IPG Politécnico da Guarda
Polytechnic of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Isabel Maria Albino Linhas Roxas

dezembro| 2017

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ISABEL MARIA ALBINO LINHAS ROXAS

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO/2017

FICHA TÉCNICA

Estagiária

Nome: Isabel Maria Albino Linhas Roxas

Número: 5007758

Estabelecimento de Ensino:

Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Licenciatura: Comunicação Multimédia

Orientadora: Doutora Maria de Fátima Bartolomeu da Cruz Gonçalves

Entidade:

4Por4 | *Creative Agency*

AVª D. AFONSO HENRIQUES, 1196

EDIFICIO ÁCIA - ESC. 203

4450-012 MATOSINHOS - PORTUGAL

Telefone: 229 383 103

Fax: 220 105 494

E-mail: INFO@4POR4.PT

Supervisor do Estágio

Nuno Bandeira Salvador

Grau académico: Licenciatura em Gestão

Duração do estágio: três meses (3 de julho de 2017 a 29 de setembro de 2017)

Agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer à maravilhosa cidade da Guarda que me acolheu tão bem durante estes quatro anos que aqui estive.

Ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, principalmente ao corpo docente que me transmitiram muitos valores e aprendizagens para a vida, pessoal ou profissional.

À minha orientadora, Prof. Doutora Fátima Gonçalves, por ser uma pessoa que nestes quatro anos sempre esteve muito presente na minha vida académica, tentando sempre que me esforçasse sempre mais para ultrapassar os obstáculos e por sempre me aconselhar, ensinar e acreditar nas minhas capacidades.

À 4por4 | *Creative Agency*, por me dar esta oportunidade de um primeiro contacto com uma entidade empresarial.

Aos meus colegas de turma, pelos bons momentos que me proporcionaram ao longo destes quatro anos.

Às minhas amigas, Rita, Alexandra e Daniela, por me acompanharem nos bons e maus momentos.

Aos meus irmãos, por me apoiarem e me aconselharem sempre.

À minha mãe, porque sem ela, nada disto seria possível, com o seu apoio, a sua confiança em mim, embora longe, conseguiu sempre ajudar-me a concretizar as minhas metas.

Ao meu namorado, Ruben, que conheci durante esta fase da minha vida que passei na Guarda, sempre me ajudou quando mais precisei, graças a ele consegui forças para ultrapassar todos os obstáculos no meu percurso académico.

E por fim, ao meu pai, por ter sempre acreditado em mim, tudo o que fiz foi por ele.

Muito obrigada, a todos.

Resumo

O presente relatório tem como fim dar a descrição de três meses de estágio curricular, decorridos entre 3 de julho e 29 de setembro de 2017 na 4por4 - *Creative Agency*. Este estágio curricular é o objeto de avaliação e está inserido no plano curricular da Licenciatura de Comunicação Multimédia, na Escola Superior de Educação, Comunicação e Deporto do Instituto Politécnico da Guarda.

O presente relatório está dividido em dois capítulos. No decorrer do estágio, foram aplicados os conhecimentos aprendidos ao longo da licenciatura em Comunicação Multimédia. A estagiária desempenhou as funções de *designer* e desenvolveu conteúdos para a *web*.

Palavras-chave: *Design* Gráfico, *Design* para a *web*, 4por4 - Creative Agency, Marca.

Índice Geral

Agradecimentos ii

Resumo iii

Lista de Acrónimos e Siglas viii

Glossário de Termos Técnicos ix

Introdução 1

Capítulo I – A Organização 2

1.1 4por4 – *Creative Agency* 3

1.1.1 Missão, Objetivos e Visão 3

1.2 História 5

1.3 Localização 7

1.4 Estrutura Organizacional 8

1.5 Identidade Visual 11

1.6 Parcerias/Clientes 14

1.7 Análise SWOT 15

1.8 Comunicação 17

Capítulo II – O estágio curricular 19

2.1 Plano de estágio 20

2.2 Metodologia de Trabalho 21

2.3 *Design* Gráfico 24

2.4 Imagem Corporativa/Identidade Corporativa 26

2.5 Cronograma 28

2.6 Atividades desenvolvidas 29

2.6.1 Brochura Sites & Logos 29

2.6.2 Funerária Jardim da Saudade 44

2.6.3 Incuisine 54

2.6.4 *Villas* Portugal – *Real Consultants* 58

2.6.5 *Harker* 63

2.6.6 Global Saúde 64

2.6.7 *Akiloc* – Soluções de Aluguer 71

Reflexão Final 77

Bibliografia.....78

Anexos.....1

Índice de Figuras

Figura 1 - 4por4 (Imagem Corporativa antiga) 5
Figura 2 - Nova identidade da 4por4 - Creative Agency 6
Figura 3 - Localização da empresa 7
Figura 4 - Organização da 4por4 | Creative Agency 8
Figura 5 - Novo logotipo da 4por4 11
Figura 6 - Símbolo da 4por4 12
Figura 7 - Novo vs Antigo 12
Figura 8 - Parcerias e Clientes pelo mundo 14
Figura 9 - Análise SWOT da entidade acolhedora 15
Figura 10 - Software utilizado 21
Figura 11 - Pintura digital em Photoshop 22
Figura 12 - Paginação em Indesign 22
Figura 13 - Ilustração em Illustrator 23
Figura 14 - Layout de website 23
Figura 15 - Evolução da imagem corporativa da Coca-Cola 26
Figura 16 - Esboço de layout 30
Figura 17 - Capa da brochura 31
Figura 18 – Configurações do documento 32
Figura 19 - Layout da descrição da empresa 33
Figura 20 - Mockup para Sites & Logos 33
Figura 21 – Resultado final da página de informações 34
Figura 22 - Soluções Web 35
Figura 23 - Soluções Imagem 36
Figura 24 - Página "A Empresa" 37
Figura 25 - Original vs Nova 38
Figura 26 - Página "Portfólio" 38
Figura 27 – Modelo A 39
Figura 28 - Modelo B 40
Figura 29 - Modelo C 41
Figura 30 - Modelo de página preenchida por uma mockup 42
Figura 31 - Página de clientes 43
Figura 32 - Esboço do cliente 44
Figura 33 - Ilustração da flor 45
Figura 34 -Esboço com as iniciais da empresa 46
Figura 35 - Estudo tipográfico 46
Figura 36 – Ícone elaborado 47
Figura 37 - Segunda proposta 48
Figura 38 - Ilustração do Anjo 48
Figura 39 - Proposta escolhida pelo cliente 49
Figura 40 - Cartões de Contacto 50
Figura 41 – Envelope 51
Figura 42 - Envelope A4 51
Figura 43 - Envelope A5 52
Figura 44 -Papel Timbrado 53

Figura 45 - Ferramenta "Inspecionar" 54
Figura 46 - Alteração da tela e das dimensões da imagem 55
Figura 47 - Exportação e otimização 56
Figura 48 - Imagens Originais 56
Figura 49 - Resultado Obtido 57
Figura 50 – Esboços 59
Figura 51 - primeira proposta 60
Figura 52 - Segunda Proposta 60
Figura 53 - Esboço da terceira proposta 61
Figura 54 - Terceira e última proposta 62
Figura 55 – Esboço 64
Figura 56 - Símbolo elaborado 65
Figura 57 - Primeira proposta 65
Figura 58 – Ícone 66
Figura 59 - Segunda Proposta 66
Figura 60 - Construção do ícone 67
Figura 61 - Resultado final da terceira proposta 67
Figura 62 - Verso do cartão 68
Figura 63 - Frente do cartão 69
Figura 64 – Envelope 69
Figura 65 - Papel Timbrado 70
Figura 66 - esboços para o logotipo da Akiloc 71
Figura 67 - Tentativa de elaboração de um ícone 72
Figura 68 - Primeira proposta 73
Figura 69 - Segunda proposta 74
Figura 70 - Terceira proposta 74
Figura 71 - Quarta proposta 75
Figura 72 - Edição de pontos 76

Lista de Acrónimos e Siglas

App – *Application*

CMS – *Content Management System*

Px – *Píxel*

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities* e *Threats*

URL – *Uniform Resource Locator*

Glossário de Termos Técnicos

.svg *– é o formato dos gráficos vetoriais escaláveis.*

Backoffice - É um sistema de gestão de conteúdos.

Designer – é a pessoa que pratica *design*, que utilize habilidades de desenho para criar mensagens visuais, logotipos, entre outros.

E-book – Um *e-book* é um livro digital.

Folha de estilo – Uma folha de estilo é o conjunto de propriedades visuais de um *website*.

Freelancer – é alguém que trabalha por conta própria.

Grid – é uma grelha ou malha.

Hiperligação – é uma ligação para aceder a uma determinada parte de um documento ou uma página da *internet*.

Layout – é o esquema de distribuição dos elementos num plano.

Lettering – é o estilo tipográfico.

Mockup – é um modelo utilizado para demonstração ou avaliação de um *design*.

Slogan – Utiliza-se em publicidade com o propósito de ser memorizado facilmente.

Web design – é a prática de conceção de sites na *internet*.

Introdução

O presente relatório surge com o fim de descrever todas as atividades e projetos realizados durante o estágio curricular, que se enquadra na licenciatura em Comunicação Multimédia. O curso de Comunicação Multimédia, lecionado na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, no Instituto Politécnico da Guarda, tem a duração de três anos e conta no fim com um estágio curricular de três meses. Este estágio tem como objetivo aprofundar todas as técnicas e aprendizagens aprendidas durante a formação académica. É uma etapa muito importante para a integração no mercado de trabalho, isto porque é, também, uma fase cheia de aprendizagens para o estagiário.

A entidade escolhida para o estágio curricular foi a 4por4 | *Creative Agency*, por esta ser uma empresa dinâmica, que presta serviços em várias vertentes, para poder explorar tanto na área do *design* gráfico, como na área de criação de conteúdos para a *web*. No início do estágio foi realizado entre o supervisor na entidade e a estagiária um plano de estágio (anexo I) em que será detalhado no seguinte relatório.

Este relatório está organizado em dois capítulos. O primeiro capítulo terá como conteúdo as informações da empresa acolhedora, tais como, a sua localização, a sua história no decorrer dos anos, como está organizada e os seus departamentos, uma análise da sua identidade visual, quais os seus clientes, uma análise SWOT na perspetiva da estagiária e as suas estratégias de comunicação.

O segundo capítulo foca-se no estágio curricular, contendo assim, um enquadramento teórico, o cronograma de atividades e a descrição detalhada de todas as atividades desenvolvidas ao longo do período de três meses na entidade acolhedora.

Termino com uma reflexão final acerca do meu desempenho na 4por4 | *Creative Agency*.

Capítulo I – A Organização

Este capítulo é composto pela descrição detalhada da entidade acolhedora, 4por4 | *Creative Agency*, referindo assim a sua origem, a sua localização geográfica, como está dividida, a sua identidade visual, os seus clientes, uma análise SWOT e a sua estratégia de comunicação.

1.1 4por4 – *Creative Agency*

A 4por4 | *Creative Agency* é uma empresa que opera na área das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (Salvador 2017), com especial enfoque para atividades de desenvolvimento de produtos e serviços na área *Web*, Multimédia e *Design* de Comunicação.

Conta com uma equipa estável e experiente que prima pelo profissionalismo, eficiência, qualidade e inovação, pronta para o ajudar a incrementar valor e notoriedade a qualquer empresa/instituição.

Numa simbiose equilibrada entre a utilização das novas tecnologias e a vertente humana intrínseca à criatividade, a 4por4 apresenta-se no mercado com soluções atuais, diferenciadoras, responsáveis e ajustadas aos requisitos apresentados.

1.1.1 Missão, Objetivos e Visão

A missão e os objetivos da 4por4 são:

- fornecer aos clientes serviços de qualidade, empregando as tecnologias e ferramentas mais adequadas à realidade de cada instituição;
- procurar diariamente a excelência através da melhoria contínua dos seus serviços, produtos e competências;
- estimular e potenciar o crescimento e a modernização dos clientes e, como reflexo, do meio social em que atua, concebendo estratégias de comunicação e fornecendo soluções na área do *Design* de Comunicação e de Tecnologias de Informação;
- fomentar relações de confiança mútua com os clientes;

A 4por4 considera estar numa posição privilegiada para execução de qualquer projeto tendo em conta os seguintes motivos:

- experiência adquirida desde 2002 em projetos e suportes de comunicação;
- experiência no desenvolvimento e aplicação de estratégias comunicacionais e divulgação de marcas à medida dos clientes;
- flexibilidade, criatividade e adaptação às necessidades dos clientes;
- capacidade de compreender e posicionar o seu negócio;
- cumprimento de objetivos, reajustamento de prazos e redimensionamento de equipas, consoante o desenrolar do projeto;
- rigor na abordagem metodológica e cumprimento dos prazos acordados;
- equipa estável e experiente que prima pelo profissionalismo, eficiência, qualidade e inovação, pronta para o ajudar a incrementar valor e notoriedade à sua empresa.

A 4por4 une esforços, partilha experiências e inova em todas as soluções que desenvolve, no sentido de satisfazer sempre as necessidades do cliente. É por isto que possuí uma equipa estável e experiente que prima pelo profissionalismo refere Salvador (2017), eficiência, qualidade e inovação, pronta para ajudar a incrementar valor e notoriedade a qualquer empresa [1].

[1] Informação facultada por 4por4 | *Creative Agency*

1.2 História

A 4porQuatro foi criada no ano de 2002, por quatro recém-formados do curso de Gestão de Empresas da Universidade do Minho. O objetivo principal era prestar serviços em quatro grandes áreas, ou seja, a Consultoria, a *Web*, a Imagem e a Contabilidade. Foi assim, pelas quatro áreas que eram cobertas e ao mesmo tempo pelo número de sócios que surgiu o nome 4porQuatro – Serviços de Consultoria (figura 1).

Figura 1 - 4por4 (Imagem Corporativa antiga)
Fonte: Cedido pela 4por4 – Creative Agency

Com o avanço dos tempos e da tecnologia houve a necessidade das empresas se adaptarem e marcarem uma posição que se destacasse mais no mercado, sendo esta, uma posição *online*. Daniels C. (1994) refere que as tecnologias de informação permitem que as empresas tenham vantagens competitivas em termos globais, então, a empresa focou-se mais no desenvolvimento de soluções *web* e de imagem corporativa e reduziu o seu número de sócios para metade[2].

No ano de 2010, a empresa mudou a sua estratégia comunicacional e presença no mercado, optando pela designação: 4por4 – *Creative Agency* (figura 2). A denominação "*Creative Agency*" permitiu diferenciar-se dos demais concorrentes e acima de tudo ser logo identificado o ramo de negócio em que atua.

[2] Informação facultada por 4por4 | *Creative Agency*

Figura 2 - Nova identidade da 4por4 - Creative Agency

Fonte: Cedido pela 4por4 – Creative Agency

Hoje em dia é uma empresa que opera na área das novas Tecnologias de Informação e Comunicação, com especial foque para atividades de desenvolvimento de produtos e serviços na área *Web*, Multimédia e *Design* de Comunicação[3].

[3] Informação facultada por 4por4 | *Creative Agency*

1.3 Localização

A 4por4 - *Creative Agency*, está situada no distrito do Porto em Matosinhos (figura 3).

Figura 3 - Localização da empresa
Fonte: www.4por4.pt Acedido em 10/10/2017

Mais especificamente, a 4por4 encontra-se no escritório 203 do segundo andar do prédio Ácia, que também acolhe outras empresas do ramo, situado numa das avenidas mais movimentadas de Matosinhos, a avenida D. Afonso Henriques.

1.4 Estrutura Organizacional

O trabalho em equipa e a comunicação dentro de uma entidade empresarial são muito importante para que os projetos sejam bem-sucedidos, para isso tem que haver uma grande organização por parte da equipa da empresa. A organização exerce uma grande influência no ser humano, Lengo (2011) refere que a organização modela o comportamento e influencia as necessidades e motivos em diferentes organizações. O termo organização deve ser entendido como a disposição de recursos numa estrutura organizacional, assim os recursos são utilizados em situações práticas, sendo estas, a produção de bens e serviços.

A estrutura da 4por4 | *Creative Agency* está organizada por um departamento de *design* e um departamento de programação e um gestor de projetos (figura 4)[4].

Figura 4 - Organização da 4por4 | Creative Agency

Fonte: Elaborado pela estagiária

[4] Informação recolhida durante o período de estágio

Um gestor de projetos tem como função definir o projeto, desenvolver o cronograma e o orçamento do projeto[5]. Definir o projeto tem como significado entender e obter o acordo sobre os objetivos. Na 4por4 | *Creative Agency*, o gestor de projetos é Nuno Bandeira Salvador, que também foi o supervisor no estágio. Todos os trabalhos passavam pelo gestor de projetos, ou seja, o cliente numa primeira comunicação falava sempre com Nuno Bandeira Salvador, que depois de verificar de que tipo seria o projeto, passava o projeto para o departamento certo para o criar e explicava o ponto de vista do cliente.

O Departamento de programação da 4por4, é responsável por programar *websites* e garantir a sua funcionalidade na rede. Na 4por4, o departamento de programação criou a sua própria ferramenta de *Content Management System* (CMS), que vai permitir ao cliente criar e publicar informação num *website*. O departamento de programação encontra-se composto por José Osório, programador sénior, e por Filipe Magalhães (figura 5).

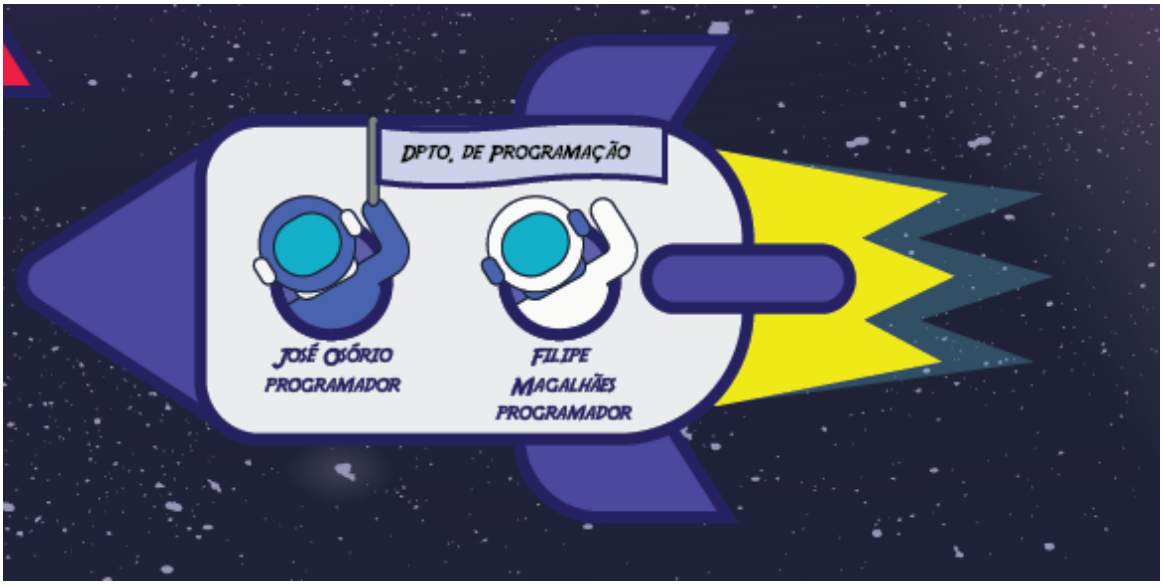

Figura 5 - Departamento de Programação

Fonte: elaboração própria

[5] www.tenstep.pt – "A função e responsabilidade do gestor de projetos" - Acedido em 10/10/2017

Do departamento de *design* (figura 6) faz parte a *designer* Catarina Pereira, que também me acompanhou, é a *designer* principal da 4por4, a Sara Carvalho, que trabalha como *web designer* na maior parte do tempo, mas também faz projetos de *design*, e por fim o membro mais recente da equipa, Francisco Pereira, que também é *designer*, mas a maior parte dos projetos em que trabalha são de *web design*.

Figura 6 - Departamento de Design

Fonte: Elaboração própria

1.5 Identidade Visual

Segundo Lampreia, J. (1992), a identidade de qualquer instituição começa, em termos de comunicação, pelo seu nome, pelo seu logotipo e também pelo seu *slogan*, que são elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto ao público.

O Símbolo da 4por4, o nome teve origem em quatro grandes áreas: Consultoria, a *Web*, a Imagem e a Contabilidade. Por também terem sido quatro elementos fundadores, daí veio o nome 4por4 (figura 7)[6].

Figura 7 - Logotipo anterior da 4por4

Fonte: cedido por 4por4 | Creative Agency

A antiga marca da 4por4 era representada pela cor verde e o preto. O verde transmite crescimento, oportunidade e estabilidade [7], o preto como cor sóbria representa responsabilidade e modernidade, visto que se trata de um logotipo com um traço mais moderno e minimalista. Em 2010, a 4por4 fez um redesign (figura 5), visto que, mudou o seu foco no mercado e necessitava de se diferenciar no mercado de consumo.

Figura 5 - Novo logotipo da 4por4

Fonte: cedido por 4por4 | Creative Agency

[6] Informação facultada por 4por4 | *Creative Agency*

[7] Teoria das Cores: www.significados.com.br/teoria-das-cores/

A nova imagem da 4por4 teve uma grande mudança visual, baseando-se num *lettering* forte, sóbrio, moderno e diferenciador (Salvador, 2017), incluindo assim um elemento iconográfico "IV", que simboliza quatro em numeração romana, mas que também pretende transmitir a evolução da empresa, isto porque a rotação do ícone transmite-nos a ideia que é um *play* (figura 6).

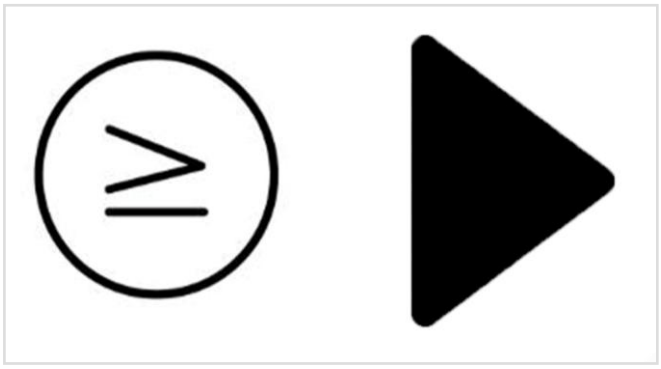

Figura 6 - Símbolo da 4por4

Fonte: elaboração própria

Associada à nova identidade, surge a nova denominação "*Creative Agency*" (figura 7). Esta vai remeter para a capacidade de conceber estratégias de comunicação e fornecer soluções de *design* com traços nunca antes concebidos [8].

Figura 7 - Novo vs Antigo

Fonte: cedido por 4por4 | Creative Agency

[8] Informação facultada pela 4por4 | *Creative Agency*

A nova identidade visual da 4por4 é muito mais moderna e sofisticada que a antiga identidade visual, o que deixa também uma mensagem ao potencial cliente e aos clientes da "casa" que é uma marca de confiança e leal ao cliente. Tem um aspeto minimalista, enquanto o logotipo anterior da 4por4 apresenta mais informação aos olhos do cliente.

1.6 Parcerias/Clientes

A 4por4 | *Creative Agency* atua em 11 mercados, conta com mais de 1200 maquetes desenvolvidas e tem mais de 400 clientes, muito deles fiéis que no dia-a-dia contam com os serviços da 4por4 (figura 8).

Além de Portugal, a 4por4 já desenvolveu projetos para Angola, Cabo Verde, Espanha, França, Suíça, Holanda, Brasil, Colômbia, Panamá e Inglaterra, tentando-se promover, não só nacionalmente, mas também para lá de Portugal. Alguns clientes importantes da 4por4 são: Portal Angola, *Harker*, *Fruut* e AEOP - Associação de Enfermagem Oncológica Portuguesa[9].

É muito importante manter clientes, isto porque, a empresa ao fazer o cliente crescer, também irá crescer com ele, a nível de portfólio e a nível de estratégias de conceção do projeto.

Figura 8 - Parcerias e Clientes pelo mundo

Fonte: www.4por4.pt Acedido em 30/10/2017

[9] Fonte: www.4por4.pt – Acedido em 30/10/2017

1.7 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta que examina instituições em função de quatro atributos: forças (*strenghts*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*). Esta ferramenta foi criada por professores da *Harvard Business School* e é uma prática muito importante nas empresas, isto porque pode facultar uma visão de negócios melhor [10].

A seguinte figura (figura 9) representa a análise SWOT da 4por4 | *Creative Agency* na perspetiva da estagiária.

Figura 9 - Análise SWOT da entidade acolhedora

Fonte: Elaboração própria

[10] www.marketingteacher.com/analise-swot/ - Acedido em 1/11/2017

A 4por4 | *Creative Agency*, pode contar como pontos fortes, a sua capacidade técnica, isto porque conta com uma *designer* e dois programadores com muita experiência no seu ramo, tendo assim uma equipa equilibrada, em que os colaboradores mais recentes na empresa, podem sempre contar com o auxílio destes, o que também irá desenvolver as suas capacidades de trabalho e a evolução da empresa. A 4por4 é uma marca de confiança, isto porque os clientes confiam no trabalho da empresa e é também por isto que, oc clientes, continuam a contratar a 4por4 | *Creative Agency*.

Como pontos negativos, a 4por4, na minha perspetiva tem uma equipa pequena o que vai levar a que cada colaborador tenha sempre que se focar em mais do que um projeto.

A 4por4 | *Creative Agency*, no seu ramo de atuação tem oportunidades de evoluir, isto porque, vai existir uma maior procura por ter uma página *online* e uma imagem corporativa, visto que a *Internet* está cada vez mais presente nas nossas vidas, a nível pessoal e profissional.

O facto de nascerem novas empresas no mesmo ramo é considerado uma ameaça, isto porque podem apresentar um melhor preço e outras estratégias de trabalho, tal como os *freelancers* que têm capacidades de realizar produtos/serviços com melhor ou igual qualidade que a 4por4 | *Creative Agency*. O facto de existirem ferramentas CMS *online* e gratuitas, também é considerada uma ameaça para a empresa.

1.8 Comunicação

Tomando por base as teorias da comunicação e a ciência empresarial chega-se rapidamente à conclusão que existem dois vetores principais. O das comunicações relativas a um produto, a um serviço ou a uma marca; e o das comunicações relativas às empresas propriamente ditas. A tendência atual mais corrente é a de chamar ao primeiro grupo comunicação marketing e ao segundo grupo, comunicação empresarial.

A comunicação empresarial insere-se num conceito de permanência e deriva da cultura da empresa. Bahia (1995) menciona que quanto mais esclarecida for a empresa sobre o seu papel social, mais apta estará a informar. A rede de informações de uma empresa não se limita a praticar técnicas de comunicação, mais do que isso, faculta à organização o contacto direito com o seu público, de forma a saber o que os empregados e os consumidores pensam ou querem. Tendo, por objetivo a melhoria do produto ou serviço, a valorização dos recursos humanos ou a construção de imagem compatível com a confiança do mercado, a empresa pode investir para estar bem informada e para informar bem. A comunicação interna e a comunicação externa são os tipos de ações mais importantes nas estratégias da empresa. Podem ser exercidas simultânea e paralelamente, esteja a empresa dedicada à indústria, ao comércio ou ao serviço.

A comunicação interna é a que se verifica entre a organização e o seu pessoal. Bahia J. (1995) refere que a comunicação externa é aquela que abrange consumidores, clientes, fornecedores e o público amplamente afetado por jornal, rádio, televisão, entre outros. Tanto a comunicação a comunicação interna como a comunicação externa são essenciais no âmbito da empresa.

É importante para o empresário tanto a opinião dos seus funcionários sobre o que produzem, quanto a opinião do mundo exterior, influenciado pelos mais diversos fatores.

Dentro da 4por4 a comunicação é realizada via *e-mail*, via *Skype* e cara-a-cara. O *Skype* facilita bastante a comunicação entre os colaboradores, e, entre a estagiária, visto que no desenrolar dos projetos, a estagiária conseguiu partilhar impressões e pedir conselhos aos seus colegas.

A comunicação externa da 4por4 é realizada através das redes sociais, *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin* e *Instagram*, onde está à disposição um formulário de contacto. A comunicação externa é também realizada através do seu *website* que tem uma secção destinada ao seu portfólio e aos seus clientes. O contacto entre cliente e empresa é realizado via telefone e via *e-mail*, também pode ser feito através da marcação de reuniões com o Nuno Bandeira Salvador. Após ter sido feito o contacto com a empresa, o cliente tem que preencher um formulário com as suas necessidades principais para a conceção do projeto. O contacto entre cliente-empresa é realizado, mais especificamente, entre o cliente e o gestor de projetos, Nuno Bandeira Salvador [11].

Além de a comunicação externa ser realizada das formas anteriores descritas, muitos projetos e clientes novos que a 4por4 recebe, é através de recomendações de outras empresas. Durante o meu estágio consegui deparar-me com alguns casos.

[11] Fonte: Informação recolhida durante o período de estágio

Capítulo II – O estágio curricular

Neste capítulo serão abordados quais os objetivos de estágio, como o plano de estágio acordado com o meu supervisor na entidade acolhedora, a metodologia de trabalho e todas as tarefas e projetos desenvolvidos ao logo destes três meses, juntamente com um cronograma.

2.1 Plano de estágio

Assim que fui aceite para estágio, na 4por4 | *Creative Agency*, pelo gestor de projetos Nuno Bandeira Salvador, concordámos reunirmos antes da data de início do estágio curricular. Quando então me reuní com o meu supervisor da 4por4 – Nuno Bandeira Salvador, foi-me feito um género de uma entrevista, onde me questionou qual a área em que me sentia mais à vontade para trabalhar. Para mim, um estágio deve ser rico de aprendizagem, por isso sentia-me pronta para trabalhar em qualquer área, para poder aprender tudo o que fosse possível durante os três meses de estágio curricular.

As áreas em que a 4por4 | *Creative Agency* opera são: *design* gráfico, elaboração de imagem corporativa, criação de *websites* e consultoria.

As tarefas (ver anexo I) que me foram atribuídas foram as de *design* gráfico, pelo que me cabia fazer a criação de imagem corporativa e criação de conteúdo para a *web*.

2.2 Metodologia de Trabalho

Durante o estágio foram utilizadas várias ferramentas na realização dos projetos, durante os três meses de estágio curricular na 4por4 | *Creative Agency*. Foi utilizado o *Adobe Photoshop*[12], o *Adobe InDesign*[13] e o *Adobe Illustrator*[14] (figura 10). A ferramenta quase idêntica ao *Illustrator*, que foi explorada durante a licenciatura, foi o *CorelDraw*, esta não foi utilizada no estágio curricular por motivos de compatibilidade com a restante equipa.

Figura 10 - Software utilizado

Fonte: elaboração própria

O *Adobe Photoshop* é uma ferramenta da *Adobe* que serve para criar e manipular imagens. Pode ser utilizado para melhorar uma fotografia ou mesmo para criar algo de "raiz". É muito utilizado também para criar *websites*, *apps*, pinturas digitais, etc. (figura 11).

[12] www.adobe.com/pt/products/photoshop.html - Acedido em 14/11/2017
[13] www.adobe.com/pt/products/indesign.html - Acedido em 14/11/2017
[14] www.adobe.com/pt/products/illustrator.html - Acedido em 14/11/2017

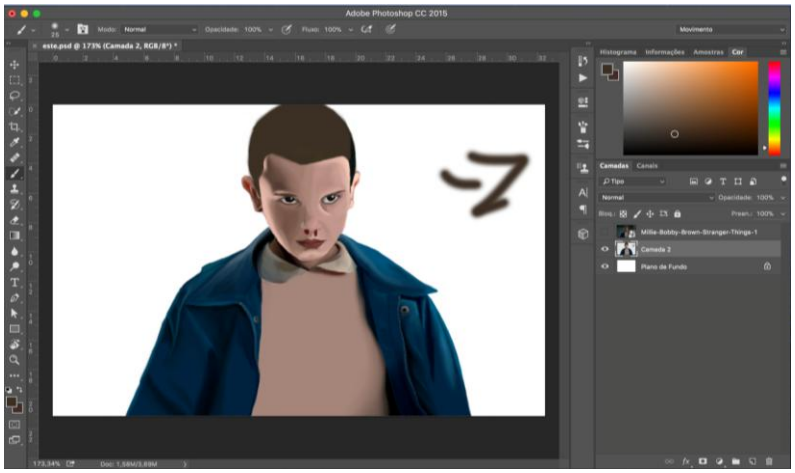

Figura 11 - Pintura digital em Photoshop

Fonte: Elaboração própria

O *Adobe InDesign* é uma ferramenta que tem o fim de paginar, de criar *layouts*, quer seja para livros, folhetos, *e-books*, documentos interativos (PDF interativo) ou revistas digitais ou impressas (figura 12).

Figura 12 - Paginação em Indesign

Fonte: elaboração própria

O *Adobe Illustrator*, foi a ferramenta mais importante e mais utilizada durante o estágio. É um programa de edição vetorial que permite criar ilustrações, logótipos, ícones, etc. (figura 13).

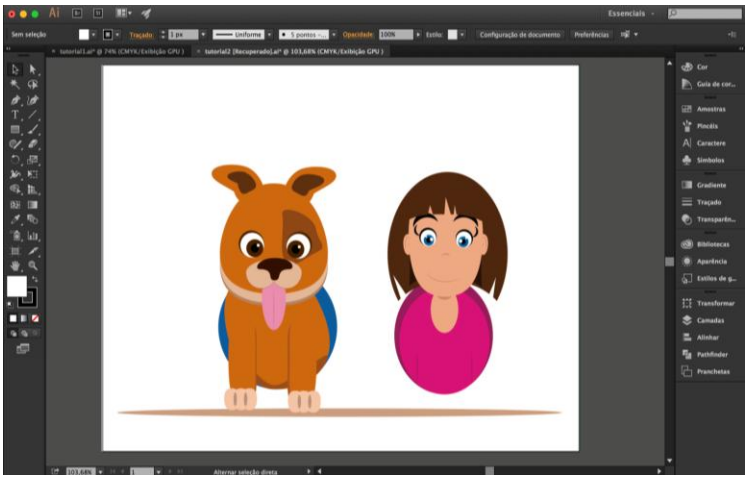

Figura 13 - Ilustração em Illustrator

Fonte: elaboração própria

Estas ferramentas podem ser utilizadas em simultâneo, conforme a necessidade de elaboração do projeto em questão.

Os projetos de construção de um *website* na 4por4 têm que passar por três fases, a primeira fase (figura 14) em que é desenhado um *layout*, compondo a sua estrutura, a informação a apresentar em cada página, etc., e este *layout* é assim apresentado ao cliente, o cliente aprova, ou não a proposta.

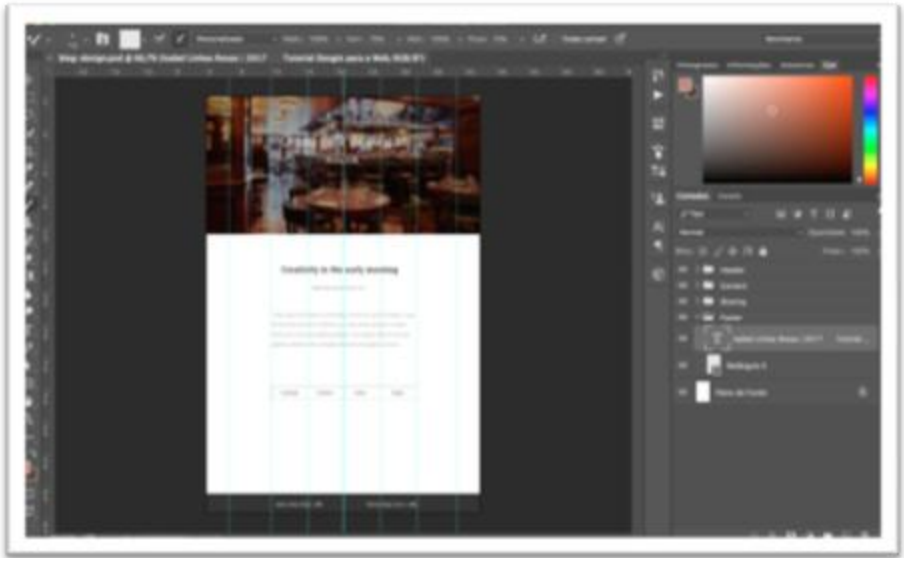

Figura 14 - Layout de website

Fonte: elaboração própria

Depois desta primeira fase estar completa, o ficheiro *Photoshop* é passado para os *web designers* que vão criar uma folha de estilos (.css) dando assim o aspeto criado

na fase anterior pelo *designer*. Depois da folha de estilos criada e completa, o projeto passa para o departamento de programação que irá então criar todas as ligações e funcionalidades do *website*.

Num projeto de *design* de identidade corporativa, o *designer* responsável terá que disponibilizar um formulário ao cliente para este responder conforme as suas necessidades. Após a receção deste formulário totalmente preenchido, o *designer* responsável pelo projeto poderá começar a fazer o seu estudo, que é a segunda fase de desenvolvimento de um projeto de criação de identidade corporativa. Após o estudo realizado, pode então começar a realizar as várias propostas para o cliente, seguindo o formulário preenchido pelo cliente.

2.3 *Design* Gráfico

Praticamente tudo o que os nossos olhos vêem é comunicação visual; Munari B. (2005) refere que as imagens têm um valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas, dando informações diferentes.

Desde os tempos primitivos do ser humano que a comunicação se expôs como uma necessidade, isto porque, o ser humano é um ser social e para ser social necessita de comunicar. Comunicação deriva do latim *communicare* que significa partilhar ou tornar comum[15].

O Design gráfico é o processo de comunicação visual, utilizando imagens e textos para transmitir informações. Segundo Arntson (2014) o *design* gráfico é tradicionalmente definido como resolução de problemas em uma superfície plana e bidimensional. A prática de *design* gráfico engloba habilidades cognitivas, estéticas e tipográficas, isto porque é necessário o conhecimento dos vários estilos existentes. O *Design* Gráfico é o processo de comunicar visualmente, a comunicação pode ser feita através de imagens, textos e desenhos.

Um projeto define-se como uma série de atividades e processos que visam obter determinados resultados para a solução de um problema, dentro de um orçamento e prazos pretendidos. Um projeto deve concretizar as seguintes etapas (Negrão, 2008):

[15] www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/comunicação - Acedido em 17/11/2017

natureza do projeto; objetivos; recursos disponíveis; desenvolvimento projetual; cronograma de execução; implantação; controle e avaliação dos resultados obtidos.

A Natureza do projeto consiste no facto de o projeto derivar de forças atuantes do mercado, sendo assim, ele é proveniente dos clientes ou consumidores, de novas técnicas de produção e de novos materiais, da ação, concorrência, do desempenho mercadológico ou financeiro, das novas exigências legais, etc. O projeto parte de uma necessidade diretamente relacionada aos problemas e às oportunidades empresariais.

Todo o projeto tem um objetivo a ser atingido, esse objetivo, pode ser, geral ou específico, girando em torno de questões básicas como: aumentar a participação de mercado, melhorar o desempenho logístico, reduzir custos, mudar as características dos produtos e dos processos de produção, lançar um produto novo, etc.

O projeto depende dos recursos disponíveis para a sua execução. Os recursos disponibilizados ao projeto são: humanos, materiais e processuais e económico-financeiros.

O desenvolvimento projetual é a etapa em que se processa o desenvolvimento em si, sendo composto de pesquisas e estudos sobre o problema (dados primários e secundários), hipóteses de solução, desenhos, modelos e protótipos do produto.

O cronograma de execução é o estabelecimento dos limites, prazos de tempo para a execução de cada fase do projeto, podendo ter atividades dependentes ou independentes que caminhem simultaneamente ou não durante a execução do projeto.

Na última etapa do projeto (Controle e Avaliação dos Resultados obtidos), recorre-se a indicadores com o objetivo de avaliar o desempenho do produto.

2.4 Imagem Corporativa/Identidade Corporativa

A imagem corporativa é bastante importante na apresentação de qualquer instituição, isto porque transmite a personalidade desta para o seu público.

A identidade de qualquer instituição começa pelo seu nome, pelo seu logotipo e pelo seu *slogan*, que são elementos básicos da apresentação e da personalidade da empresa ou instituição. A identidade visual, segundo Lampreia, deverá fazer parte do elemento organizacional por estar relacionada de perto com a estrutura da empresa. É também considerada como um fator dinâmico, isto porque, pode ser alterada em qualquer altura. O logótipo é um componente muito importante de uma marca porque é o que a identifica, é o que o público memoriza, é a personalidade da marca/instituição representada num símbolo (figura 15). Para a conceção deste é necessário ter em conta vários aspetos técnicos, estéticos e mercadológicos para que a mensagem seja transmitida de uma forma clara e direta, para conseguir transmitir interesse ao público-alvo. O logotipo é um instrumento muito poderoso de *marketing*.

Figura 15 - Evolução da imagem corporativa da Coca-Cola

Fonte: http://agenciataboo.com.br/blog/2016/04/11/a-evolucao-das-marcas-ao-longo-do-tempo/

Nos primeiros tempos, as grandes empresas utilizaram uma multiplicidade de nomes e identidades para os seus produtos e os seus serviços. As empresas perceberam que desenvolver uma única marca e identidade clara e coerente para a organização como um todo, seria a melhor maneira de criar uma impressão global no seu público-alvo.

As marcas corporativas têm uma relação direta com os programas de identidade visual. Um programa de identidade visual não é mais do que a embalagem e a marca de toda uma empresa.

A identidade visual configura os ingredientes da empresa e possibilita a comunicação entre os mercados e o público-alvo.

A identidade corporativa diferencia a empresa de modo positivo e memorável projetando assim uma personalidade única e um posicionamento de mercado.

As empresas caminham para a globalização que vai operar em escala mundial e que se vão defrontar com as várias culturas do mundo. A marca corporativa e o logotipo são os elementos chave para o estabelecimento de uma identidade, a identidade corporativa mantém uma proximidade com quatro áreas principais de atividades, os produtos e serviços que são fabricados ou vendidos, o ambiente onde eles são produzidos ou vendidos, a comunicação da empresa e seus produtos e serviços, e o comportamento das pessoas na interação no interior das empresas e destas com os agentes externos.

2.5 Cronograma

De acordo com a planificação de projetos realizada com o gestor de projetos Nuno Bandeira Salvador, desde início que me foram dadas funções como *designer*, fazendo assim, projetos de elaboração de identidade corporativa, com estacionário, criando o seu manual de normas também; e a função de editar e criar conteúdos para *websites* institucionais. O cronograma a seguir apresentado (figura 16) retrata as funções desempenhadas ao longo dos três meses de estágio curricular, permitindo assim compreender a distribuição dos projetos pelo período de estágio.

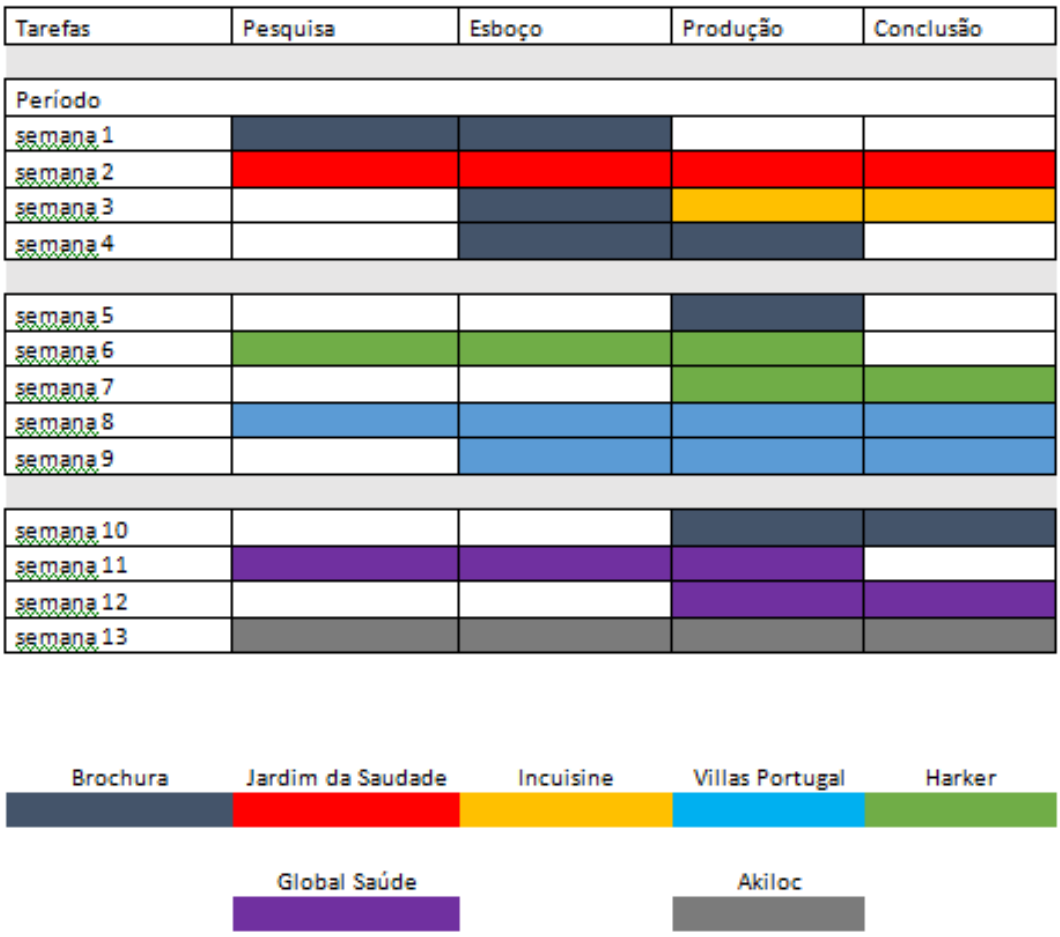

Figura 16 - Cronograma de atividades

Fonte: elaboração própria

Todos os projetos foram concluídos no prazo de tempo estipulados pelo gestor de projetos.

2.6 Atividades desenvolvidas

Durante o estágio curricular elaborei sete projetos, destes, quatro foram de elaboração de imagem corporativa, um projeto de paginação e dois projetos de criação e edição de conteúdos para a *web*.

2.6.1 Brochura Sites & Logos

Uma brochura é uma estratégia e uma ferramenta de *marketing*, que serve para captar a atenção do público-alvo. A chave de qualquer campanha ou promoção é a chamada de atenção do público-alvo e para isso devem ser postas em ação ferramentas de *marketing*, tentando levar o consumidor à ação (Lindon D. *et al.*, 2000).

Uma brochura pode ser impressa ou digital, é mais utilizada para fazer uma demonstração de projetos e trabalhos de uma determinada empresa, com o intuito de fazer promoção a esta.

Para a criação deste projeto tive que ter em conta os *grids*, ou malha em português, sendo este o elemento mais ordenado do *design*. Neste projeto criei *grids* hierárquicos e *grids* de várias colunas, para assim conseguir organizar a informação e as imagens de uma forma mais limpa e organizada segundo Tondreau B. (2009).

Foi-me pedido no primeiro dia de estágio realizar a brochura de uma empresa secundária da 4por4, a Sites & Logos, que é uma empresa que opera no mesmo ramo da 4por4 | *Creative Agency*, cria imagens corporativas, *websites* e conteúdos *web*. Este projeto foi-me passado para terminar, visto que já era um projeto começado por uma estagiária que não conseguiu terminar. Após ter o projeto em mãos, não gostei da forma como este estava concebido, então comecei um novo documento. Antes de começar a trabalhar no projeto, reuni-me com o meu supervisor de estágio, Nuno Bandeira Salvador, que me disse como queria que fosse a estrutura da brochura, o que poderia conter, quais os projetos para colocar no portfólio (ver anexo II), e quais as informações a destacar.

Para a realização deste projeto utilizei o *Adobe Illustrator*, *Adobe Indesign* e o *Adobe Photoshop*.

Antes de começar a fazer os conteúdos no computador e nas ferramentas descritas acima, comecei por fazer esboços em papel, para mim é uma forma mais fácil de organizar as ideias e de ter um ponto de partida para a criação de qualquer projeto (figura17).

Figura 17 - Esboço de layout da brochura

Fonte: elaboração própria

Em primeiro lugar utilizei o *Adobe Illustrator* para desenvolver a capa da brochura. Para a elaboração da capa criei um ficheiro com 1100 por 1100 pixel, optei por criar uma capa simples, apenas com o logotipo da empresa, de modo a não colocar muita informação aos olhos de quem fosse ler. Peguei na palete de cores do logotipo e alterei as cores deste para branco, mas apenas a parte "Sites" e "Logos", na parte gráfica mantive as cores originais. Para a criação do fundo da capa, optei por colocar a cor #1BABC5, que é a cor original da parte tipográfica do logotipo da Sites & Logos (figura 18).

Figura 18 - Capa da brochura

Fonte: Elaboração própria

Depois de ter terminado a capa, exportei o documento em .svg e depois criei um novo documento no *Indesign*, para então começar a fazer a paginação da brochura.

No *Indesign* criei um documento com o propósito de publicação digital, isto porque, no início foi-me referido que a brochura não seria impressa, mas sim para publicar no website da Sites & Logos, o tamanho da página foi configurado para 1024 px de largura e 768 px de altura (figura 19).

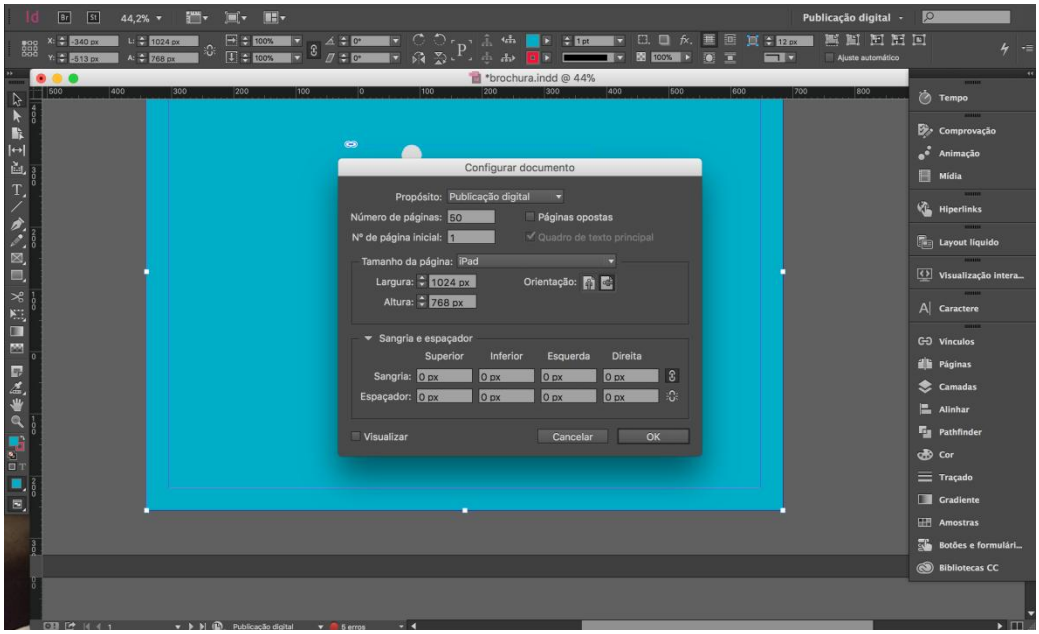

Figura 19 – Configurações do documento da brochura
Fonte: Elaboração própria

Depois de ter configurado o novo documento, criei as margens para o documento, e após ter feito as margens, importei então o ficheiro .svg para o documento do *Indesign*. Após ter a capa feita e bem posicionada, passei à segunda página, que seria destinada a uma breve descrição da empresa em questão, fiz várias propostas para apresentar ao meu supervisor (figura 20) ele acabou por escolher uma proposta mais minimalista e limpa.

Figura 20 - Layout da descrição da empresa
Fonte: Elaboração própria

Para criar esta página, fiz uma *grid* de três colunas com um espaçamento de 20 px entre elas, com o objetivo de ter uma página com o conteúdo bem organizado e alinhado. Para criar a imagem, utilizei o *Adobe Photoshop* para criar uma *mockup* (figura 21), esta *mockup* foi obtida de um *website* de *mockups*. As *mockups* são ferramentas muito importantes, pois, podem mostrar o produto ao cliente de outra maneira, de uma forma mais realista.

Figura 21 - Mockup para Sites & Logos
Fonte: Elaboração própria

Após ter feito a *mockup*, exportei a imagem do *Photoshop* e inseri-a no documento do *Indesign*, coloquei a imagem dentro das duas colunas, a coluna do meio e a coluna da direita, dando assim ao leitor ou consumidor, uma direção de leitura da página, sendo esta da esquerda para a direita (figura 22).

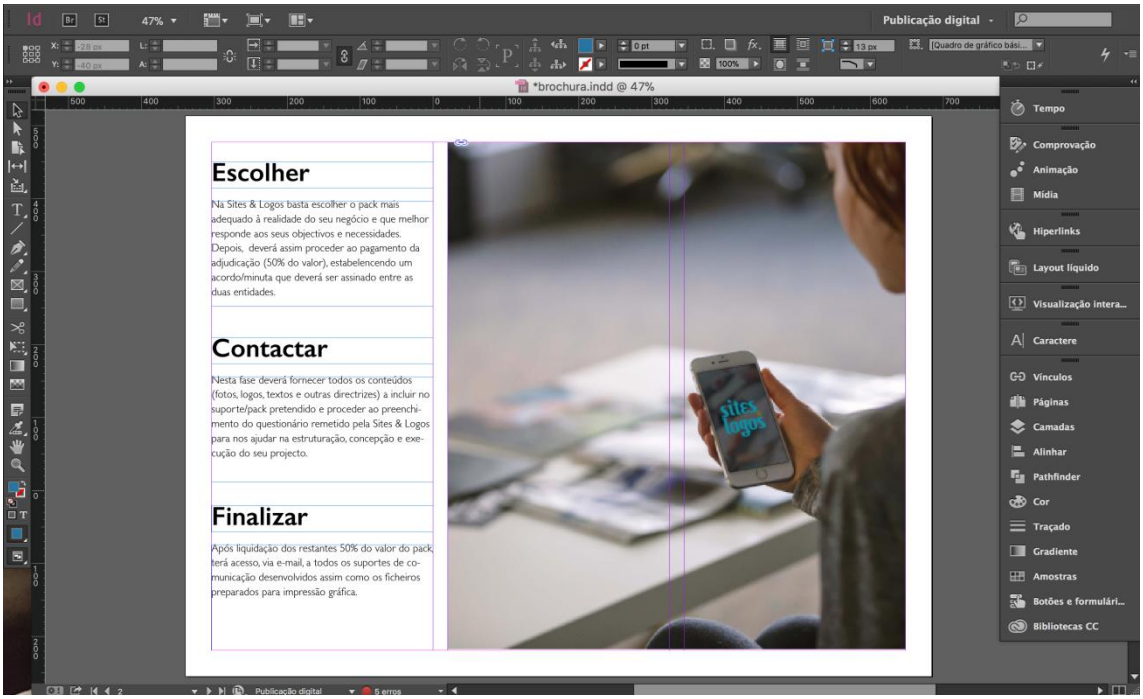

Figura 22 – Resultado final da página de informações
Fonte: Elaboração própria

Depois da página com a breve descrição da empresa, foi-me referido que deveriam constar, pelo menos duas páginas com o tipo de serviços que a empresa prestava. Para a criação destas páginas optei por um *design* mais criativo e colorido. Para o fazer, recorri mais uma vez à ferramenta *Illustrator*. A primeira página de serviços foi a página de "Soluções *Web*", em que tinha de descrever todos os serviços *web* que a empresa prestava, então criei um *layout*, em que dividi a página a meio, horizontalmente, em que na metade superior coloquei uma imagem, que tivesse de encontro ao tema (figura 23), e na parte inferior criei um retângulo em que ocupava a parte inferior toda, este da mesma cor da parte tipográfica do logotipo da Sites & Logos, criei também uma forma triangular da mesma cor do retângulo, e esta coloquei-a na parte inferior da imagem, dando-lhe uma opacidade de 39%, para dar algum dinamismo

à página e também para colocar o titulo da página, dando-lhe assim um contraste com a imagem.

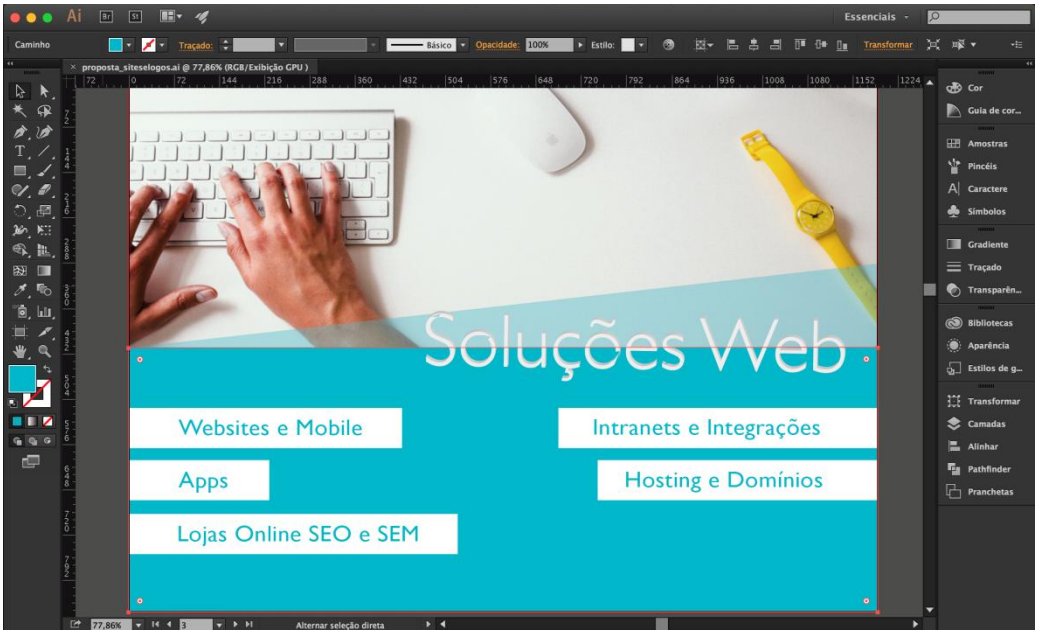

Figura 23 - Soluções Web

Fonte: Elaboração própria

O título da página é "Soluções *Web*", optei por utilizar a fonte "*Gill Sans*", visto que é uma fonte forte e moderna, com um traço mais sóbrio, e dei-lhe a cor branca, para ter um aspeto mais limpo e claro, ainda coloquei um estilo ao título, uma extrusão 3d, para não faltar algum dinamismo. Para os serviços optei por colocar vários retângulos brancos com os serviços correspondentes, em que coloquei a mesma cor do fundo da página. Optei por utilizar a mesma fonte que a do título, para não ter informação a mais na página para o leitor.

Após ter a página das "Soluções *Web*" criada, passei então para a página de "Soluções Imagem". Nesta página optei por seguir o mesmo estilo que da página anterior, para poder dar continuidade à área de serviços. Na parte de soluções de imagem coloquei uma imagem referente ao *design* gráfico, e no retângulo na parte inferior coloquei uma cor diferente, um azul-escuro, mais sóbrio, com o fim de transmitir confiança ao leitor/cliente. Após ter os elementos gráficos todos dispostos, tive que colocar o tipo de serviços, utilizando também os retângulos brancos da mesma forma que na página anterior (figura 24).

Figura 24 - Soluções Imagem

Fonte: Elaboração própria

Após ter completado a parte dos serviços da empresa, tive que criar uma página, esta também sobre a empresa, mas uma página menos gráfica e mais textual.

Para a criação desta página utilizei somente o *Adobe Indesign*, onde criei um *layout* com uma *grid* de três colunas, estas separadas por uma medianiz de 10 px. Criei as colunas com o intuito de ter três partes com informação, para esta estar representada de uma forma mais clara e simples. O fundo da página é branco, para ter um aspeto minimalista, facilitando assim a leitura desta. Coloquei um título no canto superior esquerdo da página "A Empresa", este com a mesma tipografia das restantes páginas, *Gill Sans*, de preenchimento preto, para dar mais contraste ao título. Para dar enfase ao titulo, coloquei-lhe uma forma, sendo então o sublinhado do texto, colocando-lhe a mesma cor que a fonte do logotipo da empresa, com uma opacidade de 51%. Na parte inferior do título, coloquei um parágrafo com algumas informações sobre a empresa, em que depois teria uma informação adjacente que teria que ser representada por pontos, foi então nessa altura que resolvi colocar esses pontos dispostos nas três colunas. Após ter disposto os pontos no documento, para lhe dar mais enfase, criei um contorno da caixa de texto, com a mesma cor que o sublinhado do titulo. Por fim na parte inferior da

página coloquei o resto da informação que me fora dada pelo meu supervisor (figura 25).

Figura 25 - Página "A Empresa"

Fonte: Elaboração própria

Após ter as informações sobre a empresa todas organizadas em cada página, a área seguinte que deveria constar na brochura seria a parte do portfólio. Foi-me dada uma lista de clientes e projetos que deveriam constar no portfólio da brochura e a partir daí tive que pedir os trabalhos à *designer* Catarina Pereira, que me forneceu tudo. Criei uma capa, para separar a parte sobre a empresa Sites & Logos, e também para a informação não ficar toda desorganizada.

Para a conceção da capa utilizei uma imagem que recolhi de um banco de imagens *online* e editei-a no *Adobe Photoshop* (figura 26), coloquei uma camada nova por cima da imagem com a cor do logotipo da Sites & Logos e coloquei-lhe transparência, depois ainda lhe coloquei um gradiente, no sentido de transparente para branco, no canto superior direito.

Figura 26 - Original vs Nova

Fonte: Elaboração própria

Após ter feito as edições à imagem, voltei à paginação no *Indesign*, e coloquei a imagem que tinha editado no fundo da página. De seguida criei o título "Portfólio", com o mesmo tipo de letra que utilizara antes, com a cor branca e ainda criei umas linhas brancas, que envolviam este, que iriam dar um melhor aspeto à capa (figura 27).

Figura 27 - Página "Portfólio"

Fonte: Elaboração própria

De seguida tive que criar o *layout* para fazer as páginas dos projetos de cada cliente. Para tal resolvi fazer *mockups* para cada um dos trabalhos realizados. Para fazer as *mockups* utilizei o Photoshop, e fiz transferência destas através de *sites* de *mockups*, muitas destas *mockups* já tinham as *layers* bem organizadas e com objetos inteligentes, o que me facilitou bastante o trabalho. Após ter criado todas as *mockups*, tive então de criar uma estrutura para cada página dos projetos. Um primeiro modelo, denominei-o como "A", criei um *layout* com 4 colunas, com uma medianiz de 12 px, em que dividi a página a meio, horizontalmente, e na primeira metade, a metade superior, seria destinada à *mockup* correspondente a um projeto. Na parte inferior, ficaria uma área destinada a uma frase da empresa, esta frase poderia ser, o nome da empresa, o *slogan* desta, ou outro. Depois desta área, criei outra com o fim de colocar uma breve descrição da empresa correspondente. Depois desta área reservada para o texto, em cada canto inferior da página, reservei duas áreas: uma para colocar um símbolo, neste caso a lupa, para colocar uma hiperligação para o *website* da empresa em questão; outra área para colocar o logotipo da empresa (figura 28).

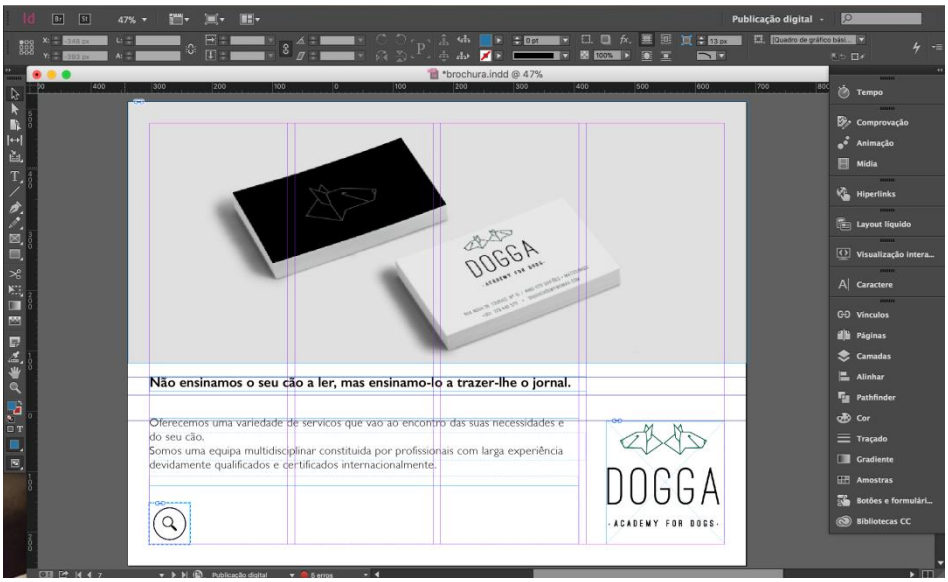

Figura 28 – Modelo A

Fonte: Elaboração própria

Deste modo, consegui obter uma página com uma desmonstração gráfica do trabalho realizado e consegui colocar informação textual, dando uma forma limpa e minimalista à página.

O modelo "B" de página de projetos é totalmente diferente do modelo "A", neste modelo em vez de colocar uma *mockup* estática, coloquei uma *mockup* animada, esta que também está disponibilizada *online*. A *mockup* foi alterada de forma igual às restantes, mesmo sendo animada, esta era editada por *layers* no *Photoshop*, o que torna muito fácil a manipulação destas, e pode tornar o projeto final muito mais criativo e dinâmico.

O processo de desenvolvimento deste modelo consistiu em colocar o vídeo como fundo, e tal como no modelo "A", coloquei uma frase da empresa, uma breve descrição e no canto inferior o logotipo correspondente (figura 29).

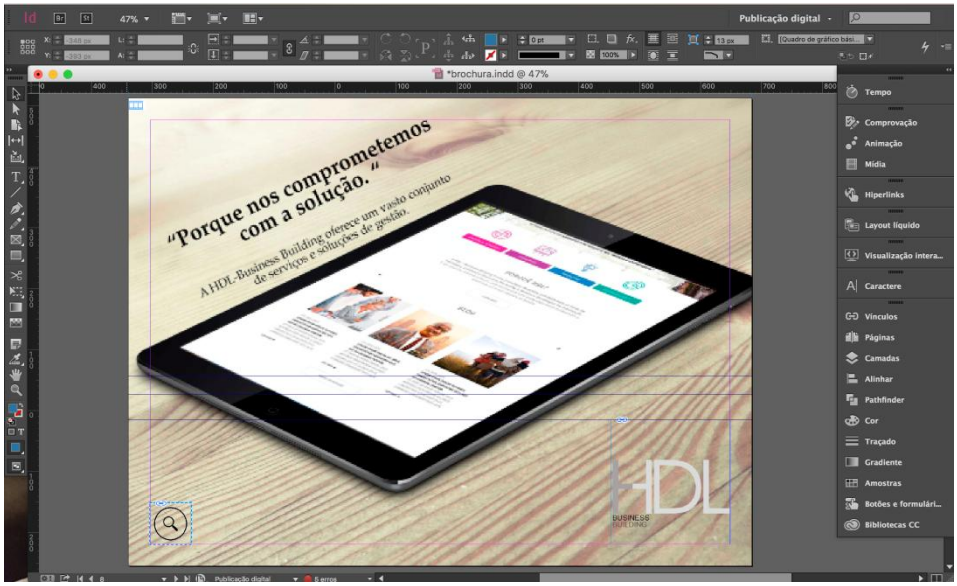

Figura 29 - Modelo B

Fonte: Elaboração própria

No caso acima representado na imagem, optei por utilizar uma *mockup* animada de um *tablet*, visto que o projeto que se tratava era um *website*.

Um outro modelo, o último que criei, foi o modelo de página "C", neste modelo as *mockups* seriam estáticas. Para criar este *layout*, optei por um estilo minimalista, ou seja, coloquei no canto inferior direito da página uma caixa de texto e uma caixa para um elemento gráfico, que seria o logotipo da empresa em questão (figura 30). Dividi a

página a meio, horizontalmente, e através destas guias colocava as imagens de forma hierárquica.

Figura 30 - Modelo C

Fonte: Elaboração própria

Houve algumas páginas em que apenas colocava uma imagem, só a *mockup* correspondente, isto porque eram trabalhos mais antigos e mesmo a *designer* Catarina Pereira não tinha informações sobre a empresa, e muitas vezes estas nem tinham presença *online* (figura 31).

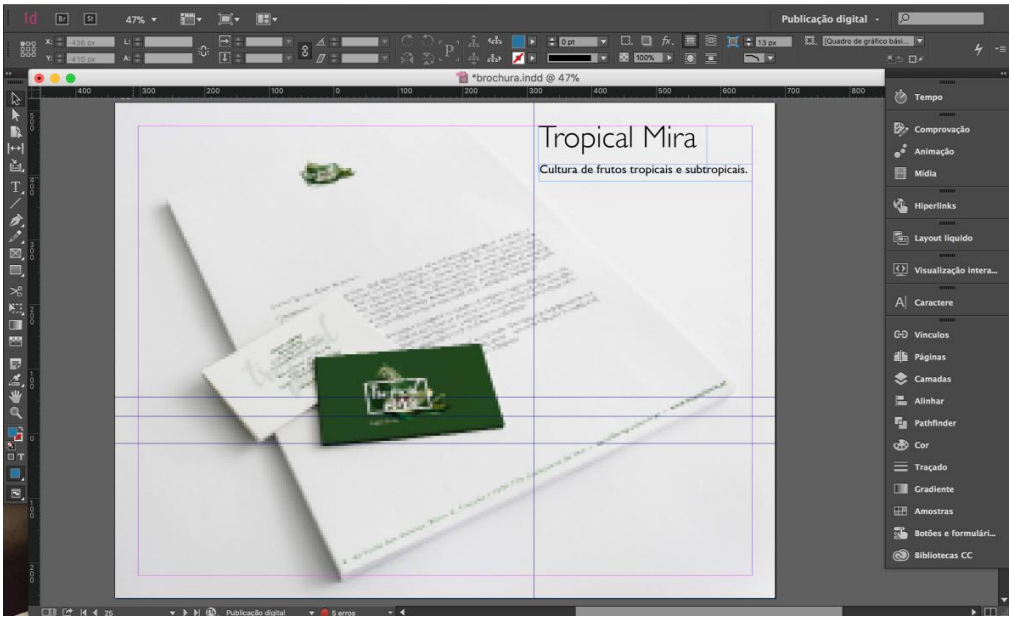

Figura 31 - Modelo de página preenchida por uma mockup

Fonte: Elaboração própria

Em todas as páginas, em que a empresa descrita tivesse um *website*, coloquei um símbolo, uma lupa, que consistia num botão que levava o leitor ao *website* da empresa, para criar esse botão no *Indesign* tinha que converter a imagem num botão. Para fazer esse processo, tive que colocar a imagem no lugar pretendido e clicar nela, em seguida tive que ir ao painel "botões e formulários" e converter a imagem num botão. Após ser convertida a imagem tive que lhe dar uma ação de "Ir para *URL*" e colocar na caixa de texto "*URL*" o *website* da empresa em questão. É uma forma dinâmica de mostrar o projeto em tempo real, visto que grande parte dos projetos da Sites & Logos são *websites*, assim o leitor tem uma oportunidade de verificar em tempo real a estrutura do *website*, do *design*, das ligações deste, entre outros aspetos. A última área da brochura foi a listagem de todos os clientes da Sites & Logos. Nesta fase o meu supervisor, Nuno Bandeira Salvador, forneceu-me a listagem completa de clientes da empresa, e pediu-me para fazer a listagem destes na brochura por ordem alfabética. Quando pensei no *layout* da página de clientes, pensei em colocar duas colunas (figura 32) separadas por uma medianiz de 12 px.

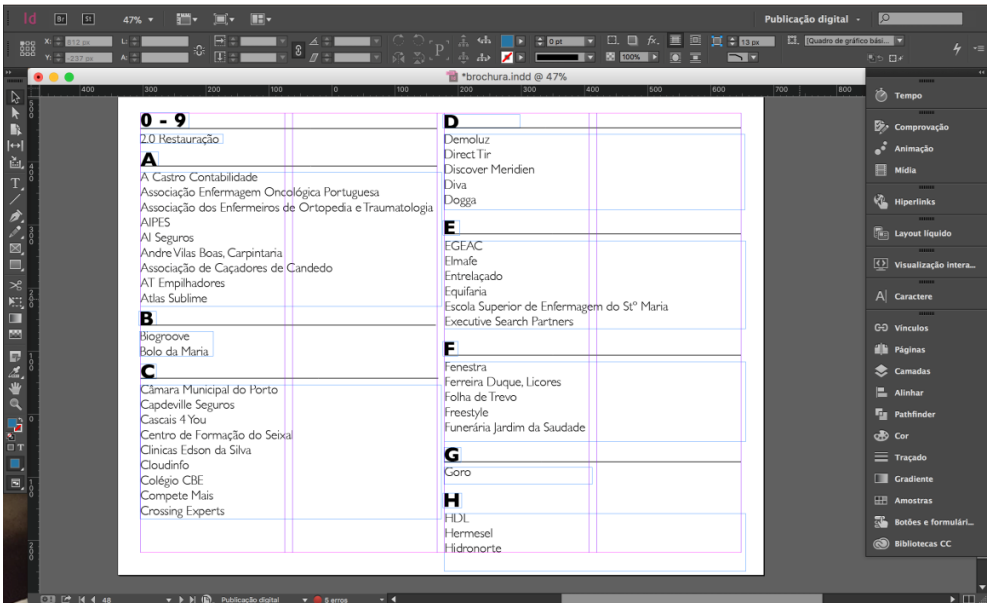

Figura 32 - Página de clientes

Fonte: Elaboração própria

Isto porque, o nome de alguns clientes é extenso, e, então como não queria fazer uma quebra no nome destes, porque depois podia induzir em erro quem lia, poderia entender que seria outro cliente distinto, optei por fazer duas colunas e colocar cada cliente numa só linha.

A brochura, na minha opinião acabou com um aspeto apelativo (anexo III) e criativo, sendo também digital, considero que tendo hiperligações e *mockups* animadas é bastante positivo para chamar à atenção do cliente ou potencial cliente, mostrando assim a criatividade e empenho de quem o faz. O *feedback* que tive deste projeto foi bastante positivo, troquei impressões durante todo o processo de desenvolvimento com o meu supervisor e as *designers* Catarina Pereira e Sara Carvalho, o que também me ajudou muito durante o desenvolvimento do trabalho.

2.6.2 Funerária Jardim da Saudade

O projeto da Funerária Jardim da Saudade foi um projeto no qual o cliente queria uma imagem corporativa e estacionário, foi o primeiro trabalho de criação de imagem corporativa que fiz no estágio curricular e também o maior desafio.

O seguinte projeto foi elaborado no *Adobe Illustrator*, uma ferramenta de edição vetorial, o que também foi um desafio, visto que foi das primeiras vezes que utilizei o mesmo. Neste projeto, que foi, sem dúvida, o que mais tive dificuldade na conceção da imagem, devido à área de negócio, tive que fazer um grande trabalho de pesquisa, esta pesquisa consistiu na pesquisa de cores, formas, ícones que me levassem a ter uma ideia do que iria criar. Foi um projeto de grande dificuldade, mas o cliente ajudou muito, visto que já tinha uma breve ideia (figura 33) do que desejava, junto com o formulário (anexo IV) enviou um esboço desenhado por o próprio, o que por um lado facilitou a conceção da ideia principal.

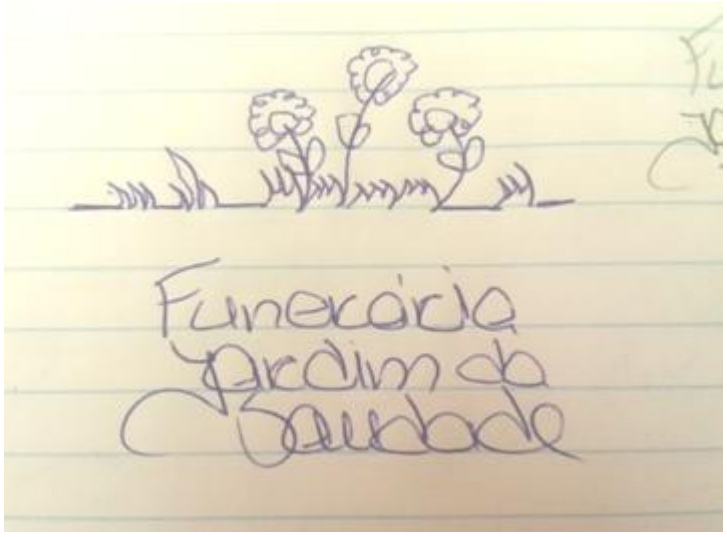

Figura 33 - Esboço do cliente

Fonte: cliente Funerária Jardim da Saudade

Por norma, a 4por4, tenta elaborar várias propostas para o cliente ter mais escolha, uma dessas propostas vai diretamente ao encontro do que o cliente deseja, as outras tentam "fugir" ao estilo do cliente, tentando assim também mostrar a diversidade de estilos.

Numa primeira fase, tal como já tinha referido, foi realizada uma pesquisa de exemplos de logotipos do mesmo ramo, ou seja, do ramo funerário. Após a recolha de alguns modelos, isto com o objetivo de me conseguir basear em alguns estilos recolhidos, foi realizado um estudo, este estudo que consistiu na escolha de cores, é de realçar que no formulário o cliente já teria escolhido as cores para a sua imagem. No formulário estavam assinaladas as cores: azul e verde. Apesar de o cliente já ter escolhido as cores base para o logotipo, eu tive que estudar a paleta de cores, não podia pôr um azul elétrico numa marca de uma funerária, apesar do cliente querer que a marca transmitisse segurança e paz. Optei por escolher um verde mais sóbrio e um azul também mais sóbrio. Numa segunda fase, após ter feito o estudo de cores e formas comecei a elaborar os meus esboços em papel (figura 34), tentando fazer sempre algo que se aproximasse à ideia base do cliente para assim conseguir satisfazer a sua necessidade. O cliente queria que a sua marca tivesse um jardim, ou seja, tentei sempre colocar o elemento "flor" em todos os esboços que realizava.

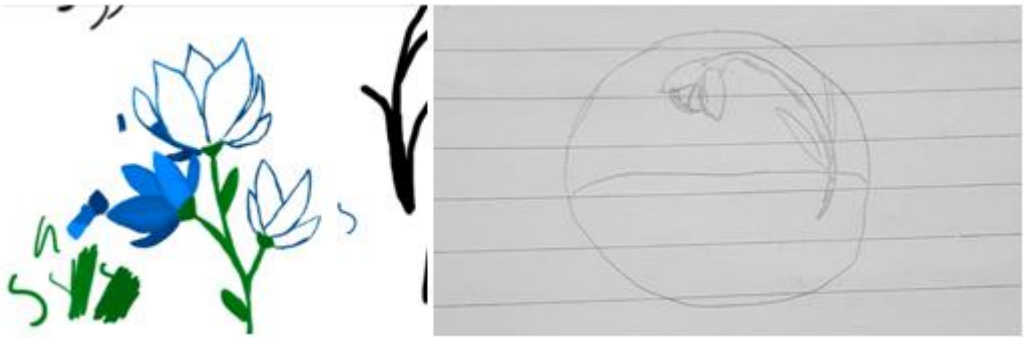

Figura 34 - Ilustração da flor

Fonte: Elaboração própria

Numa primeira fase de esboços, tentei conjugar as iniciais da marca com objetos (figura 35), numa segunda fase elaborei ícones para a marca.

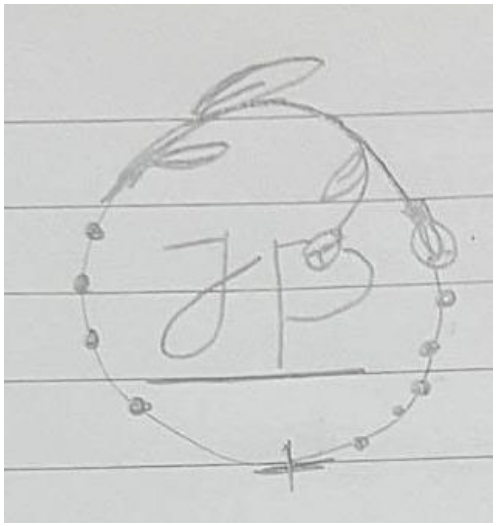

Figura 35 -Esboço com as iniciais da empresa

Fonte: Elaboração própria

Depois de os esboços estarem completos seguiu-se a fase de elaboração do logotipo. Esta começou pela pesquisa de tipografia (figura 36). O cliente tinha referido que queria uma tipografia mais do tipo serifada e do tipo caligrafia, o que também facilitou a minha pesquisa.

Figura 36 - Estudo tipográfico

Fonte: Elaboração própria

Consegui então selecionar oito fontes que se adaptariam às necessidades do cliente e de seguida foi realizado o estudo desta. Após ter estudado as fontes, comecei a elaborar o ícone ilustrativo. Após ter o ícone criado (figura 37) comecei a conjugar os

dois elementos: gráfico e tipográfico. Elaborei então seis propostas para o cliente, numa primeira maquete, tendo em base o que o cliente pretendia diretamente.

Figura 37 – Ícone elaborado para Funerária Jardim da Saudade

Fonte: Elaboração própria

Após ter as propostas concluídas, estas que tinham todos os elementos que o cliente queria, tive que fazer outras propostas que tivessem outro estilo. Mais uma vez tive que fazer um estudo do tipo de ícones utilizados em logotipos do ramo funerário. Notei, na minha pesquisa, que muitos tinham ícones como: cruz, pombas, entre outros.
No meu primeiro rascunho, optei por criar um símbolo, este símbolo que foi uma pomba, tentando transmitir paz, calma e segurança. Quando tinha o símbolo completo, tive que colocar o nome da empresa, utilizando os mesmos tipos de letra antes utilizados na conceção do logotipo. As cores que escolhi foram o azul-claro, verde, branco e preto para o nome da empresa. No símbolo optei por colocar um gradiente de azul para branco, dando a sensação de algo celestial (figura 38).

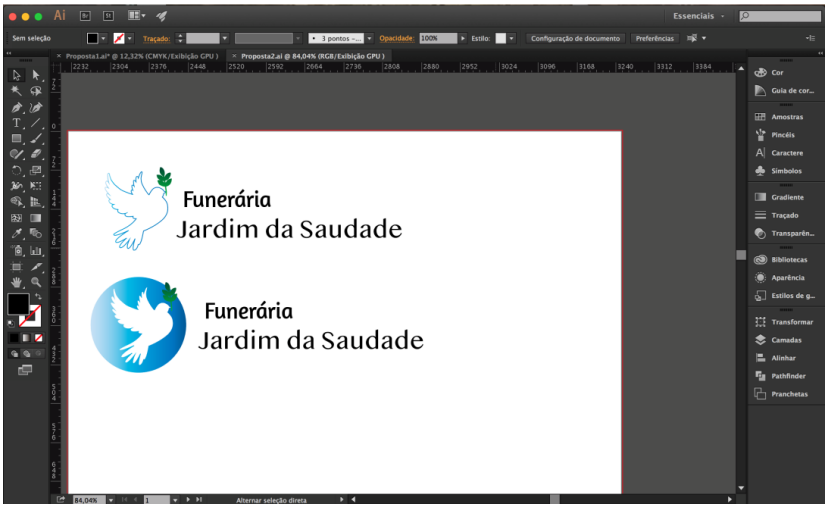

Figura 38 - Segunda proposta para Funerária Jardim da Saudade

Fonte: Elaboração própria

Gostei do resultado final desta proposta, quando a apresentei ao meu supervisor ele aprovou, mas por norma, deveria criar pelo menos mais uma proposta diferente, nesta teria que trabalhar noutro símbolo diferente das anteriores, então decidi criar um anjo (figura 39).

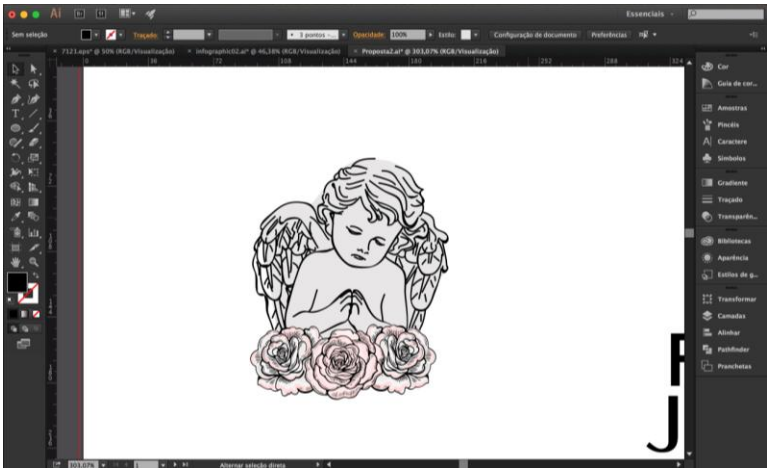

Figura 39 - Ilustração do Anjo

Fonte: Elaboração própria

Após ter as propostas todas elaboradas, passei o projeto para o meu supervisor, que faz a gestão de projetos, e nessa altura ele teria que aceitar, ou não, as propostas que

lhe enviara. Das propostas que enviei, o meu supervisor, fez a seleção de quatro maquetes para enviar ao cliente. Nesta ultima fase do projeto, tive que criar uma apresentação das maquetes, para enviar ao cliente.

Para realizar esta ultima fase, utilizei o *Adobe Illustrator* para elaborar a apresentação para o cliente. O ficheiro de apresentação para o cliente consistia em organizar as propostas e também fazer uma breve explicação de como foi elaborado o logotipo.

A apresentação contém uma capa, uma parte informativa e por fim a apresentação das maquetes. Para apresentar as propostas tive também que fazer uma palete monocromática e os modelos de cartões de contacto, também para o cliente ter uma ideia da utilização do logotipo (anexo IV). Após a reflexão do cliente, este escolheu uma maquete. Escolheu a que ia ao encontro da sua ideia principal (figura 40).

Figura 40 - Proposta escolhida pelo cliente

Fonte: Elaboração própria

Quando obtive a resposta do cliente, tive então que fazer o estacionário, este enquadrava cartões de identidade, envelopes e o papel timbrado.

Comecei por fazer os cartões de identidade, no *Adobe Illustrator*. Optei por um *design* mais simples visto que o logotipo transmitia muita informação visual, então tentei não carregar muito a nível de cores. O cartão tem de largura 240,95 px e de altura 155,91 px, na frente deste, coloquei um contorno com as mesmas cores do logotipo, azul e verde, o contorno tem de espessura 0,5 px, com o objetivo de não carregar demais o cartão.

Coloquei o logotipo no canto superior esquerdo, e na parte inferior deste coloquei a morada e os contactos da empresa. No canto superior direito coloquei o nome do empresário e o seu contacto de telemóvel. Na realização do verso do cartão de identidade optei apenas por colocar um fundo branco e o logotipo da empresa (figura 41).

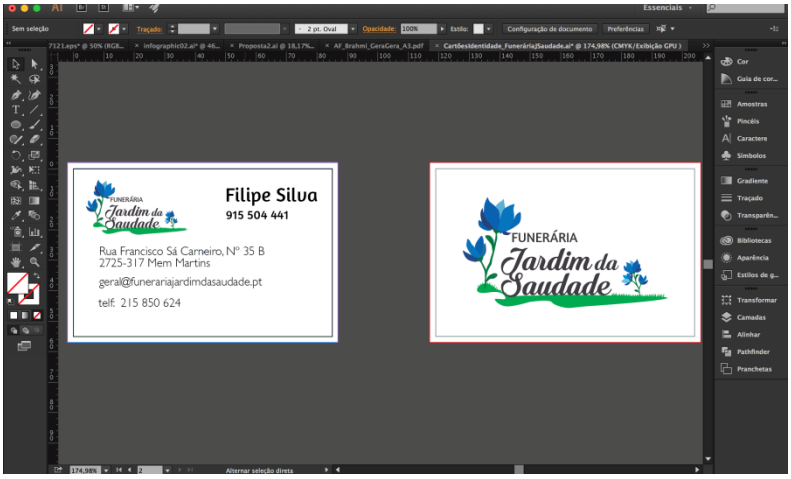

Figura 41 - Cartões de Contacto

Fonte: Elaboração própria

De seguida comecei a fazer os envelopes da Funerária Jardim da Saudade. O objetivo seria criar três tipos de envelopes, com diferentes dimensões, mas tentando manter o mesmo *design*, para dar continuidade. O primeiro envelope tem de altura 311,14 px e de largura 623,63 px.

Na frente do envelope, mais especificamente, no canto superior esquerdo, coloquei o logotipo da empresa e por baixo deste, a morada correspondente, mantendo o mesmo tipo de letra escolhido para o cartão de identidade. De início coloquei a aba branca, mas o meu supervisor aconselhou-me a colocar uma cor, optei por colocar o mesmo verde que utilizei no logotipo, para haver sempre uma ligação com a imagem corporativa. No verso do envelope apenas coloquei no canto inferior esquerdo uma referência ao *website* da empresa e uma parte da flor do logotipo no canto inferior direito, com uma opacidade de 46% (figura 42).

Figura 42 – Envelope

Fonte: Elaboração própria

O envelope em A4 tem o mesmo *design* que o primeiro referido, o que muda é o facto de os elementos estarem dispostos, não horizontalmente, mas sim na vertical (figura 43).

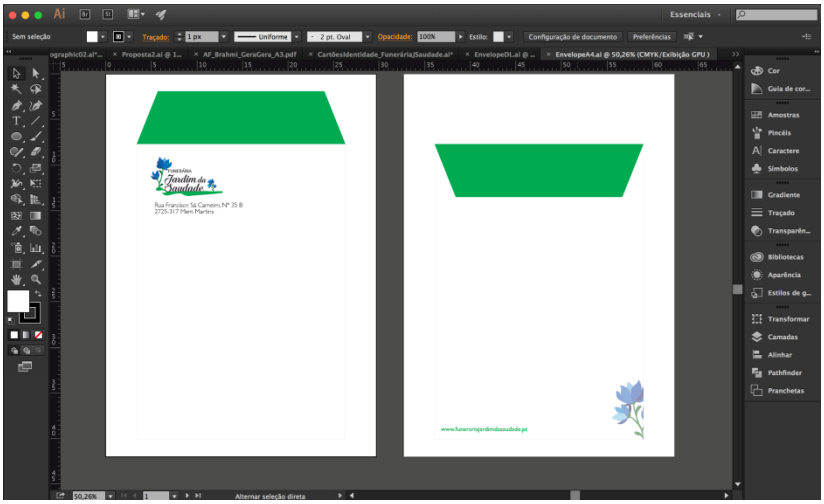

Figura 43 - Envelope A4

Fonte: Elaboração própria

O envelope em formato A5 também com o mesmo *design*, mas o que altera também é a disposição dos elementos, que se encontram na vertical (figura 44).

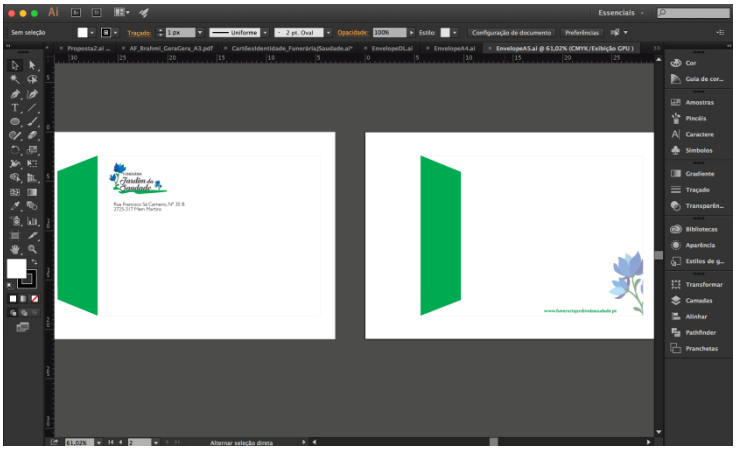

Figura 44 - Envelope A5

Fonte: Elaboração própria

O papel timbrado é muito importante para o destaque de uma empresa quando interage com os seus clientes, também é uma forma de chamar à atenção e de demonstrar que é uma empresa séria. Neste caso, em que a empresa descrita é do ramo funerário, seria uma boa hipótese criar um tipo de papel timbrado mais simples, tendo apenas o logotipo descrito e as informações básicas da empresa, foi então o que fiz, coloquei no canto superior esquerdo o logotipo da empresa, respeitando as margens e os alinhamentos, para ficar com um acabamento melhor, e coloquei no logotipo uma opacidade de 63%. No rodapé da página coloquei apenas as informações da empresa, como a morada, os contactos telefónicos, o *e-mail* e o *website* (figura 45).

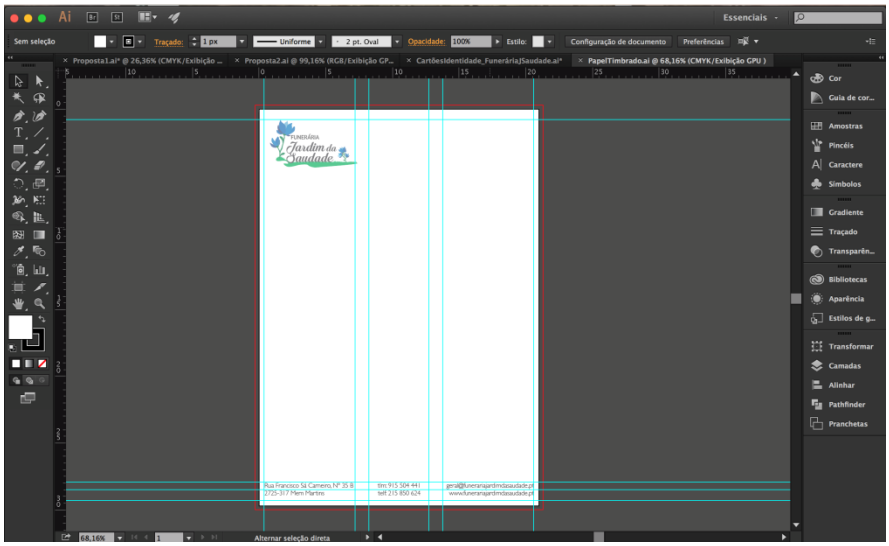

Figura 45 -Papel Timbrado

Fonte: Elaboração própria

Uma vez terminado o projeto e tendo a aprovação do meu supervisor e do cliente, senti-me aliviada, visto que foi dos trabalhos mais complicados a nível de elaboração devido ao ramo em que operava. Na minha opinião, foi muito bom ter este trabalho como primeiro projeto de imagem corporativa (ver anexo V), visto que foi um género de "quebrar o gelo", consegui ultrapassar as barreiras e fazer algo que um cliente gostasse.

2.6.3 Incuisine

A *Incuisine* é uma loja física de mobília, que vende essencialmente para cozinhas, vendendo também para outras áreas da casa. A 4por4 desenvolveu um *website* para este cliente, continuando a fazer a manutenção deste ao longo do tempo. O meu papel neste projeto foi criar conteúdos e editar imagens para o *website* da *Incuisine*. Para o desenvolvimento desta atividade utilizei o *Adobe Photoshop*. A maior parte do que me coube fazer foi redimensionar imagens e otimizá-las estas para a web, enquanto que noutro material tive de fazer a edição de imagens.

O material para fazer a edição foi fornecido pelo cliente, logo este tinha já pensado no que queria ao certo para o conteúdo do *website*. Para saber as dimensões de cada imagem a criar, tive que recorrer a uma ferramenta do *Google Chrome*, "inspecionar" (figura 46), só assim sabia como redimensionar as imagens. Neste projeto trabalhei em equipa com o programador Filipe Magalhães, que me forneceu também muito material para trabalhar.

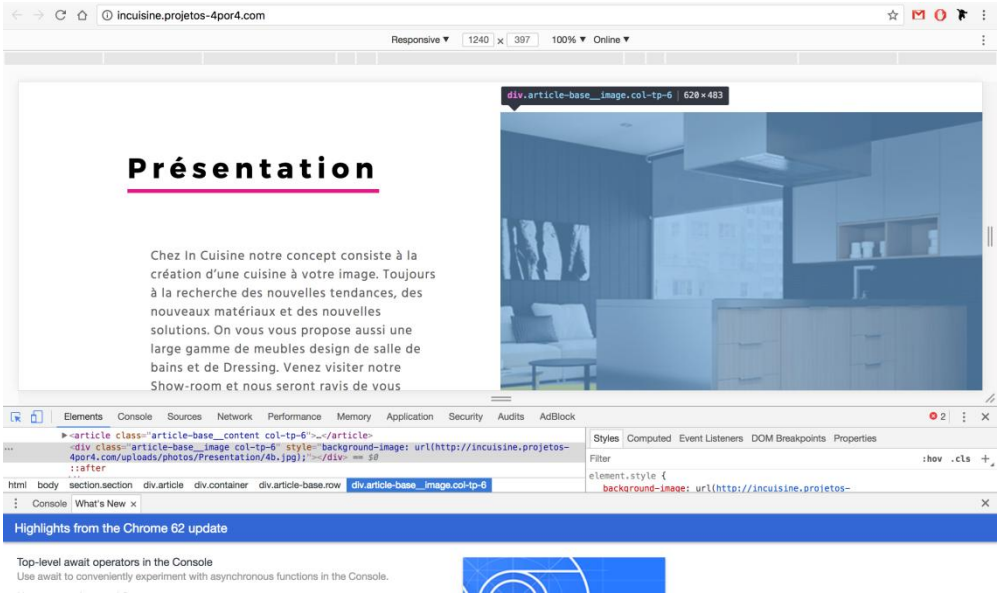

Figura 46 - Ferramenta "Inspecionar"

Fonte: Elaboração própria

Para iniciar a edição dos conteúdos tinha que primeiro saber as novas dimensões destas, por isso verifiquei as dimensões descritas no site e comecei a criar pastas no meu ambiente de trabalho, denominando-as pelas dimensões pretendidas. Depois de ter as pastas todas organizadas, passei então para a edição. Para redimensionar as imagens no *Photoshop* tinha que alterar o tamanho do espaço de trabalho para as dimensões pretendidas, e depois tinha que alterar as dimensões da imagem para que esta se enquadrasse no espaço de trabalho (figura 47).

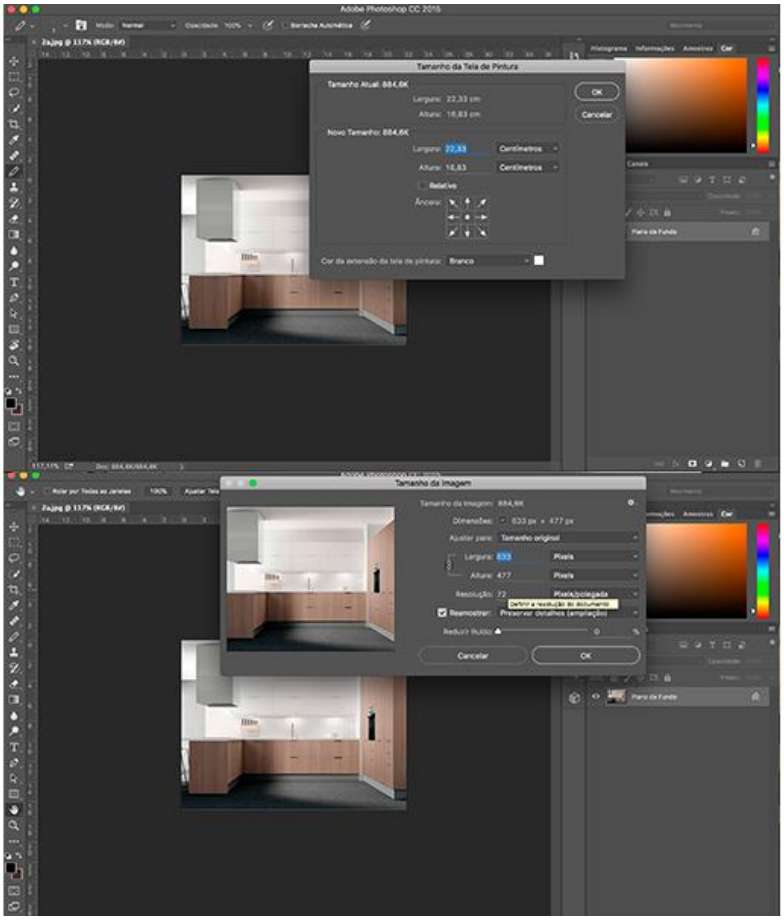

Figura 47 - Alteração da tela e das dimensões da imagem

Fonte: Elaboração própria

Após ter alterado as dimensões da imagem, tive então que a exportar, mas sem perder qualidade e otimizar esta para a *web*. No *Adobe Photoshop* existe uma ferramenta para exportar para a web (figura 48).

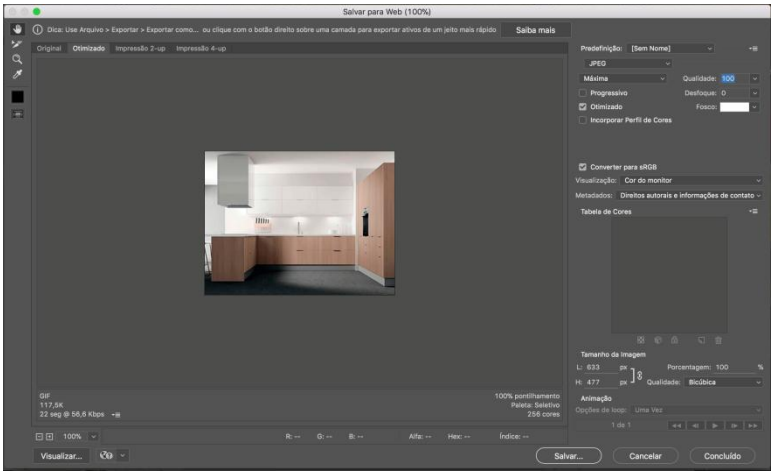

Figura 48 - Exportação e otimização

Fonte: Elaboração própria

Depois de ter redimensionado todas as imagens pretendidas, foi-me pedido pelo meu supervisor para retirar uma marca de duas imagens (figura 49).

Figura 49 - Imagens Originais

Fonte: Elaboração própria

Para realizar a manipulação destas imagens utilizei o *Photoshop*, que tem muitas ferramentas para retirar ruido ou outros elementos não desejados da imagem. A ferramenta do *Photoshop* que utilizei foi a ferramenta "correção" e o "pincel de recuperação", com o auxílio destas ferramentas, foi-me possível fazer um bom trabalho em pouco tempo (figura 50).

Figura 50 - Resultado Obtido

Fonte: Elaboração própria

Assim que terminei a manipulação destas imagens, pude então, enviar tudo ao meu colega Filipe para ele poder fazer a inserção de conteúdo no *website*, através do *backoffice*.

2.6.4 *Villas* Portugal – *Real Consultants*

A *Villas* Portugal – *Real Consultants* é um cliente do ramo imobiliário, vende imoveis, para um público-alvo de classe média alta e classe alta, encontra-se situada no Algarve, mais especificamente em Tavira, vende imoveis da zona do Algarve, Lisboa e Porto.

A cliente já tinha marca e um *website*, mas decidiu ter um *website* novo e como o antigo logo não se enquadraria no estilo do novo *website*, então, solicitou os serviços da 4por4, embora que na minha opinião o logotipo não deve ser criado a partir do estilo do *website*, porque este pode ser alterado várias vezes, enquanto uma marca não deve ser constantemente alterada, isto porque, vai dificultar a memorização da imagem corporativa ao cliente.

A cliente no formulário (ver anexo VI) referia que queria um logotipo do mesmo estilo que o seu anterior, mas que também se enquadrasse no novo *website*, o que para mim foi um desafio, visto que o seu site e logotipo anterior tinham um estilo mais moderno e simples. Este projeto teve de passar por quatro fases: a pesquisa, o estudo, a elaboração e a conclusão.

Numa primeira fase foi entregue um formulário à cliente *Villas* Portugal – *Real Consultants*, com o intuito de saber as necessidades desta. A maior necessidade observada nesta cliente era a de manter o estilo do logotipo antigo, então comecei a fazer a minha pesquisa para me poder basear em alguns estilos para apresentar algo que se enquadrasse no que a cliente pretendia. Após ter feito a pesquisa fiquei com uma ideia do que queria fazer, visto que o *design* do novo *website* era de um estilo mais "luxuoso" tentei elaborar ícones que se enquadrassem (figura 51).

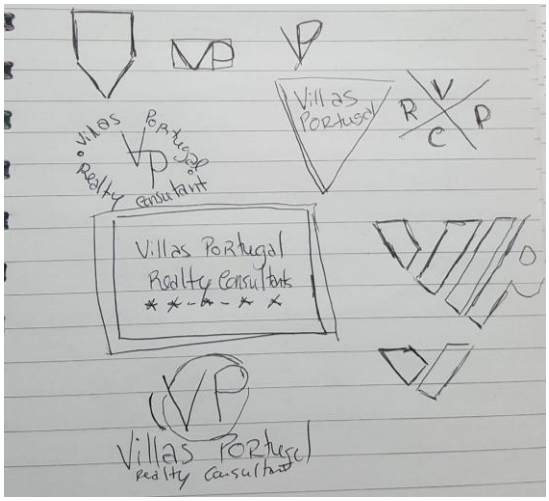

Figura 51 – Esboços

Fonte: Elaboração própria

Tentei conjugar as iniciais do nome da empresa, tentando fazer das iniciais do nome da marca, o símbolo desta. Quando coloquei todas as minhas ideias no papel, comecei a elaborar as propostas no *Adobe Illustrator*. Consegui manter o estilo que tinha nos meus rascunhos em papel e optei por criar formas simples, para manter uma imagem simples e concisa. As cores que utilizei foram baseadas no que a cliente especificou no formulário, que foram: preto, laranja ou o dourado. A cliente queria que o novo logotipo transmitisse uma ideia de que a marca é sofisticada, profissional e dinâmica, por isso mesmo optei por fazer formas simples e utilizar tipografias que melhor se identificassem com o caráter da empresa.

Na primeira proposta (figura 52) que criei, utilizei apenas a tipografia para criar o logotipo, ou seja, não foi criado nenhum símbolo.

Figura 52 - Primeira proposta para Villas Portugal

Fonte: Elaboração própria

A segunda proposta de imagem corporativa que criei para a *Villas* Portugal, ao contrário da proposta anterior, tem um símbolo. Criei o símbolo através da junção das iniciais do nome da empresa, conjugando formas. O símbolo contém a letra ”V” e a letra “P”, em que a letra “V” foi desenhada apenas a metade, com o objetivo de a completar com a letra “P” (figura 53). O preenchimento da letra “V” preferi colocar preto para dar também a sensação de sombra. A forma da letra ”P” foi criada para que desse movimento ao logotipo. Preenchi a forma com uma cor que desse a sensação de dourado, um amarelo mais escuro.

Figura 53 - Segunda Proposta para Villas Portugal

Fonte: Elaboração própria

No que toca ao estilo tipográfico, escolhi a mesma fonte para "Villas Portugal" e para " Realty Consultants", mas a única diferença entre estes é que em "Villas Portugal" coloquei um espaçamento.

A minha terceira e ultima proposta para a cliente foi criada através da mesma forma que a anterior, conjugando as iniciais da marca, mas neste caso optei por utilizar duas formas básicas do *design* gráfico: triângulo e o círculo. Após ter exposto as minhas ideias no papel (figura 54), passei então para um ficheiro do *Illustrator*.

Figura 54 - Esboço da terceira proposta para Villas Portugal

Fonte: Elaboração própria

Criei então as formas, utilizando sempre por base o triângulo e o círculo, para obter uma forma perfeita. Utilizando as mesmas cores que nas outras propostas antes descritas. Nesta proposta, utilizei apenas um estilo tipográfico, com o fim de dar continuidade ao estilo do logotipo (figura 55).

Figura 55 - Terceira e última proposta para Villas Portugal

Fonte: Elaboração própria

Após ter elaborado as propostas, comecei então a criar a apresentação para enviar ao cliente. A cliente acabou por escolher a proposta número três (anexo VII), visto que se identificava mais com esta.

2.6.5 *Harker*

A *Harker* é uma empresa que disponibiliza soluções, integrando tecnologias inovadoras, orientadas para rentabilidade dos processos produtivos na indústria, nas Áreas de negócio: acionamentos e controlo de movimento; serviços de engenharia: automação, energia e manutenção industrial[16]. A 4por4 foi escolhida pelo cliente para elaborar um novo *website* com loja online para a empresa *Harker*, o que iria implicar muito tratamento de conteúdo para colocar online. O que me coube realizar foi então a parte do tratamento e criação de conteúdo para o *website*. A empresa disponibilizou muito material, mas muito deste material não estava em condições para editar visto que estava muito degradado.

Neste projeto, trabalhei em equipa com a *designer* Catarina Pereira, em que eu tive a função de fazer a edição de imagens.

Tal como no projeto da *Incuisine*, tive que melhorar as imagens (ver anexo VIII) que a Catarina me forneceu, estas imagens depois de tratadas seriam colocadas no novo *website* da *Harker*. A Catarina Pereira ficou com a função de inserir os conteúdos através do *backoffice*, no novo *website* da *Harker*.

A metodologia de trabalho foi idêntica à do projeto *Incuisine*.

[16] www.harkersolutions.com – Acedido em: 22/11/2017

2.6.6 Global Saúde

A Global Saúde é uma empresa recente que abriu as suas portas ao público recentemente[17], logo, por ser uma empresa nova, o cliente dirigiu-se à 4por4 para solicitar um logotipo, com estacionário. A Global Saúde é uma clinica de fisioterapia, osteopatia, nutrição e com uma vertente virada para o desporto. Tal como nos outros projetos de imagem corporativa, o cliente, teve que responder ao formulário (anexo IX). O cliente queria que o logotipo transmitisse qualidade, profissionalismo e dedicação ao cliente, queria uma imagem sóbria, séria e profissional, referiu também que queria que o logotipo tivesse as cores: azul e cinzento.

Com base nas informações que o cliente referiu, comecei então a fazer a pesquisa de exemplos de logotipos do mesmo ramo de atuação. Após a reflexão nos exemplos que reuni, comecei a fazer os esboços em papel (figura 56).

Figura 56 – Esboço para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Depois de fazer os esboços, passei o que tinha no papel para o *Adobe Illustrator*. No total fiz três distintas propostas. A primeira proposta consistiu na forma de uma pessoa de braços abertos, a essa forma tentei anexar a forma de um coração, o que teve um resultado graficamente positivo, na minha opinião (figura 57).

[17] Informação facultada por 4por4 | *Creative Agency*

Figura 57 - Símbolo elaborado para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Tendo o ícone concluído, passei então para a fase de estudo de tipografia, optei então por escolher um estilo tipográfico não serifado, sóbrio e moderno (figura 58).

Figura 58 - Primeira proposta para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

O cliente, logo desde início, demonstrou interesse por vários estilos, decidi fazer mais propostas, todas elas diferentes.

Nesta proposta continuei a utilizar a forma da "pessoa", tendo sempre em conta a saúde física e o bem-estar. Criei um círculo e dividi-o utilizando a forma anterior descrita, e cada metade preenchi com azul-turquesa e verde-marinho (figura 59).

Figura 59 – Ícone da segunda proposta para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Após ter criado o ícone, fiz então o estudo tipográfico, com isto, escolhi um tipo de letra do estilo *light* para dar um "toque" suave e moderno ao logotipo (figura 60).

Figura 60 - Segunda Proposta para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Na terceira e última proposta, fiz um ícone com a forma circular, mas sendo este o mais trabalhoso. Para criar este símbolo, utilizei o método de construção pela sobreposição de formas circulares (figura 61). Após ter os objetos todos sobrepostos até criar a forma pretendida, comecei então a colorir as partes que queria, com o auxílio da ferramenta "seleção de pintura em tempo real".

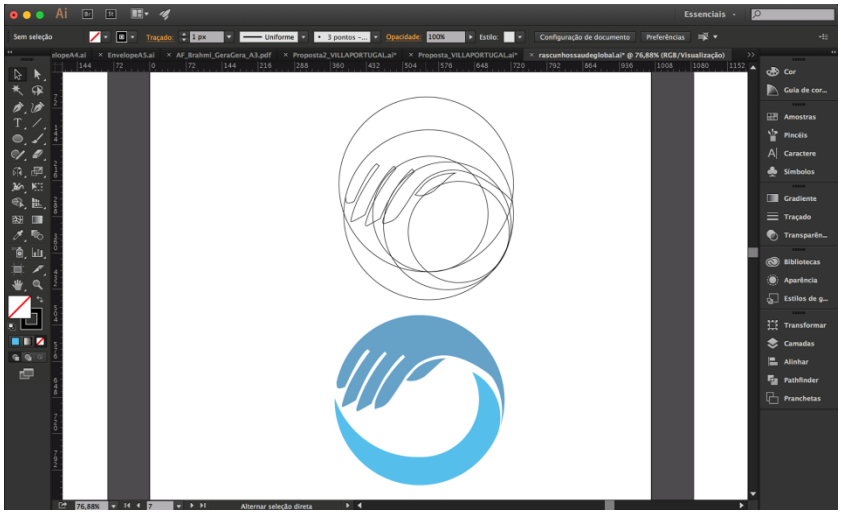

Figura 61 - Construção do ícone da terceira proposta para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Nesta proposta utilizei a cor azul-turquesa e cinza para a base do ícone. No que toca ao estilo tipográfico, mantive o que utilizei na primeira proposta, apenas alterando a cor (figura 62).

Figura 62 - Resultado final da terceira proposta para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Depois de ter todas as propostas completas, elaborei algumas *mockups* para colocar na apresentação ao cliente (ver anexo X). O cliente optou pela primeira proposta, então de seguida tive que criar o estacionário. Este foi criado com base no logotipo e utilizando o mesmo modelo que utilizei para criar o estacionário da Funerária Jardim da Saudade. Foi-me pedido pelo cliente que no verso dos cartões de contacto, tivesse uma tabela em que tivesse descrito um espaço para futuras marcações de consultas. Coloquei a grelha de consultas no verso do cartão, como fundo preenchi com o logotipo com uma transparência de 50% (figura 63).

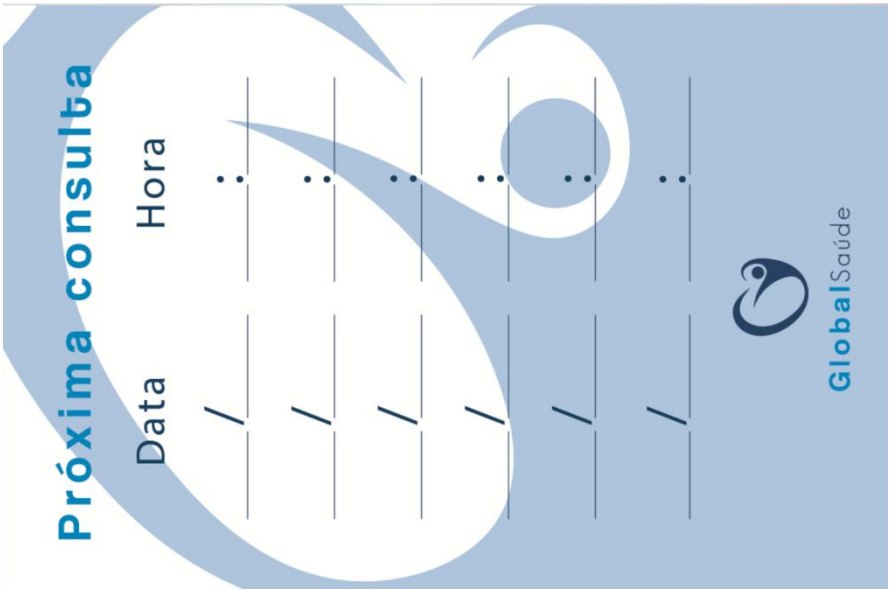

Figura 63 - Verso do cartão de identidade para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Na parte da frente do cartão, coloquei as informações: nome, contacto telefónico e a morada (figura 64). Optei por fazer um *design* simples, em que dividi o espaço da frente, e coloquei a informação do lado direito e o logotipo na parte da esquerda.

Figura 64 - Frente do cartão de identidade para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Quando comecei a fazer o *design* dos envelopes, coloquei o mesmo preenchimento na aba do envelope, com o logotipo, com preenchimento branco, no canto superior esquerdo. Na frente do envelope coloquei então o logotipo e a morada da empresa. Optei por deixar o verso do envelope em branco (figura 65).

Figura 65 – Envelope para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Após ter feito o *design* dos envelopes, comecei então a fazer o *design* do papel timbrado, em que mantive o mesmo estilo, coloquei o logotipo no canto superior esquerdo e as informações, tais como a morada e os contactos, nos cantos inferiores.

Desenhei duas formas, uma no canto superior esquerdo e outra no canto inferior direito, preenchendo com a mesma cor que o símbolo, mas com uma transparência de 50% (figura 66).

Figura 66 - Papel Timbrado para Global Saúde

Fonte: Elaboração própria

Quando concluí este projeto, o gestor de projetos, enviou as versões finais para o cliente, que se mostrou muito contente com o resultado.

2.6.7 *Akiloc* – Soluções de Aluguer

A *Akiloc* é uma nova empresa especializada em soluções de aluguer de curta duração. É um centro de aluguer de proximidade com uma forte aposta na variedade de equipamentos para a construção, *bricolage*, transporte, eventos, e equipamentos para uso doméstico.[18] A *Akiloc* contactou a 4por4 | *Creative Agency* para fazer a imagem corporativa desta. Este cliente tinha já algumas ideias estabelecidas de como queria que o logotipo fosse. No formulário (anexo XI), o cliente refere que quer que o logotipo provoque um primeiro impacto, que associe à ideia de serviço de aluguer. Além disto, o cliente refere que as cores que mais se identificam com a sua instituição são: o azul, amarelo, cinzento, preto e o laranja. Além do formulário, o cliente ainda nos enviou um documento em que demonstrava algumas ideias (anexo XII). Depois de obter esta informação, comecei a fazer os esboços (figura 67).

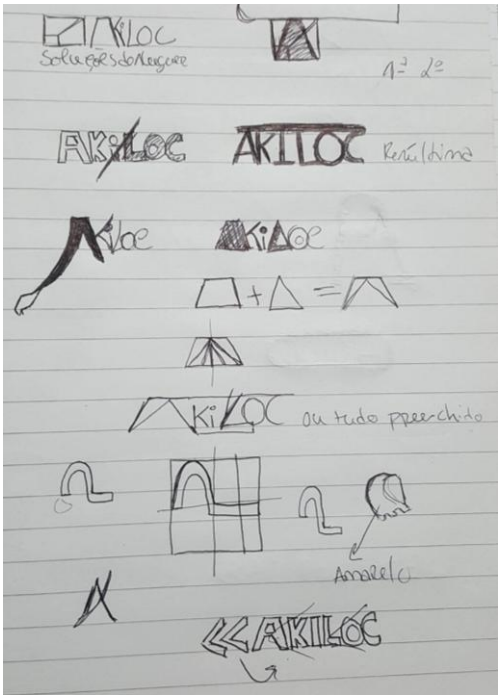

Figura 67 -Eboços para a identidade da Akiloc

Fonte: Elaboração própria

[18] www.akiloc.com – Acedido em 5/12/2017

No *Adobe Illustrator*, comecei a criar algumas formas para tentar elaborar um ícone. Tentei utilizar elementos da área da construção civil, tal como escavadoras, máquinas industriais, entre outras (figura 68).

Figura 68 - Esboço de um ícone para Akiloc

Fonte: Elaboração própria

Ao todo elaborei seis propostas, para a minha primeira proposta criei um elemento gráfico baseado numa máquina escavadora, as cores que utilizei no ícone foi o laranja para o braço da máquina escavadora e o cinzento para a "pá", apenas elaborei a parte do braço da máquina escavadora, e para completar esta, criei um circulo com preenchimento preto, para dar a sensação que a máquina aparecesse, como o ramo desta empresa é o aluguer de equipamentos, quis tentar demonstrar o tipo de negócio no ícone. Fiz o estudo tipográfico e escolhi um estilo tipográfico forte, não serifado e moderno. Converti o *lettering* em curvas e comecei a editar a tipografia (figura 69).

Figura 69 - Primeira proposta para Akiloc

Fonte: Elaboração própria

Optei por dividir o nome "Akiloc", em que "AKI" preenchi com preto e "LOC" da mesma cor que o braço da máquina escavadora.

A segunda proposta baseia-se apenas na tipografia. Utilizei a mesma fonte que na proposta anterior, isto porque durante o estudo das fontes considerei que esta se enquadrava melhor no estilo que escolhi para fazer as propostas. O que vai diferenciar entre as propostas será a forma da tipografia, porque converti em forma a tipografia e alterei a forma destas. Nesta proposta mantive o "AKI" com o preenchimento preto, depois dividi o "I" e aumentei o comprimento da segunda metade, que teve a função de fazer um "L" da parte do nome da empresa "LOC". O "O" e o "C" criei a partir de círculos através da ferramenta "*Pathfinder*" em que esta tem a função de juntar dois objetos ou subtrair um elemento de outro (figura 70).

Figura 70 - Segunda proposta para Akiloc

Fonte: Elaboração própria

A terceira proposta é ligeiramente diferente das antes referidas, mantive a paleta de cores antes utilizada, mas o estilo tipográfico utilizado foi alterado. Optei por utilizar um estilo tipográfico em "AKI" não serifado, moderno e leve, em "LOC" criei um estilo *bold*, para dar a ideia que seria uma máquina de construção civil, onde criei umas lagartas (figura 71).

Figura 71 - Terceira proposta para Akiloc

Fonte: Elaboração própria

A quarta, e, última proposta foi criada de uma forma semelhante às propostas anteriores, utilizei o mesmo estilo tipográfico no nome da marca e a mesma paleta de cores: amarelo e preto (figura 72).

Figura 72 - Quarta proposta para Akiloc

Fonte: Elaboração própria

Nesta proposta utilizei uma fonte semi-*bold,* e alterei a forma do "L". Converti o "L" em forma, dupliquei o objetivo, preenchi um com amarelo e o outro com preto e através de guias na diagonal, editei a posição dos pontos criando assim a "falha" na letra (figura 73).

Figura 73 - Edição de pontos

Fonte: Elaboração própria

Quando acabei todas as propostas, realizei a apresentação para o cliente (anexo XIII). O cliente de início, escolheu a segunda proposta, mas depois de algum tempo pediu para alterar para a ultima proposta. Este projeto foi muito interessante, visto que é uma área de negócio em que não tenho muito conhecimento, o que me obrigou a fazer uma pesquisa sobre este negócio, qual o estilo que este ramo mais utiliza nas suas imagens corporativas.

Reflexão Final

Durante estes três meses de estágio, apercebi-me da importância do estágio numa licenciatura, isto porque, o aluno tem o primeiro contacto com a empresa e o mundo de trabalho, e também muito importante, o contacto com o cliente real. O estágio curricular foi uma fase muito importante também, porque é possível aplicar as aprendizagens adquiridas ao longo do curso.

O estágio além de ser um primeiro contacto com o mundo profissional, é também, uma etapa de aprendizagem, foi neste contexto em que soube que estava na área correta. Além disto, tive a oportunidade de conhecer o ambiente empresarial, que não fazia ideia de como era, a sua organização, método de trabalho e trabalho em equipa. Escolhi a 4por4 | *Creative Agency*, por ser uma entidade virada para a vertente do *design*, para poder aplicar os meus conhecimentos de *design* num contexto em que teria de agradar aos clientes. Não poderia ter escolhido melhor empresa para estagiar, isto porque aprendi muitas técnicas para a criação de logótipos e de outros elementos.

Durante os três meses de estágio curricular, em todos os projetos tentei sempre dar o melhor de mim, de modo a que pudesse ter sempre um *feedback* positivo e, mesmo quando recebia alguma crítica, considerei sempre como uma crítica construtiva. Correspondi ao que o meu supervisor esperava de mim e sinto que superei as minhas espectativas. Segundo o meu supervisor, desenvolvi trabalhos positivos, porque corresponderam ao que era solicitado pelos clientes e transmitidos pelo gestor de projetos, tendo também, demonstrado profissionalismo e dedicação em momentos que poderiam ter sido críticos aquando de reformulações mais complexas que eram solicitadas.

Os valores, as aprendizagens e técnicas que apresentei, devem-se ao corpo docente do curso de Comunicação Multimédia, em que consegui ter um bom nível profissional ao longo do estágio curricular.

Bibliografia

Arntson, A. E. (2012). *Graphic Design Basics.* Boston: Wadsworth.

Bahia, J. (1995). *Introdução à Comunicação Empresarial.* Rio de Janeiro: Mauad X.

Lampreia, J. (1992). *Comunicação Empresarial. As relações públicas na Gestão.* Lisboa: Texto Editora.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2000). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing.* Alfragide: Dom Quixote.

Longo, G. L. (2011). *Organização de Empresas e Técnicas Comerciais.* São Paulo: Editora Baraúna.

Munari, B. (1968). *Design e Comunicação Visual.*

N, C. D. (1994). *Estratégias e Tecnologias da Informação.*

Negrão, C., & Camargo, E. (2006). *Design de embalagem: do Marketing à produção.* São Paulo: Navatec Editora.

Pinho, J. B. (1996). *O Poder das Marcas.* São Paulo: Summus Editorial.

Tondreau, B. (2009). *Criar Grids. 100 Fundamentos de Layout*. São Paulo: Edgard Blucher.

Vilar, E. T. (2014). *Design et al.* Dom Quixote.

Wallis, M. (1975). *Studies in Semiotics - Art and Signs.* Indiana University.

Outras Fontes

Informação fornecida pela empresa:

4por4 Creative Agency (2017), *A 4por4 – Creative Agency*, Matosinhos

4por4 Creative Agency (2017), *A História da 4por4*, Matosinhos

Webgrafia

Website da 4por4 | *Creative Agency*

http://4por4.pt Acedido entre 2 de outubro de 2017 a 8 de dezembro de 2017

Anexos

CD 1

Anexo I – Plano de estágio

Anexo II – Lista de clientes | Brochura Sites & Logos

Anexo III – Resultado Final | Brochura Sites & Logos **(CD1)**

Anexo IV – Formulário | Funerária Jardim da Saudade **(CD1)**

Anexo V – Resultado Final | Funerária Jardim da Saudade **(CD1)**

Anexo VI – Formulário | *Villas* Portugal **(CD1)**

Anexo VII – Resultado Final | *Villas* Portugal **(CD1)**

Anexo VIII – Resultado Final | *Harker* **(CD1)**

Anexo IX – Formulário | Global Saúde **(CD1)**

Anexo X – Resultado Final | Global Saúde **(CD1)**

Anexo XI – Formulário | Akiloc – Soluções de Aluguer **(CD1)**

Anexo XII – Documento do cliente | Akiloc – Soluções de Aluguer **(CD1)**

Anexo XIII – Resultado Final | Akiloc – Soluções de Aluguer **(CD1)**

Anexo I – Plano de Estágio

IPG Politécnico da Guarda
Polytechnic of Guarda

PLANO DE ESTÁGIO

Cursos de Especialização Tecnológica (CET)
Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO

GESP.004.03

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola: [X] ESECD [ ] ESS [ ] ESTG [ ] ESTH

Tipologia do Estágio:

[X] Curricular [ ] Extracurricular [ ] Outro: _____

Ao abrigo de **protocolo ou especificidade formativa?** [ ] Sim. Qual? _____

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO

Estudante: Isabel Maria Albino Linhas Roxas N.º 5007758

Docente orientador:

Supervisor: Nuno Miguel Pavão Bandeira Lobo Silvado

2. PLANO DE ESTÁGIO

→ Aplicação dos conhecimentos técnicos e do software de Imagem e web no desenvolvimento de suportes de comunicação web e multimédia

→ Utilização de software e ferramentas de Imagem/multimédia, tendo em consideração as necessidades e objetivos traçados pelo cliente

→ Análise das necessidades dos clientes, desenvolvendo suportes de comunicação e realizando a integração com a equipa de programação

3. ASSINATURAS

O Estudante	O Docente Orientador	O Supervisor
03072017		4PO4 Web | Imagem | Consultoria
Data	Data	Data
Isabel Linhas Roxas		Nuno Miguel Bandeira Lobo Silvado
(assinatura)	(assinatura)	(assinatura e carimbo da Entidade)

4poQuatro, Lda
NIPC: 506 086 020
A/Gerência

Anexo II – Listagem de Clientes | Sites&Logos

CLIENTES

2.0 Restauração

A Castro Contabilidade

Associação Enfermagem Oncológica Portuguesa

Associação dos Enfermeiros de Ortopedia e Traumatologia

AIPES

Al Seguros

Andre Vilas Boas, Carpintaria

Associação de Caçadores de Candedo

AT Empilhadores

Atlas Sublime

Biogroove

Bolo da Maria

Camara Municipal do Porto

Capdeville Seguros

Cascais 4 You

Centro de Formação do Seixal

Clinicas Edson da Silva

Cloudinfo

Colégio CBE

Compete Mais

Crossing Experts

Demoluz

Direct Tir

Discover Meridien

Diva

Dogga

EGEAC

Elmafe

Entrelaçado

Equifaria

Escola Superior de Enfermagem do Stº Maria

Executive Search Partners

Fenestra

Ferreira Duque, Licores

Folha de Trevo

Freestyle

Funerária Jardim da Saudade

Goro

HDL

Hermesel

Hidronorte

Idalina Carreira

Implante Dentário

Inter Shoe Machine

Jasmin Dim Sum

Joutil

Juvema

Laços Felizes

Léguas Gulosas

Link to Digital

Luis Teixeira, Engenheiros

M2A

Manga Pitanga

MGT, Transportes

Mario Mathiotte & Associados

Maserv

Meridianus

Minds

Miúdos e Graúdos

MM Frio

Multicouro

N60

Nobre Saraiva & Advogados

Observatório dos Direitos da Criança

Oeiras Factory

Orion

Pacto Seguro

Pads

Panorama i9

Passatempo

Pink Satisfaction

Portugal Delights

Remax Kudus

Samingol

Scout

Seguramos

Sir John

Smarteam

Solutions 4 Business

Splash Design

STDT

Super Xique

Surf Yard

Tallent Bubble

Tempus

Time House

Travel 4 You

Tropical Mira

Unistyle

Vape It

Vega Industries

Visi Vici

Volta Mundo

Volte a Sorrir

Walking Dog

Wildsmile

World of Football