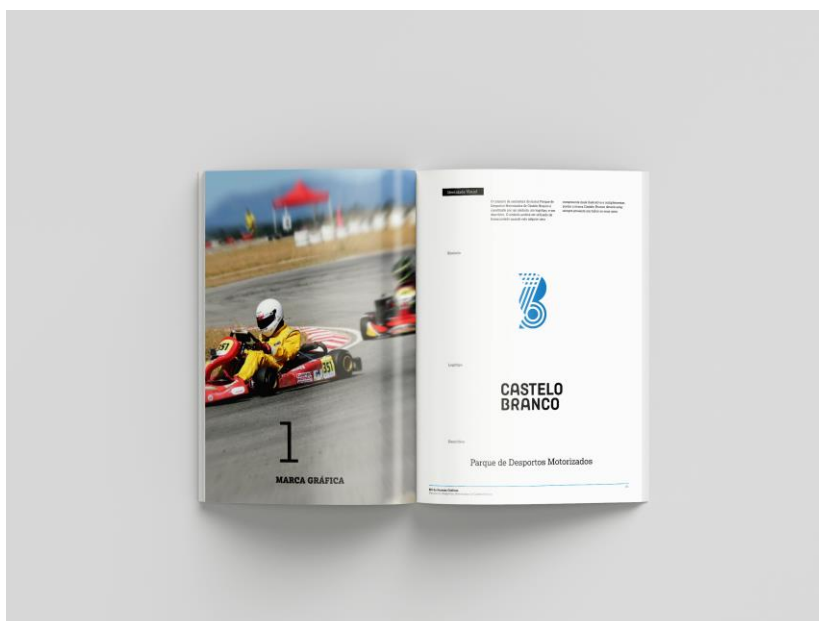


Figura 184 — Páginas 3 e 4 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 185 — Páginas 5 e 6 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 186 — Páginas 7 e 8 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 187 – Páginas 9 e 10 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 188 – Páginas 11 e 12 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 189 — Páginas 13 e 14 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 190 — Páginas 15 e 16 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 191 – Páginas 17 e 18 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 192 – Páginas 19 e 20 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 193 – Páginas 21 e 22 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 194 – Páginas 23 e 24 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 195 – Páginas 25 e 26 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 196 – Páginas 27 e 28 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

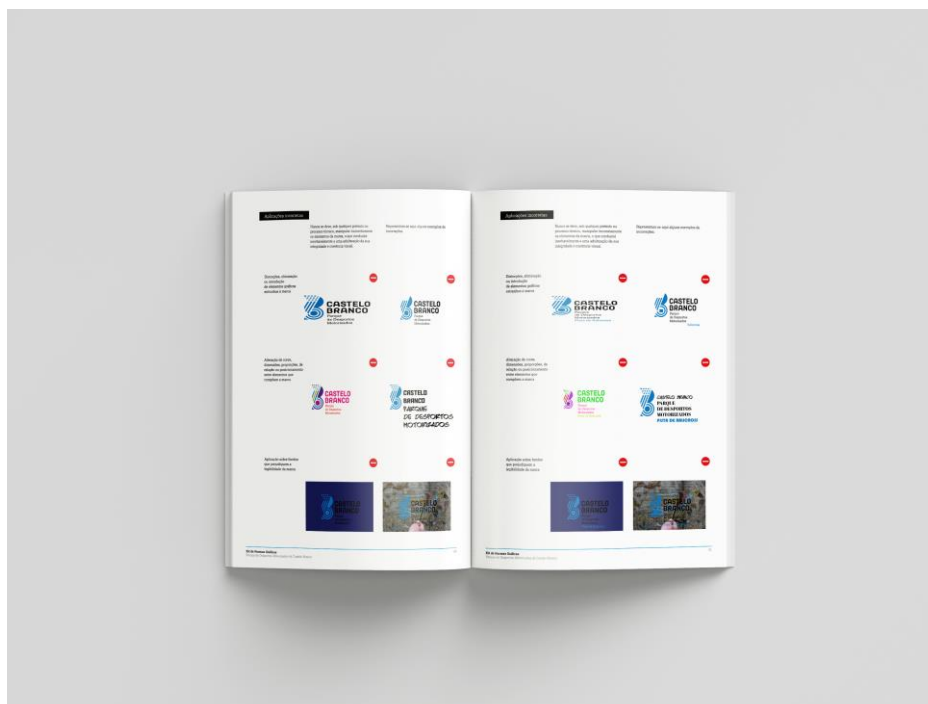


Figura 197 – Páginas 29 e 30 do mockup do Kit de Normas Gráficas criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.3.2 Meios impressos

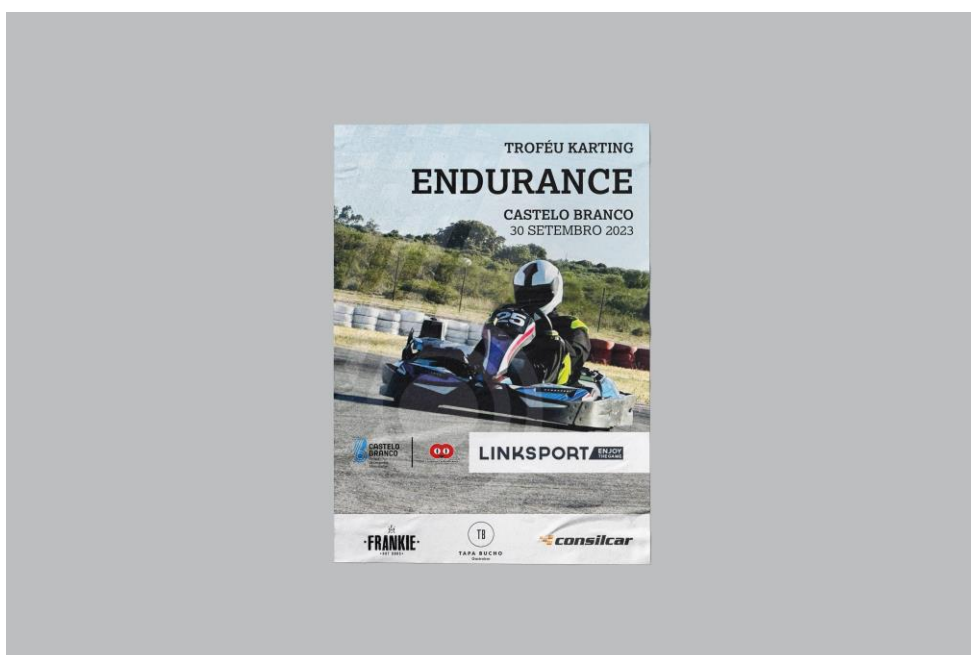


Figura 198 – Mockup do cartaz da prova de karting criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

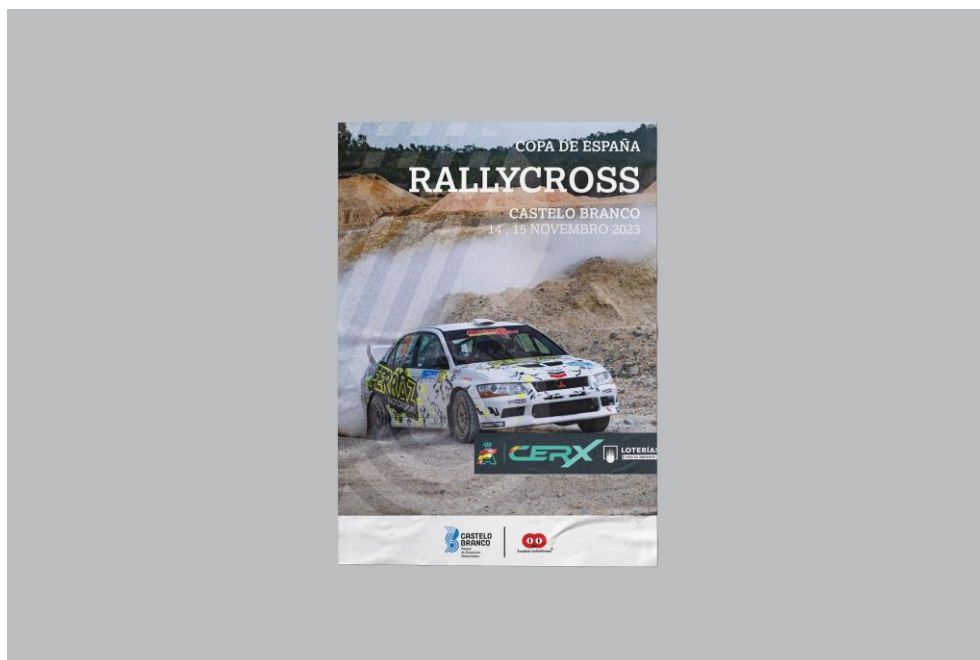


Figura 199 – Mockup do cartaz da prova de ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

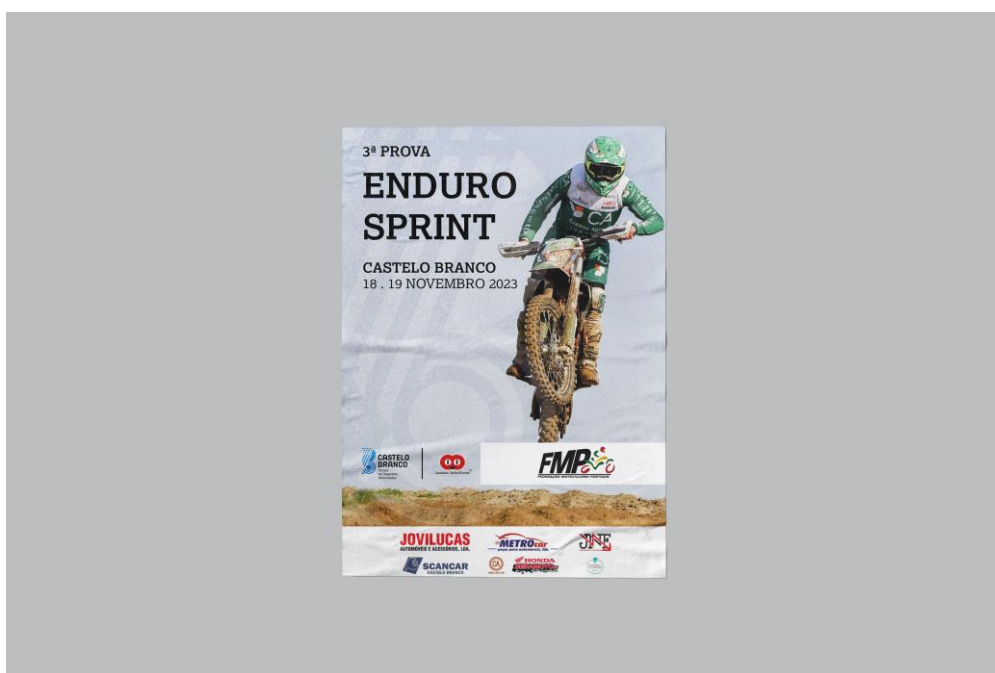


Figura 200 – Mockup do cartaz da prova de enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 201 – Mockup da publicidade em jornal criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 202 – Mockup da publicidade em lona criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 203 — Mockup da publicidade em outdoor criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 204 — Mockup do troféu de 1º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 205 – Mockup do troféu de 2º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

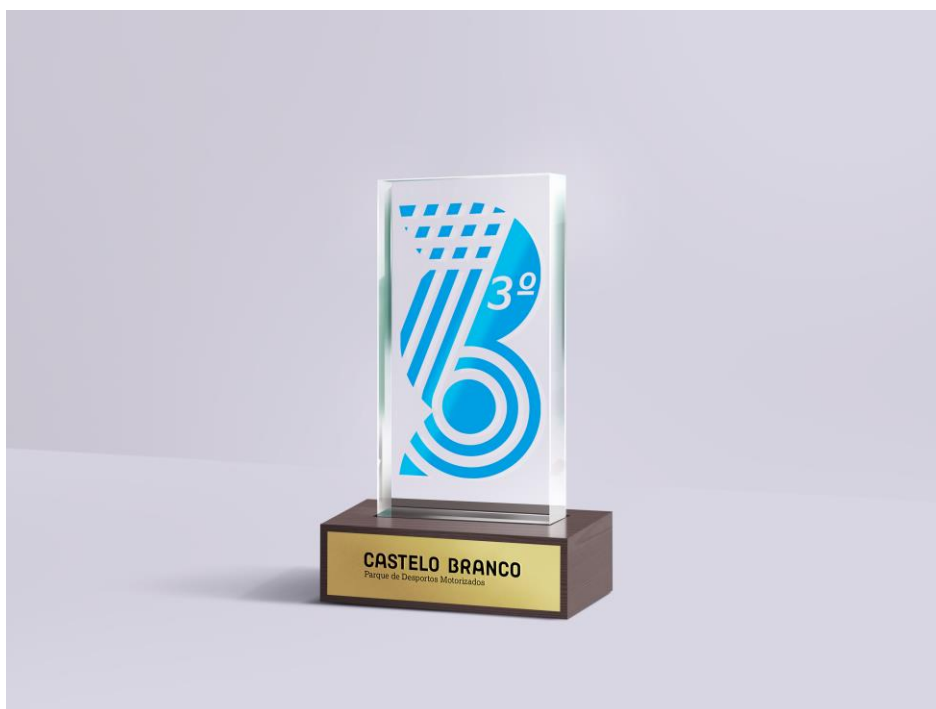


Figura 206 – Mockup do troféu de 3º lugar criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.3.3 Meios digitais

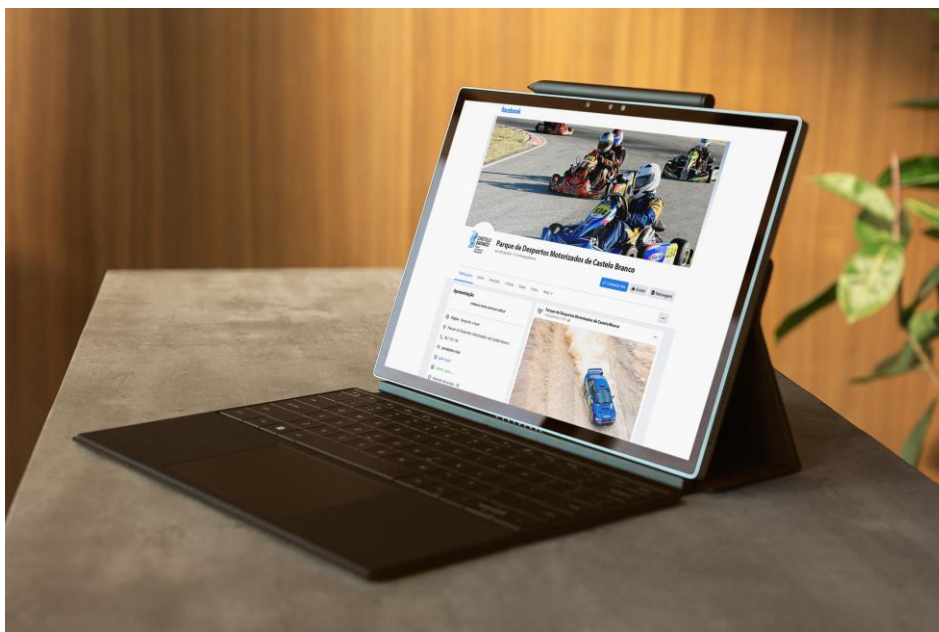


Figura 207 — Mockup do Facebook para computadores criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

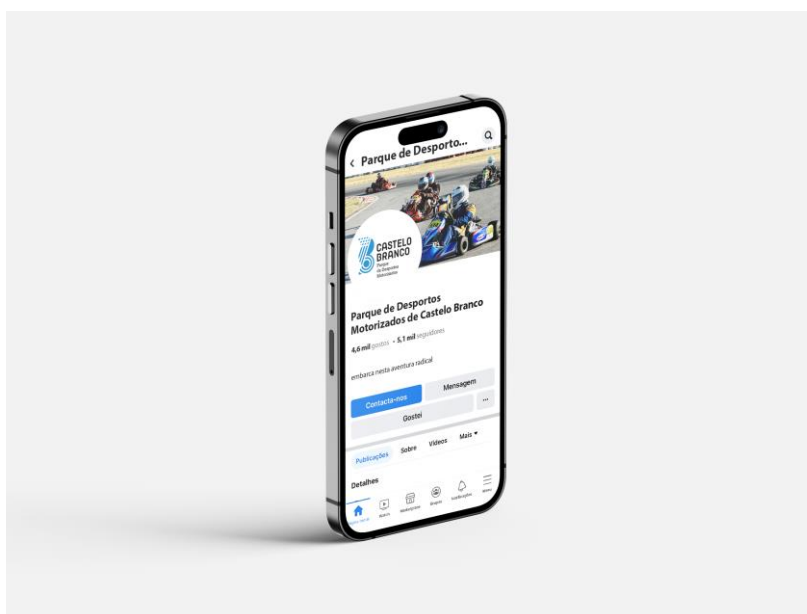


Figura 208 — Mockup do Facebook para dispositivos móveis criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

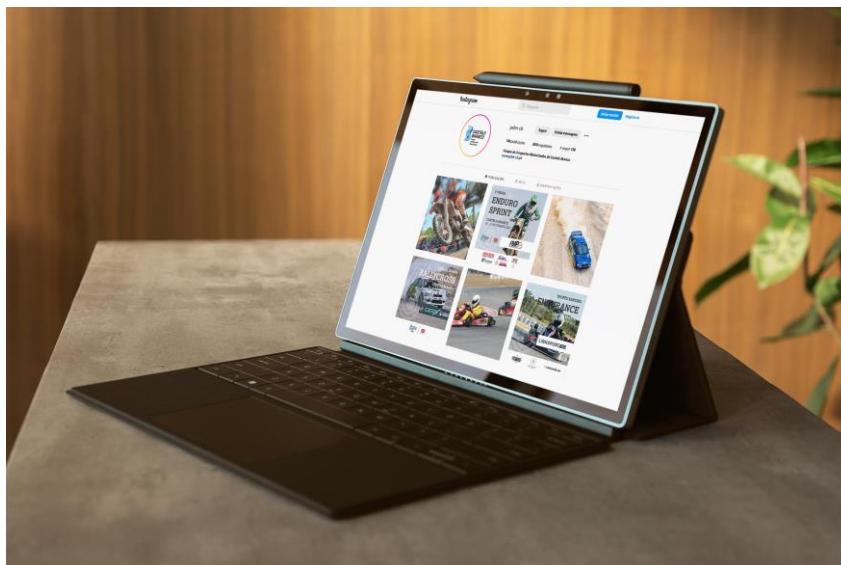


Figura 209 — Mockup do Instagram para computadores criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

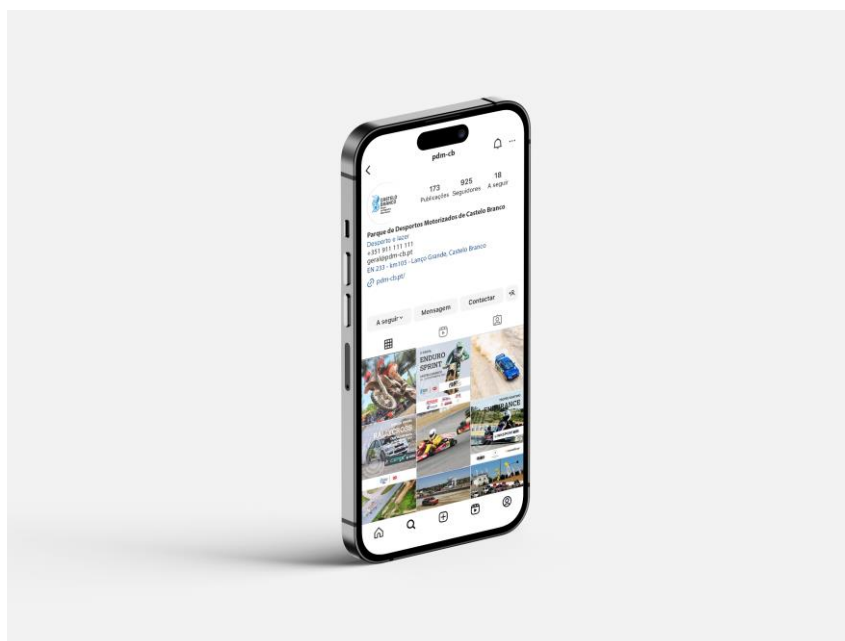


Figura 210 — Mockup do Instagram para dispositivos móveis criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

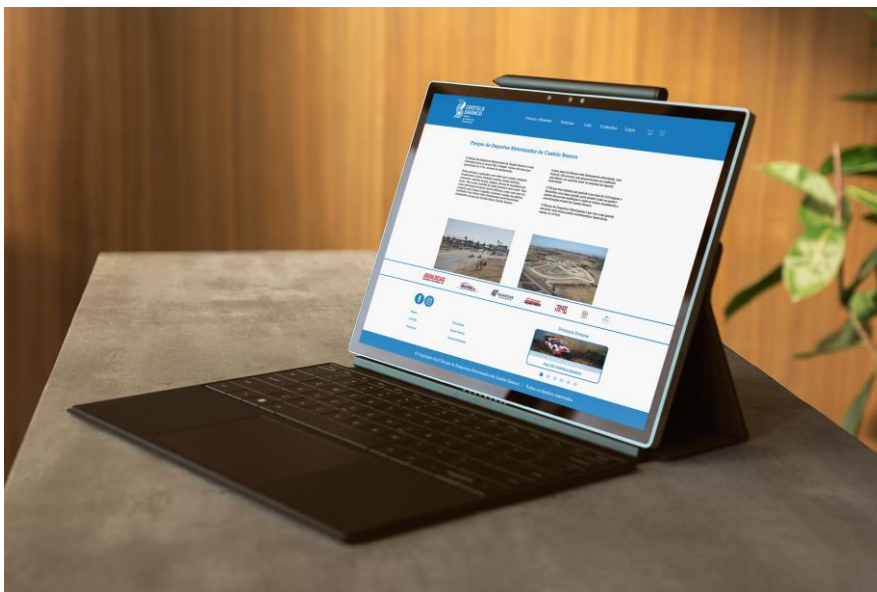


Figura 211 — Página “Início” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

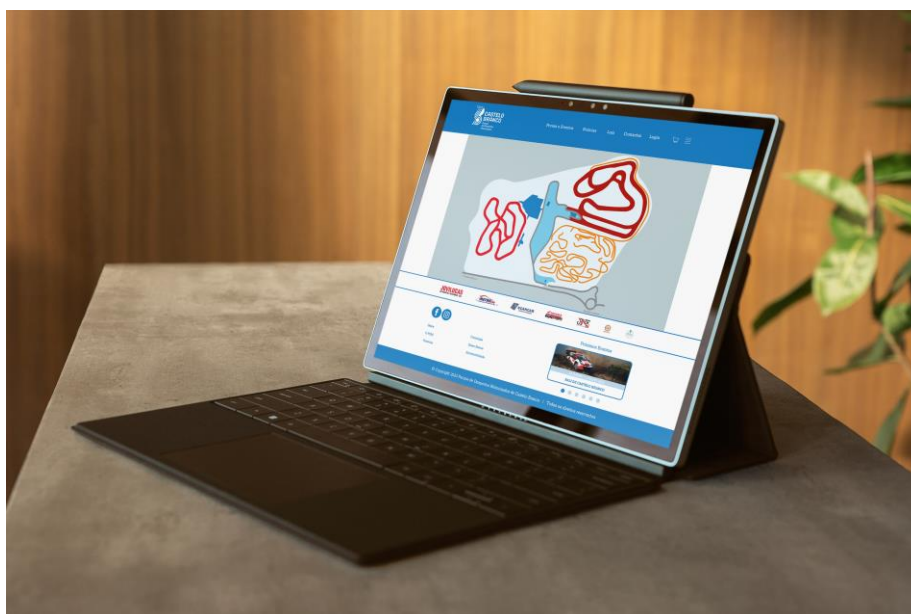


Figura 212 — Página “Mapa” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

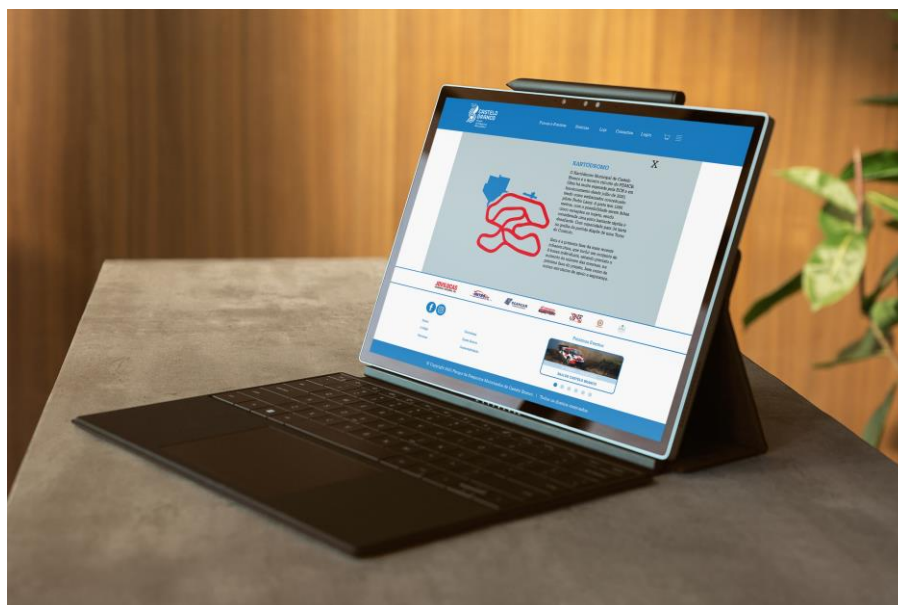


Figura 213 – Página “Mapa - Circuito” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

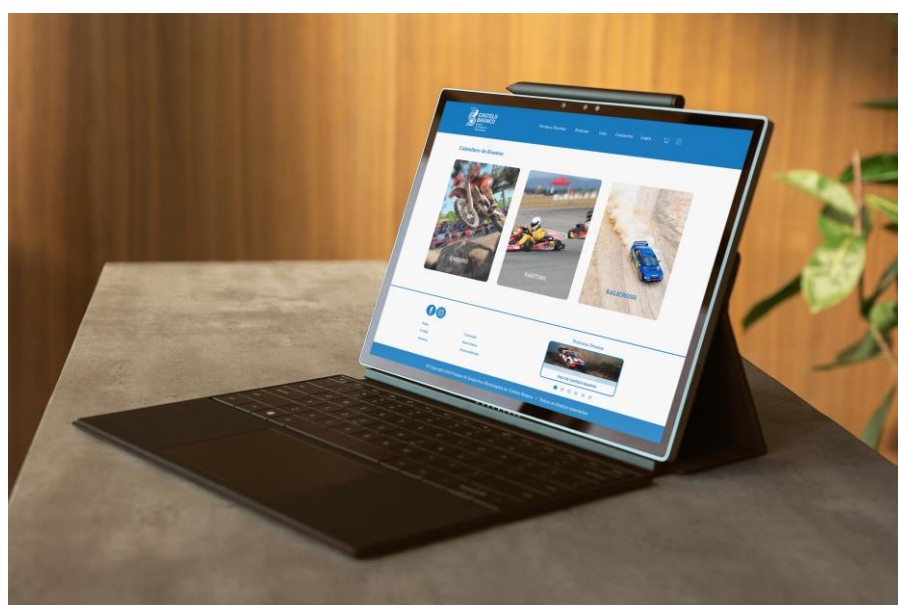


Figura 214 – Página “Provas e Eventos - Calendário” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

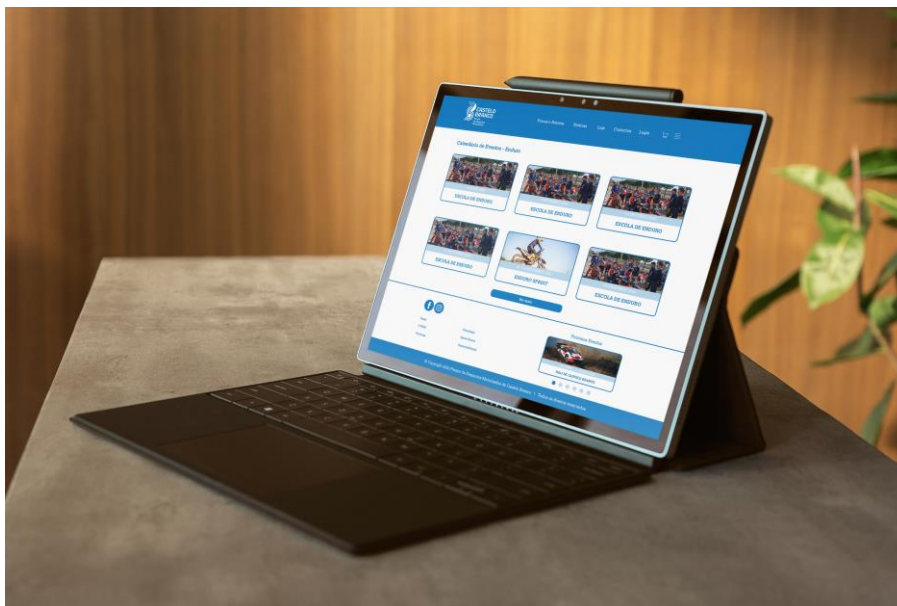


Figura 215 — Página “Provas e Eventos - Calendário da modalidade” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

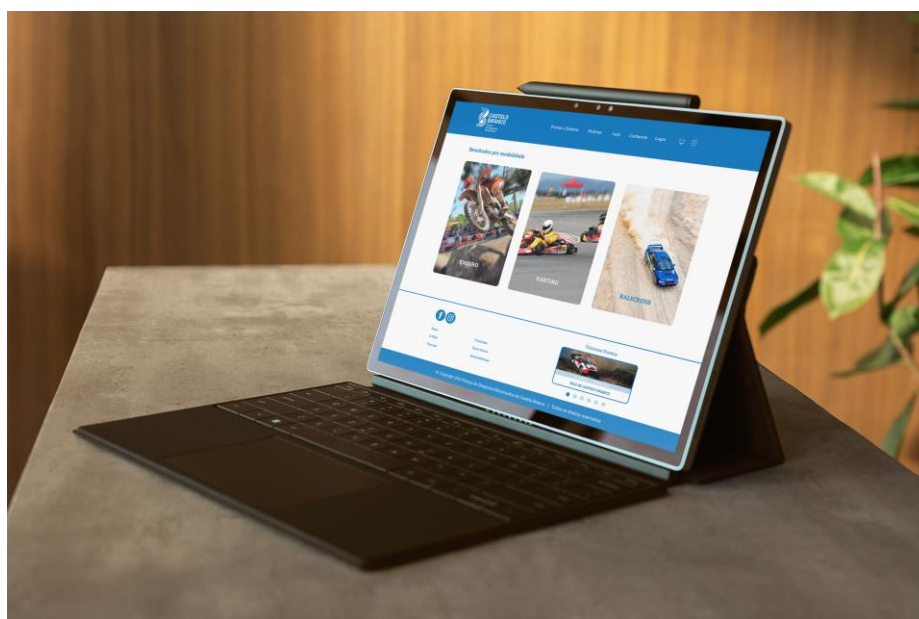


Figura 216 — Página “Provas e Eventos - Resultados” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

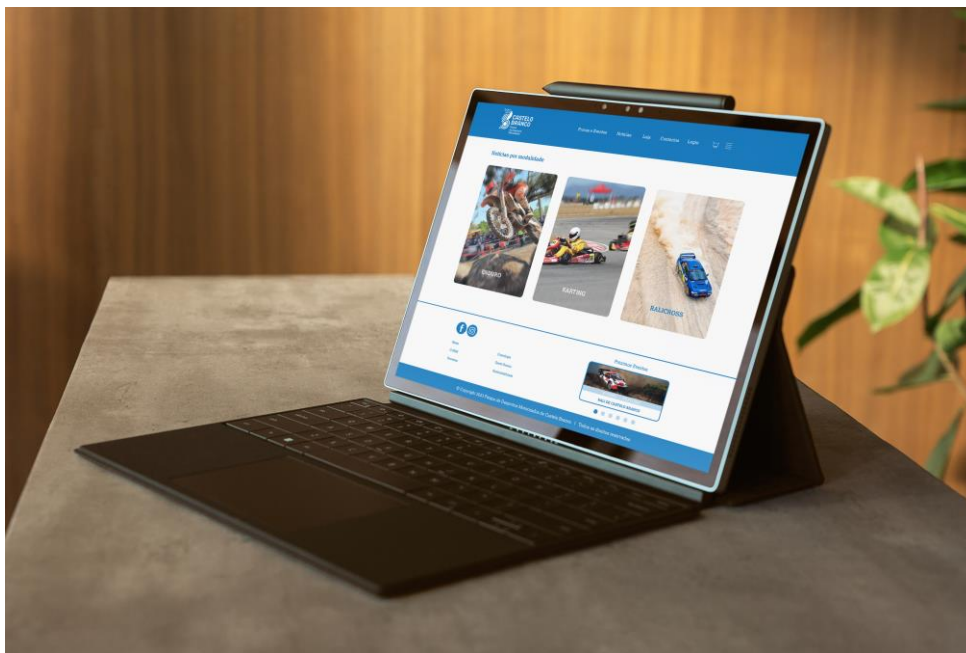


Figura 219 — Página “Notícias” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

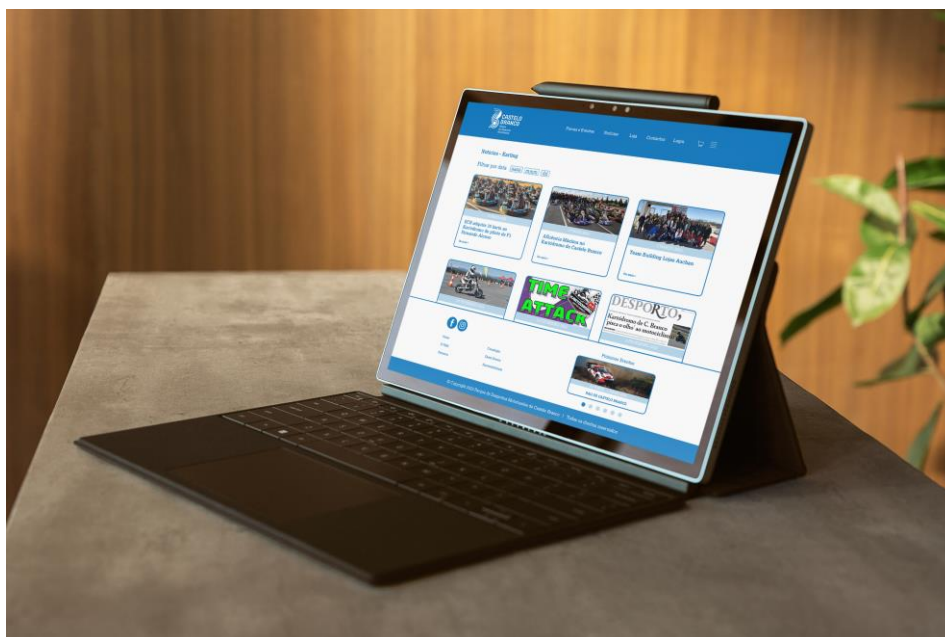


Figura 220 — Página “Notícias por modalidade” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

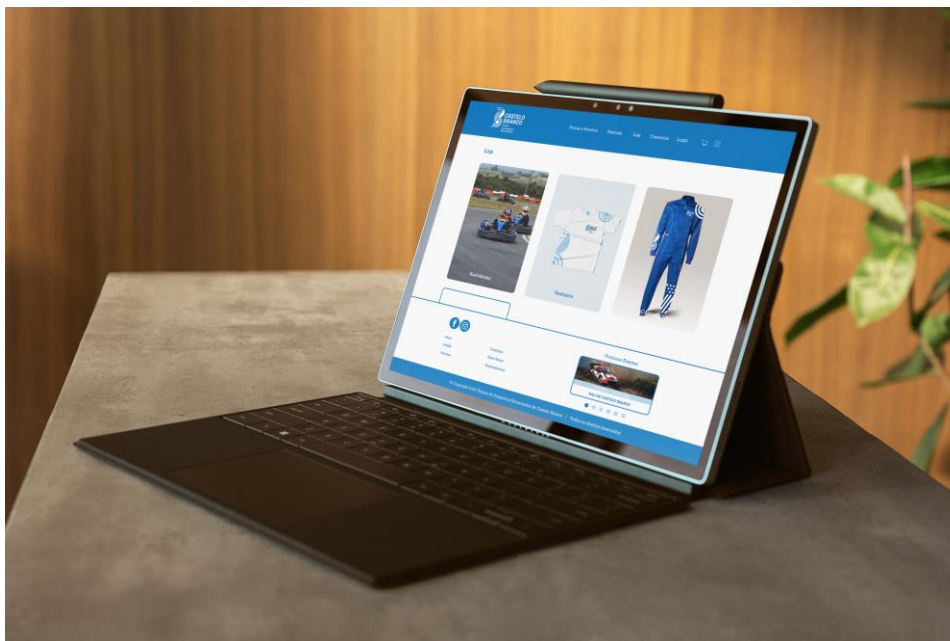


Figura 221 – Página “Loja” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

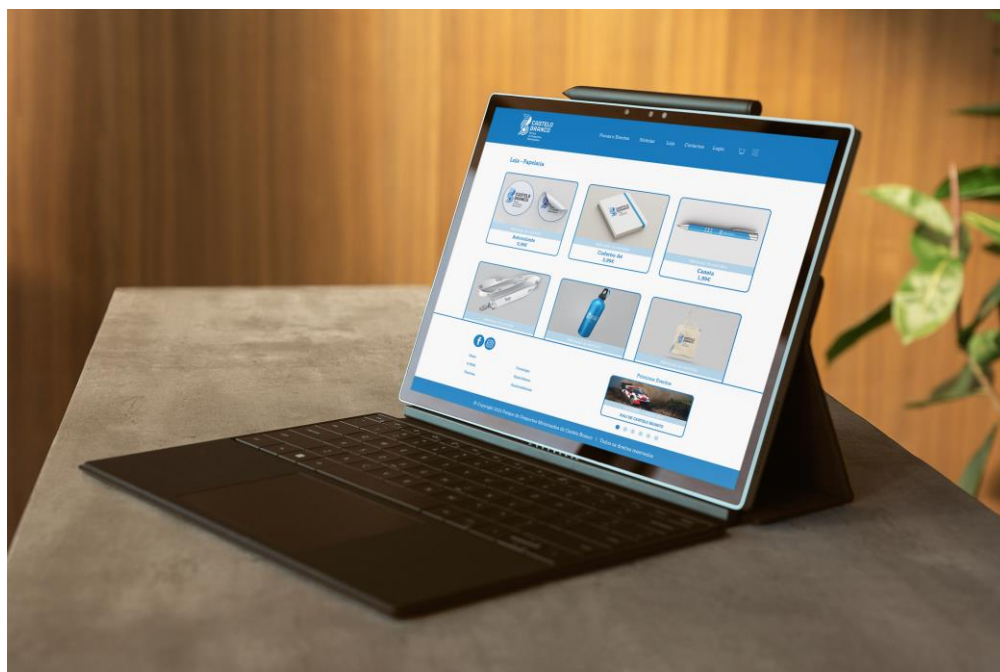


Figura 222 – Página “Loja - Categorias” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

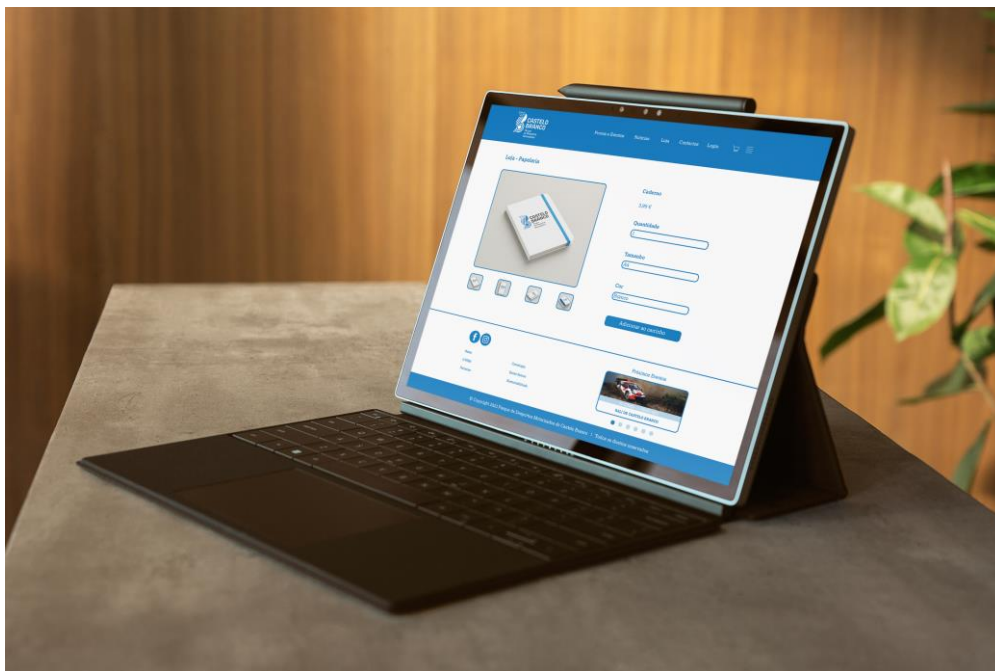


Figura 223 – Página “Loja - Produto em específico” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

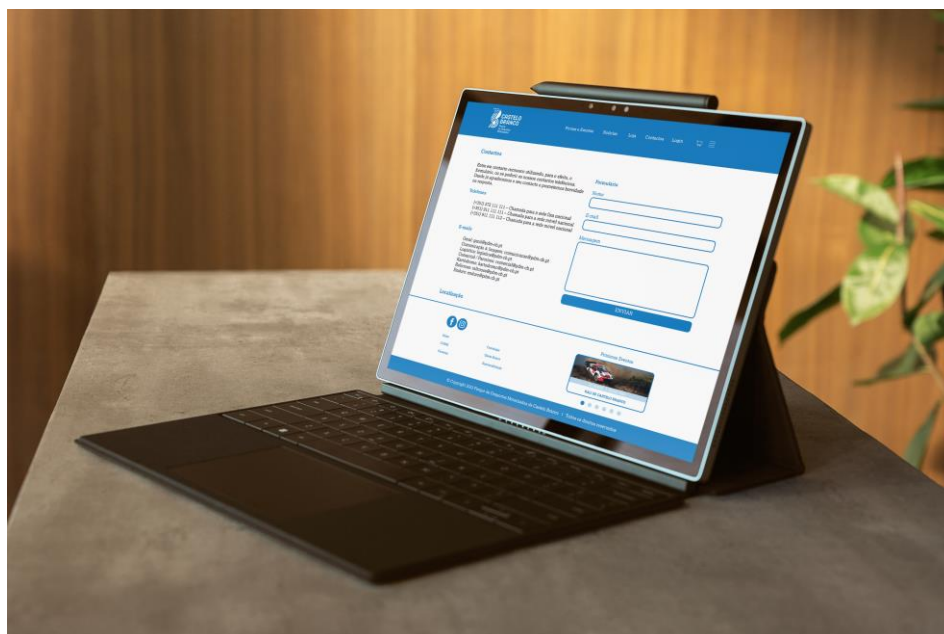


Figura 224 – Página “Contactos” do mockup do website criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

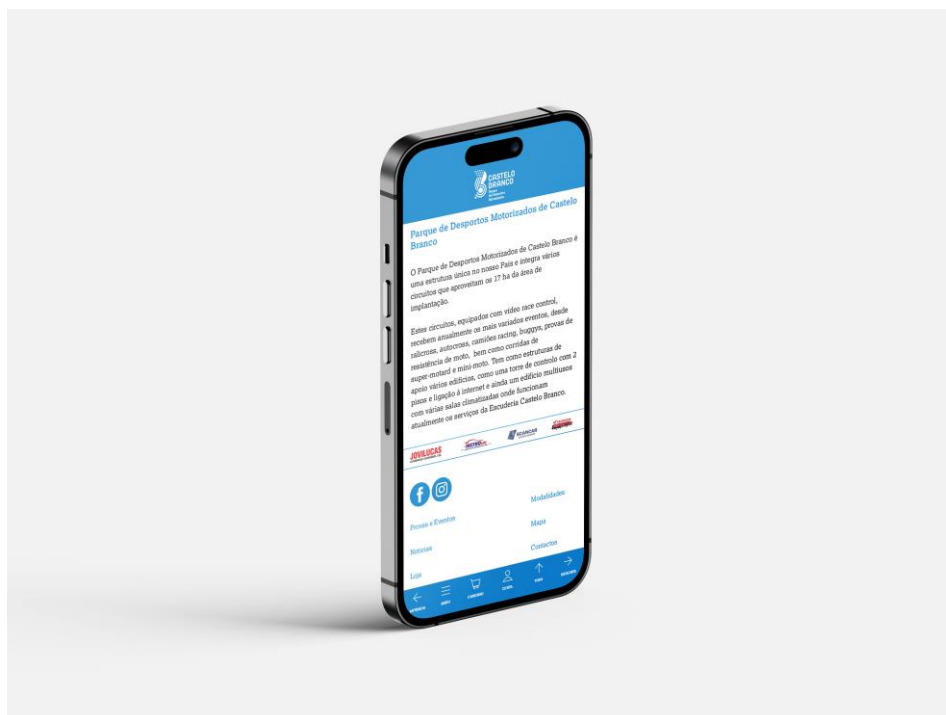


Figura 225 – Página “Inicio” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

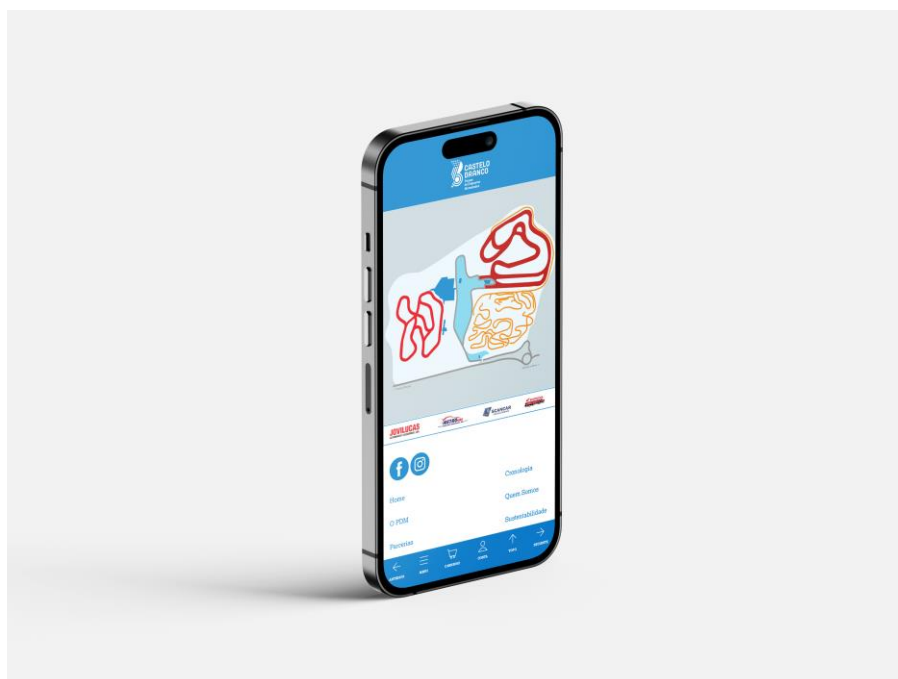


Figura 226 – Página “Mapa” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

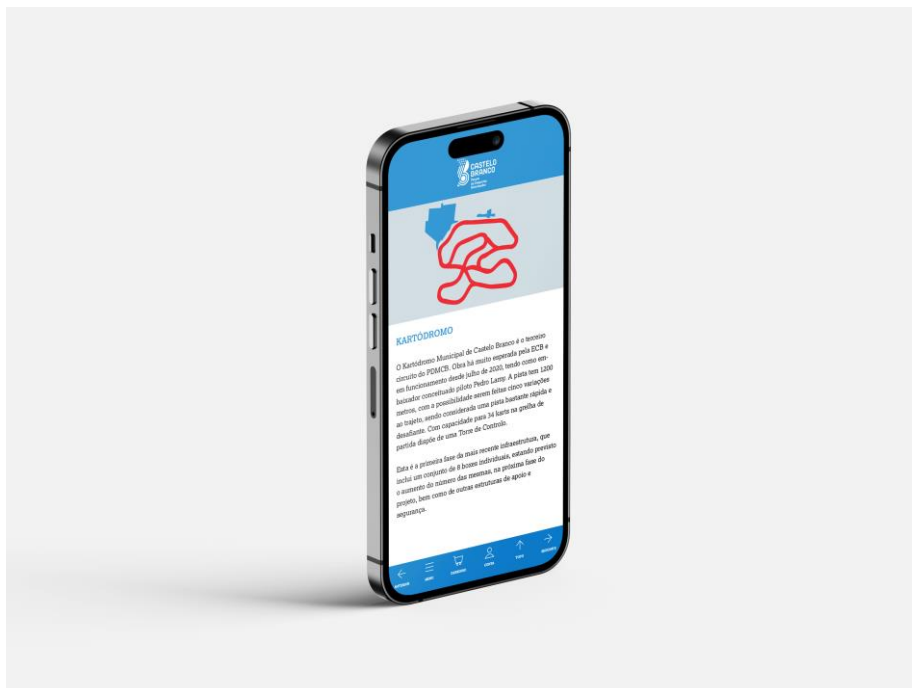


Figura 227 – Página “Mapa - Circuito” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

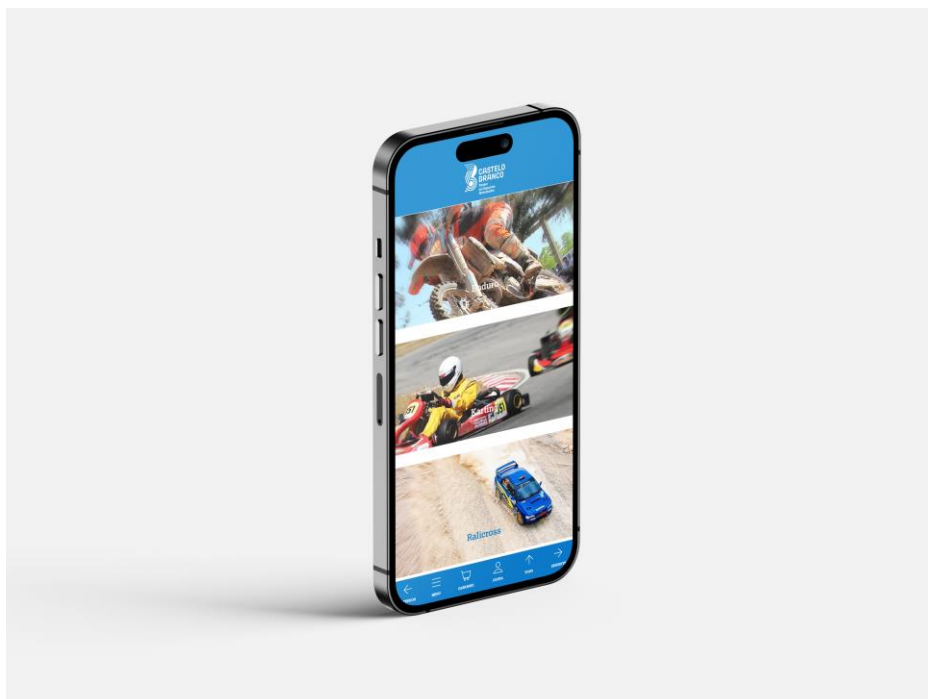


Figura 228 – Página “Provas e Eventos - Calendário” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

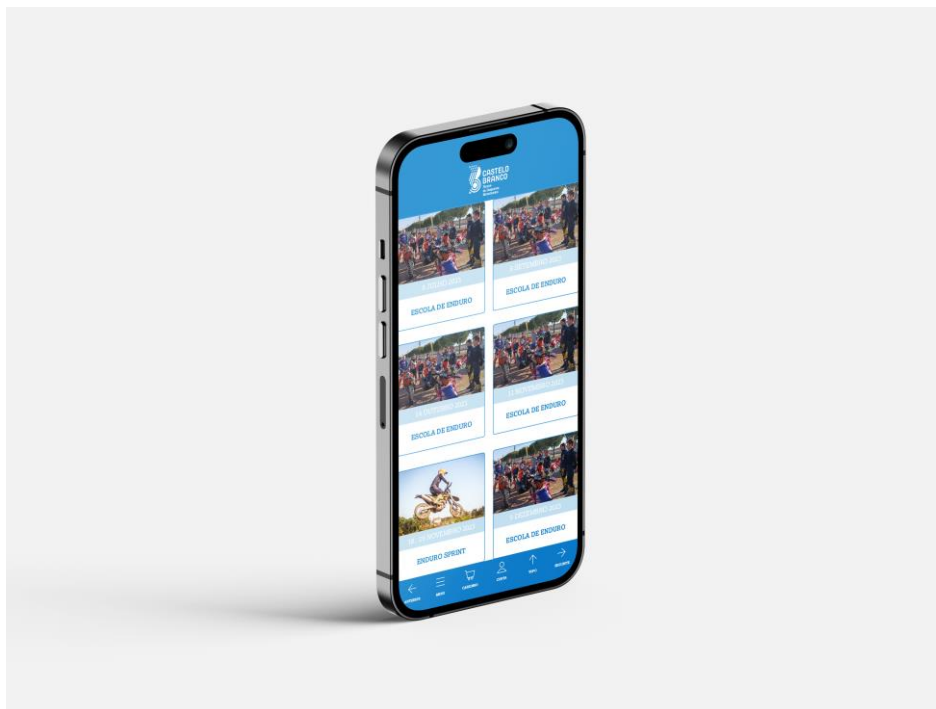


Figura 229 – Página “Provas e Eventos - Calendário da modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

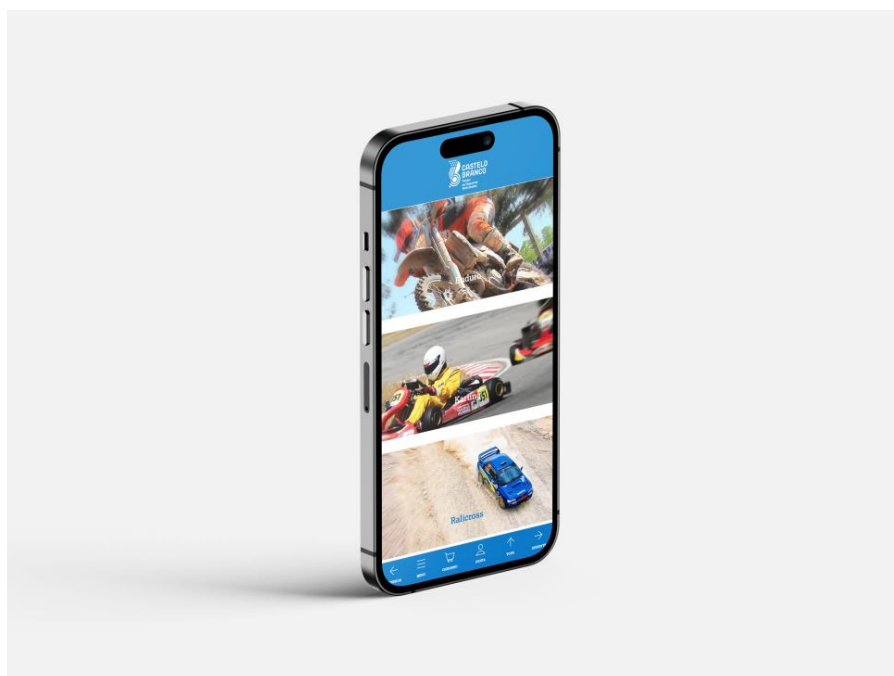


Figura 230 – Página “Provas e Eventos - Resultados” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

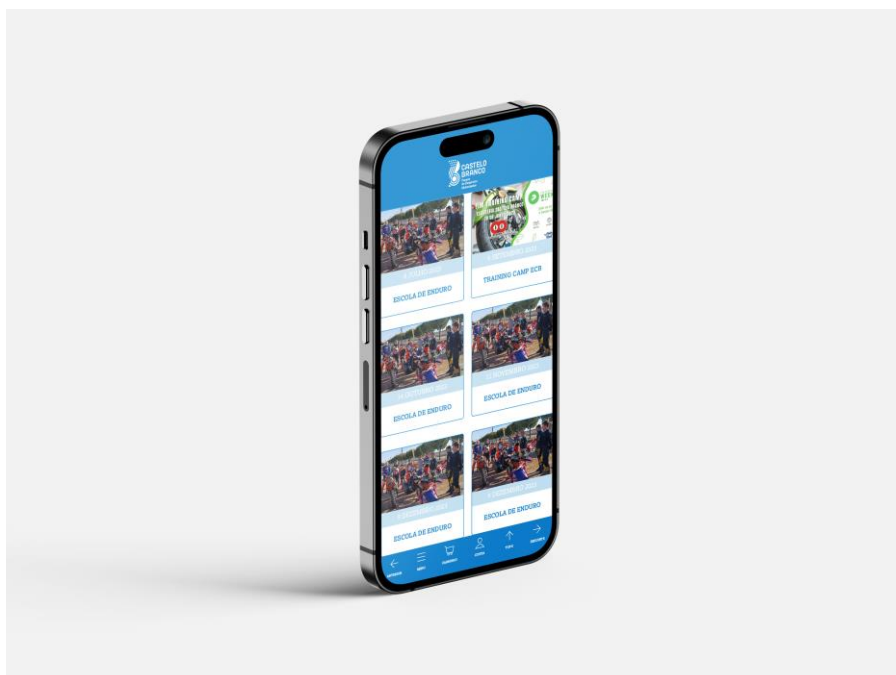


Figura 231 – Página “Provas e Eventos - Resultados da modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

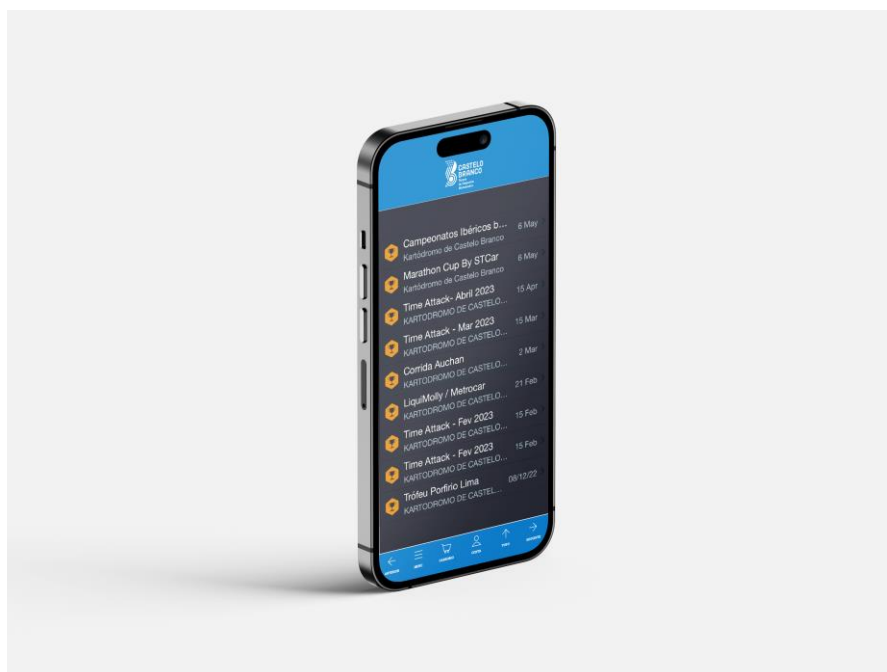


Figura 232 – Página “Provas e Eventos - Resultados do evento” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

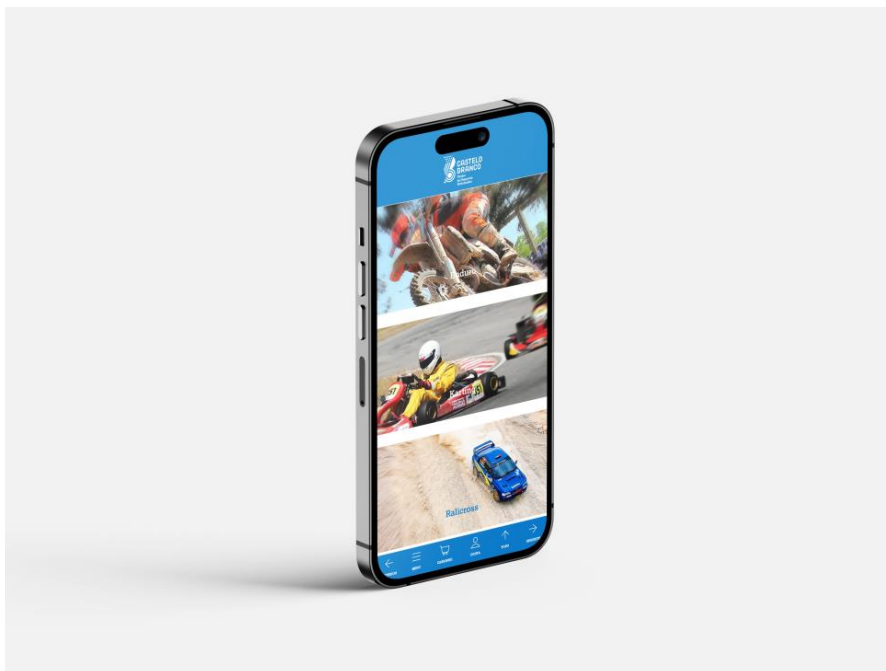


Figura 233 — Página “Notícias” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

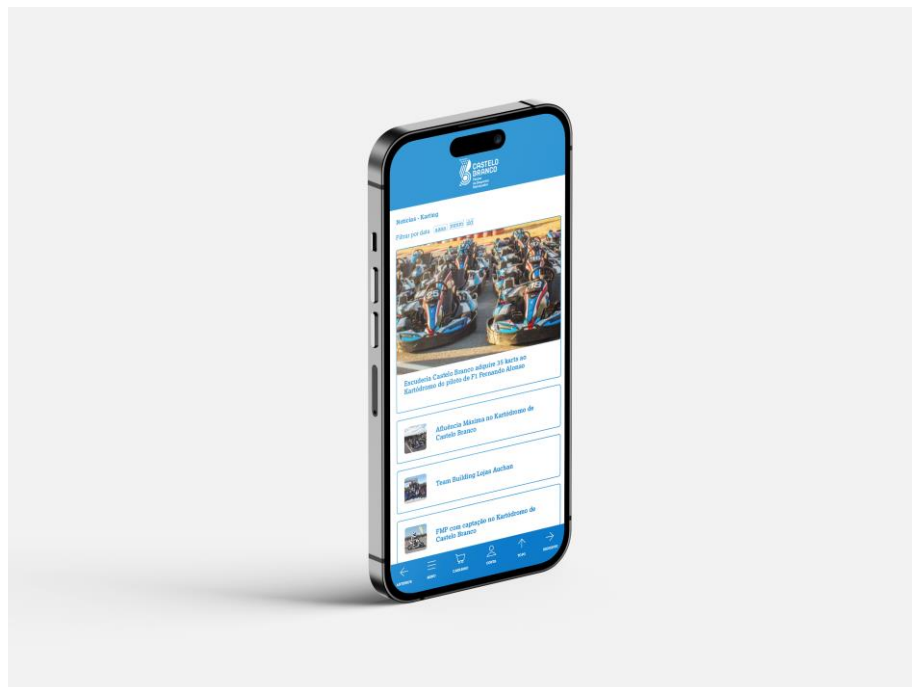


Figura 234 — Página “Notícias por modalidade” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

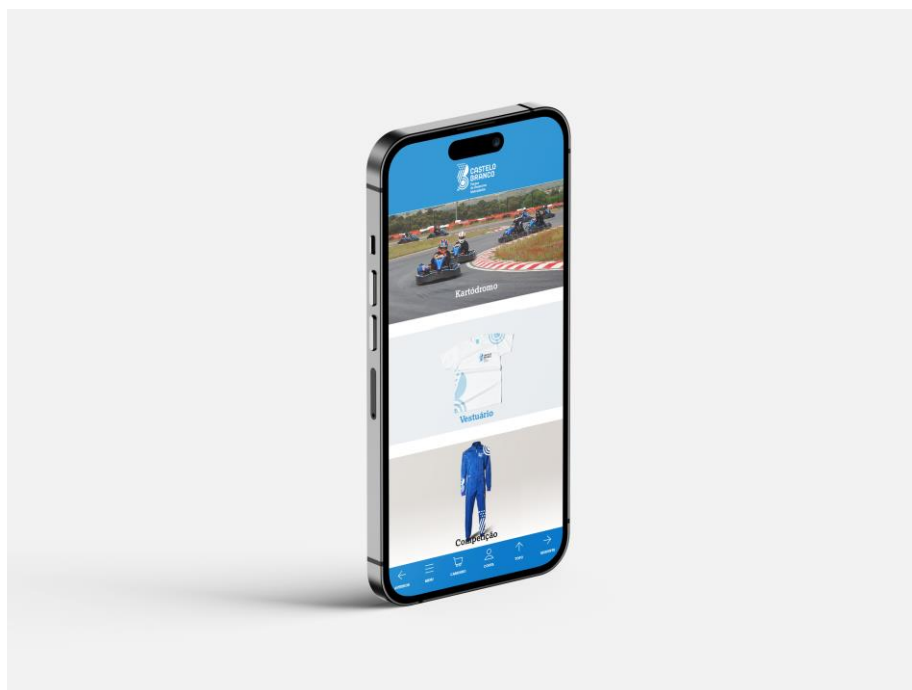


Figura 235 — Página “Loja” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

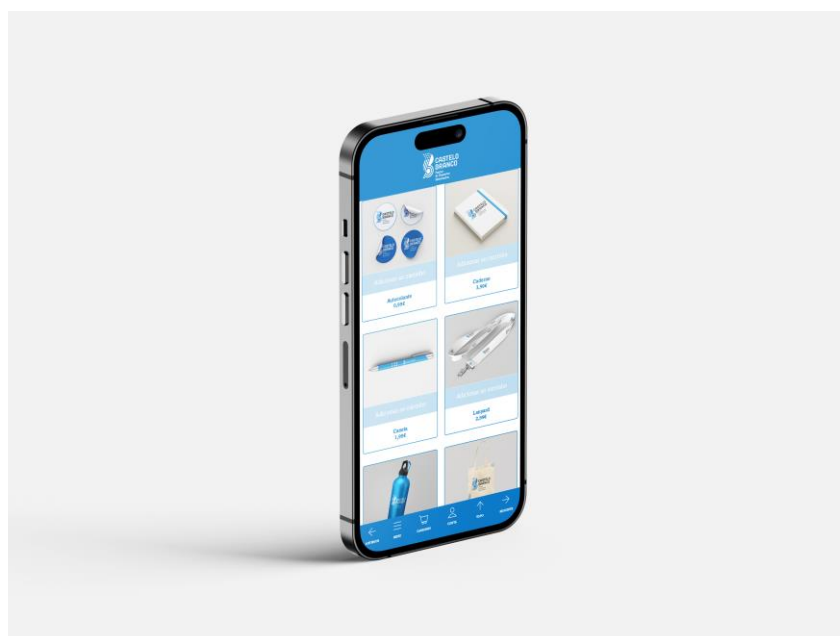


Figura 236 — Página “Loja - Produtos de uma categoria” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

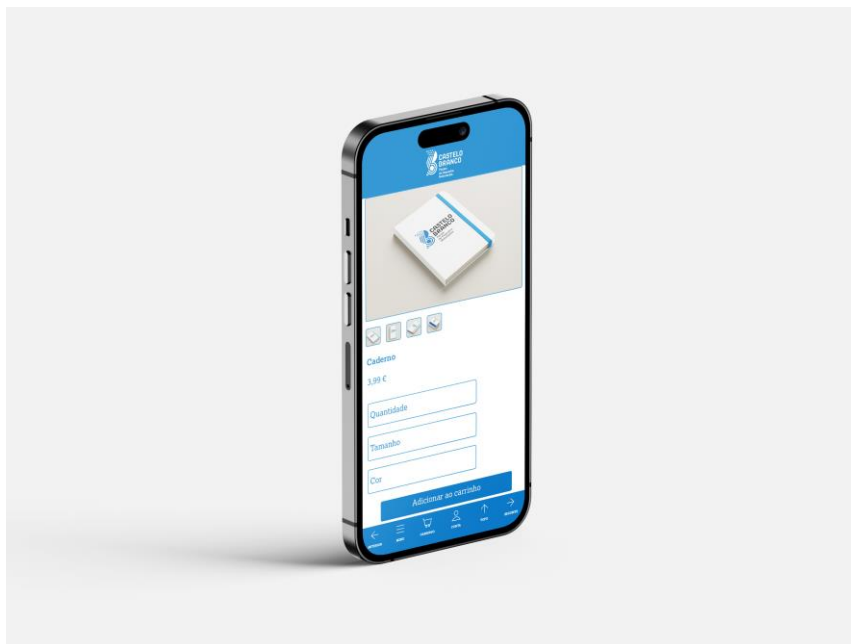


Figura 237 – Página “Loja - Produto em específico” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

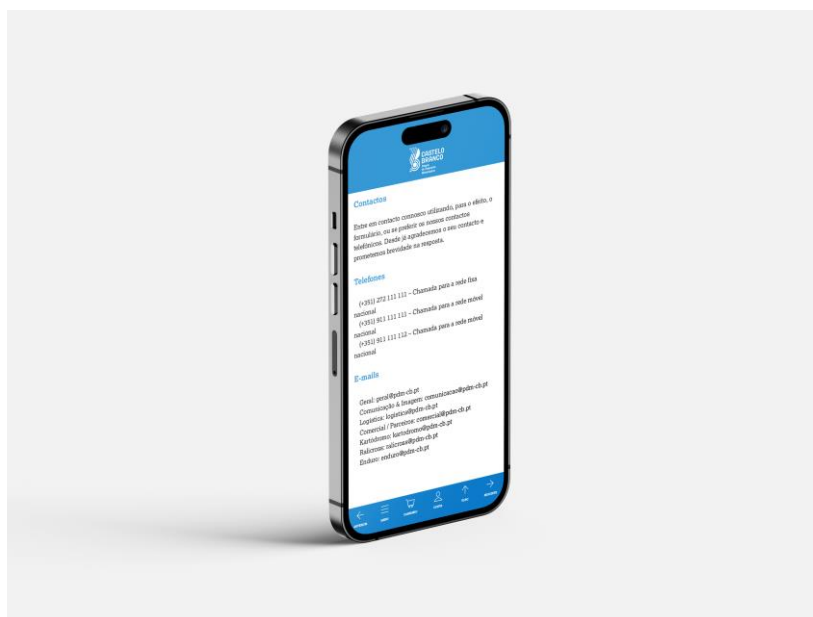


Figura 238 – Página “Contactos” do mockup da APP criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.3.4 Sistema de informação e orientação

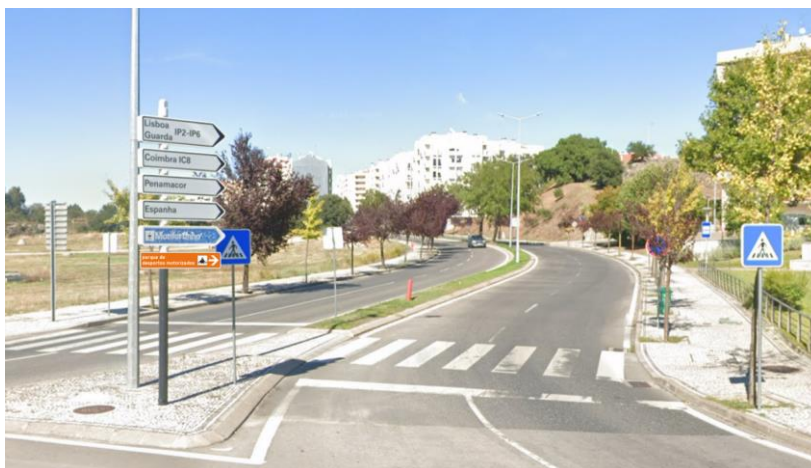


Figura 239 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na Rotunda Europa. (Fonte: Autora)



Figura 240 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na Avenida de Espanha. (Fonte: Autora)



Figura 241 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco após a saída da A23. (Fonte: Autora)

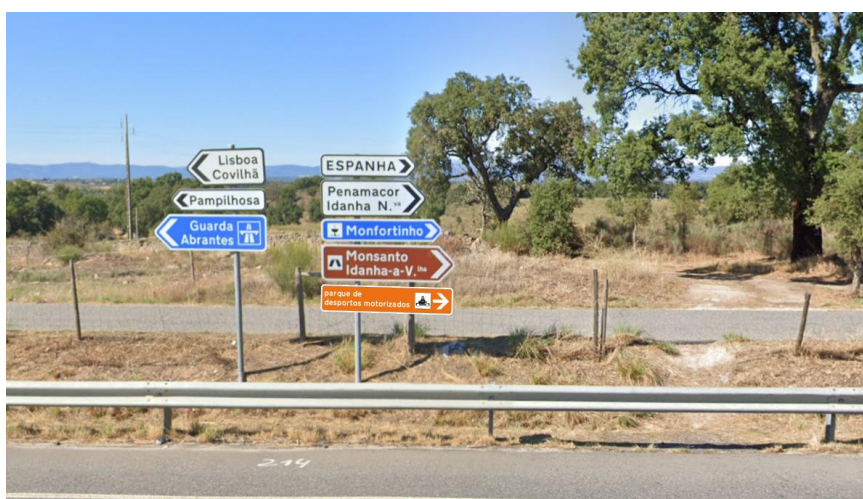


Figura 242 — Mockup da sinalização vertical do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco na N333. (Fonte: Autora)



Figura 243 – Mockup do painel informativo da entrada do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 244 – Mockup da sinalização vertical de alguns serviços e do Paddock do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

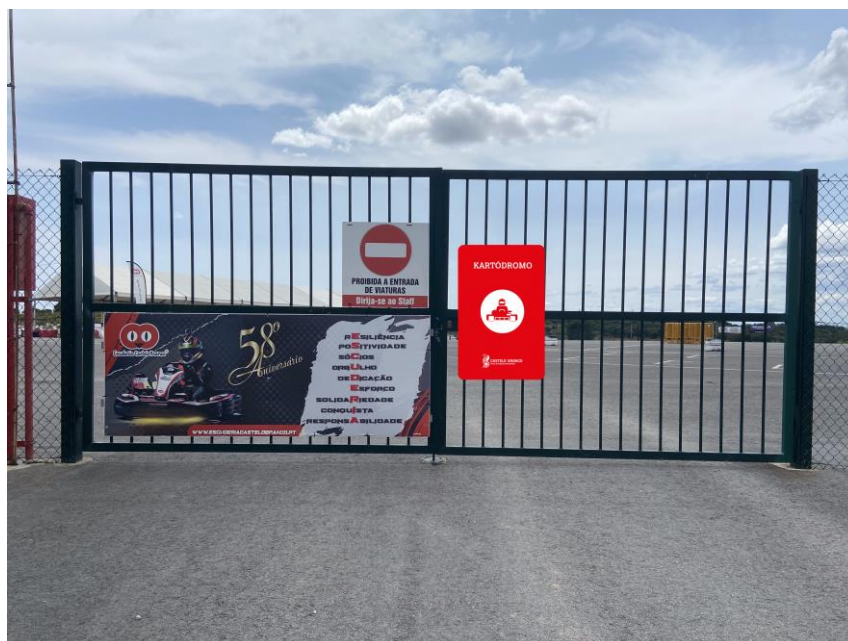


Figura 245 – Mockup do painel informativo da entrada do Kartódromo do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 246 – Mockup da sinalização vertical de alguns serviços e da Lavagem do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 247 — Mockup do painel informativo do WC / Balneários do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 248 — Mockup do painel informativo da Pista de Ralicross do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 249 – Mockup do painel informativo dos escritórios da Escuderia Castelo Branco do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 250 – Mockup do painel informativo da Escola de Enduro do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 251 – Mockup da sinalização vertical de eventos do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

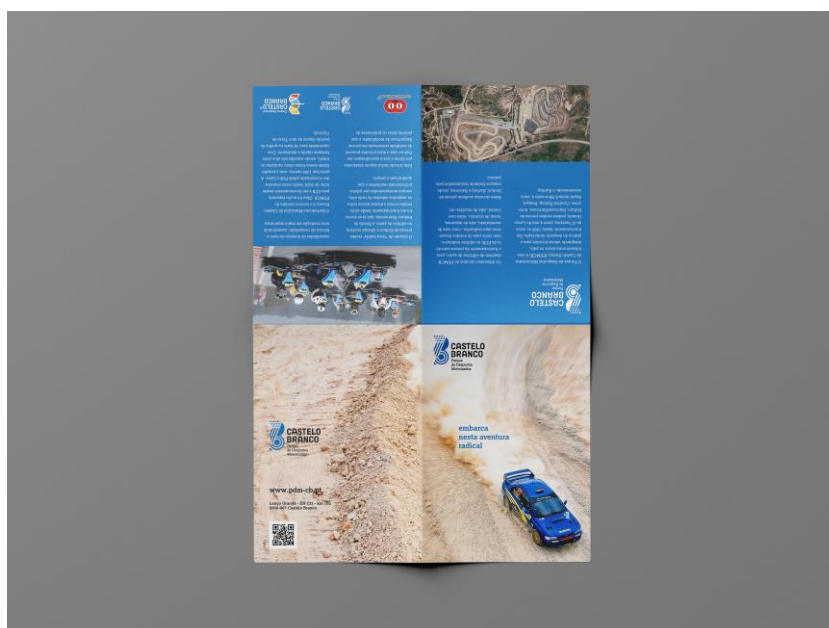


Figura 252 – Mockup da frente do mapa desdobrável do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 253 – Mockup do verso do mapa desdobrável do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

6.3.5 Merchandising



Figura 254 – Mockup da roulotte do Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 255 — Mockup dos autocolantes criados para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 256 — Mockup do boné criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 257 e 258 — Mockup da t-shirt criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 259 e 260 — Mockup do polo criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 261 – Mockup do casaco criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 262 – Mockup da camisola criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 263 e 264 – Mockup da t-shirt dos colaboradores da Escuderia Castelo Branco criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 265 e 266 – Mockup da t-shirt dos colaboradores da Escola de Enduro criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 267 e 268 – Mockup da t-shirt dos colaboradores do Kartódromo de Castelo Branco criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 269 e 270 – Mockup da t-shirt dos colaboradores da Pista de Ralicross criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 271 – Mockup do tote bag criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



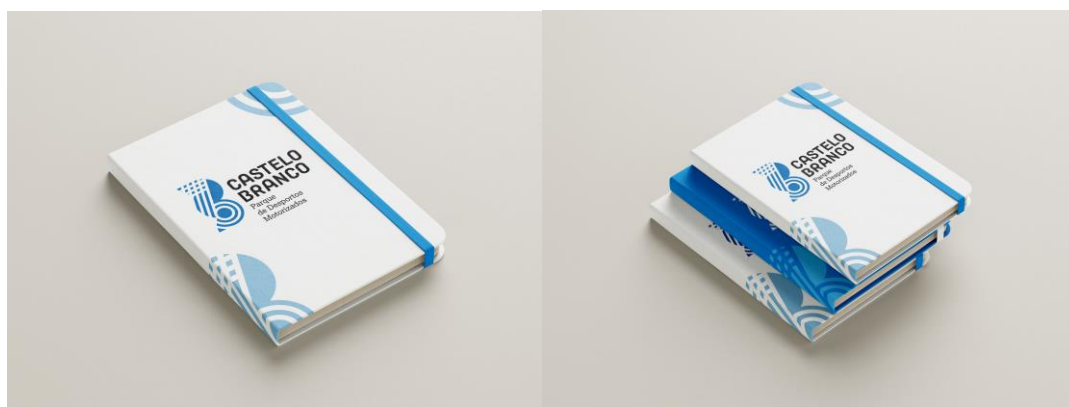
Figura 272 — Mockup do saco de papel criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 273 — Mockup da garrafa criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 274 – Mockup da caneta criada para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 275 e 276 – Mockup do caderno criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 277 – Mockup do lanyard criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 278, 279 e 280 – Mockup do capacete de Karting e Ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 281 – Mockup do capacete de Enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 282 e 283 – Mockup do fato de competição de Karting criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 284 e 285 – Mockup do fato de competição de Ralicross criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 286 — Mockup do fato de competição de Enduro criado para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 287 e 288 — Mockup das luvas de competição de Karting e Ralicross criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 289 – Mockup das luvas de competição de Enduro criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figuras 290 e 291 – Mockup das botas de competição de Karting e Ralicross criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)



Figura 292 – Mockup das botas de competição de Enduro criadas para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco. (Fonte: Autora)

CAPÍTULO VII - Conclusão

Este projeto foi realizado no âmbito da unidade curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual da licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, cuja unidade curricular permitiu utilizar todas as competências adquiridas ao longo de toda a licenciatura na área do Design de Comunicação. A associação escolhida para intervenção foi a Escuderia Castelo Branco, que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, que tinha como problemas a ausência de uma marca gráfica e de uma eficaz transmissão de comunicação perante o público.

Verificou-se que a elaboração do enquadramento teórico revelou ser uma mais-valia para a criação e estruturação de todo o projeto, devido à definição das áreas de atuação. Verificou-se também essencial identificar quem é a Escuderia Castelo Branco, a associação que gere o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, e em que áreas atua. Foi também possível identificar as falhas da associação a nível de comunicação e como poderiam ser resolvidas no projeto a desenvolver.

Além disso, com a análise do estudo de casos foi possível identificar também como estas associações atuam perante o público, e como poderia o PDMCB distinguir-se dos demais estudos de casos.

Assim, foi possível criar a marca gráfica para o Parque de Desportos Motorizados de Castelo Branco, bem como para as sub-áreas do PDM. Foi possível criar também uma sinalética, além de uma estratégia de comunicação eficiente devido à uniformização de todos os meios de comunicação utilizados.

Em suma, foram cumpridos todos os objetivos propostos e, à medida que se realizava o projeto surgiram diversos desafios que foram ultrapassados devido à aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura.

Bibliografia

Ambiente Portugal. (s.d.). *SOGILUB Lda*.
<https://www.ambienteportugal.pt/company/sogilub-lda>

Araújo, L., Correa, F., & Leal, M. L. (s.d.). Coroa de louros de Camões. *Tribuo*.
<https://tribuo.wordpress.com/2017/05/24/coroa-de-louros-de-camoes/>

Associação Portuguesa de Segurança. (2018, setembro). *SISTEMAS DE ORIENTAÇÃO PARA CAMINHOS DE EVACUAÇÃO DE SEGURANÇA (SOCES)*.
[https://www.apsei.org.pt/media/recursos/documentos-apsei/fichas-tecnicas-apsei/Ficha T cnica 61.pdf](https://www.apsei.org.pt/media/recursos/documentos-apsei/fichas-tecnicas-apsei/Ficha_Tecnica_61.pdf)

Autódromo Internacional do Algarve. (s.d.). *O complexo*.
<https://autodromodoalgarve.com/pt/the-park/>

Autódromo Internacional do Algarve. (s.d.). *Sobre o AIA*.
<https://autodromodoalgarve.com/pt/sobre-o-aia/>

Automóvel Club de Portugal. (s.d.). *Revista ACP Edição impressa*.
<https://www.acp.pt/o-clube/revista-acp/revista-acp-edicao-impressa>

Automóvel Clube de Portugal (2021, abril). *Novas delegações ACP em Lisboa (Parque das Nações) e Coimbra*. <https://www.acp.pt/o-clube/revista-acp/noticias-do-clube/detalhe/novas-delegacoes-acp-em-lisboa-parque-das-nacoes-e-coimbra>

Automóvel Clube de Portugal. (s.d.). *Contactos*. <https://www.acp.pt/o-clube/institucional/contactos>

Automóvel Clube de Portugal. (s.d.). *Estatutos*. <https://www.acp.pt/o-clube/institucional/estatutos>

Automóvel Clube de Portugal. (s.d.). *História*. <https://www.acp.pt/o-clube/institucional/historia>

Automóvel Clube de Portugal. (s.d.). *Sobre o ACP*. <https://www.acp.pt/o-clube/institucional/sobre-o-acp>

Bacelar, R. (2022, janeiro). *As 10 redes sociais mais usadas em Portugal em 2022*. <https://4gnews.pt/redes-sociais-mais-usadas/>

Bernstein, D. (1986). *Company Image and Reality: A critique of corporate communications*. Holt Rinehart & Winston.

Bueno, W. (2002). Comunicação e gestão empresarial: cenários contemporâneos. *Communicare*, 2(1), 84-91.

Business Dictionary. (s.d.). *Integrated marketing communications (IMC)*. <https://web.archive.org/web/20200929005906/https://www.businessdictionary.com/definition/integrated-marketing-communications-IMC.html>

Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*. John Wiley & Sons.

Câmara Municipal de Castelo Branco. (s.d.). *Caderno de Normas*. <https://www.cm-castelobranco.pt/media/6633/castelo-branco- sistema-identidade-visual.pdf>

Câmara Municipal de Castelo Branco. (s.d.). *Parque de Desportos Motorizados*. <https://www.cm-castelobranco.pt/municipe/areas-de-acao/desporto-lazer/desportos-motorizados/>

Câmara Municipal de Castelo Branco. (s.d.). *Rota Radical*. https://www.cm-castelobranco.pt/media/9829/2_radical.pdf

Carrega, J. (2020). *55 Anos Escuderia Castelo Branco - Apontamentos* (1, 1). RVJ, Editores, Lda.

Demoporto. (s.d.). *Contactos*. <https://www.demoporto.com/index.php/com-eflp-menu/2014-03-12-15-59-1>

Demoporto. (s.d.). *Historial*. <https://www.demoporto.com/index.php/com-eflp-menu/sobre-nos/features>

Dias, E., & Lusa. (2021, julho). *Karting: Kartódromo de Castelo Branco recebeu oito mil visitas no primeiro ano*. <https://www.futebol365.pt/artigo/263556-karting-kartodromo-de-castelo-branco-recebeu-oito-mil-visitas-no-primeiro-ano/>

Dowling, G. (1994). *Corporate Reputations: Strategies for developing the corporate brand*. Kogan Page.

Duncan, T., & Caywood, C. (1996) The concept, process, and evolution of integrated marketing communications. Em Thorson, E. & Moore, J. (Eds.), *Integrated Communication: Synergy of Persuasive Voices* (pp. 13-34). Lawrence Erlbaum.

Escuderia Castelo Branco. (2021, agosto). *Parque de Desportos Motorizados*. <https://escuderiacastelobranco.pt/parque-de-desportos-motorizados/>

Escuderia Castelo Branco. (2021, maio). *António Sequeira reeleito presidente da Escuderia Castelo Branco*. <https://escuderiacastelobranco.pt/antonio-sequeira-reeleito-presidente-da-escuderia-castelo-branco/>

Escuderia Castelo Branco. (2021, março). *A história*. <https://escuderiacastelobranco.pt/a-historia/>

Escuderia Castelo Branco. (2021, março). *Ambiente*. <https://escuderiacastelobranco.pt/ambiente/>

Escuderia Castelo Branco. (2021, março). *O Acelera*. <https://escuderiacastelobranco.pt/noticias-ecb/press-center/>

Escuderia Castelo Branco. (2021, setembro). *Kartódromo de Castelo Branco recebe 48 pilotos para troféu de sucesso*. <https://escuderiacastelobranco.pt/kartodromo-de-castelo-branco-recebe-48-pilotos-para-trofeu-de-sucesso/>

Escuderia Castelo Branco. (2022, dezembro). *Fábio é 3º no X-Trophy Coruche* // 2022. <https://escuderiacastelobranco.pt/fabio-e-3o-no-x-trophy-coruche-2022/>

Escuderia Castelo Branco. (2022, maio). *Rali de Castelo Branco com muitas novidades*. <https://escuderiacastelobranco.pt/rali-de-castelo-branco-com-muitas-novidades/>

Escuderia Castelo Branco. (2022, novembro). *Troféu Porfírio Lima*. <https://escuderiacastelobranco.pt/tpl22/>

Escuderia Castelo Branco. (2023, abril 6). *Na sequência do contínuo trabalho, na preservação do meio ambiente, a Escuderia Castelo Branco acaba de obter certificação da Sogilub* [Imagem anexada] [Estado atualizado]. Facebook. https://facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid04qGDamBW4i2wXc2h8gTFkoNYg3LFqJ17oAgie78SjtLBdDhHPdeFFX7scEDGcFTSl&id=249082804766

Escuderia Castelo Branco. (2023, fevereiro). *O Time Attack está de regresso!*. <https://escuderiacastelobranco.pt/time-attack-2023/>

Escuderia Castelo Branco. (s.d.). *Escuderia Castelo Branco*. <https://escuderiacastelobranco.pt/>

F1 Fansite. (s.d.). *Layout e registros do Autódromo do Estoril*. <https://www.f1-fansite.com/pt/circuitos-f1/registros-de-layout-do-autodromo-do-estoril/>

FMP Press. (2019, junho). *CNSM: Aparição nocturna em Fátima*. <https://www.fmp.pt/noticias/supermoto/cnsm-aparicao-nocturna-em-fatima/13205/>

Fundação Nacional da Qualidade. (2018). *Comunicação organizacional* (34). https://fnq.org.br/comunidade/wp-content/uploads/2018/12/n_34_comunicacao_organizacional.pdf

Funpark. (2022, setembro). *Conhece a história por detrás do logo Funpark !*. <https://funpark.pt/a-historia-por-detras-do-logo-funpark/>

Funpark. (s.d.). *Contactos*. <https://funpark.pt/contactos/>

Funpark. (s.d.). *Quem somos*. <https://funpark.pt/quem-somos/>

Gibson, D. (2009). *The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places*. New York.

Google Maps. (2010, setembro). *R. João Ferreira*.
<https://www.google.pt/maps/@39.8043612,-8.7941395,3a,75y,339.95h,80.46t/data=!3m6!1e1!3m4!1s3S6JmBf1e8Vfm35S3NmWJg!2e0!7i13312!8i6656>

Google Maps. (2014, maio). *41°10'28.6"N 8°37'04.9"W*.
<https://www.google.com/maps/place/41%C2%B010'28.6%22N+8%C2%B037'04.9%22W/@41.174598,-8.6202177,17z/data=!3m1!4b1!4m4!3m3!8m2!3d41.174598!4d-8.618029>

Google Maps. (2014, novembro). *Estr. Luís Carreira*.
<https://www.google.com/maps/@37.2287761,-8.6315716,3a,19.2y,42.08h,87.03t/data=!3m6!1e1!3m4!1sPdzt5h9W0mOg-rdbvGULGg!2e0!7i13312!8i6656?hl=pt-PT>

Google Maps. (2014, outubro). *Fátima, Santarém*.
<https://www.google.com/maps/@39.5643961,-8.6462603,3a,46.8y,93.3h,92.39t/data=!3m6!1e1!3m4!1sXFeeEUhh6bflajM31q7EpA!2e0!7i13312!8i6656>

Google Maps. (2014, outubro). *Fátima, Santarém*.
https://www.google.com/maps/@39.5647968,-8.6439485,3a,75y,95.67h,89.66t/data=!3m6!1e1!3m4!1s6QCU_ZQ9sePLmAv1skZfjA!2e0!7i13312!8i6656

Google Maps. (2019, novembro). *Alcabideche, Lisboa*.
<https://www.google.pt/maps/@38.7497857,-9.3919784,3a,24.2y,283.71h,88.95t/data=!3m6!1e1!3m4!1sdlwMhCTuQwM3MgbA8ITPvA!2e0!7i16384!8i8192>

Google Maps. (2022, setembro). N233.
https://www.google.pt/maps/@39.8609803,-7.4555257,3a,40y,306.69h,88.4t/data=!3m6!1e1!3m4!1sz2ve5Tq3eOFy_OoMKjxBDA!2e0!7i16384!8i8192?entry=ttu

Google Maps. (2023, março). *Rallye Verde Pino*.
<https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1bJyEGtglLhJpusagHzZ0F3EaXAUV5p0&ll=39.72916642731069%2C-8.88911095469785&z=12>

Guia Empresas. (s.d.). *Reviews of ACP - Delegação do Porto - Sede. (Outro) in Porto (Porto)*. <https://guiaempresas.pt/outro/porto/acp-delegacao-do-porto-sede/>

Kapferer, J. (2008). *The New Estrategic Brand Management*. Kogan Page.

Kliatchk, J. (2005). Towards a new definition of Integrated Marketing Communications (IMC). *International Journal of Advertising*, 24(1), pp. 7-34.

Kunsch, M. (2003). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. Summus.

Lifecooler. (s.d.). *Kartódromo Internacional de Leiria*.
<https://lifecooler.com/artigo/atividades/kartodromo-internacional-de-leiria/353750/>

Lima, R. C. (2008). Otto Neurath e o legado do ISOTYPE. *Infodesign*, 5(2), 36-49.
https://infodesign.emnuvens.com.br/public/journals/1/No.2Vol.5-2008/ID_v5_n2_2008_36_49_Lima.pdf

Loureiro, N. (2022, dezembro). *Autódromo Internacional do Algarve teve mais de um milhão de visitantes*. <https://barlavento.sapo.pt/desporto/autodromo-internacional-do-algarve-teve-mais-de-um-milhao-de-visitantes>

Martins, C. M. S. S. F. (2013). *Bar – Escuderia Castelo Branco [Dissertação de mestrado, IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco]*. Repositório IPCB.
https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2087/1/TM_CRISTINA_MARTINS.pdf

Motor Clube do Estoril. (s.d). *Motor Clube do Estoril*. <https://mcestoril.pt/>

Neves, J. (2007). *Pictografia*. Portal das Artes Gráficas.
<https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2100/1/pictografia.pdf>

Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria. (s.d.). *Núcleo de Desportos Motorizados de Leiria*. <https://www.ndml.pt/>

Olins, W. (1995). *The new guide to identity - How to create and sustain change through managing identity*. Gower Pub Co.

Peón, M. L. (2009). *Sistemas de Identidade Visual*. 2AB.

Pimentel, I. (2021, junho). *Quais os benefícios da comunicação integrada?*.
<https://comunicacaointegrada.com.br/comunicacao-integrada-do-conceito-a-pratica>

Rampa de Boticas. (2022). *Documentos oficiais*. <https://rampa-boticas.webnode.pt/docs-oficiais-prova/>

Raposo, D. (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa*. Edições IPCB.

Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2014). SWOT Analysis. Em T. Sammut-Bonnici, & D. Galea (Eds.), *Wiley Encyclopedia of Management* (3, 12). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>

Sequeira, A. (2013, fevereiro). *Identidade Visual*.
https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/1780/1/PP_ArmindaSequeira_2013.pdf

Turismo do Centro de Portugal. (2022, junho). *Rali de Castelo Branco*.
<https://turismodocentro.pt/evento/rali-de-castelo-branco/>

Van Riel, C.B.M. (1995). *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall.

Vila Vita Parc. (s.d.). *Algarve Motorsports*.
<https://vilavitaparc.com/en/experiences/algarve-motorsports>

Vilar, E. T. (2006). *Imagem da Organização – O que é?*. Quimera.