



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação
e Relações Públicas

Vera Mónica Pires Marques
janeiro | 2013

Ficha de Identificação

Nome: Vera Mónica Pires Marques

Número de Aluno: 500 6877

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Ano: 3º

Nome da Organização: Puro *Design*

Morada: Largo Frei Pedro nº 38 - 1º Andar, 6300-711

Localidade: Guarda

Telefone: 271 238 027

Telemóvel: 92 58 22 737

Email: edgarsilva@puro.pt

Início do Estágio Curricular: 6 de agosto

Fim do Estágio Curricular: 6 de novembro

Nome do Supervisor na Organização: Edgar Alexandre Monteiro da Silva

Grau Académico: Pós-Graduação em *Design* Gráfico

Orientador: Carlos Jorge Gonçalves Brigas

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda, mais propriamente à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto pois, foi nesta que realizei todo o meu percurso académico que estou prestes a concluir. A todos os professores que contribuíram para a minha formação, transmitindo-me um vasto leque de conhecimentos e experiências. Ao orientador pela sua disponibilidade e preceptivas observações e sugestões que enriqueceram o meu relatório.

Os meus agradecimentos especiais ao Atelier Puro *Design*, que me acolheu nas suas instalações, dando-me a oportunidade de aplicar os meus conhecimentos, e principalmente por aqueles que me transmitiu posteriormente.

Aos meus pais, avós e irmão pelo apoio incondicional manifestado desde sempre e, por último, a todos os meus amigos que me acompanharam e apoiaram nesta jornada.

A todos um muito Obrigado!

Resumo

O estágio curricular foi desenvolvido no âmbito do Curso de Comunicação e Relações Públicas, lecionado no Instituto Politécnico da Guarda. Por sua vez, este foi realizado numa empresa privada, no Atelier Puro *Design* também sediado na cidade da Guarda. Teve como principal objetivo complementar a minha formação académica através do exercício de tarefas e funções práticas no âmbito do *design* de comunicação, mais propriamente no *design* gráfico e no *design* multimédia, proporcionando-me assim uma aprendizagem de competências profissionais num contexto real de trabalho.

Quanto ao trabalho desenvolvido ao longo deste trimestre, foram várias as atividades elaboradas, das quais destaco a criação de uma nova imagem para uma nova empresa, desde o seu logótipo, estacionário, manual de normas, cartão-de-visita e vitrinas, assim como cartazes para uma imensa panóplia de eventos, na sua maior parte dirigidos para a cidade da Guarda, a autoria de DVD's relativos a eventos sociais, *banners* publicitários, *outdoors*, papéis de parede, *newsletters*, portefólios e aplicações de vinil.

Em suma, tratou-se de uma experiência bastante gratificante, onde pude tomar contato direto com o mundo do trabalho nesta área, onde conheci profissionais excecionais e sobretudo, adquiri novos conhecimentos.

Palavras-chave: comunicação, *design* gráfico, imagem, multimédia

Índice

Introdução.....	10
CAPÍTULO I – A Empresa	11
1.1. Factos Relevantes do Atelier Puro <i>Design</i>	12
1.2. Estrutura Orgânica.....	13
1.3. Missão.....	15
1.4. Princípios.....	15
1.5. Análise SWOT.....	15
1.6. Imagem e Identidade Corporativa	18
1.7. Responsabilidade Social	20
1.8. Relações Públicas	21
1.8.1. Comunicação Interna.....	22
1.8.2. Comunicação Externa.....	23
CAPÍTULO II – O Estágio	25
2.1. Objetivos.....	26
2.2. Metodologia e Técnicas.....	27
2.3. Atividades Realizadas.....	29
2.3.1. Câmara Municipal da Guarda	29
2.3.2. Associação Comercial, Industrial e Serviços de Castelo Branco	30
2.3.3. Aldeia Velha - Capeia 2010.....	31
2.3.4. Café Cafeína	31
2.3.5. Quinta das Laranjeiras	32
2.3.6. Catedral Café	32
2.3.7. Atelier Puro <i>Design</i>	33
2.3.8. Cleópatra – Centro Estético	33
2.3.9. D`esigual.....	34
2.3.10. Núcleo Empresarial da Região da Guarda.....	34
2.3.10.1. Mercado Usado.....	34
2.3.10.2. Agita Guarda	35

2.3.10.3. Douro e Estrela.....	36
2.3.11. REMOD.....	37
2.3.12. Flor Beira Garden.....	37
2.3.13. Restaurante Marisqueira Sardinha.....	37
2.3.14. Outras Atividades Realizadas.....	38
2.3.14.1. <i>Fisio Plus</i>	38
2.3.14.2. Pedrasina – Equipamento, Mobiliário e Serviços.....	38
2.3.14.3. <i>30 School Dance</i>	39
2.4. Propostas.....	39
2.4.1. Base de Dados.....	39
2.4.2. <i>Press Book</i>	40
2.4.3. Manual de Acolhimento.....	40
2.4.4. Maior Divulgação da Identidade Corporativa.....	41
2.4.5. <i>Banner</i>	42
Reflexão Final.....	43
Bibliografia.....	45

Anexos

Índice de Figuras

Figura 1 - Organograma do Atelier Puro <i>Design</i>	14
Figura 2 - Logótipo do Atelier Puro <i>Design</i>	19
Figura 3 - Fases da Metodologia Projetual.....	28
Figura 4 - Estrutura seguida na elaboração das autorias dos DVDs.....	31

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Análise SWOT do Atelier Puro <i>Design</i>	16
---	----

Glossário de Termos Técnicos

<i>Banner</i>	Anúncio fixo, animado ou interativo. Forma mais comum utilizada nos dias de hoje na <i>internet</i> para publicitar algo.
<i>Brainstorming</i>	Termo inglês para a reflexão e debate de ideias.
<i>Branding</i>	Ato de dar uma marca a um produto ou serviço.
Diagramação	Paginação.
<i>E-mail</i>	Correio eletrônico.
Estacionário	Conjunto de itens identificadores de uma organização, tais como cartões-de-visita, papel de carta, envelopes, papel de <i>fax</i> , <i>templates</i> de <i>e-mail</i> , de <i>word</i> e <i>excel</i> , entre outros.
<i>Facebook</i>	Rede social.
<i>Feed-back</i>	Comunicação de retorno.
<i>Fitness</i>	Termo associado à prática de atividade física, ao bem-estar físico e mental.
<i>Flyer</i>	Panfleto impresso, habitualmente de uma única página, a ser distribuído mão a mão ou remetido por correio, preparado para anunciar ou promover um evento, novos produtos, saldos, uma liquidação ou oferta especial.
<i>Layout</i>	Esboço da distribuição física de elementos num determinado espaço, como texto, gráficos ou figuras.
<i>Newsletter</i>	Boletim informativo geralmente enviado por correio eletrônico, contendo notícias ou mensagens de interesse especial para um público restrito.
<i>Online</i>	Ligado na <i>internet</i> .
<i>Outdoor</i>	Meio publicitário exterior de grandes dimensões, disposto em locais de grande visibilidade, tais como em painéis, paredes, transportes entre outros.
<i>Packaging Design</i>	Processo de criação das matérias em que os objetos são embalados antes de serem vendidos.
<i>Parents</i>	Pais.
<i>Press-Book</i>	Livro de Imprensa.

Serifas	Pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras.
Silhueta	Sombra de algo, de tamanho miniaturizado.
Site	Conjunto de páginas de informações na <i>internet</i> , sobre um determinado assunto.
Slogan	Frase curta tradutora da filosofia base pela qual uma empresa se rege.
Softwares	Programas de computador.
Storyboard	Sequência de desenhos (tipo banda desenhada) utilizada para descrever o roteiro de um filme, anúncio ou programa de televisão a realizar.
Templates	Modelo da apresentação visual de um documento.
Timigs	Tempo necessário para desenvolver uma determinada ação.
Vectorização	Processo de transformação de uma imagem em vetor, ou seja, em linhas e contornos.
Vinil	Película autocolante (para impressão/recorte, transparente ou microperfurado).
Wallpapers	Papéis de parede.
Web	Sistema de documentos interligados e executados na <i>internet</i> .
Youtube	Portal de vídeos.

Lista de Siglas

- AII** Atenção, Interesse e Informar
- AIIIM** Atenção, Interesse, Informar e Motivar
- CD** *Compact Disc*, em português, Disco Compacto
- D.er** *Designer*
- DVD** *Digital Versatile Disc*, em português, Disco Digital Versátil
- IPG** Instituto Politécnico da Guarda
- Nerga** Núcleo Empresarial da Região da Guarda
- RTP1** Canal 1 - Rádio e Televisão Portuguesa
- SWOT** *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*, ou seja, pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças

Introdução

O presente relatório surge no âmbito da unidade curricular “Projeto/Estágio” enquanto parte integrante do plano de estudos da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, lecionada no Instituto Politécnico da Guarda, adiante *designado* por IPG.

Na fase final do curso, é-nos dada a oportunidade de optar por realizar estágio ou, em alternativa, realizar um projeto. No meu caso, optei pelo estágio, de modo a ampliar as minhas competências de uma forma mais direta e consentânea com a realidade do mercado laboral, em vez do projeto de natureza individual, onde deveria simular uma proposta de relações públicas a uma organização ou delinear a criação de uma nova empresa.

Com a realização deste estágio, os meus principais objetivos eram, sem dúvida, conhecer uma nova realidade para além das salas de aula, observando e participando nas tarefas diárias de um atelier de *design* de comunicação, de modo a aplicar os meus conhecimentos e competências adquiridas ao longo de toda a minha formação académica, tal como traçado no plano de estágio (vide anexo I).

Por conseguinte, com este documento, pretendo demonstrar como foi toda esta experiência, descrevendo todas as atividades desenvolvidas ao longo desta etapa de formação.

O presente relatório de estágio encontra-se organizado em dois capítulos. O primeiro capítulo tem como finalidade apresentar a empresa Puro *Design*, desde a sua estrutura à sua missão, princípios, imagem e identidade corporativa, responsabilidade social e a forma como é realizada a sua comunicação. Neste capítulo, apresento ainda a análise SWOT, com a qual pretendo caracterizar a organização. Por fim, o segundo capítulo descreve essencialmente todas as tarefas que me foram determinadas pela empresa para além de algumas propostas vindas da minha parte, que considerei oportunas para o sucesso e prestígio da mesma.

Capítulo I

A Empresa



O Atelier Puro *Design* é uma empresa pioneira em Castelo Branco, atualmente sediada na cidade da Guarda. Os trabalhos desenvolvidos pelo Atelier Puro *Design* procuram destacar-se pelo profissionalismo como são realizados, pela qualidade do produto final e pela satisfação dos clientes na criação de imagens organizacionais ou na remodelação da imagem de empresas ou de produtos.

O Atelier procura associar a todos os produtos que cria e aos diversos serviços que realiza o conceito subjacente ao nome da empresa, puro *design*, isto é, transmitir conceitos de pureza, transparência e simplicidade que caracteriza o puro *design*, ou seja, um conceito em que se procura inovar pela perfeição.

No presente capítulo irei descrever, de uma forma sucinta, a missão, os valores e área de negócio da empresa. Apresentarei ainda uma análise SWOT, onde farei uma observação a nível interno dos pontos fortes e fracos do Atelier Puro *Design* e onde identificarei as suas oportunidades e ameaças externas.

1.1. Factos relevantes do Atelier Puro *Design*

O Atelier Puro *Design* sobreveio de uma ideia de três estudantes, do curso de *Design* Gráfico e *Design* Multimédia, da Escola Superior de Artes Aplicadas, no Instituto Politécnico de Castelo Branco, no ano de 2005. Edgar da Silva como líder de grupo e em parceria com Ana Fernandes e Sandra Ferreira, tinham como objetivo operacionalizar a sua própria ideia de negócio, isto é, criar uma empresa na área do *design* da comunicação, o que veio a acontecer no ano de 2006, depois de concorrerem ao programa de Iniciativas Locais de Emprego, através do Centro de Emprego da cidade de Castelo Branco.

O primeiro cliente com dimensão foi a Gráfica Guedelha, empresa localizada no distrito de Portalegre, e a partir deste avançaram com alguns projetos de relevância, nomeadamente com um CD interativo para o Museu do Canteiro, situado em Alcains – Castelo Branco, em que, de uma forma lúdica, se dava a conhecer às crianças toda a temática do respetivo Museu, sem sair de casa ou da escola.

Posteriormente, já no ano de 2007, desenvolveu outro grande projeto a nível gráfico e multimédia, que consistia em promover o evento Primavera Musical – Festival Internacional de Música de Castelo Branco. Nesse mesmo ano, constituiu parceria com duas empresas, uma com a empresa de registo e aluguer de domínios na *internet*, denominada atualmente de Enter.pt, e outra com a Associação das Federações Juvenis do distrito da Guarda.

No ano seguinte, o Atelier Puro *Design* teve uma divulgação de maior amplitude, isto é, foi divulgado via televisão através do programa “Regiões¹”, emitido na RTP1, onde se deu ênfase ao *design* no interior do país e onde foram entrevistados os *designers* Edgar da Silva e Ana Fernandes. Em consequência desta ação de divulgação, nesse mesmo ano, em 2008, foram solicitados inúmeros projetos no âmbito do *design* gráfico, multimédia e até audiovisual, para clientes como Aminhós Arquitetos, Associação Amato Lusitano, Câmara Municipal de Castelo Branco, Mobilmark, Junta de Freguesia da Sé da Guarda e Unicódigo de Lisboa.

Em 2009, e já com uma carteira de clientes mais extensa, o Atelier Puro *Design* mudou a sua sede para a cidade da Guarda, onde permanece até à data, desenvolvendo trabalhos no mesmo ramo. Encontra-se no Largo Frei Pedro n.º 38, no primeiro andar. É constituído por apenas um piso, subdividindo-se em três escritórios e uma sala de reuniões.

Os trabalhos desenvolvidos e criados pelo Atelier Puro *Design* já obtiveram alguns prémios, tais como, o 1.º Prémio na realização de um cartaz que promovia as construções na areia (vide anexo II), em Sesimbra organizado pelo Diário de Notícias, assim como o 2.º Prémio na realização do cartaz do Carnaval de Ovar (vide anexo III).

1.2. Estrutura Orgânica

Todas as organizações possuem uma estrutura própria, e todo o seu desempenho se baseia nessa mesma forma estrutural, ou seja, “*o que caracteriza as organizações é a sua estrutura e a maneira como as suas actividades são coordenadas*” (HALLIDAY,

¹ Programa televisivo diário que divulgava factos importantes desde o Algarve ao Minho, informação consultada em 23/out, 2012, em <http://www.rtp.pt/programa/tv/p1155>

1975:15). O *Atelier Puro Design* é uma empresa em nome individual que tem como Diretor Edgar da Silva. Esta subdivide-se em três departamentos, ou seja, no Departamento Gráfico, no Departamento Multimédia e no Departamento *Web Design*. Corresponde a uma estrutura informal, bastante simples e flexível, composta por apenas dois níveis, como se pode verificar no organograma apresentado abaixo (Figura 1).



Figura 1- Organograma do *Atelier Puro Design* (fonte própria)

Ao analisarmos esta figura, podemos deduzir a forma como os colaboradores interagem entre si ao desenvolver as suas atividades e o modo como estabelecem as suas relações de comunicação, isto é, estes mantêm relações sociais de uma forma informal, permitindo uma constante troca de informações, estando aptos a propostas provenientes de todos os colegas. Os vários departamentos complementam-se e cooperam em conjunto na realização dos seus trabalhos, ou seja, estabelecem-se relações que habitualmente não aparecem no organograma. Aqui não existem regras ideais, mas sim condicionalismos a que os colaboradores precisam de se adaptar o melhor possível. Esta trata-se de uma estrutura orgânica que tem como fonte de eficácia a mobilidade, que permite uma maior difusão e inovação. No que diz respeito à autoridade, esta é mais instável e horizontal que a estrutura formal, porque não está frequentemente sujeita ao controle da direção. Por conseguinte, vão surgindo líderes informais consoante os trabalhos que vão aparecendo, isto é, existe uma flexibilidade de papéis e ajustamentos mútuos. As vantagens, deste tipo de estrutura, é que proporcionam maior rapidez no processo decisório, para além de reduzir a carga de comunicação do diretor, motivando e integrando todos os colaboradores da empresa.

No entanto, também não deixa de ter as suas desvantagens, isto porque pode provocar um certo desconhecimento da realidade empresarial por parte do diretor, assim como dificultar a sua administração e gerar atritos entre os colaboradores. Todavia, este tipo de conflitos não são visíveis no seio do Atelier Puro *Design*, porque se trata de uma empresa com um número bastante reduzido de colaboradores conscientes das suas funções (ANASTASSOPOULOS:2000).

1.3. Missão

A missão do Atelier Puro *Design* consiste *“em conseguir criar identificação entre os componentes gráficos, web ou multimédia e o posicionamento, imagem e intenção dos seus clientes, permitindo a sua satisfação, uma vez que também vão poder satisfazer as suas necessidades relativamente aos respetivos públicos-alvo”*².

1.4. Princípios

O Atelier Puro *Design* *“tem como princípio aceitar cada trabalho como único e dedicar-se a ele como tal. Preocupa-se em ir ao encontro das soluções mais vantajosas, quer para o cliente, quer para os seus públicos, com o objetivo de alcançar a satisfação de ambos. No cerne da empresa existe uma consciência muito forte de que os conceitos básicos são importantes para triunfar no mercado atual. A simplicidade, o profissionalismo e a autoconfiança são, por isso, considerados elementos-chave para o sucesso. Na Puro *Design* assume-se que nada é impossível de concretizar, atuando de acordo com a sua filosofia base: “A libertação da forma está no Puro *Design*...”*³.

1.5. Análise SWOT

Todas as empresas devem fazer uma construção de cenários a médio ou longo prazo de forma a perceberem onde e como se atua ou como se deve atuar no mercado. Para tal, estas devem possuir a capacidade de antecipar cenários, pois o seu sucesso pode advir

² www.purodesign.eu/atelier.html, consultado em 23/out, 2012

³ www.purodesign.eu/atelier.html, consultado em 23/out, 2012

da capacidade de adaptação e de respostas a novas situações. Lindon (2004) refere que a construção destes cenários passa pela identificação dos pontos fortes e fracos da organização a nível interno, e a nível externo a identificação das oportunidades e ameaças, através das quais se vão delinear as soluções ao seu problema.

“A análise SWOT é uma das práticas mais comuns em todas as empresas voltadas para o pensamento estratégico e o Marketing. A sua sigla, que significa strengths, weaknesses, opportunities e threats, pode ser traduzida como pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças” (MARTINS, 2006:36). Esta análise tem por objetivo relacionar aquilo que a organização tem de melhor e quais as lacunas internas e externas, de modo a poder aproveitar de melhor forma as oportunidades que tem à sua disposição, assim como perceber como pode combater as ameaças que a prejudiquem. Esta análise deve servir para que a organização torne as suas fraquezas em forças, ou faça com que estas não possuam uma importância superior à desejada.

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
ANÁLISE INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> • Pequena dimensão. • Preocupação com a ergonomia das instalações. • Responsabilidade social e ambiental. • Regência por valores fortes (honestidade, transparência e lealdade). • Relações humanas muito positivas. • Distribuição de trabalho bem definida. • Identidade visual bem implementada. • Relação qualidade e eficiência na prestação de serviços aos clientes. • Satisfação por parte dos seus públicos. • Existência de um bom trabalho comercial. • Recurso às redes sociais. • Comunicação externa. • Evolução e aceitação por parte do público-alvo. • Início de procura espontânea pelos serviços oferecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escassez de recursos financeiros - Licenças caras. • Necessidade de recorrer a empresas externas para efetuar determinados serviços o que reduz a margem de lucros. • <i>Timings</i> de execução de trabalhos.
ANÁLISE EXTERNA	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Região que ainda carece dos serviços oferecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconhecimento do conceito <i>design</i> e da sua importância. • Desvalorização da atividade. • A concorrência começa a aumentar. • Aumento da taxa de desemprego. • Aumento do preço de combustíveis. • Falta de investimento.

Tabela 1 - Análise SWOT do Atelier Puro Design (fonte própria)

Por conseguinte, como podemos constatar na tabela acima apresentada (Tabela 1), o que o Atelier Puro *Design* tem a seu favor como pontos fortes, são as suas instalações de pequena dimensão, o que leva a despesas menores. No entanto, dispõem de todas as condições ergonómicas, em termos de luminosidade, sonorização, cromática, climatização e decoração, proporcionando assim o bem-estar físico e psicológico dos colaboradores. A existência de responsabilidade social e ambiental preservando o meio ambiente em termos de gastos desnecessários de papel e de eletricidade. Quanto às relações humanas estabelecidas, são regidas por valores como a honestidade, transparência e lealdade, combinados com uma boa organização empresarial, recorrendo a meios atuais de comunicação. O Atelier ajuda ainda a dinamizar a cidade da Guarda, dando-lhe cor e vivacidade com os seus trabalhos.

No entanto, carece de escassez de recursos financeiros, no que toca à aquisição de licenças caras e devido ao facto de ter de recorrer a outras empresas para efetuar determinados serviços, por exemplo para proceder à impressão de vinil em grandes dimensões. Outros dos pontos fracos tem a ver com os *timings* de execução de trabalhos, isto porque estes exigem criatividade e a ausência desta pode provocar atrasos no desenvolvimento de alguns projetos.

A nível externo, como o *design* gráfico, multimédia e *web* se trata de uma área pouco explorada no interior, o Atelier tem a oportunidade de ser ele a explorá-lo na cidade da Guarda, propondo às várias empresas da região a renovação das suas imagens, explicando-lhes a importância de possuírem e de transmitirem uma boa imagem junto dos públicos. Afinal, como diz o antigo ditado “*Uma imagem vale mais do que mil palavras*” (SCHMITT, 2002:123). Este último ponto é bastante importante, isto porque umas das ameaças é o desconhecimento por parte das pessoas do conceito de *design* e da sua importância. Outra das ameaças que o Atelier Puro *Design* tem vindo a notar é o aumento da concorrência, e considero como concorrentes, entidades que partilham os mesmos interesses e objetivos que o Atelier, e atualmente já conta com alguns, tais como: RM21, Marques & Pereira, Lda, Sentido Comum, Tipografia Arthipol, Exagnor-Artes Gráficas e *Design*, Lda, João Pereira da Silva, Seritecnica-Atelier de Serigrafia, Lda, *Beconnected* e Maurício Vieira. O aumento do desemprego e a falta de investimento

na área da comunicação, devido há permanência da crise que Portugal atravessa, é uma das ameaças que mais pode afetar o Atelier.

1.6. Imagem e Identidade Corporativa

Nenhuma organização é igual a outra, pois cada uma rege-se por princípios e objetivos próprios e cada uma deve possuir uma imagem e identidade corporativa agradável, diferenciadora, atrativa e facilmente memorizável, pois, tudo isto, aos olhos dos clientes, pode fazer toda a diferença na hora de escolher os serviços ou produtos entre empresas concorrentes. *“A função de diferenciação é fundamental em sociedades como a nossa onde os produtos e serviços ou instituições apresentam elevado grau de saturação”* (VILLAFÑNE, 1998:126). É por estes fatores que é importante investir numa boa imagem, pois é com esta que o público estabelece um primeiro contacto.

“Imagem é a percepção do público, enquanto identidade é o conjunto de formas que a empresa escolhe para se mostrar aos vários públicos” (BEIRÃO et al, 2008:44). Jorge Pedro Sousa (2003) acrescenta que a entidade pode ser também *“a forma como a organização se vê a si mesma”* (SOUSA, 2003:36).

Toda a identidade de uma empresa pode ser definida como aquilo que a organização realmente é. Segundo Jorge Pedro Sousa (2003) *“A identidade de uma organização configura-se historicamente e expressa-se na cultura organizacional”* (SOUSA, 2003:37). Daí por vezes ser necessário efetuar alterações, ajustar ou remodelar todo este processo adaptando-se às características da região onde se insere, assim como aos seus públicos, visto que a sociedade está constantemente em evolução.

Podemos por assim dizer, que para se transmitir uma imagem de positividade, notoriedade, honorabilidade, qualidade, excelência, prestígio e confiança devemos ter em conta todos os fatores internos e externos. Assim, tornar-se-á mais fácil atingir todos os objetivos e conquistar novos clientes. Imagem e identidade corporativa devem estar interligadas e devem corresponder ao mesmo.

Quanto à imagem do Atelier Puro *Design*, tal como o nome indica e faz anunciar, é a de um Atelier de *design* que dá toda a atenção à pureza das formas e aos seus significados.

A sua identidade baseia-se num logótipo e num *slogan*. O logótipo, símbolo desenhado identificador de uma organização em que esse desenho assume um carácter simbólico com base no grafismo e no cromático simultaneamente identificador e diferenciador, caracteriza-se por formas e caligrafia arredondadas, formato que segundo Cruz e Abreu (2009) obteve notoriedade a partir do início do século vinte. O tipo de letra utilizado segue as mesmas linhas, caracterizado por não possuir serifas, permitindo uma boa leitura e apresentando um certo estilo contemporâneo (CRUZ e ABREU, 2009).



Figura 2 - Logótipo do Atelier Puro Design

Tem como cores o azul e o branco. O azul transmite-nos pureza, tranquilidade, racionalidade, confiança e sabedoria e, para além disso, é uma cor que nos ajuda a conter clareza de ideias e a ser criativos. O branco também é uma cor transmissora de pureza, assim como de paz e conforto para além de transparecer otimismo, perfeição e liberdade. Como *slogan*, filosofia base e princípio pela qual se rege, possui a seguinte enunciação:

“A libertação da forma está no Puro Design”

Podemos constatar que se trata de um *slogan*, que de uma forma breve e concisa, transmite o princípio da empresa, sendo também de fácil memorização.

O Atelier Puro Design pretende, na realização de todos os seus trabalhos, realçar a marca dos seus clientes, encontrando soluções vantajosas quer para o cliente quer para o seu público, com o objetivo de alcançar a satisfação de ambos, ou seja, como o próprio *slogan* afirma, a ideia é pegar na forma já existente e simplesmente evidenciá-la, fazendo com que esta se liberte e se torne única, transformando o *design* numa manifestação da capacidade do seu espírito, transcendendo as suas próprias limitações e expectativas⁴.

⁴ Informação adaptada de documentação interna do Atelier Puro Design.

A completar a identidade corporativa, existe ainda uma cadeia de grafismos que ilustram todo o material de comunicação da empresa, como é o caso do carro da empresa e do estacionário, que engloba o cartão-de-visita, papel de carta e respetivo envelope (vide anexo IV).

Existe ainda um manual de normas gráficas (vide anexo V) onde são ostentadas todas as regras que a aplicação da identidade corporativa deve obedecer, isto é, onde se explica toda a significação, base lógica e semiótica da construção da sua imagem de forma a que se perceba quais os objetivos e intenções da empresa em questão, pois esta não pode ser usada de qualquer forma.

1.7. Responsabilidade Social

Atualmente, as organizações já não se tratam de meras unidades económicas voltadas somente para a obtenção de lucros, mas também para questões sociais. *“Estamos vivendo, no mundo de hoje, profundas mudanças no campo político, económico e social, as quais forçam as organizações a uma tomada de consciência e novas atitudes no que se refere à sua responsabilidade social”* (KUNSCH, 1986:44).

Por conseguinte, um dos grandes objetivos do Atelier Puro *Design* passa pela preservação do nosso meio ambiente, ou seja, desde a sua fundação que tem vindo a armazenar todos os seus documentos internos e todos os seus projetos em formato digital, de maneira a usar o mínimo possível de papel, recorrendo a este somente quando é estritamente necessário. Outras das suas preocupações é no que diz respeito aos gastos de eletricidade, visto que no final de cada dia, existe sempre a preocupação de desligar todos os aparelhos eletrónicos.

Estas medidas são pequenos gestos, mas que, futuramente, podem vir a fazer toda a diferença no nosso quotidiano. Para além disso transmitem uma imagem positiva e responsável da empresa em questão para o exterior.

1.8. Relações Públicas

Tendo em conta a importância da comunicação na sociedade contemporânea, uma das técnicas de comunicação bilateral são as Relações Públicas, apesar da ideia de Relações Públicas já ser bastante antiga (LAMPREIA, 1991). Estas usufruem de um conjunto de atividades destinadas a garantir uma relação eficaz entre uma empresa e os seus públicos.

“Como conceito universal, definem-se Relações Públicas como o esforço deliberado, planeado e contínuo para estabelecer e manter entendimento mútuo entre uma organização e o seu público” (LLOYD, 1988:19). Por conseguinte, estas podem ser divididas em dois tipos, isto é, internas e externas. As Relações Públicas internas, também designadas por relações humanas dentro de uma empresa, visam uma boa comunicação a nível interno, criando assim um bom ambiente de trabalho. As Relações Públicas externas, por sua vez, visam o bom entendimento entre a empresa e os seus diferentes públicos externos, desde fornecedores aos consumidores, para além de tudo que diga respeito à projeção da imagem desta para o exterior (LAMPREIA, 1991).

Uma das suas principais características é a existência de *feed-back*, tanto a nível ascendente como descendente, isto é, tanto do público para a empresa, como da empresa para o público, permitindo assim um certo diálogo.

No que diz respeito ao Atelier Puro *Design*, este estabelece uma ligação com os seus diversos públicos, recorrendo a vários meios, tentando assim estabelecer uma relação de confiança com os mesmos. Estas relações têm de ser muito cuidadas, visto que são elas que ajudam na formação da opinião dos públicos e nos juízos de valor que resultam das diversas formas de comunicação. As Relações Públicas têm como objetivo informar e mobilizar os diferentes públicos e, no caso do Atelier Puro *Design*, sendo este uma empresa de pequenas dimensões, com um número de colaboradores reduzido, os serviços de Relações Públicas são cumpridos pelo Diretor Criativo Edgar da Silva. Integra-se aqui o seu *site*⁵ e o *facebook*⁶, onde é disponibilizada informação de carácter institucional. Estão ainda patentes várias publicações próprias, como portefólios anuais.

⁵ www.purodesign.eu

⁶ <http://www.facebook.com/pages/Puro-Design/211562942233924>

O Atelier Puro *Design* realiza ainda algumas campanhas de divulgação e aqui as mensagens empregues baseavam-se em três etapas (AII), chamar a atenção, despertar o interesse, e informar o destinatário. Em alguns casos foi introduzida uma quarta etapa, a da motivação (AIIM). Estas campanhas, ao contrário da publicidade e da propaganda, raramente são imediatas, visto que o impacto destas é muito menor que o das outras técnicas, demorando assim mais tempo a sensibilizar a opinião pública. No entanto, este uma vez alcançado, o resultado é mais duradouro, formando opiniões sólidas. Os resultados mais salientes verificam-se a médio e a longo prazo, o que não quer dizer que também não se possam obter a curto prazo, apesar de serem raros (LAMPREIA: 1991).

É fundamental que haja partilha de informação a nível interno e externo numa organização. Contudo, o diretor ou responsável pela comunicação numa empresa deve apurar a veracidade e credibilidade de toda a informação, assim como a forma como é projetada, definindo objetivos e motivando todos os colaboradores a efetuarem esforços nessa direção. A preocupação com a imagem que se transmite, as mensagens que são enviadas aos públicos e a perceção destes são alvo de constante estudo. Por conseguinte, alguns autores consideram que a maior parte das empresas ainda não dão a devida importância à comunicação, que na realidade deviam dar. *“Estamos longe de ver a Comunicação Empresarial como filosofia de gestão e, bem assim, longe de ter gestores que compreendam a importância de gerir a Comunicação”* (SANTOS, 1996:5).

Toda a comunicação deve estar de acordo com a identidade e cultura da organização e atender ao impacto que exerce sobre o público. É daqui que parte o conceito de comunicação interna e de comunicação externa, a seguir abordados.

1.8.1 Comunicação Interna

A comunicação é um instrumento fundamental das Relações Públicas, e o grande objetivo deste tipo de comunicação é criar uma imagem positiva e um ambiente organizacional de harmonia, para que essa imagem possa ser transmitida para o exterior e cause um impacto positivo junto do público. A comunicação interna *“é toda a interação entre os elementos que constituem um grupo enquanto membros desse mesmo grupo”* (BEIRÃO *et al*, 2008:80). Aqui, os colaboradores devem conhecer-se entre si de

forma a se unirem para lutarem pelos mesmos objetivos dentro da organização. No fundo, este tipo de comunicação “*contribui para manter o funcionário informado e envolvido com a empresa*” (BEIRÃO *et al*, 2008:80).

No Atelier Puro *Design*, a comunicação interna estabelecida entre os atuais colaboradores é realizada ao serviço da empresa, valorizando-a, visto que existe um sentido de unidade e integridade. Podemos classificar a comunicação interna como do tipo comunicação horizontal, isto é, ao mesmo nível hierárquico, onde salta à vista a cooperação e coordenação, promovendo-se assim a inter-ajuda, união, partilha e apoio mútuo. Comunicar deve ser isto mesmo, um ciclo contínuo onde o emissor deve ser simultaneamente recetor e vice-versa, não pode ser apenas a transmissão unilateral de informação. Como já referia Costa (1995), a “*comunicação é a dialética onde o recetor não pode ser compreendido como uma entidade passiva*” (COSTA,1995:24).

Quanto aos instrumentos ou meios de comunicação internos mais utilizados, são notoriamente a comunicação direta ou oral, cara-a-cara e por telefone/telemóvel. Posteriormente, também são utilizados instrumentos de comunicação escrita, e aqui podemos enumerar apenas a *intranet* e o *e-mail*. Porém, podemos constatar a utilização de formas de comunicação rápidas, práticas e sobretudo instantâneas independentemente da distância que não implicam muitos gastos recorrendo sobretudo à utilização da tecnologia.

1.8.2. Comunicação Externa

Só pode haver uma boa comunicação externa se a comunicação interna for saudável e eficaz. No caso do Atelier Puro *Design*, trata-se de uma empresa que tem tudo para desfrutar de uma ótima comunicação externa. A comunicação externa “*desenvolve-se para fora da empresa, com o objectivo de obter ou consolidar um clima de receptividade entre todos os públicos fora da mesma e que tenham algum interesse para a vida e para o progresso da própria empresa*” (BEIRÃO *et al*, 2008: 26).

A organização deverá, de uma forma contínua, comunicar com o público externo para que este não esqueça a organização ou a substitua pela concorrência, deverá fazer com que os clientes confiem no trabalho por ela realizado.

No que respeita ao público externo do Atelier Puro *Design*, este subdivide-se em fornecedores, clientes, concorrentes, comunidade envolvente e os órgãos de comunicação social. No entanto, aqui, os mais valorizados, são sem dúvida alguma, os clientes, visto que o Atelier considera mais importante a angariação de novos clientes, assim como a conservação daqueles já fidelizados, isto porque cada vez mais a oferta é maior do que a procura. Para tal, torna-se necessário convencer as pessoas da necessidade/utilidade de recorrer aos seus serviços. Contudo, não esquece os restantes, isto porque sabe que é fundamental promover o bom entendimento entre todos eles e no que diz respeito aos fornecedores, estes são um dos primeiros públicos a estabelecer contato direto com os colaboradores para além de contribuem para a construção de uma imagem empresarial credível. Nestes, pudemos enumerar as gráficas e alguns engenheiros informáticos. A comunidade envolvente trata-se do grupo de entidades inter-relacionadas que rodeiam o espaço envolvente à organização para as quais contribui para o seu desenvolvimento cultural, social e ambiental. Aos órgãos de comunicação social, a estes recorre quando necessário para atingir os seus fins em caso de necessidade em termos de uma comunicação mais ampla, divulgando a sua imagem em grande escala.

Quanto aos instrumentos utilizados para comunicar para o exterior, são utilizadas as visitas aos locais de trabalho dos seus clientes, isto é, trabalho comercial, o correio eletrónico, ferramenta do mundo moderno utilizada para enviar a carta de apresentação (vide anexo VI) às diversas organizações, o telefone, o portefólio digital, forma como divulgam o seu trabalho, e a *web* onde está alojada a sua página, em www.purodesign.eu, e o *facebook*. Todos estes instrumentos são usados regularmente. No entanto, ao longo da vida da empresa já se utilizaram outros, tais como publicidades publicadas em jornais da região, *wallpapers*, *flyers* e um painel exterior de grandes dimensões (vide anexo VII). Posteriormente, também já foram elaborados alguns vídeos institucionais publicados no *youtube* (vide anexo VII).

Aqui podemos ainda fazer referência ao estacionário da empresa, pois através dele é transmitida muita informação institucional, como é o caso da identidade visual e ao mesmo tempo dados como a morada e os contatos. Para finalizar, existe ainda o carro da empresa, forte comunicador externo da empresa.

Capítulo II

O estágio



Escolhi o Atelier Puro *Design* com o intuito de aprofundar os meus conhecimentos sobre aquilo que me fascina, ou seja, o ramo do *design* de comunicação, aprender novas técnicas e metodologias de trabalho.

Antes de dar início ao estágio, tive a preocupação de conhecer a empresa, os colaboradores da mesma e dar a conhecer ao responsável os conhecimentos adquiridos no meu percurso académico, experiência e o grau de domínio quanto a ferramentas de *software*. O responsável do Atelier apresentou de forma muito sucinta os colaboradores e as respetivas funções de cada um, assim como as instalações, as normas de funcionamento, horários e o tipo de trabalhos desenvolvidos.

Neste capítulo, apresento e descrevo quais os objetivos que me propôs alcançar, o plano de atividades segundo a calendarização do estágio (vide anexo VIII), as metodologias de trabalho utilizadas e, por último, enumero e descrevo as etapas de execução que efetuei em cada uma das tarefas realizadas no âmbito deste estágio curricular.

2.1. Objetivos

O principal objetivo do meu estágio centrou-se em adquirir competências no âmbito do *design* de comunicação, mais propriamente *design* gráfico e multimédia. Para melhor entender estes conceitos, seguem-se as suas definições.

Começamos pelo conceito de *design* que, segundo Catarina Moura, “*define-se, acima de tudo, pela sua intencionalidade intrínseca, pela projeção consciente de um objetivo. Em conformidade com o étimo latino designare, a natureza projetual do design remete para a poderosa ideia de designio – “determinar, inventar, ou figurar aquilo que não é, para que seja e venha a ser”*” (MOURA, s./d.:73). “*O design existe à nossa volta e influencia nosso modo de pensar e de agir, pois ele existe nos objetos, nas construções, nos automóveis e em toda criação feita pela mão do homem que é reproduzida em série e que tem um objetivo a cumprir*” (CRUZ et al, 2009:4). Por outro lado, *design* da comunicação mantém a definição de *design*, mas alia-se às mais diversas áreas onde opera, tais como o *design* gráfico, o *design* multimédia e o *web design*.

O *design* gráfico relaciona “*elementos textuais e não textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo comunicacional*” (SILVA *et al*, 2002:2), desenvolvendo assim, por exemplo, todo o processo criativo de identidade visual de uma empresa/instituição (*Branding*) onde se poderão desenvolver logótipos, assim como todo o seu estacionário, *flyers*, cartazes, paginação, criação de grafismos, vectorização ou qualquer outro elemento comunicativo, assim como o *design* de embalagens (*Packaging Design*), entre outros.

O *design* multimédia combina texto, imagem e som num ambiente computadorizado, isto é, toda esta informação é controlada por computador, podendo resultar num tipo de informação estática ou dinâmica (RIBEIRO, 2004), enquanto que o *web design* opera na construção de páginas e conteúdos para a *web* na perspetiva do utilizador, “*segundo Zeldman (2007) web design é a criação de ambientes digitais que facilitam e incentivam a atividade humana, reflete ou adapta-se a vontades individuais e conteúdos; e muda graciosamente ao longo do tempo enquanto mantém a sua identidade*” (SANTOS, 2009:33).

2.2 Metodologia e Técnicas

Todo e qualquer projeto exige uma linha de orientação, que no caso do *design* se *designa* por metodologia de projeto, isto é, uma organização das fases fundamentais a seguir para a criação de um projeto. Por conseguinte, praticamente todas as tarefas realizadas no Atelier englobam cinco fases, são elas, análise e planeamento, *design*, produção, teste e validação e, por fim, distribuição e manutenção, apresentadas na figura 3 da página seguinte. Estas fases, “*na maioria das vezes, sobrepõem-se e complementam-se. Muitas das vezes somos obrigados a alterar ou modificar o plano previamente traçado. Isto não é indicativo de falha ou erro, mas sim, da evolução das ideias numa equipa de criativos*” (MORAIS, 2005/2006:21).

=

Figura 3 - Fases da Metodologia Projetual⁷

Na primeira fase, análise e planeamento, é onde se desenvolve o conceito, ou seja, onde surge a ideia do seio de um *brainstorming*, onde posteriormente é feita uma pesquisa, onde se analisa toda a informação, se estabelecem os *timings* das tarefas, se fazem as estimativas de custo e onde se delinea todo o plano do projeto a realizar. Na maior parte das vezes, o conceito a desenvolver nesta fase, já vem traçado pelos clientes. Estes normalmente já trazem a ideia consigo, já sabem aquilo que querem comunicar e para quem se destina essa informação. Sendo assim, o trabalho do Atelier apenas se insere a partir da segunda fase, que, por sua vez, consiste em explorar e corrigir, se necessário, o conceito inicial, detalhando todo o processo ao pormenor, produzindo já um *storyboard* ou protótipo.

A terceira fase, como o nome indica, consiste em produzir o protótipo do projeto, onde os vários elementos recolhidos são montados. Esta fase pode-se ainda subdividir noutras fases, uma vez que implica também a criação de meios e conteúdos específicos, como vídeo, fotografia ou som, assim como testes e possíveis acertos. Posteriormente, é necessário fazer a validação do projeto, numa primeira fase com os próprios colaboradores, visto que ao longo de todo o processo existe um princípio de *entreeajuda* face a qualquer processo criativo. No entanto, posteriormente, podem ainda ser solicitados acertos por parte do cliente. Por fim, temos a distribuição e manutenção, e esta fase também nem sempre está ao cargo do Atelier Puro *Design*, pois depende dos

⁷ Figura adaptada de STRAUSS (1997).

suportes escolhidos. Se for da sua responsabilidade, e se se tratar de um sistema *online*, basta enviá-lo para a *internet*, se se tratar de suportes em papel, aí a empresa tem que recorrer a uma outra empresa para proceder à sua impressão.

Na área criativa do *design* de comunicação, a qualidade dos trabalhos está relacionada com a capacidade criativa do próprio *designer*. Como refere Lupetti (2003) “*O potencial criativo é inerente ao ser humano, é produto de sua inteligência. A inteligência por sua vez é a faculdade de conhecer, aprender e compreender o mundo que nos rodeia. O conhecimento e a compreensão advêm da informação e da observação*” (LUPETTI, 2003:68). Qualquer pessoa é capaz de realizar um processo criativo. Claro que uns melhor do que outros, mas o que nos pode diferenciar é a qualidade da informação que retemos sobre um determinado assunto, a capacidade de integração, articulação das ideias e a velocidade como executamos todo o procedimento.

2.3. Atividades Realizadas

As atividades realizadas no Atelier foram surgindo de acordo com os pedidos solicitados pelos clientes. Todas as atividades, em que participei, foram realizadas com dedicação e empenho, procurando pôr em prática os conhecimentos adquiridos nas diferentes áreas curriculares do curso de Comunicação e Relações Públicas. No entanto, para a realização destas, obedeci sempre à metodologia referida no ponto anterior.

Nos pontos seguintes descrevo todas as atividades, catalogadas por clientes, tentando obedecer à cronologia da sua realização. No entanto, o último ponto refere-se a outras atividades realizadas com menor relevância.

2.3.1 Câmara Municipal da Guarda

O cliente Câmara Municipal da Guarda solicitou ao Atelier Puro *Design* a elaboração de uma *newsletter* relativa à agenda de temática “Turismo na Guarda”, para o mês de julho. Os conteúdos a inserir na *newsletter* foram cedidos pelo cliente. A realização desta

proposta foi da minha responsabilidade e para tal utilizei uma metodologia de trabalho de acordo com o referido no ponto 2.2..

Para a proposta apresentada (anexo IX) tive em conta os princípios fundamentais de *design* (GRAHAM, 2005), contraste, ênfase, equilíbrio, repetição e alinhamento, de modo a que todas as páginas possuíssem uma boa organização gráfica, assim como legibilidade, funcionalidade e continuidade, de forma a captar a atenção dos potenciais leitores.

Para a realização desta tarefa utilizei a ferramenta *Adobe InDesign*⁸. Numa primeira fase, foi necessário definir a forma como iria distribuir os vários elementos gráficos pelas diversas páginas – diagramação. A elaboração dos diagramas é fundamental para a execução de uma paginação correta, tendo o cuidado de os ir alternando de modo a evitar a monotonia. Os estilos utilizados permitiram evidenciar os elementos de texto ou gráficos utilizados.

2.3.2. Associação Comercial, Industrial e Serviços de Castelo Branco

Relativamente à Associação Comercial, Industrial e Serviços de Castelo Branco, desenvolvi propostas para um *outdoor* e para dois *banners* publicitários.

Foi definido pelo cliente que o *design* deveria ser idêntico ao cartaz do evento. Desta forma, os *layouts* e os elementos gráficos utilizados nestas propostas tiveram por base o cartaz já existente, criado por outro colaborador do Atelier. Foi de minha responsabilidade o redimensionamento e o arranjo dos diversos elementos no *outdoor* e nos *banners* publicitários, tendo em conta o tamanho e formato do produto (vide anexo X).

⁸ *Software* utilizado para diagramação de jornais, revistas, cartazes, *banners* ou documentos para *web*. Permite-nos criar o *layout* de páginas elegantes e atraentes com mais eficiência, rapidez e simplicidade (<http://www.adobe.com/pt/>).

2.3.3. Aldeia Velha, Capeia 2010

Foi solicitado ao Atelier Puro *Design* que fizesse a compilação em suporte digital dos vários registos fotográficos e de vídeo da Capeia Arraiana da Aldeia Velha, do ano de 2010.

Numa primeira fase foi da minha responsabilidade a seleção, o tratamento e a edição das fotografias utilizadas. Os vídeos utilizados foram editados por outro colaborador.

Por conseguinte, foi necessário definir o *layout* e para este utilizei elementos que identificassem de uma forma inequívoca a Capeia da Aldeia Velha. A posterior criação e edição foi realizada na ferramenta de *Adobe Encore CS5*⁹.

Para ambos os trabalhos foi definida uma estrutura de navegação hierárquica (HUNT, 2006), baseada na estrutura apresentada pela figura cinco.

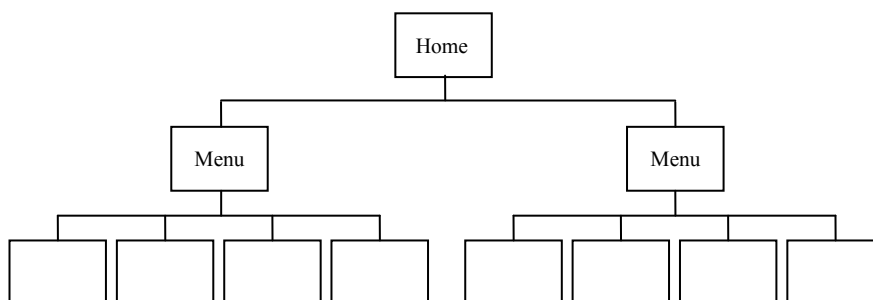


Figura 4 - Estrutura seguida na elaboração das autorias dos DVDs (fonte própria)

Neste tipo de hierarquia, o acesso aos conteúdos/elementos é feito através dos próprios elementos *parents*. No entanto, a qualquer momento se pode recuar na apresentação, voltando de forma rápida ao menu principal (vide anexo XI).

2.3.4. Café Cafeína

O Café Cafeína é um café localizado na cidade da Guarda, que tem como público-alvo a faixa etária mais jovem. Este decidiu mudar a sua decoração, tendo recorrido a uma

⁹ *Software* que permite criar autorias de DVDs, discos *Blu-ray* e DVDs da *web*, tudo em apenas uma interface.

outra empresa para lhe criar os papéis de parede. Não ficando totalmente satisfeito, dirigiu-se às instalações do *Atelier Puro Design* para pedir uma nova proposta.

Foi, no entanto, da minha responsabilidade apresentar uma nova proposta para uma das paredes, tendo como base a proposta apresentada pela outra empresa, enquanto que outro colaborador elaborou outra para uma outra parede. Todo o processo de criatividade da tela baseou-se na utilização de formas geométricas, quadrados e retângulos, de cor branca, cinzenta e vermelha sobre um fundo preto, tal e qual como foi pedido pelo cliente (vide anexo XII). Após a sua conclusão e apresentação ao cliente, este optou pela outra proposta.

2.3.5. Quinta das Laranjeiras

Foi solicitado ao *Atelier Puro Design* a elaboração de um *banner* estático para um jornal. Para a elaboração deste projeto recorri ao repositório de fotografias das instalações da Quinta das Laranjeiras. O meu objetivo era divulgar a qualidade das instalações e serviços oferecidos pelo cliente. Todo o trabalho foi concebido no *Adobe Photoshop*¹⁰, num formato escolhido pela própria empresa de 21cm por 4,6cm (vide anexo XIII).

2.3.6. Catedral Café

A partir do mês de setembro, foi da minha responsabilidade a realização dos cartazes semanais para a Catedral Café, tendo criado 14 cartazes diferentes, no decorrer do estágio. Para a elaboração destes, recorri a imagens e a *templates* gratuitos disponibilizadas em diversos *sites*, tais como www.heroturko.me e www.kickassgfx.net, editados posteriormente no *Adobe Photoshop*. Um dos princípios que segui nestes trabalhos foi a utilização de cores vivas, que transmitissem alegria, dinamismo e energia, de acordo com o público-alvo da Catedral Café (vide anexo XIV).

¹⁰ *Software* líder no mercado dos editores de imagens e trabalhos de pré-impressão.

2.3.7. Atelier Puro Design

Devido à necessidade de criar um portefólio atualizado, o responsável Edgar da Silva solicitou que realizasse um novo portefólio com os seus melhores trabalhos do ano de 2011 e 2012.

Numa primeira fase, realizei uma breve pesquisa de portefólios já existentes. Posteriormente, selecionei trabalhos que de alguma forma se destacavam para serem publicados no portefólio em questão. Por conseguinte, procedi à elaboração do *layout* do portefólio, e como se tratava de paginação o programa utilizado foi o *Adobe InDesign*. A proposta apresentada possui 24 páginas, onde as primeiras são inteiramente dedicadas à empresa, nas quais consta a sua missão, o tipo de serviços que realizam e os seus contactos e só de seguida são expostos alguns dos seus trabalhos.

Tendo por base a mesma informação criei um portefólio digital. A ferramenta utilizada foi o *Prezi*¹¹, serviço *web* que permite criar apresentações dinâmicas (vide anexo XV).

2.3.8. Cleópatra – Centro Estético

O Centro de Estética Cleópatra decidiu mudar de instalações e, como pretendia decorar as suas montras, recorreu aos serviços do *Atelier Puro Design*. Esta tarefa foi-me destinada e posso dizer que foi um dos trabalhos que me deu mais prazer a realizar, devido à estatura do projeto e gratificação de poder passar na rua e ver algo realizado por mim. Para a realização do trabalho recorri ao um banco *online* de imagens www.istockphoto.com e após a minha proposta ter sido apresentada à cliente, esta mostrou-se bastante satisfeita. Depois da conclusão das montras procedi também à criação de dois cartões de fidelização, tendo como base os elementos gráficos criados anteriormente. Todo o processo criativo foi executado no *Adobe Photoshop*.

As montras foram, entretanto, enviadas para impressão em vinil e no dia 30 de novembro iniciámos a sua aplicação. Posteriormente, ainda elaborei um documento com os contactos telefónicos, que foram mandados imprimir e aplicados no mesmo dia (vide anexo XVI).

¹¹ www.prezi.com

2.3.9. D`esigual

D`esigual é um café da cidade da Guarda, situado junto à Torre dos Ferreiros e pediu ao Atelier Puro *Design* que elaborasse o seu menu. Este trabalho foi da minha responsabilidade e, quanto ao seu *layout*, foi concebido respeitando as cores da sua identidade visual, preto e vermelho (vide anexo XVII).

2.3.10. Núcleo Empresarial da Região da Guarda

O Núcleo Empresarial da Região da Guarda (Nerga) é uma empresa que visa representar e defender outras empresas e empresários da região da Guarda, contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconómico da cidade.

2.3.10.1. Mercado Usado

O cliente Nerga solicitou ao Atelier Puro *Design* um cartaz intitulado “Mercado Usado” para um evento de venda de veículos seminovos e usados a realizar-se nos dias 20 e 21 de outubro, nas suas instalações. Por conseguinte, foram realizadas e apresentadas três propostas ao cliente, isto é, cada colaborador fez uma, tendo este preferido aquela que foi realizada por mim. Para esta baseei-me no conceito de velocidade, onde empreguei várias linhas curvas dando a ideia de movimento e, posteriormente um, conta-quilómetros, no *software Adobe Photoshop* (vide anexo XVIII).

No entanto, apesar de ter sido a minha proposta a selecionada, o cliente ainda solicitou que fossem feitas algumas alterações, tais como escurecer as cores, recorrendo mais ao uso do preto, adicionar um veículo e modificar um pouco a disposição do texto. Feitas as alterações, o cliente mostrou-se satisfeito e deu o trabalho por concluído (vide anexo XVIII).

2.3.10.2. Agita Guarda

Com o objetivo de promover o evento “Agita Guarda”, foi solicitado a criação de um cartaz, mais a criação do respetivo logótipo. Este tinha de remeter para a atividade do *Fitness* e o logótipo tinha de conter o nome do evento. Foi da minha responsabilidade realizar este trabalho e, para tal, comecei por realizar o logótipo, no *Macromedia FreeHand*¹², e só depois é que passei à concretização do cartaz. No que diz respeito ao logótipo, antes de iniciar a sua projeção, elaborei uma breve pesquisa a nível de marcas existentes no mercado que estabelecessem alguma conexão com o trabalho pretendido. Como primeira tentativa, e depois de um *brainstorming* vetorizei uma silhueta de uma pessoa a praticar *Fitness* e liguei-a à letra “A” da palavra “Agita”, com o objetivo de vir a colocar cada letra com sua cor, para transparecer dinamismo e vida, dando-lhes uma certa inclinação, para transmitir movimento e ação, daí também o uso de serifas ou patilha (termo usado dentro da empresa). Nas tentativas seguintes, as cores mantiveram-se, retirei as serifas e a silhueta e tentei apenas jogar com as letras. Por conseguinte, apresentei-as ao D.er Edgar da Silva e este não se mostrou totalmente satisfeito. Posteriormente, apresentei mais duas propostas. Desta vez selecionei apenas algumas cores, tais como o rosa, roxo, lilás e violeta, e a partir daí fui aplicando em cada letra os seus diferentes tons. Escolhi estas cores porque são cores de transformação total, associadas ao bom funcionamento do cérebro, funcionando ainda como um estimulante para a imaginação e intuição. O rosa é uma cor que nos afasta da solidão. O roxo, o lilás e o violeta estão associadas à beleza, saúde, sensualidade e equilibram a mente.

Assim que o logótipo foi dado por concluído, procedi à redação de um relatório para entregar ao cliente, e só depois é que passei à elaboração do cartaz. Este último já foi elaborado no *Adobe Photoshop*, onde tentei usar os mesmos tons, tanto na imagem de fundo como na silhueta, distribuindo alguns dos edifícios mais emblemáticos da Guarda pela imagem, visto se tratar de um evento com lugar na própria cidade. Mais tarde, associei-lhe o horário do programa (vide anexo XIX). Após a elaboração destes, ainda efetuei alguns ajustes ao logótipo.

¹² *Software* de criação de desenhos vectorias.

2.3.10.3. Douro e Estrela

Uma vez mais, o Nerga volta a solicitar os serviços do *Atelier Puro Design*, e desta vez o pedido resume-se à criação de um logótipo para um novo projeto denominado “Douro e Estrela”. Este trata-se de um projeto dinâmico de promoção internacional da região interior e norte de Portugal, assim como dos seus sectores de atividade, apostando no estímulo à cooperação empresarial, com base no sector turístico e na visibilidade dos produtos diferenciadores da região, desde o vinho, ao queijo, doçaria, e enchidos.

Inicialmente, o trabalho foi inteiramente da minha responsabilidade e, para tal, antes de começar a produzir algo, li o caderno das linhas gerais fornecido pelo Nerga e fiz uma pesquisa daquilo que já tinha sido feito para a região do Douro e da Serra da Estrela, mais propriamente de logótipos relacionados. Depois também consultei alguns trabalhos já realizados para outras marcas com prestígio, na bibliografia existente no próprio Atelier e só posteriormente é que iniciei o primeiro esboço.

Este foi, sem dúvida, um bom desafio, mas também o mais trabalhoso e mais demorado. Quando dei por mim, todos os colaboradores do *Atelier Puro Design* se encontravam a trabalhar para o mesmo pedido, devido a ser um trabalho bastante complexo. Posso dizer que fiz cerca de 30 logótipos diferentes até chegar ao final. Este, por sua vez, tinha de ser inserido numa imagem caracterizadora da região do Douro e igualmente da Serra da Estrela, tendo assim criado quatro propostas de apresentação. Posteriormente, elaborei uma breve descrição dos elementos utilizados e o porquê da sua utilização, isto para o D.º Edgar da Silva se deslocar ao Nerga com o propósito de defender os trabalhos realizados. Após esta defesa, foi-lhe pedido que retirássemos as imagens de fundo, para usar tipos de letras sem serifas e que acrescentássemos uma estrela. Para este último elaborei duas propostas acompanhadas da sua análise cromática. No dia 6 de novembro foram apresentadas as últimas propostas realizadas ao cliente. No entanto, este tinha mudado de ideias e já não queria um logótipo, mas sim um símbolo que remetesse para a região do Douro e para a Serra da Estrela. Entretanto como terminei o estágio, não me foi possível concluir e acompanhar todo o processo criativo (vide anexo XX).~

2.3.11. REMOD

No dia 19 de setembro, iniciei um novo desafio, proveniente de uma empresa que estava prestes a iniciar a sua atividade (remodelação de apartamentos). Este consistia em criar um nome que traduzisse a atividade, os serviços oferecidos e respetiva imagem gráfica. Aqui, o método inicial utilizado foi a realização de um *brainstorming*, desta vez em conjunto, até que foi selecionado o nome “REMOD LAR”, tendo a empresa como objetivo associar este aos conceitos de renovação, inovação e construção. Uma vez escolhido o nome, procedemos então à elaboração de esboços do logótipo. No entanto, ainda realizei alguns esboços com o nome “Meca *House*”, outro dos nomes provenientes do *brainstorming* que foi do agrado do D.er Edgar da Silva (vide anexo XXI).

2.3.12. Flor Beira Garden

Flor Beira Garden trata-se de uma loja referente à estufa Beira Garden. Esta, por sua vez, consiste numa empresa situada na Guarda, mais propriamente em Maçainhas de Baixo, que tem como missão promover todo o tipo de comércio e serviços relacionados com a natureza, desde flores, plantas, sementes, árvores de fruto, fertilizantes, rações, artigos de decoração, vasos, etc...

Aqui, o meu trabalho consistiu na elaboração do papel de carta, envelope e manual de normas do logótipo criado anteriormente pelo D.er Edgar da Silva, onde, para além das normas de utilização do logótipo, constam estudos de cor, proibições e estacionário. Todos estes documentos foram estruturados segundo as normas internas do Atelier Puro *Design* nos *softwares Adobe Photoshop* e *Macromedia FreeHand MX* (vide anexo XXII).

2.3.13. Restaurante Marisqueira Sardinha

Este restaurante trata-se de uma cervejaria/marisqueira que no presente ano (2012) vai festejar o seu 14º aniversário e, por conseguinte, pediu ao Atelier Puro *Design* que elaborasse o seu cartaz e capa de *facebook*.

Coube-me a mim realizar este trabalho, recorrendo sempre a tons de azul, tendo em conta que é a cor associada à água do mar. Posteriormente elaborei também o *design* das suas saquetas para os toalhetes.

Todo o processo criativo passou pelo *Adobe Photoshop*, exceto a elaboração do título do cartaz que foi concretizado no *Macromedia FreeHand MX* (vide anexo XXIII).

2.3.14. Outras Atividades Realizadas

2.3.14.1. Fisio Plus

No final da primeira semana, tive a oportunidade de aprender uma nova técnica, como aplicar vinil em vitrinas. Aqui o meu trabalho, consistiu em ajudar os colaboradores do Atelier na aplicação dos mesmos na Clínica *Fisio Plus*, que abriu recentemente na cidade da Guarda, na Avenida do Estádio Municipal, tendo como serviços fisioterapia, terapia da fala, nutrição, psicologia, psicomotricidade, enfermagem e outros serviços médicos (vide anexo XXIV).

Durante a aplicação, foram utilizados dois tipos de vinil, vinil impresso e vinil recortado. O vinil impresso é aplicado com o auxílio de água sobre a superfície que contém cola assim como no próprio vidro e posteriormente espatulado, assim como o vinil de recorte apesar de este último necessitar primeiramente de uma película de transporte que assegura que nenhum componente saia do lugar, até que seja aplicado. Para que tal aconteça, existe também a necessidade de decalcar a película de transporte de modo a que esta fique devidamente colada.

2.3.14.2. Pedrasina - Equipamento, Mobiliário e Serviços

O meu trabalho para o cliente Pedrasina consistiu em redimensionar imagens de grande resolução de trabalhos já anteriormente realizados no Atelier Puro *Design*, recorrendo ao *Adobe Photoshop*. Ainda para a mesma empresa, foi-me entregue uma imagem onde apenas inseri o texto (vide anexo XXV).

2.3.14.3. 30 School Dance

A 30 *School Dance* é uma escola de formação de dança sediada na cidade da Guarda, que mudou recentemente de instalações. Esta necessitava de imprimir novamente uma das suas montras e dirigiu-se ao *Atelier Puro Design*. No entanto, a impressão foi feita numa tipografia e aqui o meu trabalho consistiu somente na aplicação do vinil.

2.4. Propostas

Em seguimento de todo o trabalho desenvolvido durante estes três meses de estágio, e uma vez que já conheço a forma como se trabalha no *Atelier Puro Design*, cabe-me a mim, como estagiária, relembrar tudo aquilo que já se faz, o que está por fazer e, o que pode ainda ser feito, para o sucesso e crescimento da empresa.

2.4.1. Base da Dados

Visto que o *Atelier Puro Design* é uma empresa que anualmente lida com uma vasta panóplia de clientes, acho que lhe seria vantajoso a existência de uma base de dados com todos os seus clientes, de modo a facilitar o trabalho dos colaboradores sempre que quiserem contactar com algum deles. Eu própria senti essa necessidade ao longo do meu percurso dentro da empresa. Em vez de terem de recorrer aos projetos realizados onde estejam inseridos os contatos dos clientes ou ao placar exposto na parede de um dos escritórios com alguns cartões de clientes, no qual nem sempre é fácil de detetar aquele que se pretende no meio de tantos, bastaria abrir a base de dados, digitalizar o nome de quem se pretendia e automaticamente o computador iria apresentar toda a informação existente sobre esse mesmo cliente. Seria um processo extremamente fácil e que pouparia bastante tempo. Outra vantagem da sua existência seria o facto de quando se pretender fazer chegar qualquer tipo de informação a todos os clientes, como por exemplo publicidade, divulgação de um novo serviço, ou mesmo a desejar um feliz Natal, etc... bastaria recorrer a esta e não existiria o risco de ninguém ficar de fora.

Por conseguinte, poderia ser efetuada uma outra base de dados com todas as empresas, sobretudo da cidade da Guarda, para posteriormente a empresa contactar com elas de forma a angariar novos clientes e novos projetos.

No entanto, apesar do Diretor achar que seria uma proposta interessante e útil à empresa, não procedi à sua elaboração, porque despendia de bastante tempo para além de se tratar de informação sigilosa da empresa que não pode ser exposta neste documento.

2.4.2. Press Book

Segundo Westphalen (s./d.) um *press book* é uma “*compilação contendo todas as referências acerca da empresa, publicadas nos jornais e nas revistas ou difundidas pelos suportes radiofónicos*” (WESTPHALEN, s./d.: 155). É uma ferramenta de comunicação interna que ajuda qualquer organização a perceber qual a sua visibilidade mediática, ou seja, de que modo está a organização a ser abordada pelos órgãos de comunicação. Decorridas algumas semanas, apercebi-me que não existia nenhum documento único onde fossem inseridas todas as notícias que eram publicadas na imprensa, rádio, televisão ou mesmo no meio *online*. Apenas existia uma pasta que continha este tipo de informação, mas de uma forma aleatória. Contudo, achei por bem pegar em todas elas e elaborar apenas um só documento de forma a se tornar mais fácil a sua consulta (vide anexo XXVI). O Atelier Puro *Design* com esta ferramenta já pode fazer uma gestão da sua informação de uma forma simples e eficaz, para além de lhe permitir conhecer melhor qual o tipo de imagem que está a ser transmitida à comunidade.

2.4.3. Manual de Acolhimento

Um dos instrumentos que não faz parte da documentação interna do Atelier é um Manual de Acolhimento para os seus novos colaboradores, isto é, um documento facilitador no processo de acolhimento e integração dos colaboradores que pela primeira vez entram na empresa. O Manual de Acolhimento “*tem por finalidade integrar o funcionário ao ambiente de trabalho, mostrando-lhe direitos e deveres na fase da*

adaptação” (CESCA, 2006:123). Para os colaboradores é uma forma de conhecer a organização do ponto de vista institucional, assim como as suas políticas, estrutura e funcionamento. Uma das minhas propostas seria a realização de um exemplar, de forma a facilitar o conhecimento da instituição e uma melhor integração dos mesmos, mas como a empresa não está a pensar contratar pessoal futuramente, em vez de realizar um dirigido a futuros colaboradores, pensei em elaborar antes um dirigido a futuros estagiários, como eu. Tendo em conta que o Atelier Puro *Design* recebe vários estagiários, provenientes não só do IPG, mas também de outras escolas, seria de bom agrado fornecer-lhes um manual de acolhimento com informações úteis referentes ao Atelier. Informações essas que permitiriam ao aluno conhecer automaticamente a empresa e todo o seu funcionamento interno, como também auxiliaria a redação do relatório de estágio. Na formulação deste, primeiramente fiz uma pequena introdução a explicitar que tipo de empresa se trata e quais os seus principais objetivos. Depois inseri todo o seu percurso, isto é, a sua história seguida da sua missão, estrutura orgânica, serviços, imagem e identidade corporativa. Posteriormente, anexei-lhe um CD onde inseri todos os documentos que considere pertinentes, para uma futura realização de um outro relatório de estágio. Em conclusão, penso que se trata de uma proposta bastante útil para outros colegas que futuramente realizem o seu estágio no Atelier Puro *Design*, porque não necessitam de despendem de tempo a procurar entre inúmeros documentos da empresa as informações de que realmente necessitam, como foi o meu caso (vide anexo XXVII).

2.4.4. Maior divulgação da identidade corporativa

Outra das propostas que coloquei ao Atelier Puro *Design* foi uma maior divulgação da sua identidade corporativa, em termos de porta e fachada principal. Este foi um dos primeiros pontos que me deparei logo no primeiro dia que me dirige às suas instalações, isto porque demorei imenso tempo a localizá-las, devido a não existir nenhum meio visual que identificasse onde estão estabelecidos.

Na minha opinião, primeiramente, deveria existir uma placa ou uma lona afixada na fachada de modo a que as pessoas conseguissem identificar qual o prédio onde estão localizados, posteriormente deveria existir uma outra na porta, visto que se trata de um

apartamento com dois andares e nenhuma das portas está identificada. Com a aplicação destas, para além de a empresa aumentar a sua divulgação a nível local, permite aos seus clientes e potenciais clientes identificarem automaticamente onde se podem dirigir. Em anexo, pode ser consultada as minhas propostas para este ponto (vide anexo XXVIII).

2.4.5. Banner

Um dos serviços prestados pelo Atelier Puro *Design* denomina-se por *web design*, isto é, criação e construção de páginas *web* ou *web sites*, como também se pode chamar. Na minha opinião, acho que com a realização destes projetos o Atelier Puro *Design* pode aproveitar, e garantir nestes, um cantinho para um pequeno *banner*, publicitando assim os seus serviços. Para isto, basta falar com os clientes em questão e se estes não se mostrarem de bom agrado, sempre podem dizer-lhe que lhe oferecem um pequeno desconto se permitir que seja colocado o *banner* no seu *site*.

Quanto a este, não apresento nenhuma proposta, visto que não possuo o *software* para a realização do mesmo.

REFLEXÃO FINAL

Ao longo de todo o meu percurso académico, adquiri um gosto especial pela área do *design*, pela criação de algo diferente, pela criação de algo que ainda não exista, por tudo aquilo que é criativo, diferente e inovador. Foi então com entusiasmo que iniciei o estágio curricular no Atelier Puro *Design*, com vontade de criar e de aprender novos conteúdos, técnicas e metodologias. Por conseguinte, estou certa de que aprendi e que cumpri, com esforço e dedicação, todas as tarefas que me foram propostas, integrando-me rapidamente na equipa. No entanto, todos os trabalhos foram simplificados com um clima de entreajuda entre todos os colaboradores, onde me foram transmitidas orientações claras e precisas.

Quanto ao curso de Comunicação e Relações Públicas, foi mais um desafio gratificante e enriquecedor, onde adquiri bastantes conhecimentos para além de uma vasta experiência de vida, onde conheci bons amigos e bons professores com um elevado grau de profissionalismo. Considero-o um curso polivalente e abrangente, onde realizei trabalhos deveras interessantes e positivos, particularmente aqueles que exigiram uma relação com o exterior, visto que me permitiram conhecer melhor a realidade do mercado. No entanto, de uma forma geral, toda a formação adquirida nestes três anos foi ao encontro do que me foi pedido ao longo dos três meses de estágio. Partilho da opinião de que se trata de um curso bem estruturado. Todavia penso que as relações constituídas com o exterior poderiam ainda ser mais frequentes, por exemplo com empresas e instituições da cidade ou distrito da Guarda, apesar do Presidente Constantino Rei na sessão solene de abertura deste ano académico (2012), ter revelado que o IPG teve um impacto económico de 24,6 milhões de euros em todo distrito¹³. Contudo sou defensora de que o nosso curso ainda tem muito para dar à cidade.

Poderia ainda ser melhorado na distribuição de conteúdos, visto que existem unidades curriculares que lecionam conteúdos iguais. Posteriormente, acho que também deveriam alargar a carga horária de algumas cadeiras informáticas e tecnológicas, não desvalorizando a importância das teóricas que nos transmitem conteúdos e

¹³ <http://www.ointerior.pt/noticia.asp?idEdicao=683&id=37845&idSeccao=8943&Action=noticia>, consultado a 15/dez, 2012

competências indispensáveis, isto porque na minha opinião, futuramente serão as tecnologias da informação a dominar o mundo. Por conseguinte, é importante os estudantes aproveitarem todas as atividades extracurriculares fornecidas pelo IPG, tais como as jornadas da comunicação, *workshops* e outros eventos, pois tratam-se de informações que poderão vir a ser bastante úteis no mundo do trabalho a curto ou a longo prazo.

Em suma, resta-me dizer a todos os meus colegas, futuros técnicos de Relações Públicas que não se esqueçam de divulgar a profissão que escolhemos para o nosso futuro, porque esta é uma área que, infelizmente, em Portugal, não está difundida, existindo assim uma forte ausência de conhecimento sobre aquilo que fazemos, por parte dos empresários em relação às contribuições que poderemos trazer às suas organizações. Portanto, não só durante o vosso percurso académico, mas também depois procurem valorizar e reconhecer as Relações Públicas.

Bibliografia

ANASTASSOPOULOS, J. P., Blanc, G., Cremadez, M., Détrie, J. P., Ghertman, M., Laroche, H., Lemattre, P., Neyraut, J. L., Nioche, J. P., Ramanantsoa, B., Reitter, R., Santi, M., Stora, B. (2000). *Strategor Política Global da Empresa*. (3ªed.) Porto: Publicações Dom Quixote

BEIRÃO, B., Vasconcelos, P., Rasquilha, L., Matos, L. de, Fernandes, A., Nunes, M. I. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Porto: Plátano Editora

CESCA, C. G. G. (2006). *Comunicação Dirigida Escrita na Empresa: Teoria e Prática*. (4ªed.) Summus

COSTA, J. (1995). *Comunicación Corporativa e Revolución de los Servicios*. Madrid: Ediciones Sociales

CRUZ, D. M. da, Abreu, K. C. K. (2009). *Análise do Design Gráfico do Pôster do Filme Alemão Corra Lola Corra*. Consultado em 19/dez, 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-cruz-analise-do-design-grafico.pdf>

GRAHAM, L. (2005). *Basics of Design: Layout & Typography for Beginners* (2ª ed.). New York: Delmar Cengage Learning

HALLIDAY, T. L. (1975). *Comunicação e Organização no Processo de Desenvolvimento: a função informativa dos técnicos*. Petrópolis: Vozes

HUNT, B. (2006). *Web Site Information Architecture Models*. Consultado em 12/dez, 2012, em <http://www.webdesignfromscratch.com/website-architecture/ia-models/>

KUNSCH, M. M. K. (1986). *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada* (2ª ed.). São Paulo: Summus Editorial

LAMPREIA, J. M. (1991). *Técnicas de Comunicação – Publicidade, Propaganda e Relações Públicas* (7ª ed.). Publicações Europa América

LINDON D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J. V. (2004). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing* (10ª ed.). Lisboa: Dom Quixote

LLOYD, H. L. (1988). *Relações Públicas as Técnicas de Comunicação no Desenvolvimento da Empresa* (2ªed.). Lisboa: Editorial Presença

LUPETTI, M. (2003). *Administração em Publicidade: A verdadeira alma do negócio*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning

MARTINS, L. (2006). *Marketing Como se Tornar um Profissional de Sucesso*. Editora Digerati Books

MORAIS, R. (2005/2006). *Manual da Disciplina de Argumento Multimédia*. Porto: Escola de Artes da Universidade Católica do Porto

MOURA, C. (s./d.). *O Desígnio do Design*. Consultado em 9/jan, 2012, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moura-catarina-designio-design.pdf>

RIBEIRO, N. (2004). *Multimédia e Tecnologias Interativas*. Lisboa: FCA

SANTOS, E. (2009). *Web Design: uma reflexão conceptual*. Revista de Ciências da Computação nº4, 32-46

SANTOS, J. M. dos (1996). *O Presente e o Futuro Próximo da Comunicação Empresarial em Portugal*. In *Comunicação Empresarial* nº3 Maio/Agosto

SCHMITT, B. H. (2002). *Marketing Experimental*. São Paulo: Exame Editora Abril S.A.

SILVA, C. H., Bet, C. N., Ulbricht, V. R. (2002). *A Influência da Criatividade no Design Gráfico*. Consultado em 9/jan, 2012, em <http://departamentos.unican.es/digteg/ingegraf/cd/ponencias/312.pdf>

SOUSA, J. P. (2003). *Planeamento da Comunicação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa

STRAUSS, R. (1997). *Managing Multimedia Projects*. Focal Press

VILLAFÃNE, J. (1998). *Imagem Positiva gestão estratégica da imagem das empresas* (1ªed.). Lisboa: Sílabo

WESTPHALEN, M. H. (s./d.). *Le Communicator*. Bordas Paris

LISTAGEM DE ANEXOS

- I. Plano de Estágio
- II. Cartaz Construções na Areia
- III. Cartaz Carnaval de Ovar
- IV. Estacionário do Atelier Puro *Design*
- V. Manual de Normas do Atelier Puro *Design*
- VI. Carta de Apresentação do Atelier Puro *Design*
- VII. Publicidades (CD)
- VIII. Calendarização do Estágio
- IX. Câmara Municipal da Guarda
- X. Associação Comercial, Industrial e Serviços de Castelo Branco (CD)
- XI. Aldeia Velha - Capeia 2010
- XII. Café Cafeína (CD)
- XIII. Quinta das Laranjeiras (CD)
- XIV. Catedral Café (CD)
- XV. Atelier Puro *Design* (CD)
- XVI. Cleópatra – Centro Estético (CD)
- XVII. D`esigual (CD)
- XVIII. Mercado Usado (Nerga) (CD)
- XIX. Agita Guarda (Nerga) (CD)
- XX. Douro e Estrela (Nerga) (CD)
- XXI. REMOD
- XXII. Flor Beira Garden (CD)
- XXIII. Restaurante Marisqueira Sardinha (CD)
- XXIV. *Fisio Plus* (CD)
- XXV. Pedrasina – Equipamento, Mobiliário e Serviços (CD)
- XXVI. *Press Book*
- XXVII. Manual de Acolhimento
- XXVIII. Placas de Identidade Corporativa (CD)

CONSTRUÇÕES na areia 2007



final nacional dia 1 de Setembro

VILA DO CONDE

calendário das provas:





Carnaval de Ovar

2008

Desfile do Carnaval das Crianças.
22 - 03 - 2008

Desfile das Escolas de Samba.
22 - 03 - 2008

Desfile de Domingo.
22 - 03 - 2008

Desfile de Terça-feira.



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Edgar Silva
RUA 31 DE JANEIRO 71C
6300-769 GUARDA
271 238 027
edgar@purodesign.eu

www.purodesign.eu





Este manual define um conjunto de regras e recomendações de utilização da identidade corporativa do Puro Design.

O documento descreve a marca gráfica, as cores, o tipo de letra e o estilo gráfico com que deve ser aplicado, seguir as linhas de orientação descritas neste documento, é contribuir de forma a criar uma comunicação concisa, coerente e clara de acordo com filosofia da empresa.

As versões e aplicações da identidade do puro design aqui não contempladas devem ser submetidas à aprovação prévia da direcção.





A marca gráfica do Puro Design é composta por três elementos: o logótipo, grafismo e descritivo. Estes não podem ser aplicados separadamente.



escala
= 2 mm

A construção da marca gráfica foi desenvolvida a partir de uma grelha que permite de forma clara a percepção das proporções e alinhamentos dos diversos elementos.

O posicionamento e proporções entre os elementos não deverão ser alterados em qualquer situação.



puro
design

-  PANTONE Process Blue C
-  30 % PANTONE Process Blue C
-  C 100 | M 10 | Y 0 | K 10
-  30 % C 100 | M 10 | Y 0 | K 10
-  R 0 | G 140 | B 204
-  30 % R 0 | G 140 | B 204

Sempre que possível deve ser utilizada a cor oficial da marca gráfica pantone Process Blue C, caso não seja possível deve aplicar-se impressão em quadricromia respeitando os valores acima descritos.

Para formatos de monitor deve aplicar-se a cor RGB sem outra opção.



O comportamento da marca gráfica varia consoante o fundo onde esta é aplicada, para manter a legibilidade reforça-se o contraste. Sobre fundos de cor aplica-se o logótipo e descritivo a branco e o grafismo a 70% da cor de fundo.



A utilização da marca em positivo e negativo sofre uma alteração, é retirado o grafismo. Esta versão apenas se aplica no carimbo. Para as restantes reproduções deve utilizar-se a versão em escala de cinza.



A fim de garantir e preservar a legibilidade da marca, definiu-se a dimensão mínima para a reprodução desta, não existindo um limite máximo de ampliação.

A margem de segurança é a área mínima que deve existir entre a marca gráfica e qualquer outro elemento, gráfico ou lettering.



"Anno Domini quingentesimo decimo septimo die, ver octava Octobris, Ego Eduardus Dumnensis episcopus c et altare hoc in honorem Beatissima Virginis Mariae t millium m martirum in annis incluti Cingulie Cristi fede annum et uisumodi i quadragintz Edesle cons Eduardus t unt, videlic martirum e unt, videlic Domini qui lapis de M Octobris, E vero, men hoc in hon i consecrav martirum li s et reliqui die anivers elibus, hod dies de ver sam visitar sueta conc Dumnensis episcopus. Reliquiae sunt, videlicet, decerr et petra turris Sancta Barbarae et lapis de Monte Sin quingentesimo decimo septimo die, vero, mensis decim

puro
design

A margem de segurança pode variar consoante a aplicação da marca gráfica.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Foi criada a tipografia com base na grelha de construção da marca gráfica. Esta é utilizada para a identificação da marca, nos seus diversos produtos.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

verdana
regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

verdana
bold

Para salvaguardar a coerência de todo o tipo de comunicação do Puro Design, definiu-se apenas um tipo de letra: Verdana.

Deve ser aplicado em texto corrido, verdana regular.

Para títulos e texto em destaque deve utilizar-se verdana bold.



A aplicação da marca gráfica do Puro Design sobre imagem, tem de ser estudado caso a caso.



A marca gráfica não pode em caso algum ser distorcida, não pode mudar o tipo de letra do descritivo, nem alterar a cor.



Ex.mos Senhores:

Vimos por este meio fazer uma breve apresentação do Atelier Puro Design sediado na cidade da Guarda.

Aceitamos cada trabalho como único, e dedicamo-nos como tal. Tratamos da imagem de empresas, a nível gráfico, web e audiovisual, preparamo-las para a difícil tarefa de realçar a sua marca no vasto e competitivo mercado comercial. Vamos ao encontro das soluções mais vantajosas quer para o cliente quer para o seu público, com o objectivo de alcançar a satisfação de ambos. Sabemos como os conceitos básicos são importantes para triunfar no mercado, a simplicidade, profissionalismo e auto confiança são elementos chave. Assim apresentamos com uma filosofia base "... A libertação da forma está no Puro Design..." Tudo nasce de Algo, a forma já existe, nós simplesmente a evidenciamos e fazemos com que esta se liberte. Cada projecto é único e para tal necessitamos de uma metodologia igualmente única. Esta consiste num conjunto de fases previamente estabelecidas numa estrutura lógica e ordenada que permite desenvolver todo e qualquer projecto de design, da maneira mais simples, capaz, produtiva e eficaz.

Nada é impossível de concretizar. Ao sentir o que nos rodeia sabemos que o design nunca se reflectirá em algo inacabado, antes durante e depois existirá sempre um fundamento, uma causa, uma necessidade ... Através da experiência, da sabedoria e da estimulação dos sentidos, transformamos o design numa manifestação da capacidade do nosso espírito, transcendendo as suas próprias limitações e expectativas. Tudo isto depende daquilo que vemos ... sentimos, que damos e recebemos ... daquilo que vivemos... tudo isto nos transforma de forma pura, limpa e genuína.

A libertação da forma está no Puro Design.

Pelo Puro Design,

D.er Edgar Silva

puro

D E S I G N



Voamos
ainda 
Alto...

Agora
Ainda
vai voar
+ Alto,
á procura
de um Novo
UNIVERSO



Clientes de Empresa		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
AGOSTO	Carrera Municipal de Guarema																																			
	Flula Pilo																																			
	PedraSina																																			
	Acich																																			
	Aldea Vieja																																			
	Café Catalán																																			
	Aldea Vieja																																			
	Acich - Feria Medieval																																			
	Ortina das Lantanas																																			
	Catedral Café																																			
	Atelier Puro Design																																			
	SEPTIEMBRE	Atelier Puro Design																																		
Acich - Feria Medieval																																				
Clozapam - Centro de Estudios																																				
Catedral Café																																				
D'ignat																																				
10 School Dance																																				
Niega - Mercado Unido																																				
Barnod																																				
Macromedia Frostland MX																																				
Acich - Feria Medieval																																				
OCTUBRO		Clozapam - Centro de Estudios																																		
		Floer Belle Garden																																		
	PedraSina																																			
	Catedral Café																																			
	Niega - Agua Chorda																																			
	Niega - Dorado a Tintado																																			
	Atelier Puro Design																																			
	Marisqueros Sorlinha																																			
NOVIEMBRE	Marisqueros Sorlinha																																			
	Clozapam - Centro de Estudios																																			
	Niega - Dorado a Tintado																																			

Legenda Sem Trabalho Efetuado

Período de ausência (vacas de trabalho)

Fim de Semana Feriados/Férias

TURISMO DA GUARDA

NEWSLETTER | OUT.

DESTAQUES:

FEIRA DE ANTIGUIDADES E COLECIONISMO

ESPETÁCULOS E EXPOSIÇÕES

MUSEU DE TECELAGEM DOS MEIOS

FEIRA DE ANTIGUIDADES E COLECIONISMO

As Feiras de Antiquidades e Colecionismo foram, de todos os eventos que a Agência para a Promoção da Guarda já levou a cabo, dos que mais marcou a sua ação.

A realização de um evento desta índole contribuiu de forma inegável para atrair a população em geral ao Centro Histórico e fazer dos domingos da cidade da Guarda dias propícios e saídas em família usufruindo do Centro Urbano. Com esta iniciativa pretendeu-se igualmente sensibilizar os comerciantes, localizados na zona histórica da cidade, para a adaptação e flexibilidade dos horários dos seus estabelecimentos, permitindo aos visitantes a possibilidade de conhecer também a realidade do comércio tradicional. Esta situação foi evoluindo favoravelmente ao longo das três edições, verificando-se a adesão crescente dos vários estabelecimentos com a abertura nesses domingos.

De realçar também a presença de turistas espanhóis, visitantes que foram aumentando no decurso das edições, o que motiva/incentiva a Agência a continuar a apostar em publicidade na vizinha Espanha, especialmente na província de Salamanca.

Em paralelo com as antiguidades e o colecionismo expostos estava também presente animação para os mais novos através de insufláveis gigantes, pinturas faciais e balões.



PRAÇA—VELHA | 07 OUTUBRO

As Feiras têm lugar ao 1º domingo do mês de junho a outubro



CONFERÊNCIAS SAÚDE SEM FRONTEIRAS

O Centro de Estudos Ibéricos vai levar a efeito mais uma conferência do 8º Ciclo de Conferências Saúde Sem Fronteiras, cuja coordenação científica está a cargo das Universidades de Coimbra e de Salamanca. O Ciclo de Conferências conta com a colaboração da Ordem dos Enfermeiros, Escola Superior de Saúde da Guarda, U.L.S. Guarda, Ordem dos Médicos e Fundação Portuguesa do Pulmão.

Para mais informações em: www.zes.pt

PERCURSO PEDONAL DO JARMELO

O "Trilho do Jarmelo" insere-se na Rede Municipal de Percursos Pedestres que o Município da Guarda tem vindo a implementar. A rede de percursos tem por objetivos principais: a promoção da prática desportiva, o convívio entre pessoas que gostam de caminhar e sobretudo o contacto com a natureza.

Este é um percurso pedestre de enorme encanto, bastante utilizado quer pelos antigos habitantes destas localidades, quer por antigos ferreiros que se serviam deste caminho para fazer chegar as suas alfaias agrícolas até à cidade da Guarda.

O "trilho do Jarmelo" inicia-se no Parque Urbano do Rio Diz e passa pelos territórios de João Bragal, Casas da Ribeira, Imã, Donfins, terminando no Jarmelo. Todos os locais apresentam um enredo histórico-cultural marcado pelas suas tradições, pelas suas histórias e também pelas suas antiguidades arqueológicas. Trata-se de um PR linear com 13Km de extensão em que o grau de dificuldade é médio baixo.

Consulte aqui o percurso:
"Trilho do Jarmelo"



Saúde sem Fronteiras 2012

8º Ciclo de Conferências Saúde Sem Fronteiras

20 Março
Estratégia Europeia

23 Março
Qualidade do Ar e Saúde

24 Junho
Cancro da Mama

26 Outubro
Envelhecimento Ativo

27 Novembro
Estado da Saúde da Comunidade

SAÚDE SEM FRONTEIRAS

BMEL | 18 OUTUBRO

Na penúltima das conferências do 8º edição do Ciclo Saúde Sem Fronteiras, debate-se o "Envelhecimento Ativo".



Sugestão: Trilho do Jarmelo

ESPETÁCULOS E EXPOSIÇÕES

Lura é uma cantora portuguesa de ascendência cabo-verdiana. Depois de ter conhecido a jovem cantora aquando do seu dueto com Bonga no tema Mulemba Xangola, a editora Lusafrika editou em 2004, o disco "Di Korpu Ku Alma" (De Corpo e Alma), um trabalho genuinamente cabo-verdiano com o qual Lura desponta no país e na diáspora com o sucesso de "Na Ri Na", o primeiro disco

LURA
GRANDE AUDITÓRIO DO TMG
27 OUT | 21H30



Em 2005, o álbum foi lançado em vários países, incluindo EUA, Itália (onde foi um dos discos mais vendidos durante o Verão) e Inglaterra (onde foi nomeado pela "BBC World Music Awards"). Este seria o ponto de partida para uma carreira de sucesso. A cantora percorre, desde então, os principais palcos das Músicas do Mundo pelos cinco continentes cantando em crioulo.

Mais informações em: www.tmg.com.pt

VITOR POMAR: KARMADUDRA GALERIA DE ARTE DO TMG, ATÉ DIA 28 DE OUT.

A exposição do artista plástico Vítor Pomar, intitulada "KARMAMUDRA" estará patente na Galeria de Arte do Teatro Municipal da Guarda (TMG), até ao dia 28 de outubro. Nesta exposição, o artista «invoca a dimensão simbólica que está presente em toda a atividade humana». A exposição pode ser visitada de terça a sexta-feira das 16 às 19 horas e das 21 às 23 horas, aos sábados das 15 às 19 horas e das 21 às 23 horas e aos domingos das 15 às 19 horas. A entrada é livre.



VITOR POMAR: KARMADUDRA
GALERIA DE ARTE DO TMG
ATÉ DIA 28 DE OUTUBRO

Mais informações em: www.tmg.com.pt

VISITAS: MUSEU DE TECELAGEM DOS MEIOS

No Museu de Tecelagem dos Meios pode assistir à confecção das tradicionais mantas.

O espaço museológico, da Câmara Municipal, foi inaugurado em Julho de 2006 e está instalado numa antiga fábrica de tecelagem que cessou a laboração nos anos 80 do século passado.

Segundo Luis Costa, coordenador do museu, o imóvel foi inicialmente adquirido pelo Parque Natural da Serra da Estrela para oficina de aprendizagem, "mas o projeto não surtiu efeito e o edifício começou a degradar-se."

Em 2002, foi adquirido pela autarquia que o recuperou e adaptou a museu de tecelagem, com exposição, venda de artesanato e de produção de cobertores de papa (acessório característico dos pastores serranos), carpetes, mantas, entre outros artigos.

O funcionamento de quatro teares de produção de cobertores de papa e de dois de mantas de trapos é assegurado por um tecelão da terra, contratado pela autarquia.

Luis Costa explicou que o museu "não se limita só a expor o espólio ligado à tecelagem", como tesouras de tosquia, canelas, rocas, fusos, chocalhos, etc. Referiu que, no dia-a-dia, «o artesão está a trabalhar em teares com cento e tal anos» e quem visitar o local pode acompanhar a produção de cobertores ou de mantas pelo método manual, e adquirir os artigos.

Preservar a memória da tecelagem e da indústria têxtil, dando particular destaque à produção do cobertor de papa, que está em vias de desaparecer, é outro dos objetivos do equipamento.



Antiga fábrica de Tecelagem, localizada numa freguesia Rural da Guarda que possui um espólio ligado à Tecelagem constituído por teares manuais para elaboração de mantas de farrapos e cobertores de papa.

Visitas: Para grupos mediante marcação prévia.

Atividades desenvolvidas:

Produção artesanal de mantas e tapetes de farrapos;

Produção artesanal de cobertores de papa;

Exposição de coléras e chocalhos para ovelha;

Exposição e venda de produtos artesanais do coelho da Guarda.

Horário de Funcionamento

Verão (de 01 de Abril a 30 de Setembro)

10:00H-13:00H e das 14:00H-18:00H

Inverno (de 01 de Outubro a 31 de Março)

9:00H-13:00 e das 14:00H-17:00H

Aberto diariamente a exceção do dia 1 de Janeiro, Domingo de Páscoa e 25 de Dezembro.

Contacto: Tel.: 271 591 046



FORMAÇÃO: TURISMO DE PORTUGAL

O Município atribui especial importância à área da promoção dos direitos e da qualidade devida das pessoas com deficiências e incapacidades. Para o efeito, pretende dar continuidade a um planeamento de políticas públicas que combatam a discriminação e garantam a participação ativa das pessoas com deficiências e incapacidades nas várias esferas da vida social.



LEGISLAÇÃO: TURISMO DE PORTUGAL

O Turismo de Portugal disponibiliza toda a legislação relativa ao licenciamento e classificação de empreendimentos e actividades turísticas, bem como à declaração de utilidade turística e de interesse para o turismo.

Mais informações:
www.turismodeportugal.pt



DIA DO TURISMO

No âmbito das comemorações do Dia Mundial do Turismo, a Agência para a Promoção de Guarda (APGUR), em parceria com a Câmara Municipal da Guarda, apresentaram uma coleção de doze pacotes de açúcar e um postal puzzle, concebidos para promover, de uma forma mais direta, alguns dos elementos que melhor caracterizam a cidade mais alta de Portugal.



Município Municipal da Guarda - MMG
www.municipal-da-guarda.pt



Município Municipal da Guarda - MMG
www.ttg.com.pt



Centro de Estudos da Guarda - CEG
www.ceg.pt



Agência para a Promoção da Guarda - APUG
www.guardaocivila.pt



Biblioteca Municipal Eduardo Lourenço - BMEJ
www.bmej.pt



Turismo de Portugal
www.turismoportugal.pt

Agência da Guarda
Setembro



Agência MMG
Janeiro, Outubro, Novembro, Dezembro



DIAS
CASTELO
BRANCO

SET



Quinta DAS Laranjeiras

CRÉDITO GARANTIDO



CATEDRAL
CAFE

Dia 1
SET.
SABADO



WHISKY PARTY

• DJ LEFT •

WHISKY

1º - 4,00€
2º - 3,00€
3º - 2,00€
4º - 1,00€

a partir do 4º sempre a 1,00€

OFERTA DE
BRINDES

Sangria - 1€

VODKA MORANGO

1º - 4,50€
2º - 3,50€
3º - 2,50€
4º - 1,50€

a partir do 4º sempre a 1,50€

Sábado 13 OUTUBRO

13 ANIVERSARIO

DJ NUDGE

DRY MAN

Reservado

WHISKY WILLIAM LAWSON'S e VODKA SABORES

1º: 4€ - 2º: 3€ - 3º: 2€ - 4º e em diante 1€

CATEDRAL





CATEDRAL
CAFÉ

Carnaval

شباب

Whisky

caudro gatto, wittum lauroa, ja

Vodka

móitago

1º - 4,00€

2º - 3,00€

3º - 2,00€

4º - 1,00€

A partir do 4º é sempre a 1€

DJ LEFT

Sábado, 15 Setembro

1º - 4,50€

2º - 3,50€

3º - 2,50€

4º - 1,50€

A partir do 4º é sempre a 1,50€

SÁBADO
20 Out.



Catedral

PROMOÇÃO ESPECIAL

1.50€
MARTINI



0.75€
SANGRIA

DJ LEFT

22
SET.

Sabado



FESTA MARTINI

GOODBYE SUMMER

DJ LEFT | OFERTA DE BRINDES

MARTINI TINTO - 0,75€



Special Decor





TERÇA 23 OUTUBRO



FESTA DO DESPORTO

FATO DE TREINO PARTY

FESTA DA CERVEJA

1ª - 1,50€ | 2ª - 1,00€ | 3ª e em diante 0,50€



CATEDRAL
CAFÉ

Vodka Sabores Whisky

William Lawson's



1º- 4€ | 2º- 3€ | 3º- 2€ | 4º e em diante 1€

SÁBADO, 27 OUT.



CATEDRAL
CAFE



29 SET.
SÁBADO

Festa da

VODKA BLACK



1ª VODKA: 4€

2ª VODKA: 3€

3ª VODKA: 2€

4ª VODKA: 1€



A PARTIR DA 4ª É SEMPRE A 1€



Grande Festa de Halloween

30 de Outubro

Oferta de brindes
TMN, sorteio de
1 Bilhete
para o Festival
Sudoeste TMN

Dj. Left e Djohnny

Facepainting

Animadores Zombies e
várias personagens

Special Decor

ENTRADA 4,5€

Com oferta de 1 Bebido de Copulo



A libertação da forma está aqui



Nome: Adelina Monteiro
 Endereço: Prado
 Código Postal: 8300-128 Guarda
 Telefone: 271 213 138



Adelino Monteiro
 Prado
 8300-128 Guarda
 Telefone: 271 213 138



aminhos
ARQUITECTOS



aminhos



Castelo Branco - Castelo Branco
R. Dr. Maria E. O. Pires, 13
6000-201 CASTELO BRANCO
Tel. / 272 345 537
www.aminhos.pt


A CEGONHA
RESTAURANTE



Castelo Branco - Castelo Branco
R. Dr. Maria E. O. Pires, 13
6000-201 CASTELO BRANCO
Tel. / 272 345 537


ÁGUA FERRO
RESTAURANTE



Castelo Branco - Castelo Branco
R. Dr. Maria E. O. Pires, 13
6000-201 CASTELO BRANCO
Tel. / 272 345 537

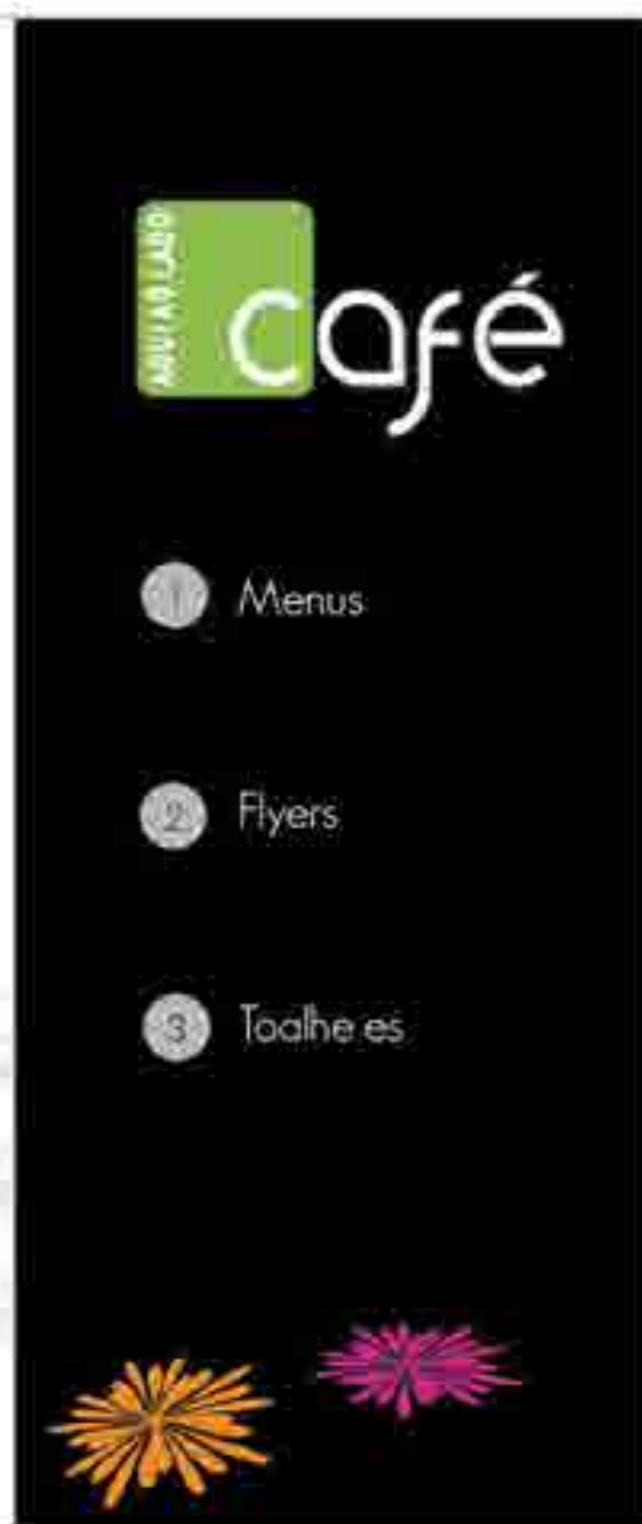

CHURRASCO
SANTOS



Castelo Branco - Castelo Branco
R. Dr. Maria E. O. Pires, 13
6000-201 CASTELO BRANCO
Tel. / 272 345 537

Site e Estacionário de Aminhos Arquitectos

Cartão Cegonha - Agua Ferro - Santos - Restauração



Festas Acadêmicas

7 OUT. Comissão Prática GAT
 12 OUT. Comissão Prática GAT
 13 OUT. NOITE TEMAS FOR
 14 OUT. Comissão Prática GAT
 18 OUT. Comissão Prática GAT
 21 OUT. Comissão Prática GAT

Outubro 2010

FESTAS FEVEREIRO

12 OUT. Comissão Prática GAT
 13 OUT. NOITE TEMAS FOR
 14 OUT. Comissão Prática GAT
 18 OUT. Comissão Prática GAT
 21 OUT. Comissão Prática GAT

12 OUT. Comissão Prática GAT
 13 OUT. NOITE TEMAS FOR
 14 OUT. Comissão Prática GAT
 18 OUT. Comissão Prática GAT
 21 OUT. Comissão Prática GAT

NOITES ANIMADAS E COM DIVERSÃO É AQUI...

LANDO

SUMMER COCKTAIL

NOVOS SABORES DE VERÃO. CAIPIRINHAS DE FRUTAS E COCKTAIL'S VARIADOS. GOREJE E SINTA A DIFERENÇA...

Toda a magia... Num só cartão...

FEIRA DOS SANTOS ALCAINS 2010

31
OUT

9h | Rota da Castanha no Largo de S. António (passelo pedestre)

11.30h | Mega Magusto no Largo de S. António

15.00h | Jogo de Futebol no Trigueiros de Aragão
Feira de Ródão

01
NOV

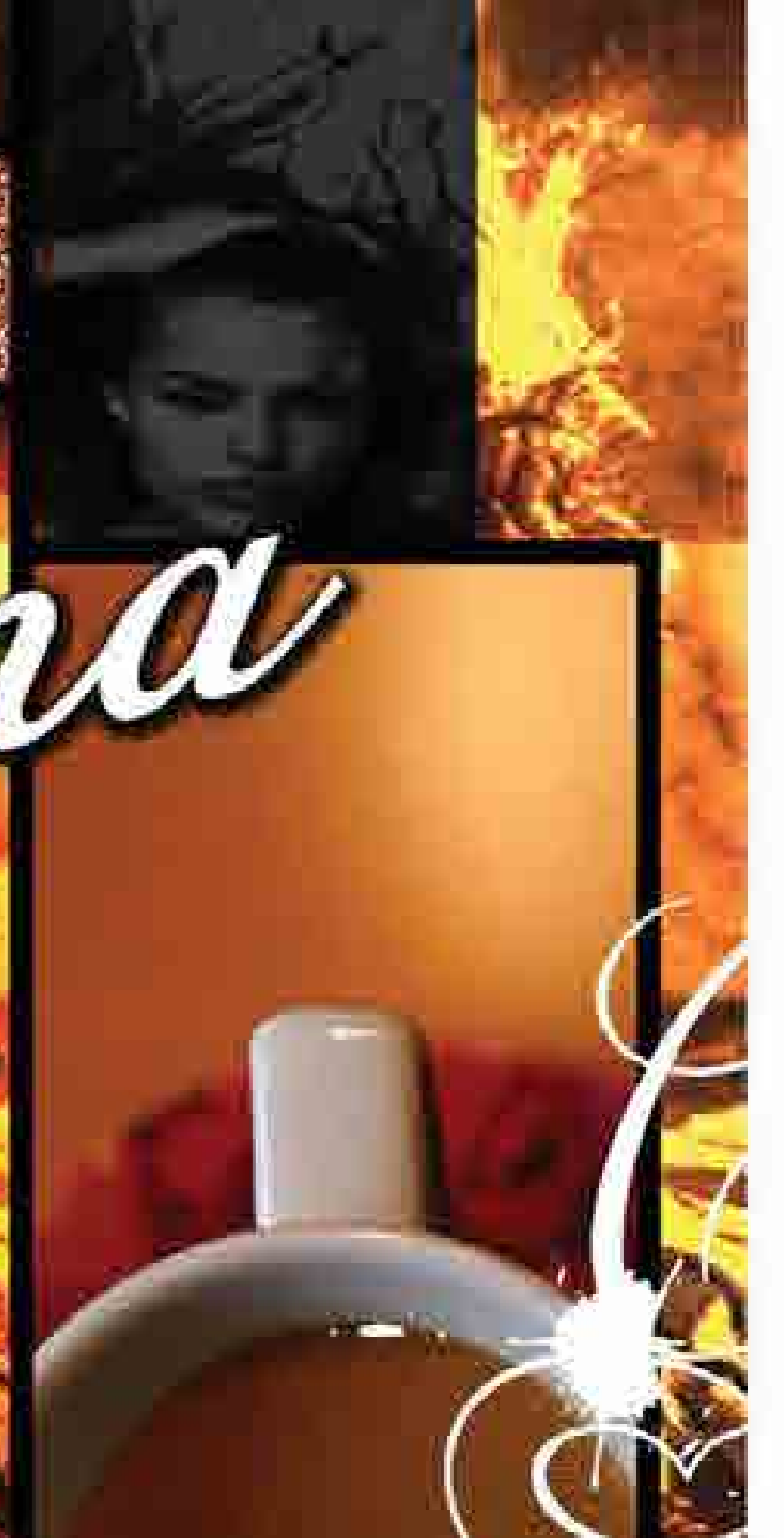
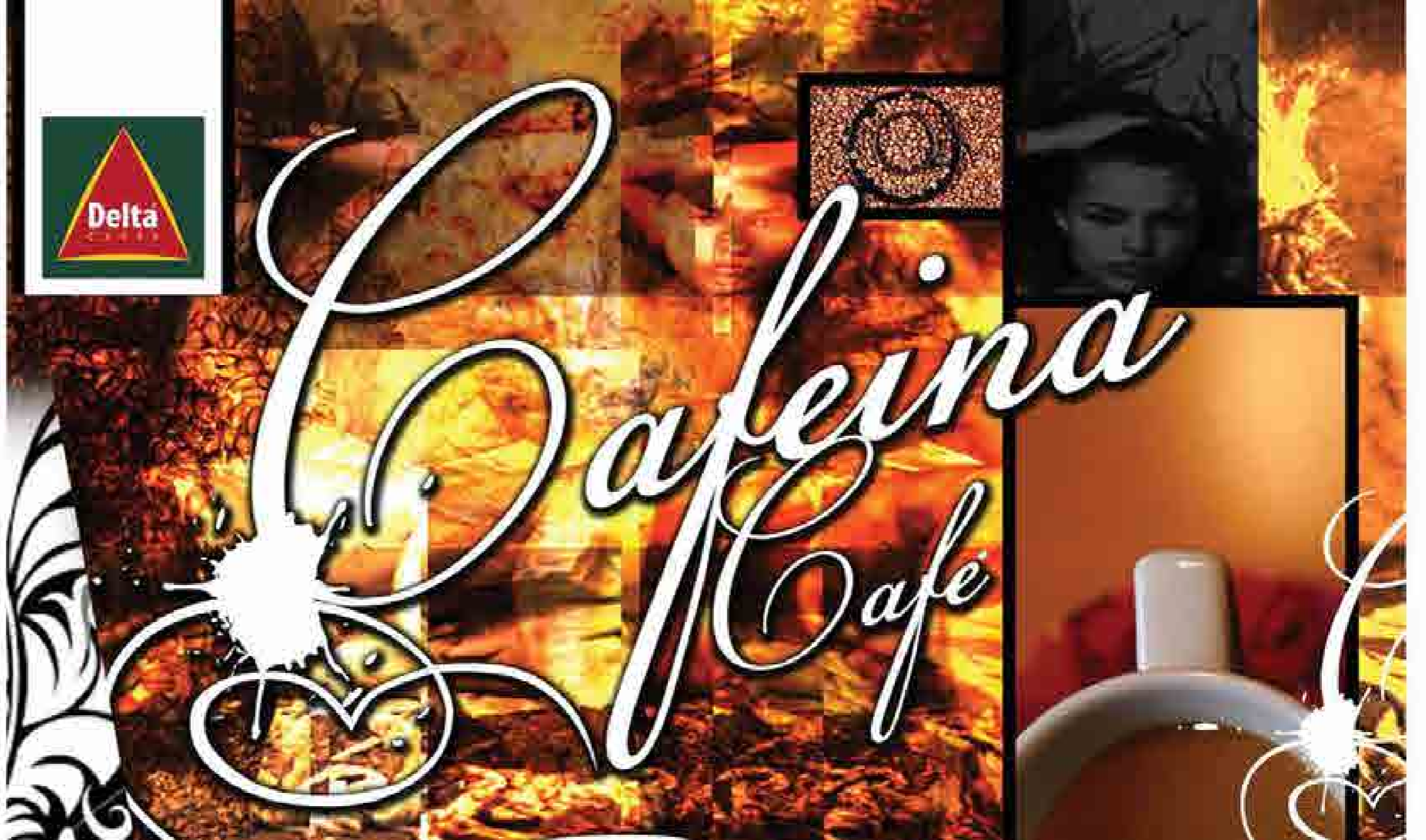
DIAS
EMPLÁRIOS
CASTELO
BRANCO

28
29
30 SET

FEIRA MEDIEVAL
MERCADO DE ARTESANATO
ÁREA DE TORRE



ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL e
INDUSTRIAL



10.^o
ANIVERSÁRIO
LADIES NIGHT
DIA 14 DE OUTUBRO
QUARTA-FEIRA
BAILARINA MARIA RIBEIRO
INOMEADA BEST ANIMAÇÃO PORTUGAL NIGHT
FACE PAINTING

14 DE OUTUBRO



CATEDRAL
CAFE

Festa de fim
de aulas
16 dez

DJ LEFT

Sorteio de Bilhete
Sudoeste TMN 2012

Brindes TMN
SHOT 1€

seira (inclui bebida)
ONSUMO OBRIGATÓRIO

CATEDRAL
CAFE

08 SET.
2012

SPICE
THINGS
UP

CATEDRAL
CAFE

CATEDRAL
CAFE

DJ BENVINDA

2€ JERRAS & EUROS COM OFERTA DE UM SHOT
BONDI DE VENDA: Aqui no Lado e Chiquet

CATEDRAL
CAFE

SABADO 25 DE AGOSTO

ZUMBA
Party

DJ AMORIM

OFERTA DE BRINDES
MARTINI 2 EUROS
SHOTS 1 EURO

WWW.FREEDOM.COM/CELEBRACIÃO

MARTINI



Historial

Situado na cidade mais alta de Portugal Continental, Guarda, o bar Catedral Café foi inaugurado a oito de Outubro de 1999, sendo posteriormente remodelado em 2001.

Actualmente, o Catedral Café, pode considerar-se um ponto de passagem obrigatório quando se visita a vida nocturna na cidade dos 5 T's, sendo sem dúvida um dos bares mais versáteis e referenciados da cidade.

A decoração é esteatoteante e única, ficando envolvidos em pinturas gigantescas, que decoram todas as paredes do bar, embora estas sejam por vezes cobertas pelas imensas plantas que decoram o estabelecimento.

Estamos abertos de Terça a Sábado a partir das 00:00 horas, até às 5:00...

Venha Divertir-se...

81 - Catedral Café



82 - Catedral Café

catedral café
informações
contactos
galeria
eventos

Puro Design



APRESENTA
MISS SHEILA
25
OUTUBRO



G
GUARDA
CONDOMINIOS
gestão de condomínios



G
GUARDA
CONDOMINIOS

G
GUARDA
CONDOMINIOS



SARDI RDIA NHA

marisqueira



Quinta DAS laranjeiras



Quinta DAS laranjeiras



TEL: 271 08 20 70 | 96 50 57 0 73
 WWW.QUINTADASILARANJEIRAS.COM

clineve

271 08 20 70 | 96 50 57 0 73



ABERTO DE SEGUNDA A SABADO

*Merry Xmas
 e um Feliz
 Ano Novo*



EXAME DE INFORMÁTICA / TELECOMUNICAÇÃO / TIC / 2014
 ESCOLA SECUNDÁRIA DE BEJA (1ª ESCOLA SECUNDÁRIA)
 BEJA

NÚCLEO EMPRESARIAL DA REGIÃO DA GUARDA



25
 ANOS
 NITRGA
 COOPETRA 

TURISMO, VINHOS, SABORES

SEMINÁRIO SOBRE GASTRONOMIA VINHOS

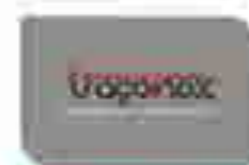
TURISMO, VINHOS, SABORES

SEMINÁRIO SOBRE GASTRONOMIA VINHOS

14.00 | 15.00 | 16.00 | 17.00 | 18.00 | 19.00 | 20.00 | 21.00 | 22.00 | 23.00 | 24.00 | 25.00 | 26.00 | 27.00 | 28.00 | 29.00 | 30.00 | 31.00 | 32.00 | 33.00 | 34.00 | 35.00 | 36.00 | 37.00 | 38.00 | 39.00 | 40.00 | 41.00 | 42.00 | 43.00 | 44.00 | 45.00 | 46.00 | 47.00 | 48.00 | 49.00 | 50.00 | 51.00 | 52.00 | 53.00 | 54.00 | 55.00 | 56.00 | 57.00 | 58.00 | 59.00 | 60.00 | 61.00 | 62.00 | 63.00 | 64.00 | 65.00 | 66.00 | 67.00 | 68.00 | 69.00 | 70.00 | 71.00 | 72.00 | 73.00 | 74.00 | 75.00 | 76.00 | 77.00 | 78.00 | 79.00 | 80.00 | 81.00 | 82.00 | 83.00 | 84.00 | 85.00 | 86.00 | 87.00 | 88.00 | 89.00 | 90.00 | 91.00 | 92.00 | 93.00 | 94.00 | 95.00 | 96.00 | 97.00 | 98.00 | 99.00 | 100.00

Tragoinox

EQUIPAMENTOS E CLIMATIZAÇÃO, LDA



Climatização

Equipamento
hoteleiro

Equipamento escritório
mobiliário geriátrico

Parceiros
ZANUSSI
ARISTON
NIBE
JUMO
CAMERO



Equipamento, Mobiliário e Serviços



primavera musical



primavera musical
24 de Novembro
19h30

Concerto de Encerramento
da Primavera Musical 2008

Com a presença de

"João"
Maria João - voz
António Fernandes - guitarra
Demétrio Cabral - contrabaixo
Mário Franco - bateria

IESUS CASTRO-BALBI (guitarra)
Hugo Luís de Andrade

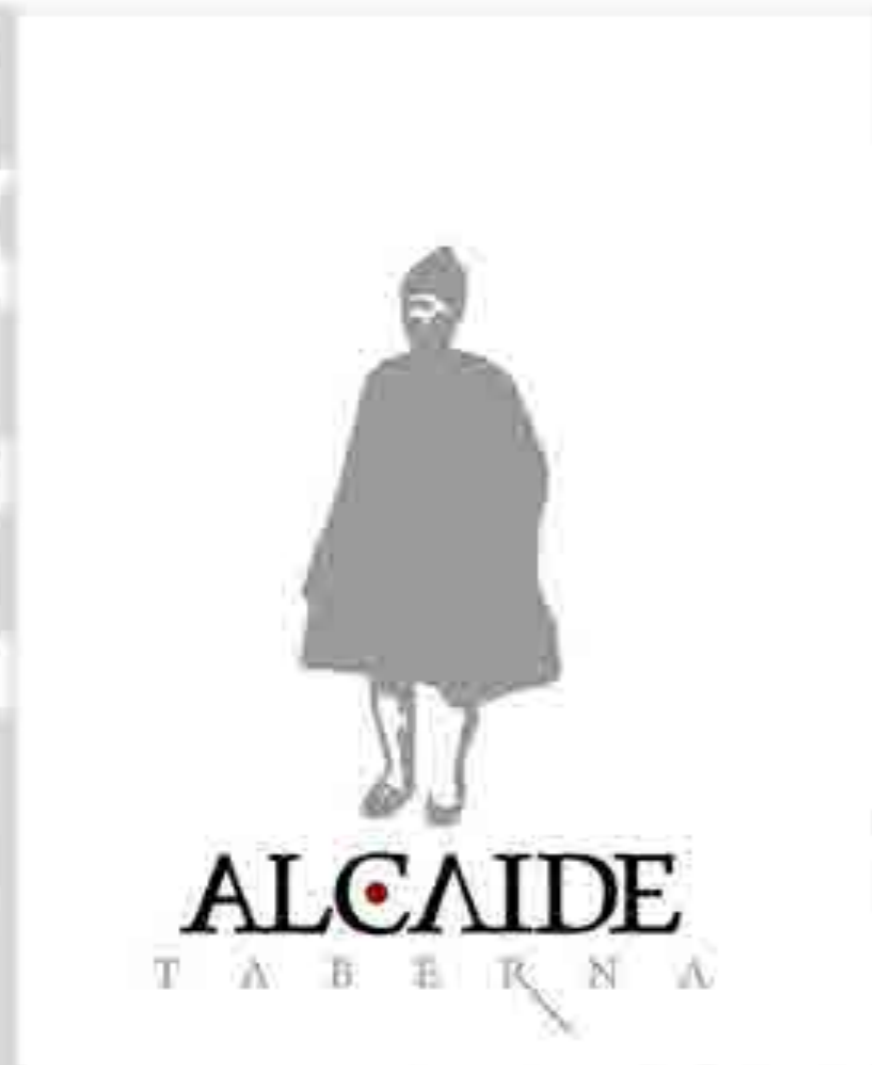
A poster for the 'primavera musical' concert. It features a woman's face in profile, looking down, with her hair adorned with flowers. The background is light blue with various floral and bird illustrations. Text includes the event title, date, time, and names of performers.

momento ZEN
Terapias manuais

A book cover for 'momento ZEN' manual. The cover is light orange with a floral design. The title 'momento ZEN' is in large pink letters, and 'Terapias manuais' is in smaller green letters below it. The book is shown at an angle, with a faint illustration of a person's face in the background.

momento ZEN
Terapias manuais

A book cover for 'momento ZEN' manual, similar to the one in the previous block. It features a woman's face in profile, looking up, with her hair adorned with flowers. The background is light blue with floral and bird illustrations. The title 'momento ZEN' is in large pink letters, and 'Terapias manuais' is in smaller green letters below it.





M-wave
staff produções lda



ch! Margarita
agência de espetáculos



margaoké
karaoke



onda-M
grupo musical



ENTER.PT



ENTER.PT

TECLA ENTER
Consultoria Informática Unip. Lda
Cada Edeq. Tv. Para Vista, 4 - 2490-971 Ourense
NIF - NIPC - Matrícula 44 539 849 970 Capital: 5000€
Serviços e Serviços de Apoio
Avenida dos Unidos da Torre, 12 - 132 - 1º And - 1700-148 Lisboa
Cada Edeq. C/ de Lisboa, Lote 22 - Lda - 1600-140 Cascais - Branco
apoiocliente@enter.pt www.enter.pt 96 000 2220
21000 112
115 261306



MARQUÊS DE MARIALVA

NOBREZA ATÉ À ÚLTIMA GOTA



Design Gráfico - Capa da Revista (Comissão Vitivinícola da BaIRRada)

Capa CD - frente e verso

Comissão Vitivinícola
da BaIRRada



Comissão Vitivinícola
da BaIRRada



Flyer - frente e verso



Capa DVD



Cartão



BeiraInterior



VINHOS DA BEIRA INTERIOR OS MAIS RICOS EM RESVERATROL
PROTEJA A SUA SAÚDE

www.beirainterior.pt

DIPLOMA

Unidade de Prova

Qualidade e Olor dos Caracóis da
Espirral da Beira Interior Olor dos Caracóis da
da Colheita da Beira Interior



BeiraInterior

Beira Interior
Vinhos da Beira Interior

BEIRA INTERIOR



Associação de Produtores de Vinhos da Beira Interior
Associação de Produtores de Vinhos da Beira Interior
Associação de Produtores de Vinhos da Beira Interior



BEIRA INTERIOR

Vinhos da Beira Interior

o frescura da
Montanha



INTERVENÇÃO

www.cercig.org | [Início](#) | [Quem Somos](#) | [Serviços](#) | [Contactos](#) | [Notícias](#) | [Links](#) | [Sobre Nós](#) | [Política de Privacidade](#)

Logar Yext

Nome de Utilizador

Senha

Manter-me logado

Esqueci-me a senha

Esqueci-me a senha
Esqueci-me a senha
Esqueci-me a senha

Notícias

- Um novo centro equestre
- Comércio e Turismo
- Dr. Patrícia Passante
- Dr. Patrícia Passante
- Dr. Patrícia Passante
- Dr. Patrícia Passante
- Dr. Patrícia Passante
- Dr. Patrícia Passante

Mais notícias

CENTRO EQUESTRE



CENTRO EQUESTRE

Inscrições Abertas

Local: Quinta da Terra - Parque Industrial
Telefone: 271 213 002 | Web:
www.cercig.org

Contacto Ricardo Batista
Telefone: 919243308 ou 963677756

PREÇOS ACESSÍVEIS

Consulte aqui a tabela de preços
Agora com novo espaço para a prática de



Enquiste

Associação de Produtores

- Associação de Produtores
- Associação de Produtores
- Associação de Produtores
- Associação de Produtores

Ver Ver

CERCIG

Web Design - Site da CERGIG - Cooperação de Educação e Reabilitação da Guarda



Faz das Tripas Coração



Vinhos de
portugal



50
melhores

para o
Brasil 2010



Rua Eng. Cláudio Celso, nº 12
Freguesia de São João, Vila Verde
4500-100 Vila Verde, Portugal
Tel: 255 202 146 Fax: 255 202 146
e-mail: proj@engilegre.com



ENGILEGRE
engenharia e projectos



Projeto Res - Eng. Tec. CIVIL

Tel: 255 202 146
proj@engilegre.com

Rua Eng. Cláudio Celso, nº 12
Freguesia de São João, Vila Verde
4500-100 Vila Verde, Portugal
Tel: 255 202 146 Fax: 255 202 146
e-mail: proj@engilegre.com




 restaurante 14

RESERVADO

*O projeto restaurante 14, nasceu
 de um grupo de pessoas, unidas
 pelo amor à natureza e pela
 vontade de oferecer a melhor
 experiência gastronómica da Serra da
 Estrela. O restaurante 14, nasceu
 com o propósito de oferecer a
 melhor experiência gastronómica da
 Serra da Estrela, com um
 ambiente acolhedor e um serviço
 personalizado.*


 restaurante 14


 restaurante 14

A NOSSA PRINCIPAL PREOCUPAÇÃO É SERVIR CADA VEZ MELHOR.



Rua da Bonfim, Loja 2 - Lote 250, 6000 Castelo Branco
 Telem. 968 250 811 - 939 565 875



puro

www.purodesign.eu



aziguel
coffeedrinks

MENU



MENU SNACK

Testas

Testa Missa (fambin, queijo e manteiga)	2,00€
Testa Frango (massa de alho e patil de frango)	2,50€
Testa Atum (patil de atum e manteiga)	2,50€
Testa D'água (...)	2,00€



Sandwiches

S. Queijo ou Fambre (patil de forma, queijo ou fambre)	1,40€
S. Mix Queijo ou Fambre (patil de forma, alface, tomate, queijo ou fambre e maionese)	2,00€
S. Almo (patil de forma, queijo e fambre)	1,90€
S. Mix Almo (patil de forma, alface, tomate, queijo, fambre e maionese)	2,50€
S. Atum (patil de forma e patil de atum)	2,50€
S. Mix Atum (patil de forma, alface, tomate e patil de atum)	3,00€
S. Frango (patil de forma e patil de frango)	2,50€
S. Mix Frango (patil de forma, alface, tomate e patil de frango)	3,00€
S. Delicias do Mar (patil de forma e patil de delicias do mar)	2,50€
S. Mix Delicias do Mar (patil de forma, alface, tomate e patil de delicias do mar)	3,00€
S. D'água (patil de forma, molho d'água, bacon e cebola salteada e salada)	3,00€



MENU SNACK

S. Americana

(pão de forma, maionese, fiambre, queijo, bacon, salada e ovo estrelado).....

Bifanas

Bifana
(pão e carne)..... 2,50€

Bifana Simples
(pão, alface, tomate e carne)..... 3,00€

Bifana Especial
(pão, cebola salteada, queijo e carne)..... 3,00€

Bifana Tropical
(pão, ananás e carne)..... 3,00€

Bifana Queijo e Bacon
(pão, queijo, bacon e carne)..... 3,00€

Bifana Americana
(pão, alface, tomate, queijo, maionese, fiambre e carne)..... 3,50€

Bifana D'igual
(pão, alface, cebola salteada, queijo, milho d'igual, carne e bacon)..... 3,50€

Ingredientes Extra..... 0,80€

Ovo estrelado / costido..... 1,00€

Carne de vitela em vez de porco..... 0,80€

Baguetes

Baguete Italiana
(alface, tomate, queijo e fiambre)..... 3,00€

Baguete Queijo e Bacon
(queijo e bacon)..... 3,00€

Baguete Vegetariana
(alface, tomate, milho e cebola)..... 3,00€

Baguete Atum
(alface, tomate, pasta atum, milho e cebola)..... 3,50€



MENU SNACK

ClubHouse Delícia do Mar

(pão de forma, pão delícia do mar, queijo, hambú, alface, tomate, molho especial e batata frita)..... 4,50€

ClubHouse D'água

(pão de forma, queijo, ovo estofado, queijo, hambú, alface, tomate, molho especial e batata frita)..... 3,00€

Francesinhas

Francesinha Simples

(pão de forma, carne, queijo, hambú, molho especial e batata frita)..... 6,50€

Francesinha 3 Tipos

(pão de forma, carne, queijo, hambú, linguiça, molho especial e batata frita)..... 7,50€

Francesinha Tropical

(pão de forma, carne, queijo, hambú, ananás, salada, molho especial e batata frita)..... 8,00€

Francesinha 3 Pães

(pão de forma, carne, queijo, hambú, ovo estofado, salada, molho especial e batata frita)..... 8,20€

Francesinha D'água

(pão de forma, carne, queijo, hambú, ovo estofado, bacon, salada, linguiça, molho especial e batata frita)..... 8,60€

Escondidos extra

0,90€

Dois escondidos

1,80€



Pizza

Margherita

(molho tomate, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena..... 4,50€ / Média..... 6,00€ / Grande..... 10,50€ / Gigante..... 18,50€

Proccotto

(molho tomate, hambú, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena..... 5,00€ / Média..... 6,50€ / Grande..... 11,00€ / Gigante..... 19,50€

ProccottoFunghi

(molho tomate, cogumelos, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena..... 6,50€ / Média..... 7,00€ / Grande..... 11,50€ / Gigante..... 20,00€



MENU SNACK

Trópicas

(molho tomate, fígado, ananás, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 5,50€ | Média 7,00€ | Grande 11,50€ | Gigante 20,00€

Atum

(molho tomate, cebola, cogumelos, atum, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,00€ | Média 7,50€ | Grande 12,00€ | Gigante 21,00€

Chouriço

(molho tomate, fígado, cogumelos, chouriço, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,00€ | Média 7,50€ | Grande 12,00€ | Gigante 21,50€

Peperoni

(molho tomate, pepperoni, ananás, chouriço, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,50€ | Média 8,50€ | Grande 12,50€ | Gigante 22,50€

Serrano

(molho tomate, presunto, cogumelos, azeitonas, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,50€ | Média 8,50€ | Grande 12,50€ | Gigante 22,50€

Bacon

(molho tomate, ovo cozido, bacon, cebola, azeitonas, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 8,00€ | Média 9,50€ | Grande 12,50€ | Gigante 22,50€

Vegetariano

(molho tomate, milho presunto, tomate, cebola, azeitonas, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 5,00€ | Média 7,00€ | Grande 11,50€ | Gigante 18,50€

Catoboa

(molho tomate, ovo cozido, bacon, cebola, cogumelos, carne picada, azeitonas, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 8,00€ | Média 9,50€ | Grande 14,00€ | Gigante 25,00€

Mix Trópicas

(molho tomate, banana, ananás, kiwi, peixe cozido, azeitonas, delicias do mar, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,00€ | Média 8,50€ | Grande 14,00€ | Gigante 25,00€

D'água

(molho tomate, frango, ananás, peixe cozido, azeitonas, fígado, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 6,50€ | Média 8,50€ | Grande 14,00€ | Gigante 25,00€

Barbecue

(molho tomate, frango, ananás, bacon, carne picada, cebola, azeitonas, molho barbecue, queijo mozzarella e orégãos)

Pequena 7,00€ | Média 9,50€ | Grande 14,00€ | Gigante 25,00€

Ord. a sua própria pizza Peq. Méd. Grand. Gig.

Pizza base "Margherita" 4,50€ 6,00€ 10,00€ 18,00€

Ingredientes 0,00€ 1,50€ 2,00€ 2,50€



M 4003 St. Avenue, California

T (+011) 5046 487 5602

@ email@nysushi.com

W www.sushiwebsite.com

DELIVERY

5046 873 5600



MERCADO USADO DO

20 e 21
Outubro

NERGA

Venda de veículos
semi novos e usados

Atividades paralelas

Entrada gratuita



AGITA GUARDA

3 Novembre
2012

NERGA



Agita
Guarda

Proposta 1

Agita
Guarda

Proposta 2

AGITA
GUARDA

Proposta 3

AGITA
GUARDA

Proposta 4

AGITA
GUARDA

Proposta 5

AGITA
GUARDA

Logótipo Final



Proposta 1



Proposta 2

DOURO e ESTRELA

Proposta 3



Proposta 4



Proposta 5



Proposta 6



Proposta 7



Proposta 8



Proposta 9



Proposta 10



Proposta 11



Proposta 12



Proposta 13



Proposta 14



Proposta 15



Proposta 16



Proposta 17



Proposta 18



Proposta 19



Proposta 20



Proposta 21



Proposta 22



Proposta 23



Proposta 24



Proposta 25



Proposta 26



Proposta 27



Proposta 28



Proposta 29



Proposta 30



Proposta 31



Proposta 52





Proposta 5



Proposta 6



Proposta 7



Proposta 8

**RE:MOD
LAR**

Proposta 9

RE: LAR

Proposta 10

**REMOD
LAR**

Proposta 11



Proposta 12



Proposta 13



Proposta 14



Remodelação e Decoração de Interiores

Proposta 15



Boca Garden - 2004
Rua Infante D. Henrique 38
6.400 - 099-40000
T / F (+ 55) 271 215 378
M (+ 55) 908 681 092
Bocagardenflor@gmail.com
www.bocagarden.pt



2012

14^o

Aniversário

SARDINHA

MARQUEIRO

Tel/Fax: 211 315 448

Rua Antônio Sérgio, 1000 Guaruá

Site: www.marqueiro.sardinha.com

E-mail: marketing@marqueiro.sardinha.com



*Faça Fisioterapia
com Fisioterapeutas!*

FISIOTERAPIA DESPORTIVA

Prevenção de Lesões Desportivas
Tratamento e Recuperação das Lesões Desportivas
Prescrição de Exercício
Treino Funcional
Acompanhamento Nutricional e Psicológico



Terapia da Fala;
Nutrição;
Psicologia;
Psicomotricidade;
Medicina Chinesa (Acupunctura e Fitoterapia)



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Design Gráfico | Design Multimédia | Web Design



Equipamento Comercial e Industrial

Hotelaria e Restauração

Mobiliário de Escritórios e Auditórios

Geriatría

Equipamento Mobiliário

Painel e Frio Industrial

Serviços de Assistência Técnica

Contatos:

Tel: 271 223 424/6

Email: pedrasina@gmail.com

Site: www.pedrasina.pt



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação: *Blog*

Data: 25 outubro 2007
Publicação: www.zp.pt/vb/ogspt/pt
Arquiva: Outubro de 2006
Assunto: Alunos da ESART criam Ateliê de design
Fotografia: Sim (3)
Vídeo: Sim

Observações:

<input checked="" type="checkbox"/>	Notícia Positiva	<input type="checkbox"/>	Notícia Neutra	<input type="checkbox"/>	Notícia Negativa
-------------------------------------	------------------	--------------------------	----------------	--------------------------	------------------

25 Outubro 2006

Alunos da ESART criam ateliê de design

Três recém-licenciados da ESART criaram a Puro Design, uma empresa que se irá dedicar ao design gráfico, ao multimédia e ao audiovisual. O ateliê abrangente, pioneiro em Castelo Branco, deverá abrir as suas portas em Novembro e quer se destacar pela profissionalismo.



Os três jovens vão abrir na cidade um ateliê de design
foi o ZP. Quem sabe!



Três recém-licenciados da [Escola Superior de Artes Aplicadas \(ESART\)](#) decidiram criar o [Puro Design](#). Uma empresa abrangente, pioneira em Castelo Branco, que se quer destacar pela profissionalismo na criação de cartazes, folhetos, pôsteres e sites na internet ou na remodelação da imagem de uma empresa ou produto.

A iniciativa empresarial começou na escola de artes, quando cinco alunos de Design Gráfico se juntaram para elaborar o projecto de estágio, englobando as disciplinas de gestão e de design. Concluído o curso, reforçado com uma segunda licenciatura em Design Multimédia, três destes jovens decidiram então seguir o caminho do empreendedorismo e apostar na criação de um atelier de imagem.

"Nós fizemos um estudo de mercado a nível nacional, e concluímos que em Castelo Branco não havia nenhuma empresa nesse ramo que englobasse o multimédia, o audiovisual e o design gráfico", refere à ZP TV Edgar Silva, antigo estudante da ESART. "O que queremos mostrar de diferente é o profissionalismo, porque aqui em Castelo Branco se cobra até se fazem vários trabalhos, mas nenhum tão profissional como aquele que nós somos capazes de fazer", conclui.

"O primeiro trabalho em grupo que fizemos foi para uma gráfica, em que eles queriam criar uma oferta para darem aos clientes na Natal", afirma Ana Fernandes. "Depois fizemos um outro trabalho para uma empresa de exportação de produtos alimentares", conta a jovem. "Deram-nos uma encomenda e o que fizemos foi remodelá-la, fazer um expositor, um stand, a marca gráfica da empresa, as aplicações em papel: de carta, cartão de visita e envelopes".

Os primeiros trabalhos permitiram acumular a experiência necessária no meio escolar, mas para pôr o projecto a funcionar os jovens empresários precisaram de juntar muita documentação, fazer orçamentos e calcular despesas. Parte importante do processo foi a candidatura em Outubro ao incentivo local de Empresas, programa em que os ex-alunos da ESART pretendem conseguir um apoio de até 40 por cento do investimento total a realizar. Se o projecto for aceite, terão direito a 18 salários mínimos nacionais por cada posto de trabalho criado. O parecer favorável ou não do [Centro de Emprego](#) só chega daqui a meio ano, mas independentemente da resposta a empresa irá abrir as suas portas.



imagem do vídeo promocional da empresa
(c) o ZP - Visão

Até ao momento têm sido os clientes a procurar os três jovens. A aposta vai agora para a divulgação



unta de pequenas e médias empresas, com a apresentação via Internet de alguns dos trabalhos à desporto e de um filme onde se demonstra como foi concebida a imagem da Puro Design. Usámos muito o mármor, que é uma flor extremamente pura, que nasce nos campos, e a partir daí fazemos a ponte para atingir o nosso público-alvo”, explica Sandra Ferreira. “Por isso, o design é uma coisa pura, que nasce de algo”, contrapõe Edgar Silva. “No nosso caso, nasce da libertação da forma, à que tentamos sempre reacionar a nossa imagem com a natureza.”

São formas simples e genuínas através das quais os antigos alunos da ESART pretendem demonstrar a importância da imagem na imagem de uma empresa. Algo que por vezes ainda é esquecido quando se trata de vender um produto. “Ainda é necessário explicar ao cliente o que é o design gráfico, o design multimédia e o audiovisual”, afirma Sandra Ferreira. “Sentimos a necessidade de descrever nos flyers o que fazemos realmente: cartazes, cartões de visita... Temos de explicar tudo.”



Representação visual do espaço a abrir em Novembro
Foto: ZP Visibilidade

O novo atelier deverá abrir as suas portas em Castelo Branco ainda durante o mês de Novembro. Um espaço onde os novos designers pretendem fazer vibrar o princípio da pureza, transparência e simplicidade que caracteriza o Puro Design. Um conceito em que se procura navegar pela perfeição. “Queremos ter uma relação informal, de amizade com o cliente, e por isso vai ser um espaço muito simples”, adianta à ZP TV Edgar Silva. “Queremos que seja um espaço onde as pessoas se sintam bem.”

Entretanto vão-se avolumando os clientes, embora até agora nenhum se adivinhe. Portugal, Viseu, Benedita e Soboa são os locais onde já foram encomendados vários trabalhos. Para além da actualização do próprio site, em carteira a Puro Design tem a remodelação da sinéctica de um hipermercado, a concepção de um site para uma empresa, a criação de um logótipo e a decoração de um ginásio.

Jorge Costa

ver peça... → (ver vídeo no CD em anexo)
(NACEM João Paulo Martins e Jorge Costa EDIÇÃO Jorge Costa)



Este é um espaço reservado para o conteúdo do documento. O conteúdo original não é legível devido à baixa resolução da imagem.





EDIÇÃO
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Imprensa

Data: 3. abr. 2007
Publicação: Povo da Beira
Página:
Secção:
Período: Semanário
Assunto: Primavera Musical
Fotografia: Sm.

Localização:

Observações:

Notícia Positiva

Notícia Neutra

Notícia Negativa

Ver notícia na
página seguinte



“Interessante e arrojado”

A Primavera Musical apresenta um programa variado com nomes de referência

O 13.º Festival Internacional de Música de Caselo Branco - Primavera Musical, decorre de 5 de Maio a 11 de Junho, de acordo com Carlos Semedo, da organização, “um talvez o programa mais interessante e arrojado de toda a sua história”.

São 13 concertos, onde contam com as circunvoluções nacional e internacionalmente, acompanhadas por um ciclo de cinema de três filmes, que “estão sempre relacionados com o concerto seguinte” e por diversas actividades.

Assim, a abrir o evento, no dia 5 de Maio, pelas 21h30, Jacques Neuenhans - Trio Celso Dumba sobre as palcos do Cine Teatro Avenida.

No dia 6 e 10 de Maio, sairá às 18h00 e às 19h30. Como Váscos estreia o ciclo livre “Solo Bach”, dedicado às suites para violoncelo onde o decorrer no Cybárcentro, seguindo-se, nos dias 11 e 12 de Maio, um concerto com Bruno Carvalho (violoncelo) interpreta o Ciclo Solo Bach. O espectáculo terá lugar no Cine Teatro Avenida de Caselo Branco.

Os concertos que decorrem a 18 de Maio, pela Orquestra Sinfónica da ESARE, a 19, por Nuno Laginha e Bernardo Soares (Solo piano) no castelano dedicado. O primeiro é dedicado a Luís Pás e marca a estreia absoluta de uma composição de António Várzea da Almeida. O segundo primeiro de homenagem



O Primeiro Musical decorre de 5 de Maio a 11 de Junho.

Zeca Afonso, uma vez que se comemoram 20 anos sobre a sua morte. Os espectáculos decorrem no Cine Teatro Avenida, pelas 21h30.

Seguem, a 23 de Maio, pelas 20h00, ao Grande Círculo, o concerto de música renascentista dedicada às Irmãs Ford, White and Song por Debado Consort, um quarteto britânico. O espectáculo inclui a degustação de comida, que “não a ver com qualquer das categorias castelhas”.

O Conservatório Regional é o palco do concerto de Diana Vieira e Susi Pinho, marcado para as 21h30 de 23 de Maio. No dia seguinte, às 21h30, o Museu de Francisco Taveira França (ouvir além as portas e música barroca, com o Trio Hímal.

O programa volta ao Conservatório no dia 7 de Junho, com o Moscow Piano Quartet, que apresenta um Música Multoal, pelas 21h30. O concerto conta com alguns músicos portugueses.

No dia 8 de Junho, o Carducci Quartet, quarteto de cordas, atua no Instituto Português de Juventude, seguindo-se uma sessão de espetáculos com músicos da ESARE bem como das escolas secundárias.

A Primavera Musical acaba com o (Des)Concerto de Trio, vencedor do Júbileu 2007, na categoria de Música de Câmara, também no Instituto Português da Juventude.

A iniciativa é organizada pelo Conservatório Regional de Caselo Branco, calendo a Direcção artística a Carlos

Semedo.

A imagem do Festival fica a cargo da Puro Design, uma empresa recentemente fundada por três licenciados da ESARE. Segundo Edgar Silva, da Puro Design, o cartel foi baseado em três concertos-primavera, música e o gradiente em vogas actualizadas. A ideia surgiu numa reunião com jornal e, por isso, o programa é apresentado “de forma menos formal”.

Os bilhetes podem ser adquiridos em vários pontos, sendo que o preço de cada bilhete varia de 5 a 15 euros, excepto nos dias 5, 19 e 23 de Maio, que variam de 10 euros.

Os interessados, podem obter mais informações no site www.primaveramusical.org

Anabela Gonçalves





EDIÇÃO
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Imprensa

Data: 4. abr. 2007
Publicação: Gazeta do Interior
Página: 21
Secção: Cultura
Periodidade: Semanal
Assunto: Primavera Musical
Fotografia: Sm.

Localização:

Observações:

Notícia Positiva

Notícia Neutra

Notícia Negativa

Ver notícia na
página seguinte



“Castelo Branco: cidade repleta de cultura”

A Primavera Musical começa no dia 5 de Maio e termina a 13 de Junho. O programa inclui concertos em Castelo Branco e em freguesias do Concelho, para além de um ciclo de cinema.



Reunio de trabalho da WSA e outros, a cidade de Castelo Branco em um palco de cultura

“Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

O primeiro do ciclo de Cinema de Maio, Junho e Setembro, realizado pela WSA e pela Câmara Municipal de Castelo Branco, irá apresentar o filme “O

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

O primeiro do ciclo de Cinema de Maio, Junho e Setembro, realizado pela WSA e pela Câmara Municipal de Castelo Branco, irá apresentar o filme “O

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Luis Pio homenageado

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Ciclo de Cinema com Espinho em Castelo Branco

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”

Castelo Branco tem uma rica tradição musical, com o seu passado de música sacra, o seu programa musical contemporâneo e o ciclo de cinema, com o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC), Junho, Setembro, e Outubro (CINEMA) e o ciclo de cinema de Maio, Junho e Setembro (MUSIC).”





EDIÇÃO
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Imprensa

Data: 1. julho, 2007
Publicação: Diário de Notícias
Página:
Secção:
Período: Diário
Assunto: Cartaz Vencedor
Fotografia: S.m.

Localização:

Observações:

<input checked="" type="checkbox"/> Notícia Positiva	<input type="checkbox"/> Notícia Neutra	<input type="checkbox"/> Notícia Negativa
--	---	---

Vencedor. Edgar Silva ganhou o concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia. É a primeira das novidades desta iniciativa do DN que começara a sua 50.ª edição. A partir de 29 de Julho, numa praia perto de si.

Cartaz vencedor ilustra Construções



Cartaz vencedor do concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia.

Edgar Silva ganhou o concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia. É a primeira das novidades desta iniciativa do DN que começara a sua 50.ª edição. A partir de 29 de Julho, numa praia perto de si.

Edgar Silva ganhou o concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia. É a primeira das novidades desta iniciativa do DN que começara a sua 50.ª edição. A partir de 29 de Julho, numa praia perto de si.

Cartaz dá pontapé de saída às Construções

Edgar Silva ganhou o concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia. É a primeira das novidades desta iniciativa do DN que começara a sua 50.ª edição. A partir de 29 de Julho, numa praia perto de si.



Edgar Silva ganhou o concurso de elaboração do cartaz das Construções na Arnia. É a primeira das novidades desta iniciativa do DN que começara a sua 50.ª edição. A partir de 29 de Julho, numa praia perto de si.

CALENDRÁRIO PARA 2007

- 01.01.2007 - Ano Novo (Feriado)
- 06.01.2007 - Dia da Infância (Feriado)
- 06.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 07.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 08.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 09.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 10.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 11.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 12.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 13.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 14.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 15.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 16.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 17.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 18.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 19.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 20.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 21.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 22.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 23.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 24.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 25.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 26.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 27.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 28.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 29.02.2007 - Carnaval (Feriado)
- 01.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 02.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 03.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 04.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 05.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 06.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 07.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 08.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 09.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 10.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 11.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 12.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 13.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 14.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 15.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 16.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 17.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 18.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 19.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 20.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 21.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 22.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 23.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 24.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 25.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 26.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 27.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 28.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 29.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 30.03.2007 - Carnaval (Feriado)
- 31.03.2007 - Carnaval (Feriado)



puro

EDIÇÃO
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Imprensa

Data: 12 julho 2007
Publicação: Jornal do Fundão
Página: 15
Secção:
Período: Semanal
Assunto: Cartaz Vencedor
Fotografia: S.m.

Localização:

Observações:

<input checked="" type="checkbox"/> Notícia Positiva	<input type="checkbox"/> Notícia Neutra	<input type="checkbox"/> Notícia Negativa
--	---	---

Jovens designers da ESART com cartaz espalhado pelas praias

Olhos atentos após ter entrado a Puro Design, os três designers finalistas da ESART já têm o seu cartaz na região e em Lisboa e gastaram o concurso do Diário de Notícias

Luís Filipe

OS TRÊS DESIGNERS que se candidataram ao concurso "Cartazes de Verão", foram João António de Sousa, Filipa Pinheiro e António Pinheiro. Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART.

Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART. Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART.



Filipa Pinheiro, António Pinheiro e João António de Sousa finalistas do concurso de 2007.

Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART.

Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART.

Finalistas, João António de Sousa, Filipa Pinheiro e António Pinheiro, já têm o seu cartaz na região e em Lisboa e gastaram o concurso do Diário de Notícias.

Os três designers já tinham sido premiados durante o concurso de 2006 e foram os vencedores do concurso de 2007. O concurso foi organizado pelo Diário de Notícias e pela ESART.



ESART & VIMAR

Campanha de troca gratuita de lâmpadas

AESPT promove a troca gratuita de lâmpadas em todo o país. A campanha é organizada pela AESPT e pela Vimar. Os participantes podem trocar as suas lâmpadas por lâmpadas mais modernas e económicas.

Participa aqui

Prémio incentivo empresários



'Pirata' roubou atenções



Sol e boa disposição marcaram o primeiro dia de Construções na Areia

Nas areias da praia de Sesimbra, venceu o incentivo familiar

PAULA FLORENTINO

Ficou tempo bastante para que o areal da praia de Sesimbra se enchesse de obras primas, traçadas pela imaginação e por pequenas mãos apressadas. O relógio contava o tempo, que é de 90 minutos para o escalão A, e mais 15 para o B. Mesmo o sol escaldante impedia as criações, que só se passaram despercebidas da chegada do pôr do sol.

Seja ou com todos os apetrechos

apropriados, lá foram esculpindo as areia, tartarugas, cidades com valões, navios ou castelos do mar. Uma fúria com dois minutos, ideia de Joana Machado de 10 anos, acabou por arrebatá-lo para o Menção Honrosa do escalão A. Localizável? Não. Para quem, como ela, gosta de anotar as flores com histórias de terra.

A imaginação de alguns participantes voou mais longe, até outras épocas. E levou Gonçalo Simões a utilizar materiais variados para adornar a figura retratada do areal. No seu Pirata, Gonçalo colocou uma coqueira branca e flutu de olho e tocou uma barba de algas. Com ele arrebatou o primeiro lugar do escalão B.

No grupo de mais pequenos, o Pirata esculpido por Leonor Miralvaldo venceu o primeiro prêmio. "Vejo muitas vezes o canal Pardo e como gosto do mar decidi construir-lo", explicou Leonor, de férias em Sesimbra com os pais e avós. As famílias não se raram-se, além, fundamenteis. Quase 60 entusiastas e participantes ajudados, em incentivados por pessoas artísticas, com dicas sobre a melhor forma de dar vida à areia.

Para animar a população e o âmbito das Construções na Areia, Rita Martins – campeã nacional em 2006 – com a ajuda da irmã Joana e da mãe Maria da Glória, organizou, entre outros, um pequeno leilão.

Curiosidade do dia.

Sesimbra, logo no primeiro dia, foi palco para a entrega de prémios a Edgar Silva, vencedor do Concurso para Cartaz de Construções na Areia.



Curiosidade do dia.

Também em Sesimbra, António Brito Limpo, participante no Concurso para Cartaz de Construções, recebeu os prémios correspondentes ao segundo lugar.



vencedores das construções

Escalão A



1.º Premio

Leonor Miranda
7 anos, Lisboa

Como se vê, uma Parisela ganhou o primeiro prémio do escalão A. Além das mãos, utilizou apenas uma pá e um balde. De férias em Sesimbra com a família não deixou de participar no primeiro dia de Construções.



2.º Premio

Catarina Garrão
10 anos, Sesimbra

Adele é do irmão, mas a arte saiu dos olhos da pequena Catarina, de 10 anos, que com a sua Cassefi conseguiu o segundo lugar. Esta já é a terceira vez que participa nas Construções na Anú do DN.



3.º Premio

Gregoire de Almeida
8 anos, França

Contróle francesa e pai português, o pequeno Gregoire chegou para três meses quizesas e traxo as por Sesimbra onde passa férias com a avó. No concurso construiu uma Tartaruga, vencedora do terceiro lugar.

Escalão B



1.º Premio

Gonçalo Simões
13 anos, Sesimbra

A estatura é um verdadeiro Pirata. Por ser uma catiepa não tem perna de pau, mas debaixo da pila de alçis, por baixo escondia-se um olho de vidro. Para o resto, Gonçalo escolheu uma cancha. Na construção utilizou uma pá e um balde.



2.º Premio

Tiago Serrano
13 anos, Sesimbra

Com Dinos feitos foi uma semana, foi a sua primeira vez no concurso do DN. No ano passado tentou, mas chegou tarde às inscrições. Para compensar o tempo perdido arrabou o 2.º prémio com um Carru.



3.º Premio

David Palma
12 anos, Barreiro

Construiu em areia um Pólo com oito longos tritáscos. Morador no Barreiro está de férias em Sesimbra com a família. Esta é a terceira vez que participa nas Construções na Anú do Diário de Notícias.





DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Televisão

Data: 10 agosto, 2007
Programa: Portugal em Direto
Canal: RTP1
Tempo de Emissão: 18m n-44 seg até 21m n 10seg
Assunto: Empresa de Sucesso
Jornalista: João Ricardo Vasconcelos
Imagem e Edição: Nuno Sobrinho

Observações:

<input checked="" type="checkbox"/>	Notícia Positiva	<input type="checkbox"/>	Notícia Neutra	<input type="checkbox"/>	Notícia Negativa
-------------------------------------	------------------	--------------------------	----------------	--------------------------	------------------



Ver Vídeo em

<http://www.youtube.com/watch?v=JzT2GE1VWA>





Empresa Puro Design acreditava na vitória

Prêmio - A empresa acreditava na vitória. Mas não foi o suficiente para vencer a competição.

“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”

“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”

CONSTRUÇÕES NA AREIA 2007



“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”

“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”

“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”



“Foi uma experiência interessante. A ideia de fazer um calendário para a construção civil é muito boa, mas a execução foi muito difícil. O prazo foi curto e a concorrência foi muito forte. Apesar disso, a experiência foi muito valiosa para a empresa. Foi um desafio que nos fez crescer e nos fez conhecer melhor o mercado.”



Puro Designi vence concurso de ideias do DN

Areia com imagem made in Castelo Branco

O projeto de arquitetura de design, desenvolvido por Alencaster na Escola Superior de Artes Aplicadas, foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.



O concurso é a iniciativa da Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco, em parceria com o Diário de Notícias. O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

O projeto vencedor foi desenvolvido por Alencaster, uma equipa de estudantes da Escola Superior de Artes Aplicadas, sob a orientação do professor João Paulo de Almeida. O projeto vencedor foi escolhido pelo Diário de Notícias para ilustrar a edição deste ano do concurso de arquitetura na areia.

AMÉRICO AFONSO MATIAS

Gold Star

10 Anos de Experiência

10 Anos de Experiência

Com Custo de Condomínio, Apenas € 1,50 por dia, Distrito de Conforto e Lazer no Centro da Cidade

Novos Apartamentos em Venda

Centro do Galego



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Melo de Comunicação *Imprensa*

Data: 20, dezembro, 2007
Publicação: Reconquista
Página:
Secção:
Periodicidade: Semanário
Assunto: Parceria entre
Museu do Castelo
e o Atelier Puro
Design
Fotografia: S.M.

Localização:

Observações

Notícia Positiva

Notícia Neutra

Notícia Negativa

Ver notícia na
página seguinte



26 de Novembro de 2007

reconquista

Parceria entre o Museu do Canteiro e o atelier Puro Design

CD-Rom leva crianças à descoberta do museu

Conhecer a temática do museu, sem sair de casa ou da escola, é o que o CD-Rom permite às crianças. No âmbito do projecto foram ainda desenvolvidos módulos sensoriais sobre a rocha, que se encontram no serviço educativo.

Explora a temática da pedra e sua utilização, assim como a arte do canteiro e o ofício do canteiro, de forma descontraída e lúdica, é o objectivo do CD-Rom interativo que o Museu do Canteiro acaba de lançar. Este recurso multimedial é dirigido às crianças do ensino pré-escolar, do 1.º e 2.º ciclo. O projecto foi desenvolvido no âmbito do projecto Artistas e Vida - Rocha, Selo, Círculo e Seta Vivas - Círculo Vivo, em parceria com uma equipa de jovens licenciados na área de Design de Comunicação da Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco (ESAAC).

O CD-Rom permite através de diferentes jogos abordar a temática da criação, orientando o utilizador através



O CD inclui jogos lúdico-pedagógicos

de uma viagem virtual à instituição museológica. Este recurso interativo foi concebido tendo em vista "o estímulo do conhecimento científico e tecnológico e sua divulgação desde a mais tenra idade", salienta a directora do museu, Sónia Almeida. Este recurso didáctico visa ainda "a promoção de oportunidades de exploração e de descoberta do meio físico e social de crianças de diferentes níveis de ensino e níveis socio-culturais".

O CD começa com um vídeo onde é feita uma breve visita virtual ao Museu do Canteiro, com destaque para determinados elementos que usas a frente surgem nos jogos. Os jogos apresentam-se

estilo organizados em três níveis diferentes, representados pelos personagens Balthazar (nível 1), Yohai (nível 2) e pela Alice (nível 3), conforme o grau de dificuldade.

Depois de seleccionado o nível pretendido, o utilizador pode clicar no jogo que mais lhe agrada. Sempre que tiver dúvidas de vocabulário sobre o mesmo pode recorrer ao glossário do jogo, explica Sónia Almeida. "Este é uma forma divertida de aprender", acrescenta.

Módulos sensoriais instalados no museu

Também no âmbito deste projecto foram desenvolvidos

dois ou três módulos sensoriais sobre a rocha - granito, calcário, ardósia e mármore - que se encontram no serviço educativo do Museu do Canteiro. Através destes módulos os visitantes podem verificar, a partir do tacto, as diferentes características e texturas do granito, mármore, calcário e ardósia.

"Este foi um desafio para o Museu do Canteiro e para uma equipa de jovens licenciados na área de Design de Comunicação pela ESAAC, o Atelier Puro Design, que ajudou na concepção deste CD-Rom". O Atelier Puro Design é uma empresa vocacionada para o design de comunicação visual, com sede em Castelo Branco, desde Outubro de 2006. Já venceu um concurso patrocinado pelo jornal DN, concebeu o cartaz Comemorações na Assis de Vila do Conde e criou a imagem (silo e cartaz) do festival Primavera Musical.

O CD-Rom foi desenvolvido no âmbito do projecto Artistas e Vida - Rocha, Selo, Círculo e Seta Vivas - Círculo Vivo. Este projecto tem como parceiros a Escola Superior de Educação (ESE) de Castelo Branco, a Associação Educativa, Realidade, Inclusão e Diferenças (ERID), o Agrupamento de Escolas João de Deus e a Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental (AAPADM).

Sónia Almeida





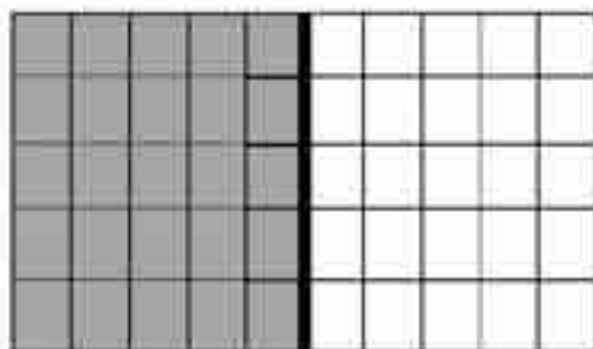
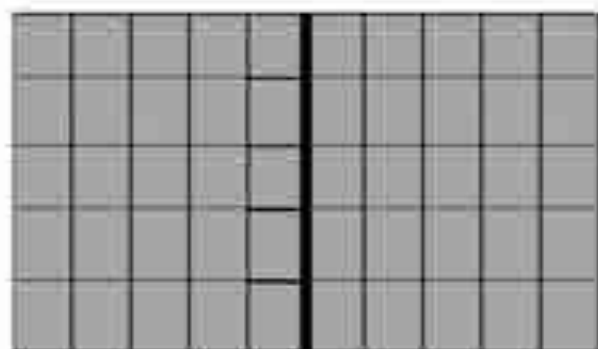
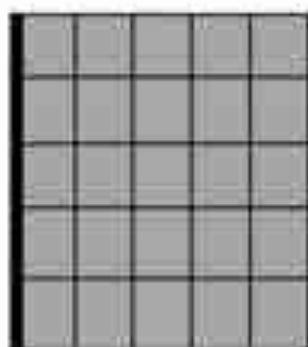
DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

Meio de Comunicação Imprensa

Data 24. abr. 2008
Publicação Magazine
Página Capa 2, 3, 8
Secção Suplemento dedicado ao Primavera Musica
1.ª Festa Internacional de Música de Castelo Branco
Período Anual
Assunto Primavera Musica
Fotografia Sim

Observações

<input type="checkbox"/>	Notícia Positiva	<input checked="" type="checkbox"/>	Notícia Neutra	<input type="checkbox"/>	Notícia Negativa
--------------------------	------------------	-------------------------------------	----------------	--------------------------	------------------





ENSINO MAGAZINE



Primavera Musical 14º Festival Internacional de Música de Castelo Branco

The album below text

Text below image

Text below image

Text below image

Text block 1

Text block 2

Text block 3

Text block 4

Text block 5

Text block 6

Text block 7

Text block 8

Text block 9

Text block 10

Text block 11

Text block 12





DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO



MANUAL DE ACOLHIMENTO

Atelier Puro Design

A LIBERTAÇÃO DA FORMA ESTÁ AQUI...

O Atelier Puro Design trata-se de uma empresa abrangente, atualmente sediada na cidade da Guarda, que foi pioneira em Castelo Branco.

Tem como objetivos apresentar uma imagem de confiança ao seu público e destacar-se pelo profissionalismo na criação de cartazes, folhetos, logótipos e sítios na Internet ou na remodelação da imagem de uma empresa ou produto.

Trata-se de um espaço onde se pretende fazer vingar o princípio da pureza, transparência e simplicidade que caracteriza o puro design, isto é, um conceito em que se procura inovar pela perfeição.

Aposta na realização de relações informais, de amizade com o cliente de forma a que as pessoas se sintam bem.

MORADA:
Rua Frel Pedro nº 38 1º Andar
6300-711, Guarda

TELEFONE:
271 238 027

TELEMOVEL:
968 438 971 (Mathieu Dinis)
925 822 737 (Edgar Silva)

EMAIL:
mail@purodesign.eu

SITE:
www.puro.pt



História...

O Atelier Puro Design sobreveio de uma ideia de três estudantes, do curso de Design Gráfico e Design Multimédia, da Escola Superior de Artes Aplicadas, no Instituto Politécnico de Castelo Branco, no ano de 2005, que se juntavam fora das salas de aula para realizarem alguns trabalhos, como forma de ganhar algum dinheiro. Edgar da Silva como chefe de grupo em parceria com Ana Fernandes e Sandra Ferreira, tinham como objetivo oficializar a sua ideia, isto é, criar a sua própria empresa na cidade dedicada à área do design da comunicação, o que veio a acontecer depois de concorrerem ao programa de Iniciativas Locais de Emprego, através do Centro de Emprego da cidade, um ano depois.

Estes tiveram como primeiro cliente a Gráfica Guedelha, empresa localizada no distrito de Portalegre, e a partir deste avançaram com alguns projetos de relevância, nomeadamente com um CD interativo para o Museu do Canteiro situado em Castelo Branco, em que de uma forma lúdica se dava a conhecer às crianças toda a temática do respetivo Museu, sem sair de casa ou da escola.

Posteriormente, já no ano de 2007, desenvolveu outro grande projeto a nível gráfico e multimédia, que consistia em promover todo o evento designado Primavera Musical - Festival Internacional de Música de Castelo Branco. No mesmo ano, constituiu parceria com duas empresas, uma com a empresa de registo e aluguer de domínios na internet denominada atualmente de Enter.pt e outra com a Associação das Federações Juvenis do distrito da Guarda. Com a celebração desta última, o Diretor Criativo Edgar da Silva foi convidado



Cartaz - Construções na Areia

a fazer uma apresentação do seu trabalho no Instituto Português da Juventude. Este concorreu ainda a alguns concursos a nível nacional, dos quais arrecadou o 1º Prémio na realização de um cartaz que promovia as construções na areia, em Sesimbra organizado pelo Diário de Notícias, assim como o 2º Prémio na realização do cartaz do Carnaval de Ovar.

No ano seguinte, o Atelier Puro Design teve uma divulgação de maior amplitude, isto é, foi divulgado via reportagem no programa "Regiões" (programa televisivo diário que divulgava factos importantes desde o Algarve ao Minho) emitido no canal português RTP1, onde se deu ênfase ao design no interior do país, onde foram entrevistados os designers Edgar Silva e Ana Fernandes. Em consequência desta ou não, nesse mesmo ano, em 2008, foram solicitados inúmeros projetos no âmbito do

design gráfico, multimédia e até audiovisual, para clientes como Aminhós Arquitectos, Associação Amato Lusitano e Câmara Municipal de Castelo Branco, Mobilmark e Junta de Freguesia da Sé da Guarda e Unicódigo de Lisboa.

Em 2009, e já com uma carteira de clientes mais extensa, o Atelier Puro Design mudou a sua sede para a cidade da Guarda, onde permanece até à data, desenvolvendo trabalhos no mesmo ramo. No entanto, nesta cidade já mudou de instalações três vezes e atualmente encontra-se no Largo Frei Pedro nº 38, no 1º andar.

Missão

A sua missão consiste em conseguir criar identificação entre os componentes gráficos, web ou multimédia e o posicionamento, imagem e intenção dos seus clientes, permitindo a sua satisfação, uma vez que também vão poder satisfazer as suas necessidades relativamente aos respetivos públicos-alvo.



Nada é impossível de concretizar. Ao sentir o que nos rodeia sabemos que o design nunca se reflectirá em algo inacabado, antes durante e depois existirá sempre um fundamento, uma causa, uma necessidade... Através da experiência, da sabedoria e da estimulação dos sentidos, transformando o design numa manifestação da capacidade do nosso espírito, transcendendo as suas próprias expectativas.

Tudo isto depende daquilo que vemos ... sentimos, que damos e recebemos ... daquilo que vivemos ... tudo isto nos transforma de forma pura, limpa e genuína.

A Puro tem como princípio aceitar cada trabalho como único, e dedicar-se a ele como tal. Preocupa-se em ir ao encontro das soluções mais vantajosas, quer para o cliente, quer para os seus públicos, com o objectivo de alcançar a satisfação de ambos. No ceme da Empresa existe uma consciência muito forte de que os conceitos básicos são importantes para triunfar no mercado.

A simplicidade, o profissionalismo e a autoconfiança são, por isso, considerados elementos-chave para o sucesso. Na Puro assume-se que nada é impossível de concretizar, actuando de acordo com a sua filosofia base: "A libertação da forma está no Puro Design...".

Estrutura Orgânica

O Atelier Puro Design é uma empresa em nome individual que tem como Diretor Edgar da Silva. Esta subdivide-se em três departamentos, ou seja, no Departamento Gráfico, no Departamento Multimédia e no Departamento Web Design. Corresponde a uma estrutura muito simples, composta por apenas dois níveis, como se pode verificar no organograma apresentado abaixo.



Ao analisarmos esta figura, podemos deduzir a forma como os colaboradores interagem entre si ao desenvolver as suas atividades e como estabelecem as suas relações de comunicação, isto é, estes mantêm com facilidade uma constante troca de informações estando aptos a propostas provenientes dos colegas. Os vários departamentos trabalham e ajudam-se uns aos outros e muitas das vezes cooperam em conjunto nalguns projetos.



3

WEB DESIGN

No âmbito do Web design, desenvolvem sitios de internet, banners, publicidade on-line, entre muitos outros relacionados com a mesma temática.

4

DESIGN GRÁFICO

No âmbito do design Gráfico, desenvolvem toda a identidade visual de qualquer cliente, desde logótipos, cartões de visita, papel timbrado, imagens publicitárias, entre outros.

5

PRINT MEDIA

Desde paginação de revistas, criação de flyers, ou publicidade para suportes de informação impressa até à sua impressão, os seus serviços garantem sempre a qualidade e satisfação do cliente.

Imagem e Identidade Corporativa

Quanto à imagem do Puro Design, tal como o nome indica e faz anunciar, é a de um Atelier de design que dá toda a atenção à pureza das formas e aos seus significados, permitindo a criação de grafismos identificativos. Para além disso, todos os seus colaboradores possuem objetivos comuns, possuem uma visão global e fazem transparecer aos seus públicos que os valorizam e que as suas preocupações não são unicamente financeiras.

A sua identidade baseia-se

num logótipo e num slogan. O logótipo, símbolo desenhado identificador de uma organização em que esse desenho assume um



DESIGN
DE
COMUNICAÇÃO

carácter simbólico com base no grafismo e no cromático simultaneamente identificador e diferenciador, caracteriza-se por formas e caligrafia arredondadas, o que nos remete para proximidade,

comunidade, movimento e dinamismo. *"É a forma da semente, da geração... É a forma das grandes marcas na virada do século XX para o XXI, num provável desejo de traduzir conceitos como globalização, conectividade, agilidade, interatividade, mediação ou relacionamentos com clientes... É uma forma extremamente humanizada."*

Tem como cores o azul e o branco, o azul transmite-nos pureza, tranquilidade, racionalidade, confiança e sabedoria, e para além disso é uma cor que nos ajuda a



AV. 31 DE JANEIRO 710 | 63001-799 CUARANDA | (71) 738 1127 | info@purodesign.pt | www.purodesign.pt

conter clareza de ideias e a ser criativos. O branco também é uma cor transmissora de pureza, assim como de paz e conforto para além de transparecer otimismo, perfeição e liberdade. Como slogan, filosofia base e princípio pela qual se rege possui a seguinte enunciação:

"A libertação da forma está no Puro Design"

Com esta afirmação, a mensagem que se pretende difundir é que aceitam cada trabalho como único, realçando a marca dos seus clientes encontrando soluções vantajosas quer para o cliente quer para o seu público, com o objetivo de alcançar a satisfação de ambos, ou seja, eles pegam na

forma já existente e simplesmente a evidenciam fazendo com que esta se liberte e se torne única, transformando o design numa manifestação da capacidade do seu espírito, transcendendo as suas próprias limitações e expectativas. Podemos constatar que se trata de um slogan adaptado ao público e à organização, de uma forma breve, concisa e de fácil memorização.

A completar a identidade corporativa, existe ainda uma cadeia de grafismos que ilustram todo o material de comunicação da empresa, como é o caso do carro da empresa e do estacionário, que engloba o cartão-de-visita, papel de carta e respetivo envelope.

