

# A COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DO MUNICÍPIO DE TÁBUA

Pedro Miguel Lourenço Costa Ribeiro

## Resumo

A presente proposta remete para a Comunicação Corporativa do Município de Tábua. A importância da representação gráfica das cidades e vilas deixou de ser apenas um contributo inovador. Na década de trinta do século XX, as cidades e vilas ganharam uma estruturação gráfica, de modo a uniformizá-las, através de brasões municipais. O brasão mantém-se ainda hoje como elemento gráfico de assumido destaque para as autarquias. Figura no protocolo autárquico como símbolo da cidade ou vila e é usado, nomeadamente, em suportes de comunicação institucional. Nas últimas décadas, as cidades e vilas sentiram a necessidade de afirmar a sua identidade através de um sistema gráfico que as permitisse distinguir de todas as outras. O crescimento acentuado da fixação das pessoas nas cidades e vilas, faz com que elas, hoje em dia, vivam num ambiente fortemente competitivo, daí a existência de concorrência entre si como forma de atraírem investimentos e pessoas. Deste modo, não podemos menosprezar a diferenciação através de uma marca como elemento de afirmação da identidade da cidade. O objetivo deste estudo é clarificar, antes de mais, o significado da marca e a sua aplicação na identificação do concelho de Tábua. A metodologia adotada será ativa e intervencionista e terá um estudo de caso global que depois se divide em pequenos estudos de caso. Podemos dizer que as gramáticas gráficas usadas nas atuais marcas municipais podem afirmar a cidade ou a vila. Pretende-se, portanto, numa primeira fase, uma investigação sobre todos os elementos históricos da vila de Tábua, para numa segunda fase, criar uma identidade global forte e que mostre bem o espírito de afirmação deste município perante os outros.

**Palavras-Chave:** Marca, município, comunicação, identidade, design.

## Abstract

This proposal refers to the city of Corporate Communications of Tábua. The importance of graphical representation of cities and towns is no longer the only innovative contribution. In the thirties of the twentieth century, cities and towns gained a graphical structuring in order to align them through municipal coats of arms. The coat of arms remain even today as graphic assumed prominence to local authorities. It is present in the protocol as a symbol of municipal city and village is used in particular in support of institutional communication. In recent decades, cities and towns felt the need to assert their identity through a graphical system that allowed them to distinguish from all others. The sharp growth of the determination of people in cities and villages, makes them live today in a strongly competitive environment, hence the existence of competition among themselves in order to attract investment and people. Thus we cannot underestimate the difference by a mark as an affirmation of the identity of the city. The aim of this study is to clarify first of all, the meaning of the brand and its application in the identification of Tábua. The methodology will be active and interventionist and will have a comprehensive case study that will be divided into small case studies. We can say that the graphics used in the grammars in current local brands can claim the town or village, it is intended therefore initially an investigation into all the historical elements of the village board for a second phase to create a strong global identity and show the spirit of affirmation of this municipality before the others.

**Key-Words:** Brand, municipality, communication, identity, design.

## Introdução

A Identidade Corporativa pode definir-se por um conjunto de atributos assumidos como próprios, pela organização que constituem o “*discurso da identidade*”. Desenvolve-se no interior da organização, como acontece com um indivíduo. É ainda um quadro complexo, uma vez que resulta de um conjunto de visões não necessariamente semelhantes. Já a comunicação corporativa é um conjunto de mensagens efetivamente emitidas, consciente ou inconscientemente, voluntária ou involuntariamente, pois basta que exista uma entidade percecionável, para que a sua envolvente receba comunicações (Raposo, 2008).

Considerando que a Identidade Corporativa é a mensagem, a Identidade Visual é o modo como esta é representada e comunicada, enquanto que a Imagem Corporativa é o significado percebido pelo público. Assim, obter a Imagem Corporativa pretendida é o objetivo final do projeto de design.

O problema da atual investigação prende-se em criar uma Identidade Global para o Município de Tábua, de modo a desenvolver uma comunicação corporativa que possa distinguir-se de outras e possa ser nacionalmente reconhecida.

O Design opera como intérprete de uma determinada cultura, devolvendo-lhe artefactos facilitadores de compreensão e vivência. As marcas, enquanto formas visuais de uma cidade ou vila, são um problema de Design e são também um problema que recentemente ganhou uma nova vitalidade. Deste modo, este estudo é pertinente do ponto de vista em que assentará numa investigação profunda para criar pilares de sustentabilidade da marca Município de Tábua, de maneira a torná-la uma marca forte com reconhecimento e distinção entre as demais. A comunicação visual terá um papel importante na generalidade, como agente facilitador da vida das pessoas, pois parece ser através dos olhos que o leitor se orienta na descodificação de mensagens. É graças a imagem e texto que o cérebro humano identifica, reage e executa uma ação.

A marca da vila ou cidade, tal como a marca de regiões e nações, embora siga muitas das diretivas da teoria geral das marcas, obedece a uma especificidade grande e, uma vez que constitui a temática central desta investigação, aparece aqui desenvolvida em torno de conceitos chave a que recorre, como seja, a reflexão acerca de município, comunicação, identidade, design, espírito de pertença, cultura local.

A ciência heráldica, que em Portugal foi posta ao favor dos municípios com grande rigor, técnica e arte, a partir da década de 30 do século XX, constituiu um esforço de uniformização que se revelou de grande utilidade e pertinência. O brasão municipal utilizou a simbologia individual de cada município e contribuiu ainda na atribuição de simbologia aos que não tinham ainda desenvolvido essa simbologia, pelo menos conscientemente. As leis da heráldica são aqui analisadas, de forma a possibilitar a interpretação descodificada dos brasões municipais.

Será necessário recorrer ao desenvolvimento projetual com uma metodologia de investigação ativa (intervencionista) através de um levantamento documental no Município de Tábua, bem como à recolha de informação através de um grupo de amostra, um estudo de caso geral que se divide em pequenos estudos de caso, experiência do investigador, tendo como campo de investigação a Identidade Global e como tema A Comunicação Corporativa do Município de Tábua.

Com esta proposta, beneficiará o Município de Tábua e os seus colaboradores, as pessoas residentes no concelho, os investidores, a vila, o comércio em geral, os espaços da vila os outros municípios num âmbito nacional e internacional, os designers gráficos, as empresas de trabalho em design de identidade, eu, como investigador e estagiário.

### **Questão de Partida**

Com base na observação direta, assente no conhecimento empírico, foi definida a questão de partida: Pode o Design Gráfico contribuir para a melhoria da comunicação corporativa institucional de um município?

O estado da questão assentou em entrevistas e na revisão da literatura, permitindo estabelecer uma análise sincrónica e diacrónica do problema em estudo, bem como definir os métodos de investigação mais adequados e que melhor garantem o rigor dos dados.

## **TRABALHO DESENVOLVIDO DURANTE O ESTÁGIO/ PROJETO**

### **Observação / Recolha de Pesquisa**

Em seguida, vou descrever como foi efetuada a aplicação de conhecimentos na metodologia mista (intervencionista e não intervencionista) durante um período de quatro meses em local de estágio e, posteriormente, até ao momento com estudo de casos de Identidades visuais de municípios, desenvolvimento da marca gráfica, estruturação da entrevista a realizar a dois designers, redação do texto e poster para a dissertação.

### **Questionário à População do Concelho de Tábua**

Houve a necessidade de realizar um questionário em linha à população do Concelho de Tábua que já estava previsto no organograma da investigação e referenciado na metodologia não intervencionista que também utilizei.

Este mesmo questionário foi desenvolvido com o objetivo de obter a opinião da população sobre o seu grau de satisfação da atual marca utilizada pelo Município de Tábua, assim como elementos gráficos utilizados e fatores históricos. Foi também importante perceber como é que a população reage à implementação de uma nova marca, novas estratégias de comunicação, fatores históricos e heráldicos em que a marca se baseia.

Decidi optar por um questionário em linha na plataforma Evalandgo, que oferece um serviço gratuito de alojamento e tratamento de dados online por um período de quinze dias. Nesta era da globalização, cada vez mais, temos uma população que procura as redes sociais como forma de expressar opiniões sobre determinado assunto, foi então que optei por construir o questionário. Posteriormente, procedi ao seu estado ativo online, divulguei através de endereços eletrónicos das Juntas de Freguesia do Concelho, Município de Tábua e, em pouco tempo, através de pessoas do concelho de Tábua que conhecia fui pedindo para que a partilha fosse feita no Facebook, Twitter, LinkedIn entre outras, até que consegui o grupo de amostra da população na data que tinha previsto.

O grupo de amostra foi a população residente no Concelho de Tábua, com idades compreendidas entre os 18-65 anos, ou seja, a população ativa.

O grupo de amostra inicialmente previsto foram 100 pessoas, no entanto, houve um questionário incompleto, o qual ficou contabilizado online em termos de estatística e decidi dar uma pequena margem de erro e então inquiri 101 pessoas num universo geral de população de 12.602 habitantes.

Considero um grupo de amostra bastante heterogéneo em termos de idade e local onde desenvolvem a sua atividade profissional, pelo que considero que sejam dados seguros nos quais me posso basear.

### **Interpretação e tratamento dos dados do questionário**

Estamos perante uma amostra de população de cento e um indivíduos residentes no Concelho de Tábua, com uma média de idades de 35.95 anos numa faixa etária entre os 18 e os 65 anos, quarenta e três correspondem ao sexo masculino e cinquenta e seis correspondem ao sexo feminino, existem dois indivíduos que não colocaram o seu sexo, o que não invalida a veracidade dos dados.

Quanto ao local onde cada indivíduo desenvolve a sua atividade profissional, treze indivíduos desenvolvem no Município de Tábua, trinta e sete no Concelho de Tábua, quarenta fora do Concelho de Tábua e no caso de onze indivíduos não se aplica.

#### **Primeira parte**

Numa escala de zero (valor mínimo) a cinco (valor máximo), relativamente à questão se considera que a atual marca gráfica utilizada no Município de Tábua o identifica facilmente numa abrangência regional e nacional, cinco indivíduos (4,95%) mencionaram zero, trinta e um indivíduos (30,69%) mencionaram um, trinta e um indivíduos (30,69%) mencionaram dois, vinte e um indivíduos (20,79%) mencionaram três, onze indivíduos (10,89%) mencionaram quatro e dois indivíduos (1,98%) mencionaram cinco. O valor médio final corresponde a 2.08, ou seja, inferior ao valor médio, daí podendo concluir que a atual marca gráfica não identifica facilmente o Município de Tábua numa abrangência regional e nacional.

Numa escala de zero (valor mínimo) a cinco (valor máximo), relativamente à questão se considera que as cores utilizadas na marca gráfica utilizada no Município de Tábua identificam bem as cores do brasão municipal e da bandeira da Vila de Tábua, oito indivíduos (7,92%) mencionaram zero, vinte e nove indivíduos (28,71%) mencionaram um, vinte sete indivíduos (26,73%) mencionaram dois, vinte seis (25,74%) mencionaram três, nove indivíduos (8,91%) mencionaram quatro e dois indivíduos (1,98%) mencionaram cinco. Sendo que o valor médio final corresponde a 2.05, ou seja, inferior ao valor médio. Daí posso concluir que as cores utilizadas na marca gráfica não identificam bem as cores do brasão municipal e da bandeira da Vila de Tábua.

Numa escala de zero (valor mínimo) a cinco (valor máximo), relativamente à questão se acha que as pessoas não pertencentes ao Concelho de Tábua, como, por exemplo, os visitantes conseguem perceber facilmente a marca gráfica existente, sete indivíduos (6,93%) mencionaram zero, vinte indivíduos (19,8%) mencionaram um, quarenta e dois indivíduos (41,58%) mencionaram dois, dezanove (18,81%) mencionaram três, onze indivíduos (10,89%) mencionaram quatro e dois indivíduos (1,98%) mencionaram cinco. Sendo que o valor médio final corresponde a 2.13, ou seja, inferior ao valor médio, daí

posso concluir que as pessoas não pertencentes ao Concelho de Tábua, como, por exemplo, os visitantes não conseguem perceber facilmente a marca gráfica existente.

Numa escala de zero (valor mínimo) a cinco (valor máximo), relativamente à questão em termos históricos ao longo dos séculos se consideravam o imóvel “Capela do Sr. dos Milagres” o elemento histórico mais importante do Concelho de Tábua, quatro indivíduos (3,96%) mencionaram zero, dezassete indivíduos (16,83%) mencionaram um, trinta e dois indivíduos (31,68%) mencionaram dois, trinta indivíduos (29,7%) mencionaram três, treze indivíduos (12,87%) mencionaram quatro e cinco indivíduos (4,95%) mencionaram cinco. Sendo que o valor médio final corresponde a 2.46, ou seja, ligeiramente inferior ao valor médio, daí posso concluir que em termos históricos o imóvel “*Capela do Sr. dos Milagres*” não é o elemento histórico mais importante do Concelho de Tábua.

Numa escala de zero (valor mínimo) a cinco (valor máximo), relativamente à questão sobre qual a importância histórica do Brasão Municipal para o Município de Tábua, um indivíduo (0,99%) mencionou zero, quatro indivíduos (3,96%) mencionaram um, onze indivíduos (10,89%) mencionaram dois, vinte e nove indivíduos (28,71%) mencionaram três, vinte e nove indivíduos (28,71%) mencionaram quatro e vinte e sete indivíduos (26,73%) mencionaram cinco. Sendo que o valor médio final corresponde a 3.60, ou seja, bastante superior ao valor médio, daí posso concluir que é de grande importância histórica o Brasão Municipal para o Município de Tábua.

## **Segunda parte**

Foram apresentadas três afirmações sobre a implementação da nova marca gráfica e todas as estratégias de comunicação, com o objetivo de assinalar em que medida concorda, está indeciso ou discorda.

Na primeira afirmação sobre se é importante a criação de uma nova marca gráfica potencializadora de desenvolvimento e que siga com rigor os valores históricos de Tábua, oitenta e seis indivíduos (85.15%) concordam, onze indivíduos (10,89%) ficaram indecisos e quatro indivíduos (3.96%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que é importante a criação de uma nova marca gráfica potencializadora de desenvolvimento e que siga com rigor os valores históricos de Tábua.

Na segunda afirmação, tendo o Concelho de Tábua na sua origem mais longínqua uma grande influência romana, segundo consta em documentos históricos, a nova marca deve ter em conta esses elementos de origem romana, oitenta e cinco indivíduos (84.16%) concordam, dezasseis indivíduos (13,86%) ficaram indecisos e dois indivíduos (1.98%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que é importante que a nova marca tenha em conta elementos de origem romana.

A terceira afirmação refere as lápides com inscrições romanas existentes nas localidades de Póvoa de Midões e na Capela do Coito como marcantes de momentos históricos importantes para o Concelho de Tábua, oitenta e oito indivíduos (87.13%) concordam, doze indivíduos (11,88%) ficaram indecisos e um indivíduo (0.99%) discorda.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que as lápides e inscrições romanas existentes nas localidades de Póvoa de Midões e na Capela do Coito marcam momentos históricos importantes para o Concelho de Tábua.

Na quarta afirmação, segundo fatores históricos, na origem do nome Tábua, consta uma antiga ponte de tábuas construída sobre o Rio Mondego que serviu de travessia a pessoas e mercadorias de uma margem para a outra. Será importante que a nova marca gráfica reúna algumas destas características, oitenta e cinco indivíduos (84.16%) concordam, treze indivíduos (12,87%) ficaram indecisos e três indivíduos (2.97%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que é importante que a nova marca tenha em conta fatores históricos na origem do nome Tábua.

Na quinta afirmação, sobre se a ponte presente no brasão municipal deve fazer parte da nova marca gráfica, sessenta e seis indivíduos (65.35%) concordam, trinta indivíduos (29,7%) ficaram indecisos e cinco indivíduos (4.95%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que uma percentagem superior a metade do grupo de amostra concorda que a ponte presente no brasão municipal deve fazer parte da nova marca gráfica.

Na sexta afirmação, as tipografias romanas são constituídas por maiúsculas. Como tal os Romanos na sua escrita representavam a letra V em vez da letra U. Concordo que esta característica deva constar na nova marca gráfica como elemento diferenciador de outras marcas gráficas de outros municípios, setenta e cinco indivíduos (74.26%) concordam, vinte indivíduos (19,8%) ficaram indecisos e seis indivíduos (5.94%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que é importante que a letra V deva constar na nova marca gráfica em vez da letra U como elemento diferenciador de outras marcas gráficas de outros municípios.

Na sétima afirmação, o facto de o Concelho de Tábua pertencer ao Pinhal Interior Norte faz dele um concelho verde e privilegiado em relação a outros concelhos. é importante que esta característica seja realçada na nova marca gráfica, setenta e sete indivíduos (76.24%) concordam, dezassete indivíduos (16,83%) ficaram indecisos e sete indivíduos (6.93%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que a grande percentagem do grupo de amostra concorda que é importante realçar a característica de concelho verde na nova marca gráfica.

Na sétima afirmação, a implementação de uma nova marca gráfica inovadora no Município de Tábua pode potencializar a fixação de novas empresas e investimentos externo no Concelho de Tábua, cinquenta e sete indivíduos (56.44%) concordam, vinte sete indivíduos (26,63%) ficaram indecisos e dezassete indivíduos (16.83%) discordam.

Em conclusão, posso constatar que uma percentagem do grupo de amostra ligeiramente superior a metade concorda que é importante realçar a característica uma marca gráfica inovadora pode potencializar a fixação de novas empresas e investimentos externo no Concelho de Tábua.

Em síntese, posso concluir que a avaliação do grupo de amostra residente no Concelho de Tábua em relação a este questionário tornou-se bastante importante na definição da nova marca gráfica.

Ficou bem clara a opinião da população em relação à mudança de estratégias de comunicação, por parte do Município.

## ANÁLISE

Para a aceitação/ rejeição do conceito para a nova marca gráfica, foram necessários elaborar dois questionários a um grupo de amostra de trinta pessoas não residentes no concelho de Tábua, colocando a imagem da atual marca gráfica e da nova marca gráfica a ser implementada.

Questionários à população portuguesa não residente no Concelho de Tábua

Houve a necessidade de realizar um questionário em linha a dois grupos de amostra da população portuguesa não residente no Concelho de Tábua, para verificar se existia aceitação ou rejeição do conceito, tendo em vista obter resultados que vão dar resposta à questão da investigação.

Este mesmo questionário foi desenvolvido com o objetivo de obter a opinião da população visitante. O número total de inquiridos foram trinta, dois grupos distintos, quinze para darem resposta à marca gráfica atualmente utilizada, os outros quinze para darem resposta a nova marca gráfica a ser implementada.

Decidi optar por um questionário em linha na plataforma Evalandgo que oferece um serviço gratuito de alojamento e tratamento de dados em linha, por um período de quinze dias. Nesta era da globalização, cada vez mais, temos uma população que procura as redes sociais como forma de expressar opiniões sobre determinado assunto, foi então que optei por construir o questionário, posteriormente procedi ao seu estado ativo em linha, divulguei através de correio eletrónicos e redes sociais, e em pouco tempo consegui o grupo de amostra da população portuguesa que tinha previsto.

Considero um grupo de amostra bastante heterogéneo em termos de localização geográfica, pelo que considero que sejam dados seguros nos quais me posso basear.

### Interpretação dos dados do questionário - marca gráfica atualmente utilizada

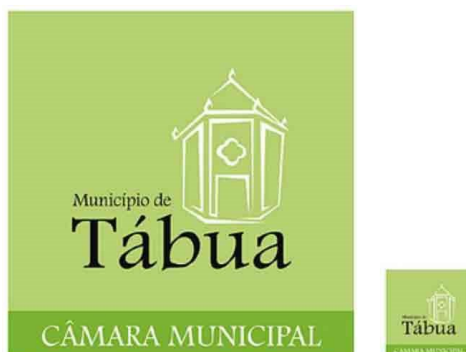


Fig. 1 – Marca gráfica utilizada atualmente no Município de Tábua ( 2013, em linha).

Estamos perante uma amostra de população de quinze indivíduos, sete correspondem ao sexo masculino e sete correspondem ao sexo feminino, existe um indivíduo que não colocou o seu sexo, o que não invalida a veracidade dos dados.

Quanto ao local de residência por distrito, foram obtidas as quinze respostas, dois indivíduos residem em Aveiro, um indivíduo em Braga, três em Castelo Branco, dois em Coimbra, dois em Évora, um em Lisboa, um em Santarém, um em Setúbal, um em Viana do Castelo e outro em Viseu. De todos os distritos de Portugal continental, podemos verificar desde já que existe uma boa distribuição de respostas de norte a sul do país.

Quanto à avaliação da atual marca gráfica numa escala de zero a três, zero corresponde a muito insatisfeito, um a pouco satisfeito, dois a satisfeito e três a muito satisfeito, foram obtidas quinze respostas em cada uma das questões.

Em termos de conceito (ideia) da marca obteve-se uma média de 1.16, funcionalidade uma média de 1.13, legibilidade uma média de 1.33, leituraabilidade uma média de 1.27, proporcionalidade (dimensão) entre o logotipo (a letra) e o símbolo (a imagem) uma média de 1.13, contraste uma média de 1, paleta cromática (cores) utilizada uma média de 1.13, visibilidade das cores em poucos segundos uma média de 1.13, visibilidade das formas em poucos segundos uma média de 1.2, distinção da marca gráfica atual entre outras marcas gráficas uma média de 0.93, facilidade de reconhecimento do Concelho de Tábua uma média de 1.13, tipografia (tipo de letra) utilizada uma média de 1.2, contraste entre a tipografia (tipo de letra) e o fundo uma média de 1.2 e por fim simplicidade formal utilizada uma média de 1.2.

Em síntese, posso concluir que a avaliação do grupo de amostra não residente no Concelho de Tábua em relação à atual marca gráfica utilizada pelo Município de Tábua apresenta um nível de satisfação entre o muito insatisfeito e o pouco satisfeito.

### **Interpretação dos dados do questionário - nova marca gráfica a ser aplicada**



**Fig. 2** – Proposta de marca gráfica desenvolvida para o Município de Tábua (2013, Pedro Ribeiro).

Estamos perante uma amostra de população de quinze indivíduos, oito correspondem ao sexo masculino e sete correspondem ao sexo feminino.

Quanto ao local de residência por distrito foram obtidas as quinze respostas, um indivíduo reside em Aveiro, dois indivíduos em Braga, três em Castelo Branco, dois em Coimbra, um em Évora, um em Faro, um na Guarda, um em Lisboa, um no Porto, um em Setúbal

e outro em Viana do Castelo. De todos os distritos de Portugal continental podemos verificar desde já que existe uma boa distribuição de respostas de norte a sul do país.

Quanto à avaliação da atual marca gráfica numa escala de zero a três, em que zero corresponde a muito insatisfeito, um a pouco satisfeito, dois a satisfeito e três a muito satisfeito, foram obtidas quinze respostas em cada uma das questões.

Em termos de conceito (ideia) da marca obteve-se uma média de 2.73, funcionalidade uma média de 2.4, legibilidade uma média de 2.67, leituralidade uma média de 2.67, proporcionalidade (dimensão) entre o logotipo (a letra) e o símbolo (a imagem) uma média de 2.73, contraste uma média de 2.47, paleta cromática (cores) utilizada uma média de 2.8, visibilidade das cores em poucos segundos uma média de 2.73, visibilidade das formas em poucos segundos uma média de 2.67, distinção da marca gráfica atual entre outras marcas gráficas uma média de 2.6, facilidade de reconhecimento do Concelho de Tábua uma média de 2.53, tipografia (tipo de letra) utilizada uma média de 2.67, contraste entre a tipografia (tipo de letra) e o fundo uma média de 2.8 e por fim simplicidade formal utilizada uma média de 3.

Em síntese, posso concluir que a avaliação do grupo de amostra não residente no Concelho de Tábua em relação à nova marca gráfica a ser utilizada pelo Município de Tábua apresenta um nível de satisfação entre o satisfeito e o muito satisfeito.

### **Resultados e conclusões preliminares**

Em termos práticos, neste momento, podemos fazer uma análise comparativa entre a atual marca gráfica utilizada no Município de Tábua e a nova marca gráfica a ser aplicada no Município de Tábua, após os dois questionários realizados a um grupo de amostra de 30 indivíduos não residentes no Concelho de Tábua, com dados devidamente tratados e com resultados seguros.

O nível de satisfação das pessoas em relação à atual marca gráfica utilizada pelo município de Tábua corresponde a insatisfeitos e pouco satisfeitos; em relação à nova marca gráfica, o grupo de amostra mostrou muito agrado, manifestando as suas escolhas entre um nível de satisfeitos a muito satisfeitos. Estamos perante conclusões que validam o conceito e que tornam esta marca e este estudo viável, e responde também à questão da investigação se pode o Design Gráfico contribuir para a melhoria da comunicação corporativa do Município de Tábua.

### **A forma como a Marca Município de Tábua comunica**

A marca Município de Tábua terá de transmitir expressão para representar algo. O conceito é associar mensagens com representações visuais e narrativas cativantes, comunicando quem é, o caminho que tracei e o que é mais importante para a marca. O Município de Tábua dá também relevância ao universo visual que está enraizado na marca, tal como aos elementos da sua identidade. Todos estes elementos deverão ser consistentes dinâmicos e variáveis, para que a comunicação com o seu público se faça com qualidade de excelência.

Para a marca Município de Tábua, considerei importante a criação de uma biblioteca de representações iconográficas. Estes mesmos ícones poderão tomar a forma de ideias abstratas, objetos, produtos informação entre outros.

Aplicados de forma adequada nas suas aplicações comunicam de uma forma clara a história da marca do Município de Tábua.

Considerando que os elementos de construção da identidade visual sejam formas geométricas simples e planas, estas podem ser facilmente combinadas em imagens complexas e narrativas para uma grande variedade de aplicações criativas. Em todos os casos, o Município de Tábua procura inserir uma veia criativa e com projeção na marca – resultando em mensagens imprevisíveis, divertidas e com grande poder de comunicação.

O **tom de voz** tem como função dar vida aos valores da marca definindo o tom utilizado em comunicação. Interage perfeitamente com a nossa identidade como um todo – projetando-a com maior impacto, sobre a fundação visual da marca, na forma como a marca é escutada e compreendida pelos munícipes, parceiros, visitantes e mesmo pela organização Município de Tábua.

### **Estratégia de marketing e contributo deste projeto**

No município de Tábua, a aposta estratégica de marketing à volta da sua marca será direcionada para a promoção do turismo da região, para os seus fatores históricos relevantes, onde tem origem a nova marca, para o comércio de produtos regionais, feiras de artesanato produzidos no concelho, melhoria da comunicação em termos de infraestruturas e implementação de novas tecnologias aplicadas aos serviços públicos para facilitar a vida dos munícipes e visitantes, implementação de mapas de orientação com serviços públicos e pontos de interesse, melhoria do site ao nível de usabilidade, criação de boletim informativo municipal, promoção da marca através do seu site e meios de comunicação social.

A promoção de um projeto de revitalização da vila no que toca a ofertas culturais para crianças, jovens e adultos, onde a marca será relevante na comunicação de todos estes futuros fatores, vai gerar nas pessoas uma necessidade pelo consumo das ofertas culturais, o que poderá ser um importante fator de investimento externo, fixação de empresas e desenvolvimento do concelho, gerando a criação de empregos.

### **Conclusões**

O percurso de leitura proposto neste projeto de investigação partiu de um problema constatado no Município de Tábua entre o estagiário, professores orientadores e presidência/vereação que se prendia com falta de uma estratégia de comunicação. Foi então que decidimos responder à questão da investigação se pode o Design Gráfico contribuir para a melhoria da comunicação corporativa institucional de um município?

O período de investigação em estágio no Município de Tábua durante os quatro meses iniciais fez-me perceber estratégias, caminhos, fatores históricos, análise de recursos bibliográficos, os quais me deram uma importante bagagem no desenvolvimento de questionários à população e visitantes, assim como compreender, andar pelo concelho a

investigar fatores históricos relevantes, esboçar, desenhar, simplificar, criar e promover toda a Identidade Corporativa do Município de Tábua.

A simplificação do brasão municipal foi o caminho que tracei para a nova marca gráfica. Comecei por fazê-lo através de investigação em livros e monografias, alguns deles sobre o município de Tábua tendo em vista perceber a evolução do brasão municipal. Foi igualmente importante compreender todas as partes constituintes do brasão municipal, a evolução da marca e da heráldica num contexto nacional e no Estado Novo, até à interpretação do brasão local existente.

Em termos de marca, foi relevante perceber que função deve ter uma boa marca, a análise do rendimento dos signos de identificação institucional e a estrutura da Identidade Visual Corporativa.

A entrevista ao Designer João Machado, no seu Ateliê no Porto, fez-me perceber como foi desenvolvida a marca gráfica do Município de Almada (partindo do brasão municipal), assim como a forma como criava alguns dos seus conceitos para as marcas gráficas e ilustrações. A conversa telefónica com o Designer Doutor Francisco Providência tornou-se muito proveitosa, pois abriu-me caminho ao à leitura de um seminário ibero-americano sobre o processo de criação; territórios, memórias e identidade que ele apresentou no Brasil, intitulado de “Um ser imaginado; a identidade dos lugares como influência estereotipada”. Comunicou-me ainda que, para além da identidade do Município de Santa Maria da Feira, seria importante investigar, como estudo de caso, a Identidade do Município de Penedono, a qual nasceu toda da simplificação do brasão municipal.

Por fim, foi criado um Manual de Identidade Visual Corporativa com todas as normas e diretrizes que deverão ser seguidas na implementação da marca, assim como estratégias de marketing para a promoção da nova marca.

O conceito criado na elaboração da Identidade Visual Corporativa do Município de Tábua deve-se sobretudo à sua influência romana.

A imagem de marca do Município de Tábua assenta na simplificação do Brasão Municipal, onde a coroa de quatro torres em heráldica representa a categoria de vila, estas torres foram simplificadas, existe também uma ponte de cinco arcos no antigo brasão que foi simplificada para apenas três arcos, foram ainda representadas as águas do Rio Mondego.

Quanto às cores da nova marca gráfica, foram usados um verde que resulta do cruzamento entre o amarelo e o verde, visto que as cores da vila são o verde e o amarelo. Deste modo, encontrou-se uma cor entre as duas, e foi usado um branco interno como forma de representação das formas. O branco, tendo o verde limão luz, o azul reflexo e o preto à volta, permite um bom contraste e uma boa escala de ampliação/redução sem que os elementos percam legibilidade e leiturabilidade.

A base do seu redesenho foi a tipografia Trajan onde se adotaram as características da tipografia encontrada localmente. Foi ainda substituída a letra U pela V na designação TABVA, uma vez que, na escrita romana, não existia a letra U. Com este trabalho, consegue-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro e de qualquer outra marca gráfica.

A paleta de cor Município de Tábua é um elemento que traduz expressão em todo o seu sistema de identidade. Em termos de simbolismo o verde escolhido representa as cores da vila em termos de região administrativa, assim como um concelho verde, pertencente ao Pinhal Interior Norte; o azul, as águas do Rio Mondego e o negro representa a História do concelho. Todos estes fatores foram retirados do antigo brasão municipal, simplificados e adaptados. Deste modo, perante o olhar da população, esta paleta cromática é fortemente representativa do município.

Em síntese, posso referenciar que este estudo é um exemplo de como podemos colocar a investigação teórica ao serviço da componente prática num projeto real a ser aplicado. Fica ainda aberta a porta a novos estudos sobre esta temática da Comunicação Corporativa de um Município, que se torna cada vez mais relevante no que diz respeito à afirmação do lugar, e diferenciação das vilas e cidades como fator gerador de competitividade.

### **Recomendações para estudos futuros**

O estudo e desenvolvimento da Comunicação Corporativa da marca Município, como vimos, é um universo complexo. No presente projeto/ estágio, procurei melhorar a comunicação corporativa institucional do Município de Tábua através da criação de um Manual de Identidade Corporativa, assim como a promoção da marca. Constatei ainda qual a perceção e opinião que as pessoas tinham da antiga marca gráfica implementada e como os visitantes reconheciam ou não essa mesma marca num âmbito nacional, através de questionários em linha.

Desta forma, foi possível mapear a intervenção do Design – recursos, técnicas e soluções – na representação da nova estratégia de comunicação, onde ficou criado um manual de Identidade Corporativa com todas as novas e diretrizes que deverão ser seguidas futuramente para criar uma diferenciação em termos de posicionamento perante outros municípios.

No futuro, será interessante que à marca desenvolvida sejam criadas marcas associadas, como a da Biblioteca Municipal João Brandão, Escolas, Casa da Cultura e implementação de um projeto de sinalética no mercado municipal, que permitirá um reconhecimento e localização de todas as áreas de comércio que sigam a mesma génese da marca Município de Tábua. Será também importante criar uma revista ou boletim mensal informativo de tudo o que acontece no Concelho de Tábua, assim como revistas, desdobráveis, brochuras e mapas para a secção de Turismo.

Todos estes fatores facilitaram a perceção de todo o impacto na economia da vila, no turismo da vila e, do ponto de vista das populações residentes, do sentimento de pertença reforçado pela marca.

### **Referências Bibliográficas**

AICHER, Otl e Krampen, Martin - Sistemas de signos en la comunicación visual. 3ªed., México, ediciones G. Gili México, S.A. de C.V., 1991. ISBN 968-887-174-5

CIRILLO, José - Poéticas da Criação - ES, 2012: seminário ibero-americano sobre o processo de criação; Territórios, memórias e identidades. Universidade Federal do Espírito Santo - Campus das Goiabeiras 05 a 08 de Dezembro de 2012

DAVID, Yuri - O que é a Tipografia? Barcelona, edição Gustavo Gili, 2007. ISBN 978-84-252-2144-6

DUARTE, Marco - Tábua História, Arte e Memória. 1ª ed. Portugal, edição Câmara Municipal de Tábua, 2009. ISBN 978-989-96382-0-4

FERREIRA, Luís - Tábua um passado com futuro. 1ª ed. Portugal, edição Labdesign, 2007. Depósito Legal n.º 257596/07

JOAN, Costa - Design para os olhos, Marca, Cor, Identidade, Sinalética. 1ªed. Portugal. edições Dinalivro, 2011. ISBN 978-972-576-588-3

JOHN, Kane - Manual de tipografia. 1ªed.Barcelona. edição Gustavo Gili, 2005. ISBN 84-252-1980-9

RAPOSO, Daniel - Design de Identidade e Imagem Corporativa, Branding, história da marca, gestão da marca, identidade visual corporativa. 1ªed. Portugal, edições IPCB, 2008. ISBN 978-989-8196-07-1

RIBEIRO, Marlene - Uma cidade, uma marca: o contributo do Design para a representação das cidades. Universidade de Aveiro Portugal, 2009

SOUSA, Álvaro e Providência, Francisco - Desígnios de Santa Maria da Feira.1.ªed. Portugal, edições Multitema, 2003. ISBN 972-96299-6-X

SOUSA, Maria e Batista, Cristina - Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios segundo Bolonha. 2ª ed. Portugal, Lidel- edições técnicas, lda, 2011. ISBN 978-989-693-001-1

TONDREAU, Beth - Criar 100 Fundamentos de Layout. Brasil: editora Bluncher, 2009. ISBN 978-85-212-0494-7

ALEXANDRE, Paulo - A Formação da Heráldica do Exército no Estado Novo [Em linha].[Consult.6 Jul. 2013]. Disponível na internet: [repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2288/1/exercito\\_estado\\_novo.pdf](http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2288/1/exercito_estado_novo.pdf)

CHAVES, Norberto - I+C Consultores, ¿Qué es una buena marca y qué funciones tiene? [em linha].2010. [14 Jul.2012]

Escalas de Pantone [Em linha].[Consult.13 Jul. 2013].Disponível na Internet: [http://petermoulding.com/pantone\\_pms\\_368](http://petermoulding.com/pantone_pms_368).2010.

Gestão e Desenvolvimento - O Marketing das Cidades [Em linha].[Consult.18 Out. 2013]. Disponível na internet: [http://www4.crb.ucp.pt/biblioteca/gestaodesenv/gd12/gestaodesenvolvimento12\\_9.pdf](http://www4.crb.ucp.pt/biblioteca/gestaodesenv/gd12/gestaodesenvolvimento12_9.pdf)

História do Município de Tábua [em linha]. [Consult.15 Jun. 2012]. Disponível na internet: <http://pt.wikipedia.org/wiki/T%C3%A1bua>

Identidade IPCB [Em linha].[Consult.18 Jan. 2013]. Disponível na internet: < [www.i-diseno.org/web\\_ddiseno/ddiseno.../documentol.htm](http://www.i-diseno.org/web_ddiseno/ddiseno.../documentol.htm)>

Manual da Marca - EDP [Em linha].[Consult.18 Jan. 2013]. Disponível na internet: [http://www.edp.pt/pt/aedp/sobreaedp/marcaEDP/campanha/ManualMarcaEDP\\_22jul2011\\_v2.pdf](http://www.edp.pt/pt/aedp/sobreaedp/marcaEDP/campanha/ManualMarcaEDP_22jul2011_v2.pdf).

Manual de Identidade Visual do Município de Almada [Em linha].[Consult.07 Fev. 2013]. Disponível na internet: [http://www.m-almada.pt/xportal/xmain?xpid=cnav2&xpgid=genericPage&genericContentPage\\_qry=BOUI=18317227&actualmenu=18122203](http://www.m-almada.pt/xportal/xmain?xpid=cnav2&xpgid=genericPage&genericContentPage_qry=BOUI=18317227&actualmenu=18122203)

SEIXAS, Miguel - A heráldica em Portugal no século XIX: sob o signo da renovação Análise [Em linha].[Consult.5 Jun. 2013].Disponível na internet: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1332346198V8hMU7sg2Lf81JX4.pdf>

Site oficial de Francisco Providência [Em linha].[Consult.13 Jan. 2013]. Disponível na internet: <http://www.fprovidencia.com/site.html>

Site do Município de Tábua [Em linha].[Consult.12 Jun. 2012]. Disponível na internet: [www.cm-tabua.pt](http://www.cm-tabua.pt)