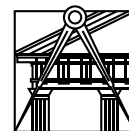




Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

A comunicação Corporativa do Município de Tábua

Pedro Miguel Lourenço da Costa Ribeiro
31011028

Orientadores

Professor Doutor João Vasco Matos Neves
Professor Doutor Daniel Raposo Martins

Dissertação/Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco em parceria com a Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Vasco Matos Neves e sob a coorientação científica do Professor Doutor Daniel Raposo Martins, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Outubro 2013

Composição do júri

Presidente do júri

Professor Doutor, Fernando José Carneiro Moreira da Silva”

Vogais

Professora Doutora, Catarina Isabel Grácio de Moura”

Professora Auxiliar na Universidade da Beira Interior

Professor Doutor, Daniel Raposo Martins (coorientador)”

Coordenador do Mestrado em Design Gráfico da ESART-IPCB
em associação com a FAUL.

Dedicatória

Dedico esta dissertação a todos aqueles que de uma forma ou de outra sempre me ajudaram a enfrentar os desafios que fui encontrando e as dificuldades que foram surgindo.

Agradecimentos

Os meus sinceros agradecimentos ao Doutor João Neves e Doutor Daniel Raposo, que através do seu vasto conhecimento e da sua visão apurada, sempre me ajudaram, apoiaram e incentivaram a dar vida a este projeto.

Aos meus pais e à minha namorada Joana, pelo apoio incondicional que sempre me deram nos melhores e piores momentos.

A Sofia Afonso e Sara Valério companheiras de mestrado pelo apoio e conversas que me permitiram refletir e melhorar o meu trabalho.

A minha amiga Mimi Primavera, professora de Inglês, pelo seu contributo e apoio na tradução do abstract.

Ao Doutor Francisco Providência pela conversa telefónica e pelos documentos que me enviou, pois tiveram um papel crucial nesta dissertação.

Ao Designer João Machado, por ter tornado possível uma entrevista no ateliê dele no Porto e pela partilha de conhecimentos e experiências que vou guardar e utilizar no meu futuro percurso como Designer.

Ao Sr. Vereador Ricardo Cruz e Sr. Presidente Mário Loureiro do Município de Tábua que tornaram possível o estágio e o desenvolvimento deste projeto.

Ao amigo Carlos, pela sua partilha e camaradagem durante o período de estágio no Município e pela cedência de documentos para redesenhar.

Ao Doutor Daniel Rodriguez pelos conselhos dados na fase final da dissertação.

Finalmente a todos os outros que de alguma maneira colaboraram.

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 só 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 assu- mido 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 vilage 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 can not 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.

Glossário de Temos

Armas: Ao conjunto heráldico (escudo e elementos internos e externos: brasão, elmos, coroas, timbres, suportes e divisas) dá-se o nome de escudo de armas ou simplesmente armas, as quais podem ser avaliadas pela sua natureza, ordenação e elementos constituintes (Langhans,1966).

Brasão: Considera-se Brasão o conjunto de elementos simbólicos ordenados e escudo; o plano visual e limite onde se ordenam os componentes (Langhans,1966).

Comunicação Corporativa: 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 (Daniel Raposo, 2008,p.145).

Concelho: Porção territorial ou parte administrativa de um distrito; (Ex.: concelho de Tábua).

Cultura: Cultura (do latim colere, que significa cultivar) é um conceito de várias aceções, sendo a mais corrente a definição genérica formulada por Edward B. Tylor, segundo a qual cultura é “aquele todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade” (Laraia, 2006).

Espírito de Pertença: sentimento de solidariedade e irmandade, quanto externamente, através da visibilidade de ações e comportamentos sociais marcadores de singularidades e especificidades que demarcam o grupo de pessoas frente aos demais e à sociedade onde se encontram inseridos, em geral.

Heráldica: “É a ciência que estuda e interpreta as origens, evolução, significado social e simbólico, filosofia própria, valor documental e a finalidade de representação icónica da nobreza, isto é, dos escudos de armas” (Matos,1993,p.15).

Identidade Corporativa: A identidade corporativa um conjuntos de atributos que estão assumidos como próprios, pela organização, que constitui o “discurso da identidade”. Desenvolve-se no interior da organização, como acontece com um indivíduo. A Identidade Corporativa é um quadro complexo, uma vez que resulta de um conjunto de visões não necessariamente semelhantes. Cada sujeito social tem conhecimento do que é, uma noção do que pretende que pensem dele, e de como não pretende ser visto. Trata-se de uma opinião ideológica que resulta do que a organização é/situação atual (plano real); as perspetivas, o imediato e o projetual. (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Império Romano: Império Romano (em latim: Imperium Romanum) foi um Estado que se desenvolveu a partir da península Itálica, durante o período pós-republicano da antiga civilização romana, caracterizado por uma forma autocrática de governo e por grandes propriedades territoriais na Europa e em torno do Mediterrâneo (Microsoft Encarta Online Enciclopédia, 2008).

Logótipo (logo): Representação visual do nome da organização, conjunto de letras interligadas formando um todo, atualmente entendido como signo identificador de uma corporação, produto ou serviço (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Marca Gráfica: A marca gráfica é um signo visual que poderá ser constituído por um logotipo, um sinal, ícone ou símbolo (individualmente ou em par) podendo ainda somar-se o descritivo (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Município: O município (do latim municipium, antiga designação romana) ou concelho é uma unidade de divisão territorial e de divisão administrativa de determinados países.

Público: Grupo de indivíduos onde constam diversos subgrupos de pessoas organizados por perfil, preferências, interesses e exigências semelhantes. Simplificadamente, os que partilham preferências e exigências semelhantes face ao produto ou serviço em causa. Numa visão mais alargada abrange todos os *stakeholders* (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Signo: O que num terreno de uma convenção social pré-estabelecido pode ser tomado, como representação de algo ausente, que se torna presente por invocação. Existem três tipos de signos: ícone, símbolo e índice (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Signo símbolo: tem a relação de arbitrariedade; (Ex.: o vestido de noiva branco, que tradicionalmente simboliza a virgindade), (Daniel Raposo, 2008,p.146).

Tipografia: A Tipografia (do grego typos — “forma” — e graphein — “escrita”) é a arte e o processo de criação na composição de um texto, física ou digitalmente. Assim como no Design gráfico em geral, o objetivo principal da tipografia é dar ordem estrutural e forma à comunicação impressa. Por analogia, tipografia também passou a ser um modo de se referir à gráfica que usa uma prensa de tipos móveis.

Índice Geral

Composição do júri	ii
Dedicatória	iii
Agradecimentos	iv
Resumo	v
Abstract	vi
Glossário de Termos	vii
Índice Geral	vix
Índice de Figuras	xiv
Índice de Gráficos	xvi
Índice de Tabela	xviii

INTRODUÇÃO

1.1 - Introdução	1
1.1.1 - Campo	3
1.1.2 - Título	3
1.1.3 - Questão de Investigação	3
1.2 - Objetivos da Investigação	4
1.2.1 - Objetivos Gerais	4
1.2.2 - Objetivos Específicos	4
1.3 - Benefícios da Investigação	5
1.4 - Motivações	5

Capítulo II

REVISÃO DA LITERATURA

2. Estado da Questão | **6**

2.1 - A Heráldica | **6**

2.1.1 - A Heráldica Portuguesa | **8**

2.1.2 - A importância da Heráldica no Antigo Regime | **10**

2.1.3 - A importância da Heráldica no Estado Novo e a força que ela teve | **10**

2.2 - Localização Geográfica do Concelho de Tábua | **12**

2.2.1 - Origens Históricas do Município de Tábua | **13**

2.2.2 - Interpretação Heráldica do Município de Tábua | **15**

2.3 - Tarefas Expectáveis | **16**

2.4 - O que é uma Boa Marca e que Funções têm? | **16**

2.4.1 - Os Quinze Parâmetros para Analisar o Rendimento dos Signos de Identificação Institucional | **16**

2.4.2 - A Estrutura da Identidade Visual Corporativa | **17**

Capítulo III

METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO/ESTÁGIO

3. Metodologia da Investigação/Estágio | **18**

3.1 - Organograma da Investigação inicialmente previsto | **19**

3.1.1 - Organograma da Investigação final | **20**

3.2 - Desenho da Investigação/Estágio | **21**

3.3 - Fatores de Sucesso ou Insucesso | **22**

3.4 - Disseminação | **22**

3.5 - Calendário Previsional | **23**

3.5.1 - Calendário Final | **24**

Capitulo IV e V
**TRABALHO DESENVOLVIDO
DURANTE O ESTÁGIO/ PROJETO**

- 4. Observação/Recolha de Pesquisa | **25**
- 4.1 - Questionário à População do Concelho de Tábua | **25**
 - 4.1.1 - Realização e Análise de dados do questionário | **26**
 - 4.1.2 - Realização e Análise de dados do questionário | **38**
- 5. Observação | **41**
- 5.1 - Resumo de todo o trabalho desenvolvido até ao momento | **41**

Capitulo VI
**PROJECTO DE INVESTIGAÇÃO ACTIVA/
ESTÁGIO**

- 6. Estrutura em Organograma do Município | **47**
- 6.1 - Recolha Fotográfica de Elementos Fundamentais para a Marca Gráfica | **47**
- 6.2 - Esboços. Desenhos Vetoriais e Conceitos para a Marca Gráfica | **48**
 - 6.2.1 - Tipografia Local | **56**
 - 6.2.2 - Soluções Finais em Escala de Cinzas para a Marca Gráfica do Município de Tábua | **56**

Capitulo VII
ESTUDO DE CASOS

- 7. Estudo de Casos | **57**
- 7.1 - Estudo de Caso Identidade Visual do Mu-

nicipio de Santa Maria da Feira	57
7.1.1 Guião da Entrevista a Realizar ao Doutor Francisco Providência	57
7.2 Resposta ao Estudo de Caso 1	59
7.2.1 Identidade Visual de St. ^a Maria da Feira	59
7.2.2 Identidade Visual de Penedono 	61
7.3 Estudo de Caso Identidade Visual do Mu- nicipio de Almada	62
7.3.1 Guião da Entrevista a Realizar ao Dr. ^o João Machado	62
7.3.2 Resposta ao Estudo de Caso 2 	64

Capitulo VIII

DESIGN GRÁFICO/ RESULTADO

8. Design Gráfico - Manual de Identidade Visual do Município de Tábua	66
--	-----------

Capitulo IX

ANÁLISE

9. Análise	125
9.1 Questionários à população portuguesa não residente no Concelho de Tábua	125
9.1.1 Análise de dados do questionário - marca gráfica atualmente utilizada 	126
9.1.2 Interpretação dos dados do ques- tionário - marca gráfica atualmente utilizada	129
9.1.3 Análise de dados do questionário - nova marca gráfica a ser aplicada 	130

9.1.4 Interpretação dos dados do questionário - nova marca gráfica a ser aplicada | **133**

9.1.3 Resultados e conclusões preliminares | **130**

Capítulo X

Aplicação e promoção da marca

10. Aplicação e promoção da marca Município de Tábua | **134**

Capítulo XI

Estratégia de comunicação/ Contributo

11. Estratégia de comunicação e contributo deste projeto | **137**

Conclusões

12. Conclusões | **138**

Recomendações

13. Recomendações para estudos futuros | **139**

Referências Bibliográficas | **140**

Bibliografia | **142**

Índice de Figuras

- Figuras 1 e 2** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.53). | **6**
- Figura 3** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.54). | **6**
- Figura 4** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.54). | **7**
- Figura 5** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.59). | **8**
- Figura 6** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.60). | **8**
- Figura 7** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.60). | **9**
- Figura 8** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.61). | **9**
- Figura 9** - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.62). | **10**
- Figura 10** - Fonte: Luís Ferreira (2007, p.6). | **12**
- Figura 11** - Ponte Romana de Tábua (2012, em linha). | **14**
- Figura 12** - Lápide Romana de Póvoa de Midões (2012, em linha). | **14**
- Figura 13** - Análise do Brasão da Vila de Tábua (2012, em linha). | **15**
- Figura 14** - Atual marca utilizada no Município de Tábua (2013, em linha) | **28**
- Figuras 15 e 16** - Brasão e Bandeira da Vila de Tábua (2013, em linha). | **29**
- Figura 17** - Capela do Sr.^o dos Milagres (2013, Pedro Ribeiro). | **31**
- Figura 18 e 19** - Inscrições romanas (2013, Pedro Ribeiro). | **34**
- Figura 20** - Pormenor de tipografia romana (2012, Pedro Ribeiro). | **36**
- Figura 21** - Organograma do Município de Tábua (2012, em linha) | **47**
- Figura 22** - Recolha fotográfica (2012, Pedro Ribeiro). | **47**

- Figura 23** - Bandeira, Brasão da Vila de Tábua e marca gráfica atual (2012, em linha). | **48**
- Figura 24** - Desenho vetorial (2012, Pedro Ribeiro). | **48**
- Figura 25** - Desenho vetorial para a marca gráfica (2012, Pedro Ribeiro). | **49**
- Figura 26** - Esboços para a marca gráfica (2012, Pedro Ribeiro). | **50**
- Figura 27** - Esboço e desenho vetorial para o 1º conceito a marca gráfica (2013, Pedro Ribeiro). | **51**
- Figura 28** - Desenho vetorial para o 1º conceito a marca gráfica (2013, Pedro Ribeiro). | **52**
- Figura 29** - Desenho vetorial para o 2º conceito a marca gráfica (2013, Pedro Ribeiro). | **53**
- Figura 30** - Desenho vetorial para o 3º conceito a marca gráfica (2013, Pedro Ribeiro). | **54**
- Figura 31** - Desenho vetorial para o 4º conceito a marca gráfica (2013, Pedro Ribeiro). | **55**
- Figura 32** - Recolha fotográfica da tipografia local | **56**
- Figura 33** - Desenho vetorial para o redesign da tipografia local (2012, Pedro Ribeiro). | **56**
- Figura 34** - Soluções finais a marca gráfica em escala de cinza (2012, Pedro Ribeiro). | **56**
- Figura 35** - Brasão Municipal de Santa Maria da Feira (2012, Sérgio Horta) | **57**
- Figura 36** - Marca gráfica do Município de Santa Maria da Feira (2001, Francisco Providência e Álvaro de Sousa) | **57**
- Figura 37** - Brasão Municipal de Santa Maria da Feira (2012, Sérgio Horta) | **60**
- Figura 38** - Marca gráfica do Município de Santa Maria da Feira (2001, Francisco Providência e Álvaro de Sousa) | **60**

Figura 39 - Brasão Municipal de Penedono (2012, Sérgio Horta) | **61**

Figura 40 - Marca gráfica do Município de Penedono (2002, Francisco Providência) | **61**

Figura 41 - Brasão Municipal de Almada (2013, Sergio Horta) | **62**

Figura 42 - Marca gráfica do Município de Almada (2012, João Machado) | **62**

Figura 43 - Atual marca gráfica utilizada no Município de Tábua (2013, em linha) | **128**

Figura 44 - Nova marca gráfica desenvolvida para o Município de Tábua (2013, Pedro Ribeiro) | **129**

Figura 45 - Fonte: Daniel Raposo (2008, p.142). | **134**

Índice de Gráficos

Gráfico circular 1 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **26**

Gráfico circular 2 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **27**

Gráfico de barras 3 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **27**

Gráfico de barras 4 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **28**

Gráfico de barras 5 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **29**

Gráfico de barras 6 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **30**

Gráfico de barras 7 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **30**

evalandgo.com, 2013). | **31**

Gráfico de barras 8 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **32**

Gráfico circular 9 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **32**

Gráfico circular 10 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **33**

Gráfico circular 11 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **33**

Gráfico circular 12 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **34**

Gráfico circular 13 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **35**

Gráfico circular 14 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **35**

Gráfico circular 15 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **36**

Gráfico circular 16 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **37**

Gráfico de rosca 17 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **127**

Gráfico circular 18 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **127**

Gráfico de barras 19 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **128**

Gráfico de rosca 20 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **131**

Gráfico circular 21 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **131**

Gráfico de barras 22 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **132**

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **26**

Tabela 2 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **27**

Tabela 3 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **27**

Tabela 4 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **28**

Tabela 5 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **29**

Tabela 6 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **30**

Tabela 7 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **30**

Tabela 8 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **31**

Tabela 9 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **32**

Tabela 10 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **33**

Tabela 11 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **33**

Tabela 12 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **34**

Tabela 13 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **35**

Tabela 14 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **35**

Tabela 15 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **36**

Tabela 16 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **36**

Tabela 17 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **126**

Tabela 18 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **127**

Tabela 19 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **128**

Tabela 20 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **130**

Tabela 21 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **131**

Tabela 22 - Fonte: em linha (<http://app2.evalandgo.com>, 2013). | **132**

INTRODUÇÃO

1.1 - Introdução

Como refere Daniel Raposo (2008, p.19) a identidade corporativa pode definir-se por um conjunto de atributos assumidos como próprios, pela organização, que constitui o “discurso da identidade”. Desenvolve-se na 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.

A imagem corporativa pode definir-se como sendo o objeto final do projeto de design de comunicação.

O problema da atual investigação prende-se em criar uma identidade global do 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 modo 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 para os municípios. O brasão municipal utilizou a simbologia individual de cada município e contribuiu ainda na atribuição de simbologia aos municípios 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 projectual com uma metodologia de investigação activa (intervencionista) através de um levantamento documental no Município de Tábua, bem como a 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.

1.1.1 - Campo

Identidade Global

1.1.2 - Título

A Comunicação Corporativa do Município de Tábua

1.1.3 - Questão de Investigação

Pode o Design Gráfico contribuir para a melhoria da comunicação corporativa institucional de um município?

1.2 - Objetivos da Investigação

Os benefícios em ter uma experiência profissional na área de formação assumem na atualidade um papel de vital importância.

E é com este estágio que posso encontrar experiência de trabalho, tendo a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no meio académico, colocando-os no âmbito real de trabalho.

Apesar do estágio dar início na recta final de mestrado, a tarefa de adquirir novos conhecimentos não se dá como concluída, o Designer tem que estar sempre atualizado e em exercício com área adquirindo novas técnicas e capacidades de execução relativas aos problemas colocados, adquirir novos métodos de trabalho e lidar com o trabalho em equipa.

Pretendo assim a adaptação ao mercado de trabalho, o que será uma mais valia no quadro social em que vivemos, estabelecer futuras parcerias e contactos profissionais.

A nível pessoal este estágio vai elevar a minha capacidade de iniciativa, adaptabilidade a novos meios, flexibilidade, poder de decisão e maior autonomia.

1.2.1 - Objetivos Gerais

- a) Investigar como está definida a comunicação corporativa do Município de Tábua;
- b) Recriar a identidade corporativa do Município de Tábua

1.2.2 - Objetivos Específicos

- a) Investigar o percurso evolutivo da marca ao longo da sua história;
- b) Estudar a história e respetiva evolução dos brasões e marcas gráficas do município de Tábua assim como a breve história de outros municípios para servir de fator de comparação;
- c) Perceber alguns conceitos como imagem gráfica, imagem corporativa e identidade corporativa;
- d) Perceber quais os fundamentos para criar uma boa marca;
- e) Recorrer a um estudo de caso que será a criação da Identidade Global do Município de Tábua, partindo depois para pequenos estudos de caso;
- f) Criar a marca gráfica do município de Tábua a partir de estudos desenvolvidos;
- g) Aplicar a marca e todas as estratégias de comunicação;

1.3 - Benefícios

Uma investigação científica em primeiro lugar traz-me benefícios para o investigador uma vez que desenvolvo a minha capacidade de investigação, metódica e de organização. Por outro lado os benefícios em ter uma experiência profissional na área de formação assumem na atualidade um papel de vital importância. E é com este estágio que posso encontrar experiência de trabalho, tendo a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no meio académico, colocando-os no âmbito real de trabalho. A nível pessoal este estágio irá fazer aumentar a minha capacidade de iniciativa, adaptabilidade a novos meios, flexibilidade, poder de decisão e maior autonomia.

O orientador e coorientador também saem beneficiados (uma vez que existe troca de saberes e partilha, bem como as faculdades, Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco/ Faculdade de Arquitectura - Universidade Técnica de Lisboa.

1.4 - Motivações

A presente investigação constitui um contributo importante para o Município de Tábua que irá ver toda a sua Identidade Corporativa desenvolvida, com fortes e dinâmicas estratégias de comunicação, sendo reconhecida e diferenciada das outras num âmbito nacional e internacional.

Por outro lado abre portas à aplicação do Design de Identidade no Município de Tábua, num país onde ainda existe muito pouco trabalho realizado a este nível.

Capitulo II

REVISÃO DA LITERATURA

2. Estado da Questão

2.1 - A Heráldica

Como refere Daniel Raposo (2008, p.53 - 63) a utilização militar dos escudos de defesa (característica de uma região ou povo), utilizados desde a Antiguidade pelos gregos, romanos, japoneses, chineses, índios americanos, germanos entre outros, poderá estar na origem da heráldica. Através de um estudo feito constatou-se que a primeira marca gráfica terá sido a marca de um proprietário, que eventualmente terá servido para mostrar que uma determinada arma pertencia a uma pessoa particular, pois a diferenciação de posse era importante, embora já com cariz identitário.



Figuras 1 e 2
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.53).

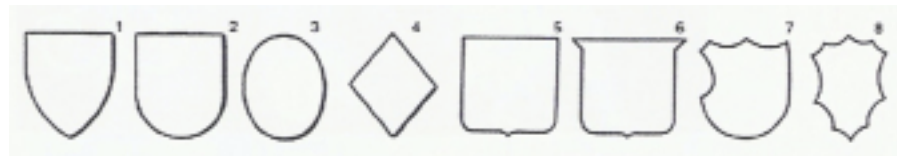
As principais figuras naturais heráldicas, o leão e a águia aparecem diversas vezes, pensa-se que com sentido estético e simbólico, vindos já das civilizações egípcia, persa ou dos escudos gregos. A águia tem um uso já longínquo, desde a antiguidade usada por Sumérios, Assírios, Caldeus e Persas. Segundo F.P. de Almeida Langhans (1966,p.4), a figura águia aparece “no topo das insígnias das legiões do senado e do Povo Romano... representada de forma realista”.



Figura 3
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.54).

Os brasões apresentam cores nos escudos, alguns investigadores defendem a ideia de que provavelmente serviriam como elementos decorativos, mas a maioria defende uma ideia mais credível, a função de identificação e reconhecimento, que seria feita apenas com base nos códigos cromáticos, pois a forma dos escudos relacionava-se com a origem geográfica.

Figura 4
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.54).



Como refere Per Mollerup (1997, p.17) - “ *Como os cavaleiros estavam frequentemente cobertos por armaduras, as marcas da heráldica no escudo, roupa, elmo e cavalo ajudavam a identificar o combatente.*” Estas justas, duelos e torneios, em grande número na Idade Média deram origem ao aparecimento da heráldica, e foi nas cruzadas que encontrou a sua sistematização e ordenação no séc. XII. Nas justas, quem identificava os cavaleiros eram os arautos- heraldos - que identificavam os brasões, é daqui que vem a prática das armas brasonadas.

Algum tempo mais tarde novos signos vêm substituir o escudo, até que surge no séc. XIII o uniforme militar. Já no séc. XI em toda a Europa foi difundida a heráldica para expressar figurativamente a identidade pessoal e familiar.

Pode dizer-se que a heráldica foi usada no feudalismo militar e mais tarde volta a estar em voga de forma a descrever relações genealógicas entre famílias nobres, e com a sua difusão chegou aos ofícios e às corporações. Inicialmente quem quisesse um brasão podia escolher o que mais lhe agradasse, mais tarde a forma de obter as armas passou a fazer-se a partir da herança familiar ou na louvada concessão do soberano.

Em Portugal a escolha de armas pelas pessoas não foi muito utilizada, era antes um fator hereditário ou concedido ou concedidas pelos monarcas e só as corporações ou instituições religiosas tinham direito a escolher. A heráldica nobre que tinha estatuto na sociedade, criou apertados formalismos de normas, face que a heráldica burguesa que representava negócio ou um produtor avançou para as formas dos logótipos e dos símbolos.

Per Mellerup (1997,p.20) refere que as “*armas falantes têm um relevo especial no assunto das marcas comerciais, pois são um brasão que faz uma combinação visual sobre o apelido do proprietário, ou por significado literal ou pelo som do nome. Implicam que o nome exista antes das armas...*”.

Segundo Daniel Raposo, *...a corporação representa mais do que uma atividades, o símbolo não deverá representar o denominador comum, que não deve contrariar as regras heráldicas.*

Na heráldica moderna utiliza-se a composição e a execução técnica, com um estilo contemporâneo graficamente mais poderoso que o elaborado estilo de muitas armas do Renascimento.

2.1.1 - A Heráldica Portuguesa

Segundo Armando Mattos (1961), a heráldica portuguesa apresenta três fases: a primitiva, a dos descobrimentos e conquistas, contemporânea. Na primeira fase temos duas subfases, a origem da heráldica e a outra com influências externas. Na segunda fase a representação figurativa pensa-se ter influências renascentistas, por fim a terceira e última fase vem do séc. XVIII até à atualidade e é marcada por uma decadência dos brasões, que deixam de ser privativos e únicos. Segundo dados históricos o primeiro documento heráldico é o sinal rodado de D. Afonso Henriques data de 1183. Mais tarde no Séc.XIV com D. Afonso V surge a organização de um serviço de Heráldica portuguesa.



Figura 5
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.59).

Segundo Daniel Raposo (2008,p. 60), ao conjunto heráldico (escudo e elementos internos e externos: brasão, elmos, coroas, timbres suportes e divisas) dá-se o nome de escudo de armas ou simplesmente armas, que podem ser avaliadas pela sua natureza, ordenação e elementos constituintes. Considera-se brasão o conjunto de elementos simbólicos ordenados, o escudo, o plano e o limite onde se ordenam os componentes.

As armas podem ser obtidas por alguém que à partida não tenha direito a usá-las; podem ser difamadas ou alteradas na ordenação para evidenciar uma desonra; podem ser falsas não respeitando as leis heráldicas; falantes completas em que os símbolos descrevem um apelido ou alcunha ou falantes incompletas em que os símbolos representam um nome e contêm outro significado. Na sua ordenação, as armas podem ser simples/pletas quando dizem respeito ao chefe de linhagem ou compostas quando estabelecem diversos graus de ligação ou parentesco. Quanto à composição devido à sua proveniência da arte militar, a heráldica mantém o seu formato em função do seu contexto.

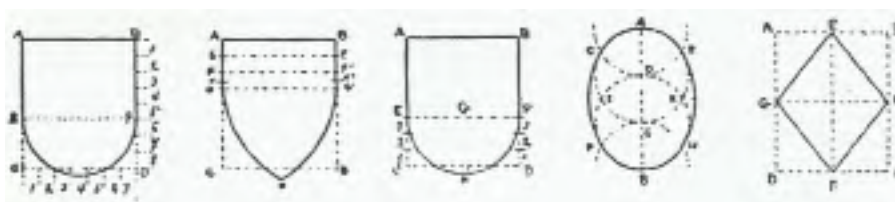
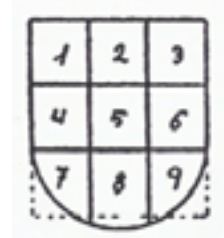


Figura 6
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.60).

A forma mais simples de perceber como se organiza o brasão, é conhecer a tipografia do campo do escudo na qual constam nove pontos ou lugares, como aparece na figura 7.

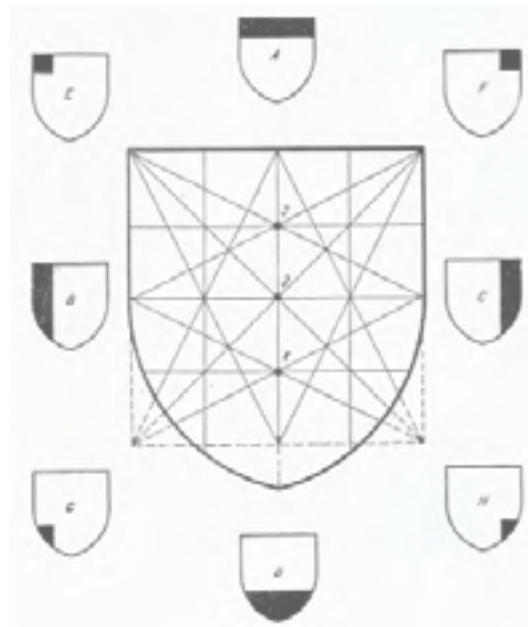
Figura 7
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.61).



O escudo tinha uma pré-função militar no campo da heráldica, para referir a direita (dextra) ou esquerda (sinistra), considera-se a posição do guerreiro e não do observador.

Assim no topo do escudo encontra-se a zona do chefe (Figura 8, A), os lados (flancos) um à dextra (figura 8, B), e outro à sinistra (Figura 8, C), em baixo o contra chefe (Figura 8, D); dois cantões superiores (Figura 8, E, F) e dois inferiores (Figura 8, G, H). Na zona central localiza-se o ponto de convergência designado por coração ou abismo (Figura 8, J) e, entre este e o meio do topo do chefe o ponto de honra (Figura 8, I) e o umbigo (Figura 8, K), na parte superior do contra-chefe (Daniel Raposo, 2008).

Figura 8
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.61).



Frequentemente, o campo do escudo tem de ser fracionado (Daniel Raposo, 2008), pelo que se encontram quatro pontos principais ou golpes de espada normalmente em linha reta (horizontal, vertical e diagonal), embora possa existir a linha ondulada ou mais raramente em arco (Figura 9).



Figura 9
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.62).

2.1.2 - A importância da Heráldica no Antigo Regime

Como refere (Miguel Seixas, 2012, *Análise Social*, em linha) a heráldica acompanhou e refletiu as profundas modificações a que a sociedade portuguesa foi submetida com a derrocada do Antigo Regime e o advento da monarquia constitucional. Tal asserção verificou-se em diversos campos. Assim, a heráldica ligada à Coroa transitou de um entendimento dinástico para uma noção territorial e, em seguida, estatal. Na armaria autárquica, presenciaram-se as primeiras engenharias do Estado na organização das insígnias dos municípios, tendentes à sua uniformização e submissão a uma autoridade centralizada. Em ambos os casos, a heráldica afirmou-se como instrumento de propaganda colocado ao serviço do Estado e dos municípios, com emissão, difusão e receção das representações plásticas das respetivas armas junto de um vasto público: os cidadãos e munícipes.

Novos campos se abriram para a heráldica associativa, militar, corporativa, comercial e imaginária. Todas elas conheceram uma verdadeira explosão, fazendo com que este antigo sistema emblemático transitasse em simultâneo para a era industrial e para novas formas de expressão artística e literária. Por fim, do ponto de vista da produção de obras heráldicas, assistiu-se à queda abrupta dos armoriais e tratados de armaria, produções cada vez mais confinadas. Na verdade, na era revolucionária oitocentista, a heráldica, longe de definhar, tornou-se num instrumento privilegiado de afirmação de identidade dos corpos sociais, de propaganda política, de publicidade comercial. Sob uma enganadora capa de continuidade formal, a heráldica mudou de paradigma semiológico e logrou renovar-se, entrando assim na sociedade industrial e de consumo de massa.

2.1.3 - A importância da Heráldica no Estado Novo e força que ela teve

Com referência ao autor (Paulo Alexandre, Lisboa Academia Lusitânia de Heráldica, 4 de Dezembro de 2000, em linha) *O Estado Novo iria corresponder aos anseios de reformular toda a Heráldica e a vários níveis, assim o poder compreendeu as potencialidades da armaria e de alguma forma apropriou-se desta linguagem para a usar para a construção de um Estado com características particularmente nacionalistas...a maior parte dos Heraldistas que apoiaram o Estado Novo eram monárquicos assumidos, como Afonso de Dornellas...*

O poder foi dado aos Heraldistas criando-se estruturas ou aproveitando as já existentes e dotando-as de poder para organizar a Heráldica nos campos da responsabilidade do Estado.

Na Heráldica Militar, um ponto onde o Estado tinha toda a legitimidade de intervir e até por ter sido das Forças Armadas a origem do Movimento de 28 de Maio que levaria à implementação do Estado Novo, não o fez... foi exatamente o último campo onde foi estabelecida a ordenação das armas.

A heráldica Militar pertenceu durante o Estado Novo à responsabilidade da Defesa Nacional...

É importante referir que a Heráldica militar não transparece apenas nos símbolos dos diferentes corpos, mas também as próprias identificações de especialidades que se vão usar nos uniformes... Seria apenas em 1969 que surgiria o primeiro Regulamento de Heráldica do Exército.

Uma mudança qualitativa deu-se em 1958, com a criação do Centro de Estudos de Heráldica Militar...esforço para acabar com «...as falhas técnicas, a incorreção formal – por vezes altamente gravosa – e a inevitável falta de coerência global que se foram acumulando», constituindo a missão desta comissão a ordenação de emblemas e distintivos a ser usados pelo Exército Português...teria uma vida efémera esta comissão... em 1960 foi a mesma extinta. Nas armas produzidas entre 1961 e 1966 não se pode encontrar uma coerência formal.

Em 1966 foi finalmente criado o Gabinete de Heráldica do Exército desta vez na dependência direta do chefe de Estado Maior de Exército, tendo como missão global ordenar a Heráldica e Vexilologia do Exército. No ano de 1969, a 3 de Junho, por portaria do Exército foram finalmente aprovados e postos em execução as normas de Heráldica do Exército e Regulamento da Simbologia de Exército.

A estrutura que então era dada à estampa era particularmente bem articulado e completo, o que levou exércitos de outros países a criarem o seu próprio regulamento à sua imagem e semelhança. A partir desta altura haveria uma produção de armas bem ordenadas, e por vezes com alguma inovação estética, embora em número irregular. O Gabinete de Heráldica do Exército era composto por um desenhador chefe e cinco desenhadores, além do diretor, a responsabilidade da ordenação das armas derivava do major Campos e Sousa.

2.2 - Localização Geográfica do Concelho de Tábua



Figura 10
Fonte: Luís Pedro Ferreira (2007, p.6)

O concelho de Tábua estende-se ao longo de uma área de cerca de 209 km², na zona centro do país, sendo também parte integrante da zona denominada de *Pinhal Interior Norte*. O concelho é limitado a **NO** pelos concelhos de Carregal do Sal, Santa Comba Dão e Penacova; a **S** e **SE** pelo concelho de Arganil e a **E** e **SE** pelo de Oliveira do Hospital.

De relevo planáltico, recortado por outeiros e vales que oscilam entre os 278 e 406 metros de altitude, o concelho agrega 15 freguesias: Ázere, Candosa, Carapinha, Covas, Covelo, Espariz, Meda de Mouros, Midões, Mouronho, Pinheiro de Côja, Póvoa de Midões, S. João da Boavista, Sinde, Tábua e Vila Nova de Oliveirinha, resultando num total de 12.602 habitantes e correspondendo à densidade populacional de 63,1 habitantes por km²

Pertencente ao distrito de Coimbra, cidade da qual dista cerca de 60 Km, o concelho é, ainda, abrangido pelas regiões demarcadas do vinho Dão e do queijo da Serra da Estrela.

O clima, ameno e relativamente temperado, permite que o solo seja bastante produtivo, possibilitando o cultivo de pomares, milho, batata, vinha e azeitona.

No que respeita a infraestruturas rodoviárias, à medida que as estradas municipais vão sendo pavimentadas e outras construídas, o concelho vai tendo mais e melhores acessos, casos do **IC 6 e 7** e dos **IP 3 e 5** que aproximaram espaço-temporalmente o concelho dos grandes centros urbanos (257 Km de Lisboa e 142 do Porto).

2.2.1 - Origens Históricas do Município de Tábua

O Município de Tábua tem, com efeito, um notável passado histórico, conforme nos atestam os vestígios de peças de cerâmica e inscrições românicas, na atual freguesia de Póvoa de Midões, que pertencia à zona de evidente romanização de Bobadela (concelho de Oliveira do Hospital), bem como o legado de pontes e vias construídas e utilizadas pela referida civilização romana. Sobre Tábua, bem como todo o Município, não restam documentos escritos anteriores ao século XII que melhor possam elucidar sobre o nosso passado, apenas a freguesia de Midões apresenta documentos escritos anteriores à Nacionalidade, embora muito escassos.

Tábua nunca teve foral, novo ou velho. As suas terras eram a agregação de diversas povoações, designando Tábua mais um pequeno território do que uma povoação, que compreendia os bairros de Alvarelhos, Fundo de Vila e Silhada.

Todavia, não restam dúvidas sobre o facto de todo o território do atual concelho de Tábua ter sido de domínio da civitas senense ou, depois, do fortíssimo castelo de Seia, compreendendo-se assim que, posteriormente, as primitivas paróquias do concelho surjam incluídas administrativamente na «terra» ou julgado medieval de Seia.

Sabe-se também que Tábua, no século XII, foi, efetivamente, honra da família dos «de Cunha», por dádiva da filha de D. Afonso Henriques, Infanta D. Tereza, conforme as Inquirições de 1258.

A esta família «de Cunha», concedeu D. Afonso IV, por carta de 30 de Dezembro de 1342, a jurisdição civil e criminal de Tábua – concessão confirmada por D. João I a 03 de Maio de 1392.

O topónimo Tábua encontra-se relacionado com uma antiga ponte feita de tábuas sobre um curso de água existente neste território.

Os vestígios mais antigos referentes à ocupação do concelho remontam aos romanos, constatando-se a sua presença em Midões, Póvoa de Midões, Couto e perto da Barragem da Aguieira. Sabe-se igualmente da construção de um templo, sob ordem de Caio Cantivs Modestinus, desconhecendo-se no entanto o local exato da sua edificação. Através da análise de diversos documentos do Couto de Midões, conclui-se que o traçado de algumas vias coincidiu com calçadas romanas, situadas junto ao Rio Mondego ou ao Rio de Cavalos perto de Sevilha.



Figura 11
(Ponte Romana de Tábua, 2012, em linha).

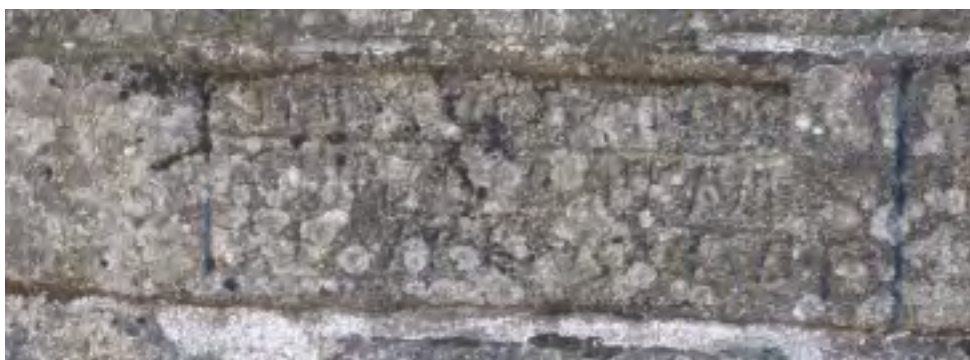


Figura 12
(Lápide Romana de Póvoa de Midões, 2012, em linha).

Já no final do século XIX esta mesma ponte foi substituída por uma outra de cantaria lavrada, com cinco arcos, atualmente submersa pelas águas da albufeira da Barragem da Aguieira.

Posteriormente, o concelho de Tábua substituiu e englobou os extintos concelhos de Candosa (extinto em 1840 e anexado ao de Midões), de Midões (extinto em 1853, principalmente devido aos crimes de que foi acusado João Brandão), de Ázere e de Sinde.

2.2.2 - Interpretação Heráldica do Brasão da Vila de Tábua

Figura 13
(Análise do
Brasão da Vila
de Tábua, 2012,
em linha).



De negro com um ramo de oliveira verde frutado de ouro, acompanhado de duas espigas de milho de ouro folhadas de prata, tudo atado de vermelho em ponta.

Sobre um contrachefe ondado de azul e prata, uma ponte do mesmo metal com cinco arcos. Coroa mural de quatro torres. Bandeira esquartelada de verde e de amarelo. Por baixo das armas uma fita branca com letras pretas.

O negro do campo representa a terra e significa firmeza e obediência.

O ramo de oliveira e as espigas têm os esmaltes próprios.

A ponte vai indicada de prata por este metal significar, em heráldica, humildade e riqueza.

Os rios vão indicados de azul e prata porque é assim que em heráldica se representam.

A coroa de quatro torres indica a categoria de vila.»

2.3 - Tarefas Expectáveis

Apesar do Município de Tábua não ter um departamento de comunicação e apenas realizar trabalhos de Web Design, para mim será um desafio enorme a criação uma Identidade Global de raiz que vai crescer, tornar-se forte e inovadora. É um grande desafio de investigação, criação e implementação toda a Comunicação Corporativa do Município de Tábua que me leva a envolver-me neste projeto/estágio.

2.4 - O que é uma boa marca e que funções têm?

Como refere Norberto Chaves (2010, p.1 - 54), *para construir uma boa marca temos de pensar para quem é, não existem receitas para uma validade universal.*

1. Deve ter como função essencial identificar convincentemente, ou seja, adequar-se ao contexto a que se destina e não confundir-se com outras.

2. A única função da marca não é identificar, existem outras como narrar, surpreender, animar.

3. Uma boa marca é a que melhor se ajusta ao perfil do sujeito, às suas condições de comunicação, a que possui a qualidade gráfica máxima no seu estilo, e a que consegue com o mínimo naturalizar-se e com o máximo consagrar-se.

4. Quem põe as condições? A empresa ou o público? O perfil estratégico contém os atributos da empresa valorizados pelo seu público. A identificação é uma transação entre os dois, nem todos os valores do emissor são detetáveis pelo público e nem todas as expectativas do público são refletidas na marca.

2.4.1 - Os quinze parâmetros para analisar o rendimento dos signos de identificação institucional

Qualidade gráfica genérica

Correção estilística

Inteligibilidade

Vigência

Ajuste tipológico

Compatibilidade semântica

Legibilidade

Declinabilidade

Reproduzibilidade

Singularidade

Versatilidade
Pregnância
Vocatividade
Suficiência
Valor acumulado

2.4.2 - A Estrutura da Identidade Visual Corporativa

Mollerup (cit in Daniel Raposo, 2008:90) afirma: *“a organização pode estruturar a identidade em: monística”* a empresa apresenta um ou mais produtos sob uma única marca como é o caso da empresa Biersdorf; *“endossada”* uma empresa que depende da outra para funcionar e se promover como é o caso da Galp energia; *“ou pluralista”* em que cada empresa tem a sua imagem baseada nos seus próprios atributos e aparentemente não estão relacionados como é o caso da compal que tem as submarcas com distintos posicionamentos e identidades visuais.

Perante um estudo desenvolvido (Daniel Raposo, 2008:133) refere que *uma marca depende de valores e só resulta se os intervenientes os interiorizarem e acreditarem neles. Para isso, os emissores devem acreditar na marca e em valores comuns partilhados, os quais devem ser transmitidos de forma clara e coerente em todos os tipos de ação corporativa.*

Caso a marca não seja usada de forma coerente e consistente ou os restantes elementos de identidade não sejam coerentes, perde-se a lógica do discurso que permite o reconhecimento.

Se a estratégia de comunicação e a marca gráfica não forem suportadas por um discurso e ações corporativas coerentes, a marca não terá sucesso, pois as expectativas criadas não são satisfeitas e correspondentes à oferta... A imagem de marca será contrária aos interesses corporativos.

O objetivo de um projeto de Identidade Visual Corporativa é conseguir definir um sistema de signos descodificáveis pelos stakeholders do modo pretendido, sem que para tal se minta ou recorra a métodos pouco éticos.

Para que o sistema de Identidade Visual Corporativa funcione, é necessário que este seja coerente com os valores corporativos expressos na missão e no posicionamento, e as manifestações visuais devem ajustar-se a elas.

Depois, de definido o objetivo, missão e metas, define-se a personalidade da marca desde o seu nome ao seu comportamento e conduta, coerentes com os valores da identidade em causa.

A definição da personalidade (e identificação de um arquétipo emocional) da marca faz-se primeiro, ao nível escrito (identificação de valores), depois ao nível visual e sonoro (definição do tom da comunicação) e deve manter-se ao nível da conduta (não fazer nada que seja contrário aos valores).

A partir dos conceitos anteriormente descritos e da recolha feita durante a primeira fase do estágio, vou verificar qual o melhor caminho para a identidade global do Município de Tábua.

Capítulo III

METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO/ESTÁGIO

3. Metodologia da Investigação/ Estágio

De modo a alcançar o objectivo geral e específicos mencionados anteriormente, será necessária uma reflexão tendo em vista as metodologias mais adequadas à investigação em curso . Numa investigação a recolha de dados é uma tarefa fundamental. Em primeiro lugar, pretende-se utilizar como recurso a recolha de informação literária para posteriormente rever a literatura. Será crucial , realizar uma pesquisa acerca do assunto através de palavras-chave, recorrendo também à orientação dos professores. Desta forma, segue-se a leitura e tratamento dos textos.

Tendo em vista a selecção da metodologia mais adequada à investigação em desenvolvimento é necessário colocar uma hipótese:

A falta de um projeto de identidade visual corporativa condiciona o posicionamento da marca perante os outros municípios.

Para testar a hipótese é necessário recorrer a uma metodologia de investigação mista: a não-intervencionista terá observação, recolha de pesquisa e entrevistas se necessário.

A metodologia intervencionista é uma metodologia de investigação activa, onde se pretendem descobrir quais as melhores estratégias e soluções, através de um estudo de caso geral que é a identidade global para posteriormente partir para pequenos estudos de caso, formam-se as hipóteses, o conceito e o Design de toda a identidade.

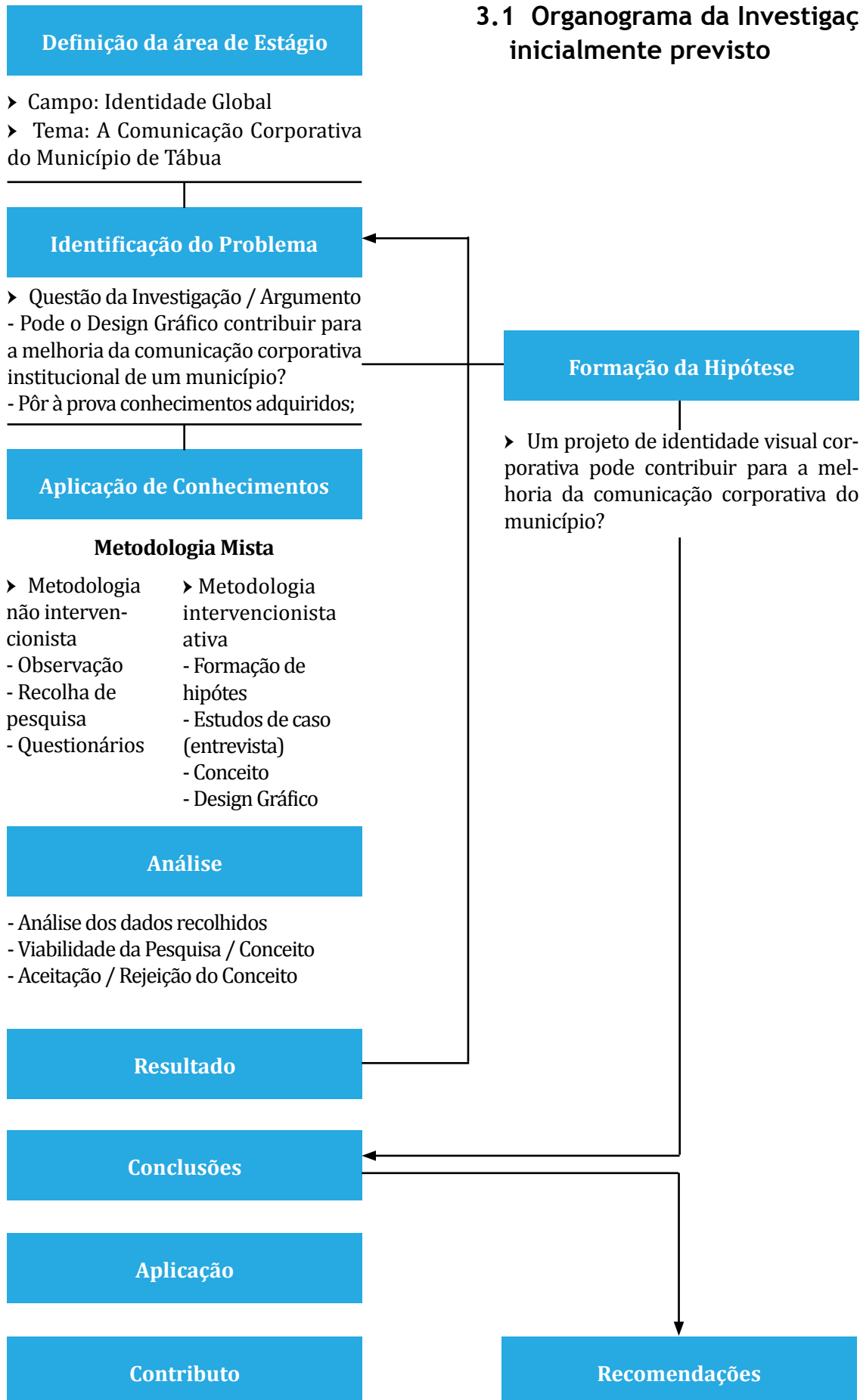
Será necessário recorrer à observação direta no local de estágio, para que seja possível, após análise e comparação de documentos alcançar conclusões seguras. Poderá haver necessidade de se entrevistar um conjunto de três Designers que tenham estudado e concebido identidades de municípios. Isto, permite-me perceber informações importantes sobre a forma como investigaram, os esboços que fizeram, as estratégias de comunicação seguidas até à concepção da identidade e lançamento da mesma.

Poderá haver alguma limitação nesta metodologia, pois o investigador/ estagiário vai depender de terceiros, para colaboração nas entrevistas e na questão da cedência de documentos, deste modo considera-se uma investigação segura mas apenas parcialmente controlada

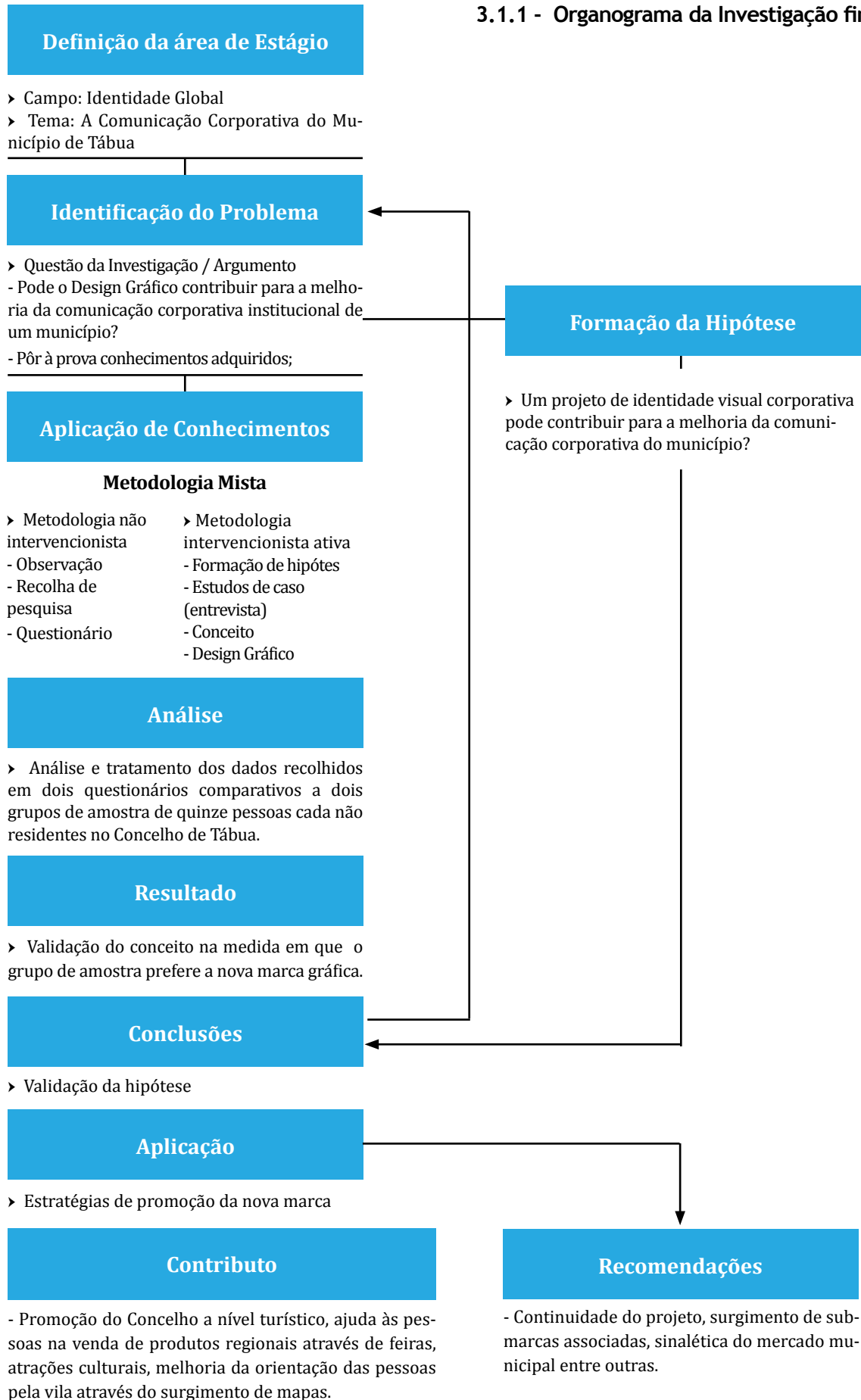
A análise dos dados resultantes desta metodologia de investigação/ estágio resultará na aceitação ou rejeição do conceito que contribuirá para que os Designers como forma perceber como de cria uma identidade global forte e inovadora.

Toda a metodologia será apresentada na página seguinte através de um organograma.

3.1 Organograma da Investigação inicialmente previsto



3.1.1 - Organograma da Investigação final



3.2 - Desenho da Investigação / Estágio

De modo a alcançar o objetivo geral e específicos mencionados anteriormente, será necessária uma reflexão tendo em vista as metodologias mais adequadas à investigação em curso. Numa investigação a recolha de dados é uma tarefa fundamental. Em primeiro lugar, pretendo utilizar como recurso a recolha de informação literária para posteriormente rever a literatura. Será crucial, realizar uma pesquisa acerca do assunto através de palavras-chave, recorrendo também à orientação dos professores. Desta forma, segue-se a leitura e tratamento dos textos.

Tendo em vista a seleção da metodologia mais adequada à investigação em desenvolvimento é necessário colocar uma hipótese:

A falta de um projeto de identidade visual corporativa condiciona o posicionamento da marca perante os outros municípios.

Para testar a hipótese é necessário recorrer a uma metodologia de investigação mista: a não-intervencionista terá observação, recolha de pesquisa e entrevistas se necessário.

A metodologia intervencionista é uma metodologia de investigação ativa, onde pretendo descobrir quais as melhores estratégias e soluções, através de um estudo de caso geral que é a identidade global para posteriormente partir para pequenos estudos de caso, formam-se as hipóteses, o conceito e o Design de toda a identidade.

Será necessário recorrer à observação direta no local de estágio, para que seja possível, após análise e comparação de documentos alcançar conclusões seguras. Poderei ter necessidade de se entrevistar um conjunto de oito funcionários. Isto, permite-me perceber informações importantes sobre o que os funcionários pensam sobre questões históricas e qual o melhor ponto de partida para o conceito.

Poderá haver alguma limitação nesta metodologia, pois vou depender de terceiros, para colaboração nas entrevistas e na questão da cedência de documentos, deste modo considera-se uma investigação segura mas apenas parcialmente controlada

A análise dos dados resultantes desta metodologia de investigação/ estágio resultará na aceitação ou rejeição do conceito que contribuirá para que os Designers percebam como se cria uma identidade global forte e inovadora.

Toda a metodologia foi apresentada na página anterior através de um organograma.

3.3 - Fatores de Sucesso ou Insucesso

Alguns dos factores críticos de sucesso e insucesso previstos para esta investigação / estágio são os que eu apresento em seguida: em primeiro lugar uma presistência e motivação enorme que tenho para realizar esta pesquisa já que tenho gosto pelo Design de identidade. Por outro lado, a oportunidade que me foi dada pelo Município de Tábua, na qual senti o meu trabalho elogiado no dia da entrevista, é muito bom o estagiário sentir que acreditam n no seu trabalho.

Outro fator de motivação é à aplicação do Design de Identidade no Município de Tábua, no qual esta temática nunca foi estudada de uma forma profunda.

É também muito benéfico e seguro ter uma base histórica e fundamentada através de livro como Design de Identidade e Imagem Corporativa de Daniel Raposo, Professor Doutor na Escola Superior de Artes Aplicadas, Portugal, é considerado como um dos melhores investigadores em Portugal e com projecção Internacional.

Outra vantagem deste projeto/ estágio é a visibilidade que ele terá quer para o Município de Tábua quer para mim com a aplicação de toda a identidade.

Os factores críticos de insucesso possíveis para este projeto/estágio, poderão ser a falta de um orientador cooperante com formação no local de estágio, a falta de informação histórica do Município de Tábua e a inflexibilidade para o desenvolvimento de uma identidade global.

3.4 - Disseminação

Esta dissertação será difundida com publicação de artigos em revistas portuguesas e estrangeiras como por exemplo a revista Convergências, nos jornais Beira Serra, Folha do Centro, Cidade de Tábua, em blogues,redes sociais, no site do município e na minha página pessoal. E numa parte final, poderá ser consultada na biblioteca da Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco.

3.5 - Calendário Previsional

ETAPA	MÊS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recolha de informação/ Tratamento de dados											
Estágio no Município de Tábua											
Análise da Identidade Corporativa existente											
Tratamento de informação											
Investigação ativa											
Observação direta para o levantamento de dificuldades											
Entrevista a 3 designers											
Tratamento de dados											
Desenvolvimento de elementos gráficos de comunicação corporativa do município											
Conceção da identidade corporativa e comunicação corporativa do município											
Aplicação da identidade corporativa e comunicação corporativa do município											
Observação da reação das pessoas à nova identidade do município											
Conclusões											
Relatório de estágio											
Disseminação											
Revisão do relatório de estágio											
Entrega do relatório de estágio											
Defesa do relatório de estágio											

3.5.1 - Calendário Final

ETAPA	MÊS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Recolha de informação/ Tratamento de dados													
Estágio no Município de Tábua													
Análise da Identidade Corporativa existente													
Tratamento de informação													
Investigação ativa													
Observação direta para o levantamento de dificuldades													
Entrevista a 2 designers													
Tratamento de dados													
Desenvolvimento de elementos gráficos de comunicação corporativa do município													
Conceção da identidade corporativa e comunicação corporativa do município													
Aplicação da identidade corporativa e comunicação corporativa do município													
Observação da reação das pessoas à nova identidade do município													
Conclusões													
Relatório de estágio/ projeto													
Disseminação													
Revisão do relatório de estágio													
Entrega do relatório de estágio													
Defesa do relatório de estágio													

Capítulo IV e V

TRABALHO DESENVOLVIDO DURANTE O ESTÁGIO/ PROJETO

4. 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.

4.1 - 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.

4.1.1 Realização e Análise de dados do questionário

Projeto para a nova Identidade Global do Município de Tábua.

Eu, Pedro Ribeiro, aluno de Mestrado em Design Gráfico da Escola Superior de Artes Aplicadas em parceria com a Faculdade de Arquitectura de Lisboa, do Instituto Politécnico de Castelo Branco / Universidade Técnica de Lisboa, venho pedir a sua colaboração para dar resposta a um questionário.

A elaboração deste questionário faz parte de um trabalho de investigação que visa a criação de uma Identidade Global para o Município de Tábua.

Agradeço desde já o tempo que irá dedicar ao preenchimento e devolução deste questionário.

Importa referir que as suas respostas são fundamentais para o trabalho de investigação em estudo.

Os dados recolhidos serão confidenciais e o seu uso será, exclusivamente, para efeitos académicos.

Diagnóstico de Avaliação | População residente no Concelho de Tábua com idades compreendidas entre os 18-65 anos de idade.



Tabela 1
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico circular 1
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Tabela 2
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico circular 2
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

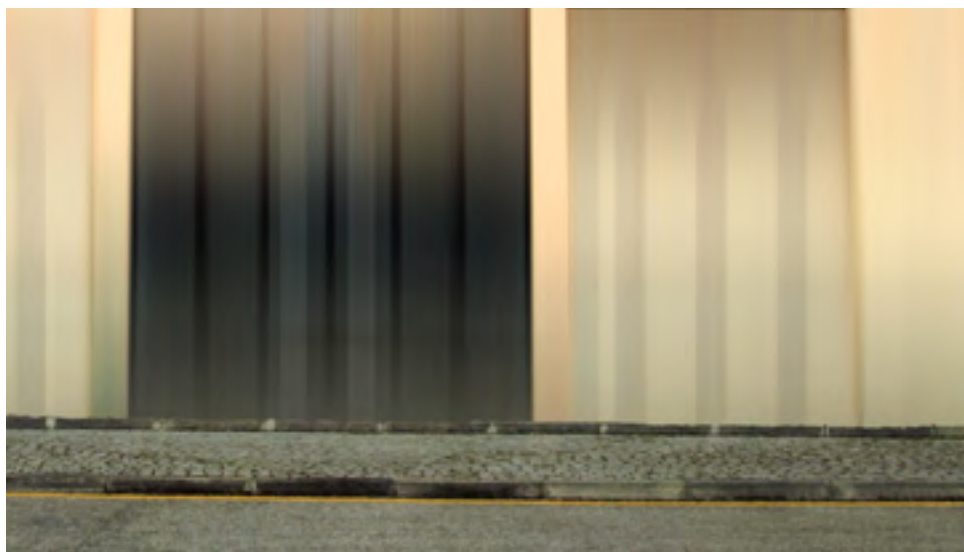
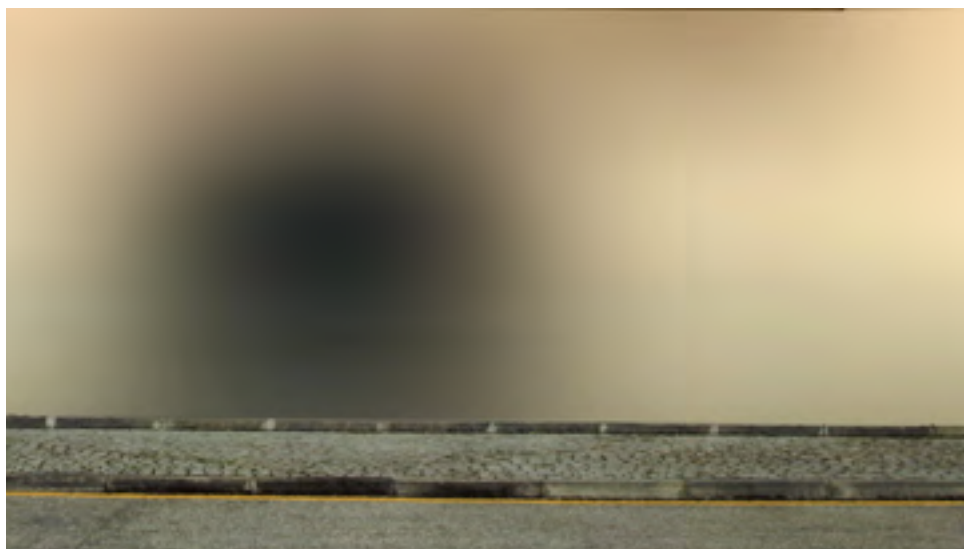


Tabela 3
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico de barras 3
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Questionário | Parte 1

Avalie numa escala de 0 a 5 as seguintes questões (sendo que 0 corresponde ao valor mínimo e 5 ao valor máximo).

Considera que a atual marca gráfica (imagem que se segue) utilizada no Município de Tábua o identifica facilmente numa abrangência regional e nacional?

#	Question	Detalhe N.º(%)
5	Considera que a atual marca gráfica (imagem que se segue) utilizada no Município de Tábua o identifica facilmente numa abrangência regional e nacional?	101 (100%)
0		5 (4.95%)
1		31 (30.69%)
2		31 (30.69%)
3		21 (20.79%)
4		11 (10.89%)
5		2 (1.98%)

Tabela 4
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Figura 14
(Atual marca utilizada no Município de Tábua, 2013, em linha).

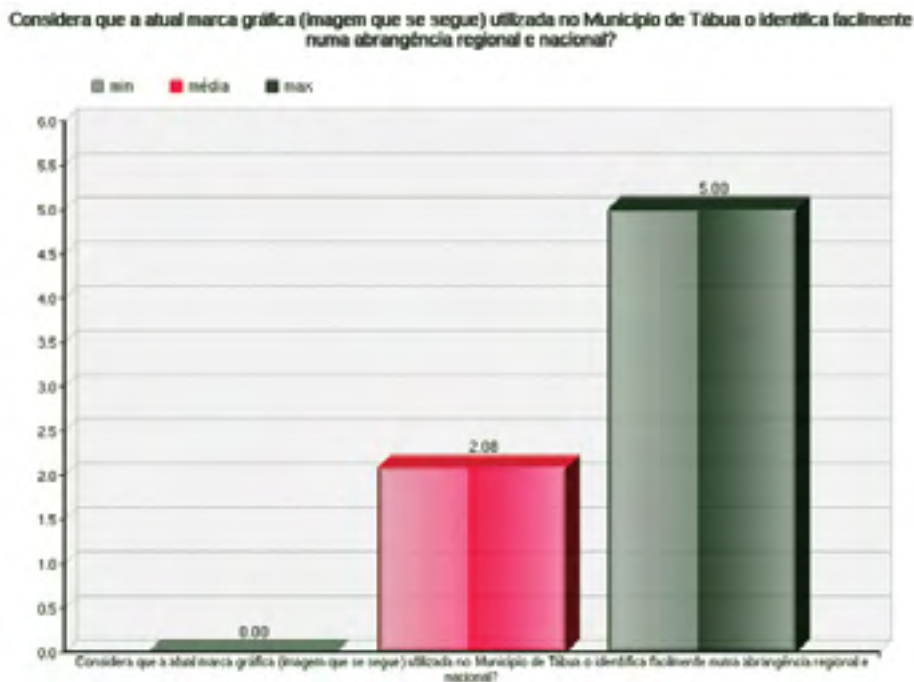


Gráfico de barras 4
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Tabela 5
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

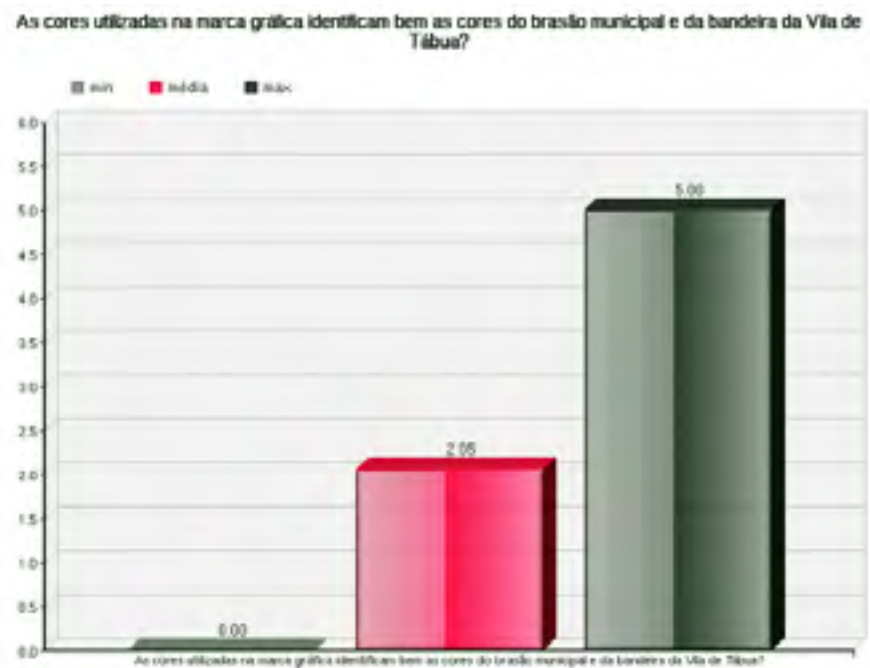
As cores utilizadas na marca gráfica identificam bem as cores do brasão municipal e da bandeira da Vila de Tábua?

#	Question	num	min
0	As cores utilizadas na marca gráfica identificam bem as cores do brasão municipal e da bandeira da Vila de Tábua?	101	0
#	Question	Detalle Num(%)	
0	As cores utilizadas na marca gráfica identificam bem as cores do brasão municipal e da bandeira da Vila de Tábua?	101 (100%)	
0		8 (7.92%)	
1		29 (28.71%)	
2		27 (26.73%)	
3		26 (25.74%)	
4		9 (8.91%)	
5		2 (1.98%)	

Figura 15 e 16
(Brasão e Bandeira da Vila de Tábua, 2013, em linha).



Gráfico de barras 5
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Acha que as pessoas não pertencentes ao Concelho de Tábua como por exemplo os visitantes conseguem perceber facilmente a marca gráfica existente?

#	Question	Detalhe Num(%)
11	Acha que as pessoas não pertencentes ao Concelho de Tábua como por exemplo os visitantes conseguem perceber facilmente a marca gráfica existente?	101 (100%)
0		7 (6.93%)
1		20 (19.8%)
2		42 (41.59%)
3		19 (18.81%)
4		11 (10.89%)
5		2 (1.98%)

Tabela 6
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

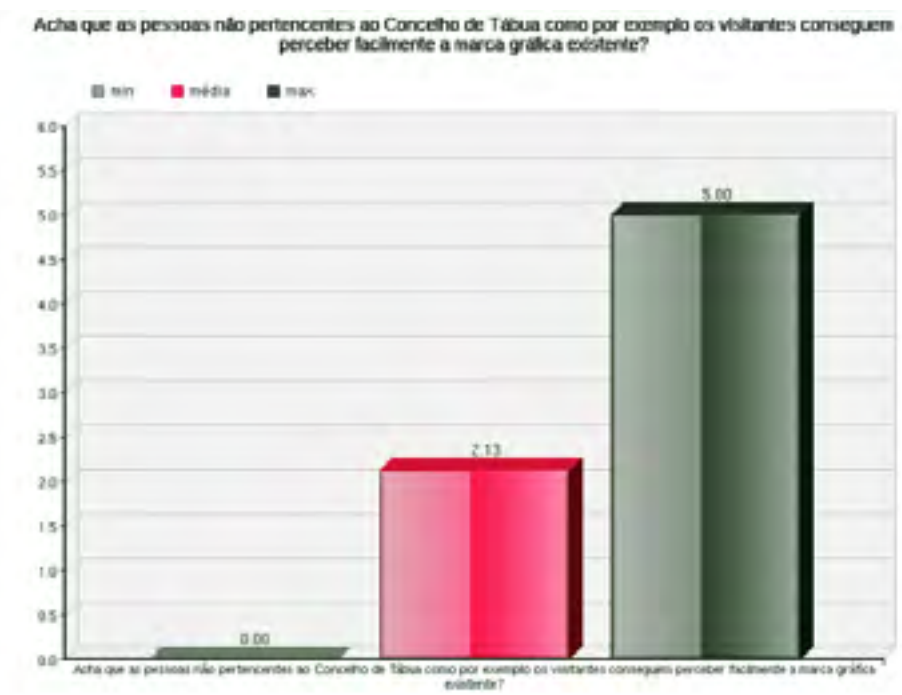


Gráfico de barras 6
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Em termos históricos ao longo dos séculos, considera o imóvel "Capela do Sr. dos Milagres" o elemento histórico mais importante do Concelho de Tábua?

#	Question	Detalhe Num(%)
12	Em termos históricos ao longo dos séculos, considera o imóvel "Capela do Sr. dos Milagres" o elemento histórico mais importante do Concelho de Tábua?	101 (100%)
0		4 (3.96%)
1		17 (16.83%)
2		32 (31.68%)
3		30 (29.7%)
4		13 (12.87%)
5		5 (4.95%)

Tabela 7
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Figura 17
(Capela do Sr.º dos Milagres, 2013, Pedro Ribeiro).



Gráfico de barras 7
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

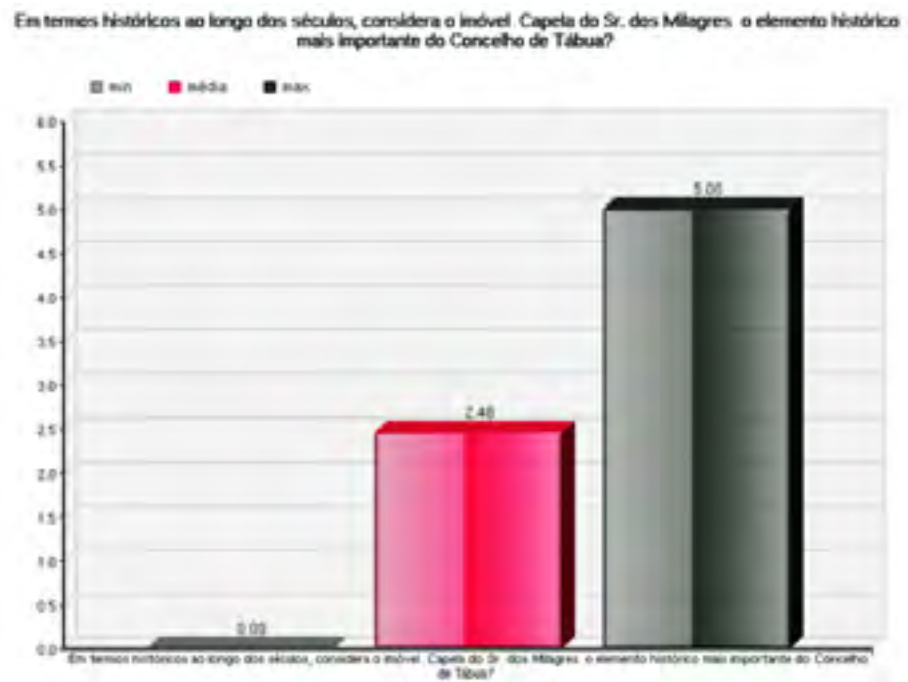


Tabela 8
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Avalie qual a importância histórica do Brasão Municipal para o Município de Tábua.

#	Question	num	min	média
14	Avalie qual a importância histórica do Brasão Municipal para o Município de Tábua.	101	0	3.6

#	Question	Detalhe Num(%)
14	Avalie qual a importância histórica do Brasão Municipal para o Município de Tábua.	101 (100%)
0		1 (0.99%)
1		4 (3.96%)
2		11 (10.89%)
3		29 (28.71%)
4		29 (28.71%)
5		27 (26.73%)

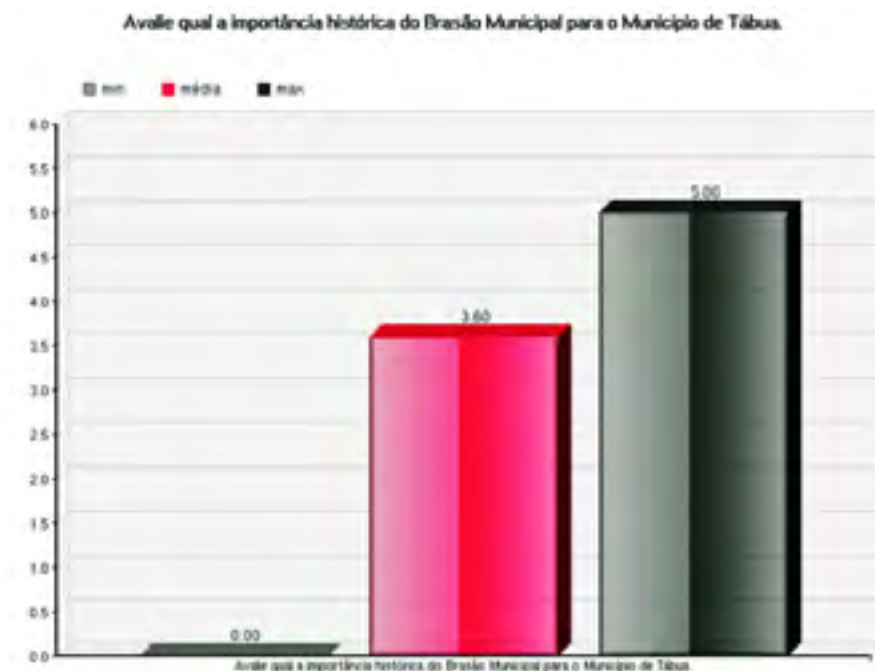


Gráfico de barras 8 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Questionário | Parte 2

Conjunto de afirmações sobre a implementação da nova marca gráfica de todas as estratégias de comunicação do Município de Tábua, para o qual tem de indicar em que medida **concorda**, **está indeciso** ou **discorda** com a afirmação que se segue:

É importante a criação de uma nova marca gráfica potencializadora de desenvolvimento e que siga com rigor os valores históricos do concelho de Tábua.

#	Question	num	num (%)
17	É importante a criação de uma nova marca gráfica potencializadora de desenvolvimento e que siga com rigor os valores históricos do concelho de Tábua.	101	100%
	Concordo	86	85,15%
	Indeciso	11	10,89%
	Discordo	4	3,96%

É importante a criação de uma nova marca gráfica potencializadora de desenvolvimento e que siga com rigor os valores históricos do concelho de Tábua.

Tabela 9 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Gráfico circular 9 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Tabela 10
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Tendo o Concelho de Tábua nas suas origens mais longinquoas uma grande influência romana, segundo consta em documentos históricos, a nova marca gráfica deve ter em conta esses elementos de origem romana.

#	Question	num	num (%)
18	Tendo o Concelho de Tábua nas suas origens mais longinquoas uma grande influência romana, segundo consta em documentos históricos, a nova marca gráfica deve ter em conta esses elementos de origem romana,	101	100%
	Concordo	85	84,16%
	Indeciso	14	13,86%
	Discordo	2	1,98%

Tendo o Concelho de Tábua nas suas origens mais longinquoas uma grande influência romana, segundo consta em documentos históricos, a nova marca gráfica deve ter em conta esses elementos de origem romana.

Gráfico circular 10
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Tabela 11
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

As lápides com inscrições romanas existentes nas localidades de Póvoa de Midões e na Capela do Coito marcam momentos históricos importantes para o Concelho de Tábua.

#	Question	num	num (%)
19	As lápides com inscrições romanas existentes nas localidades de Póvoa de Midões e na Capela do Coito marcam momentos históricos importantes para o Concelho de Tábua.	101	100%
	Concordo	88	87,13%
	Indeciso	12	11,88%
	Discordo	1	0,99%

As lápides com inscrições romanas existentes nas localidades de Póvoa de Midões e na Capela do Coito marcam momentos históricos importantes para o Concelho de Tábua.

Gráfico circular 11
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).





Figuras 18 e 19 (Inscrições romanas, 2013, Pedro Ribeiro)



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.

#	Questões	num	num (%)
22	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.	101	100%
	Concordo	85	84.16%
	Indeciso	13	12.87%
	Discordo	3	2.97%

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.

Tabela 12 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Gráfico circular 12 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

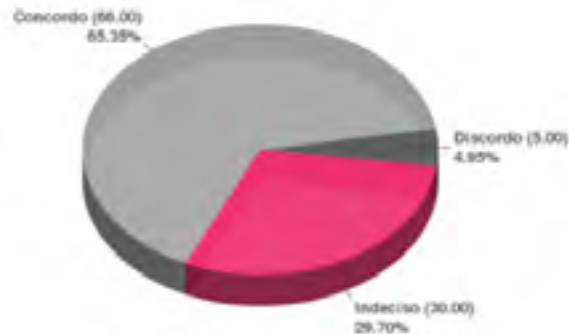
Tabela 13
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

A ponte presente no brasão municipal deve fazer parte da nova marca gráfica.

#	Question	num	num (%)
23	A ponte presente no brasão municipal deve fazer parte da nova marca gráfica.	101	100%
	Concordo	66	65.35%
	Indeciso	30	29.7%
	Discordo	5	4.95%

A ponte presente no brasão municipal deve fazer parte da nova marca gráfica.

Gráfico circular 13
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



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.

Tabela 14
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

#	Question	num	num (%)
24	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.	101	100%
	Concordo	75	74.26%
	Indeciso	20	19.8%
	Discordo	6	5.94%

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.

Gráfico circular 14
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

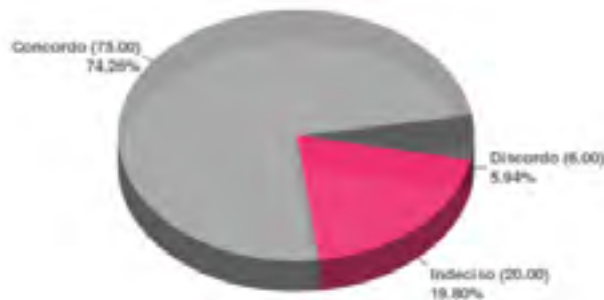




Figura 20 (Pormenor de tipografia romana, 2013, Pedro Ribeiro).

O fato de o Concelho de Tábua pertencer ao Pinhal Interior Norte faz dele um concelho verde e privilegiado em relação a outros. É importante que esta característica seja realçada na nova marca gráfica.

#	Question	num	num (%)
26	O fato de o Concelho de Tábua pertencer ao Pinhal Interior Norte faz dele um concelho verde e privilegiado em relação a outros. É importante que esta característica seja realçada na nova marca gráfica.	101	100%
	Concordo	77	76.24%
	Indeciso	17	16.83%
	Discordo	7	6.93%

O fato de o Concelho de Tábua pertencer ao Pinhal Interior Norte faz dele um concelho verde e privilegiado em relação a outros. É importante que esta característica seja realçada na nova marca gráfica.

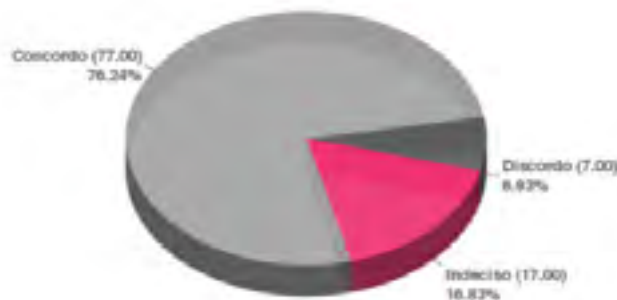


Tabela 15 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico circular 15 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

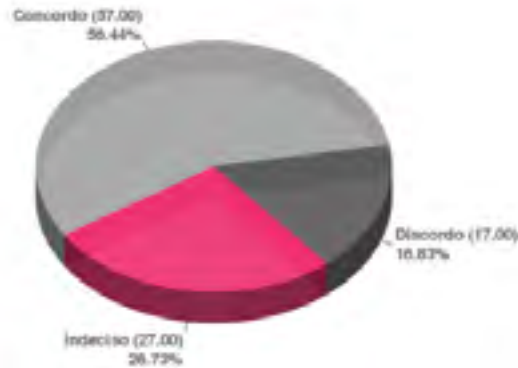
A implementação de uma nova marca gráfica inovadora no Município de Tábua pode potencializar a fixação de novas empresas e investimento externo no Concelho de Tábua.

#	Question	num	num (%)
27	A implementação de uma nova marca gráfica inovadora no Município de Tábua pode potencializar a fixação de novas empresas e investimento externo no Concelho de Tábua.	101	100%
	Concordo	57	56.44%
	Indeciso	27	26.73%
	Discordo	17	16.83%

A implementação de uma nova marca gráfica inovadora no Município de Tábua pode potencializar a fixação de novas empresas e investimento externo no Concelho de Tábua.

Tabela 16 (Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico circular 16
(Dados finais do questionário realizado à População do Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Gostaria de solicitar a sua opinião ou sugestão sobre o tema tratado no inquérito.

#	Question	Text
28	Gostaria de solicitar a sua opinião ou sugestão sobre o tema tratado no inquérito.	<ul style="list-style-type: none"> - boa discussão, precisam de novos investimentos na região - eu como habitante do concelho de tábuia acho que as cores e os temas do brasão devem ser alterados, com algo que chame mais atenção. - e essencial a importancia de uma nova marca grafica para o conselho - Já é tempo de Tábua ter uma nova imagem, penso que está a desenvolver um ótimo trabalho, ao tentar mudar a imagem de Tábua. - É importante que Tábua tenha uma nova imagem que tenha a ver com o concelho - bom - Foi uma ideia de génio - acho que é importante inovar - Na questão 16, penso que uma nova marca não vai interferir ou potencializar a fixação de novas empresas, visto que, isso depende somente de quem está como presidente e assessores. - Tema pertinente e interessante - boa ideia! precisamos mudar e inovar - Nada a comentar. - um pouco complicado... mas explicito... - Uma marca grafica moderna e apelativa e bom cartaz de visita para a cidade - É importante projetar um passado rico em tradição, num futuro inovador através das suas estratégias de comunicação. - interessante e importante o trabalho que esta a desenvolver. - Sem dúvida que a História do Município de Tábua deve ser realçada. - A criação de uma nova marca gráfica pode realmente a potencializar a fixação de novas empresas, contribuindo assim para o desenvolvimento do concelho - Um bom trabalho aqui presente. - A atual marca gráfica é pouco inovadora, não contribui para a fixação de novas empresas, e o investimento no Concelho. Não considero a Capela dos Milagres o monumento histórico mais importante. - É necessário uma nova marca gráfica, com elementos históricos mais importantes para o concelho, e com as cores presentes no brasão. - O concelho precisa de inovação! - O seu trabalho é importante para o concelho de Tábua. - Os elementos presentes no brasão devem constar na marca gráfica. - Os monumentos históricos de origem Romana devem estar presentes na marca gráfica. - A atual marca gráfica é pouco interessante, inovadora e significativa para o desenvolvimento do concelho de Tábua. - Força, vamos realçar o património de Tábua! - A atual marca gráfica apresenta apenas a Capela dos Sr. dos Milagres. Existem outros monumentos históricos, que são mencionados neste questionário, devendo estar presentes na marca gráfica. - É importante a criação de uma nova marca gráfica, com elementos históricos reconhecidos sobretudo a nível regional. Deve-se ter em conta a origem do nome "TÁBUA", no desenvolvimento de uma nova marca gráfica. A atual marca gráfica evidencia poucas cores, e não apresenta realmente as cores do brasão e da bandeira do nosso município. - É importante desenvolver uma nova marca gráfica, que siga rigorosamente os valores históricos do concelho de Tábua.

4.1.2 - 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. Sendo que o valor médio final corresponde a 2.08 ou seja inferior ao valor médio, daí posso 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 o objetivo era assinalar um 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 nas 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, catorze 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.

Na 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 a 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 fato 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 concordam 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.

5. Observação

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.

5.1 - Resumo de todo o trabalho desenvolvido até ao momento

Semana 1

Apresentação aos trabalhadores do Município nomeadamente ao Sr.º Presidente, elementos da secção de recursos humanos, Departamento de Informática e Comunicação (orientador Eng. José Calado e acessor Carlos) onde o estagiário ficou instalado.

Solicitação de um computador com software específico para o estágio.

Recolha de bibliografia na Biblioteca João Brandão em Tábua, sobre monografias locais, elementos históricos da vila de Tábua e evolução do brasão e heráldica.

Deslocação a vários pontos do concelho de Tábua para levantamento fotográfico de elementos históricos e texturas naturais.

Leitura de livros locais, assim como livros de identidade corporativa.

Semana 2

Criação de pontos de partida para a nova marca gráfica. Algumas das conclusões às quais o estagiário chegou depois de algumas leituras de biografias locais, foram que a Vila de Tábua apresenta uma grande influência romana quer ao nível de infraestruturas, vias de comunicação, pontes, edificações, sepulturas romanas, tipografia romana e uma lápide romana do tempo do imperador Tito.

Por outro lado no que respeita ao turismo o elemento emblemático da Vila de Tábua é a Pedra da Sé (conjunto de rochas graníticas sob uma colina que é rasgada por um vale onde passa o Rio Mondego) onde existe um empreendimento turístico e uma calçada romana que ligava a Vila de Midões com passagem por Tábua, a travessia era feita por uma antiga ponte de tábuas sob o Rio Mondego que deu origem ao seu nome e que por sua vez ia ligar a Coimbra e a Braga (*Bracara Augusta*).

Mais tarde a ponte de tábuas deu origem a uma ponte edificada pelos romanos em pedra de granito, com três arcos de volta perfeita, a qual não se sabe ao certo a sua localização, mas segundo alguns dados escassos, seria junto à Pedra da Sé, visto que a calçada romana desce naquela zona em direção ao Rio Mondego. Atualmente existe uma ponte (em grande parte submersa devido ao aumento do caudal do Rio Mondego provocado pela construção da Barragem da Aguieira) de características construtivas utilizadas pelos romanos onde restam apenas dois dos seus arcos, os outros encontram-se em ruínas.

Nesta mesma semana o estagiário investigou em livros sobre qual a forma mais eficaz de estruturar uma entrevista, tendo em vista entrevistar um grupo de amostra de 10 trabalhadores do Município de Tábua, com o objetivo de recolher dados.

Deslocação à Biblioteca João Brandão em Tábua para falar com uma designer de interiores, tendo em vista a recolha de informações bibliográficas.

Semana 3

Passagem dos primeiros esboços da marca gráfica para Adobe Illustrator. O estagiário partiu de elementos históricos como a Ponte de Sumes, análise de tipografias de origem romana, Pedra da Sé, Capela da Senhora dos Milagres, Ponte de traçado romano entre outros elementos, de modo a diversificar o leque de opções nesta fase inicial.

Testagem de algumas CMYK e escala de PANTONE. Pesquisa em linha sobre manuais de normas, identidades de municípios portugueses, nomeadamente de origem e influência romana.

Semana 4

O estagiário desenvolveu três possíveis propostas a marca gráfica a partir de elementos emblemáticos e históricos da Vila de Tábua, nomeadamente a partir da tipografia romana, presente na capela do Coito de Midões e na lápide romana de Póvoa de Midões, ponte submersa do Rio Mondego, Pedra da Sé, calçada romana e arco com fontanário.

Definição das várias cores a colocar nas três possíveis propostas a marca, assim como variantes e escalas de cinza em Adobe Illustrator.

Deslocação ao Coito de Midões, Rio Mondego e Pedra da Sé para registo fotográfico de tipografia, texturas e património edificado de origem romana. Esta deslocação serviu também de elemento inspirador para a marca gráfica.

Investigação em linha e em livros sobre a origem da tipografia romana presente no Concelho de Tábua. Solicitação de informação aos professores de mestrado sobre a tipografia encontrada.

Semana 5

Criação de novos conceitos para a nova marca gráfica do Município de Tábua.

Desenho em Adobe Illustrator de possibilidades diferentes da ideia inicial e definição de cores.

Desenho manual da tipografia romana encontrada em Coito de Midões, de modo a perceber a sua estrutura, tendo em vista posteriormente o seu desenho em Adobe Illustrator.

Reunião com o orientador de estágio, assim como com o Sr. Vereador Ricardo Cruz para debater o trabalho realizado até ao momento. O feedback foi bastante positivo, gostaram bastante do caminho para a nova marca e lançaram um briefing complementar, o fato de a nova marca ter de conter algo ligado ao verde da floresta uma vez que o Município de Tábua pertence ao Pinhal Interior Norte, assim também como forma de atrair as pessoas dando a ideia de um concelho verde.

Foi também transmitido ao estagiário que criasse três possibilidades de marcas gráficas, cada uma delas com variante de cores, para numa fase posterior serem apresentadas e escolhida uma delas como marca gráfica definitiva.

Semana 6

Criação de um novo conceito tendo como inspiração uma possibilidade de marca gráfica da cidade de Melburn pesquisada em linha no Behance. Foi utilizado um sistema de construção em grelha com base no triângulo.

Houve alguma dificuldade para que a base geométrica bate-se certa, fato esse que não fez o estagiário desistir mas sim continuar até conseguir. Foi escolhida esta base geométrica uma vez que todas as construções romanas apresentadas no concelho assentam na geometria, neste sentido este conceito adequa-se perfeitamente à Vila de Tábua.

Semana 7

Desenvolvimento do catálogo e manual de normas de uma das possibilidades para a marca gráfica. Especificamente foram criadas a marca principal e respectivas variantes, justificação da marca num sistema de grelha triangular com as medidas, estudo de paleta de cores pantone e respectivo simbolismo.

Foi-me lançado um briefing para a criação de algo emblemático de carácter gráfico para implementar numa das rotundas de entrada na Vila de Tábua. No seguimento deste briefing a solução encontrada foi criar um grafismo a partir da vectorização da antiga Ponte de Tábua sobre o Rio Mondego que está praticamente submersa e em ruínas, criando em seguida o protótipo com tridimensionalidade e implementação no próprio local.

A ideia fundamental é realçar a importância que esta ponte tem como património histórico construído e que em pouco tempo desaparecerá.

Uma das dificuldades que vou ter é na forma de como transformar o grafismo em 3D, nada que o empenho e uns momentos debruçados num software 3D não resolvam.

Semana 8

Fotomontagem em Adobe Photoshop Cs5 de umas fotografias tiradas a uma rotunda da Vila de Tábua. Estudo e desenho em vector em Illustator Cs5 da antiga ponte sobre o Rio Mondego, em síntese a ideia é criar uma forma tridimensional para aplicar sobre a rotunda e que sirva como projecto aos funcionários das oficinas do município de modo a facilitar a sua construção.

Semana 9

Desenvolvimento de uma das propostas do Manual de Identidade Corporativa nomeadamente versão vertical e horizontal da marca, escalas de ampliação e redução, grelha de construção e brancos perimetrais.

A ideia é a realização de três propostas para apresentar ao Sr. Presidente do município, tendo em vista que uma delas seja aprovada como marca gráfica do município. Depois desta selecção realizarei todas as restantes estratégias de comunicação.

Semana 10

Continuação da elaboração do Manual de Identidade Corporativa, desdobramento das cores corporativas (Pantone, CMYK e RGB) e respectivas tonalidades; definição das cores da marca, escala de cinzas, preto e branco e outline; comportamentos sobre fundos planos e sobre fundos com imagem. Determinação das sub-marcas dos diferentes sectores em que o município divide, são estes as obras; administrativo e finanças; desporto, cultura e turismo.

Em termos gerais o estágio está a decorrer a bom ritmo, quanto à parte escrita da tese pretendo debruçar-me sobre ela assim que tenha realizado as três propostas da marca gráfica, embora vá fazendo todos os registos bibliográficos, relatórios semanais e anotações de relevante interesse.

No que respeita ao ambiente vivenciado no local de estágio, para o estagiário neste momento é bom e existe uma boa relação entre estagiário e orientador e restante equipa. A única coisa que o estagiário denota é que o orientador do estágio apenas acompanha o seu trabalho quando, o mesmo solicita a sua presença.

Semanas 11, 12,13,14,15,16 e trabalho desenvolvido até ao momento

Organização e estruturação de todo o material recolhido, reunião com os professores orientadores tendo em vista a mostra de todo o trabalho realizado.

Reformulação de novos caminhos para a marca gráfica. Reunião com os professores orientadores e presidente do município tendo em vista acerto de pormenores e retiro do local de estágio, para uma segunda fase de elaboração de entrevistas a realizar a três Designers nacionais que conceberam e estudaram as identidades visuais dos municípios de Santa Maria da Feira, Almada e Lisboa.

Reestruturação da marca gráfica com três propostas, e redesenho da tipografia.

Trabalho desenvolvido entre Janeiro e Outubro de 2013

Recolha e pesquisa de livros e documentos em linha de modo a desenvolver o Estado da Questão / Argumento;

Leitura e interpretação de monografias sobre a Vila e Concelho de Tábua para uma melhor interpretação de todos os elementos que ajudaram na construção da nova Identidade Corporativa do Município de Tábua;

Deslocações a locais históricos importantes do Concelho de Tábua tendo em vista a interpretação de alguns elementos para a nova marca. Recolha fotográfica e filme de alguns pontos importantes;

Recolha fotográfica de todos os pontos importantes da Vila de Tábua nomeadamente monumentos históricos, serviços públicos e locais de lazer, para servirem de base no manual de identidade corporativa;

Desenvolvimento de mapas para colocar na Vila de Tábua, assim como desdobráveis, pois não existe qualquer tipo de informação na vila sobre localização de serviços públicos e pontos de interesse;

Criação de esboços, signos visuais e elementos visuais para ajuda na construção da nova marca;

Desconstrução e construção do brasão municipal tendo em vista a sua simplificação;

Conceção do manual de Identidade Corporativa a partir de uma grelha de duas colunas;

Criação de um inquérito a realizar à população do concelho de Tábua sobre o Projeto para a nova Identidade Global do Município de Tábua.

Criação de todo o layout em linha na plataforma evalandgo do questionário a realizar à população do Concelho de Tábua.

Análise e montagem na dissertação de todo o questionário do grupo de amostra que foi inquirido.

Conversas e debates com o Sr. Vereador Ricardo Cruz, de modo a perceber a importância do redesenho de alguns documentos do município, para constarem no Manual de Identidade Corporativa.

Pré-apresentação da nova marca, assim como algumas aplicações ao Sr. Vereador Ricardo Cruz tendo em vista a sua posterior apresentação oficial e implementação;

Montagem de todo o layout da dissertação a apresentar e revisão de textos;

Criação de uma apresentação referente ao relatório final;

Realização de uma entrevista ao designer João Machado no seu Ateliê no Porto.

Contato com o Doutor Francisco Providência e partilha de documentos nomeadamente um congresso apresentado por ele, que serviu de base a um dos estudos de caso.

Conclusão das aplicações do Manual de Identidade Corporativa do Município de Tábua assim como a conclusão do mapa de orientação para a Vila.

Apresentação oficial do novo Manual de Identidade Corporativa ao Sr. Presidente do Município e respectiva vereação.

Disseminação da dissertação realizada através de artigo na revista Convergências, site do Município, blog pessoal, redes sociais e jornais locais;

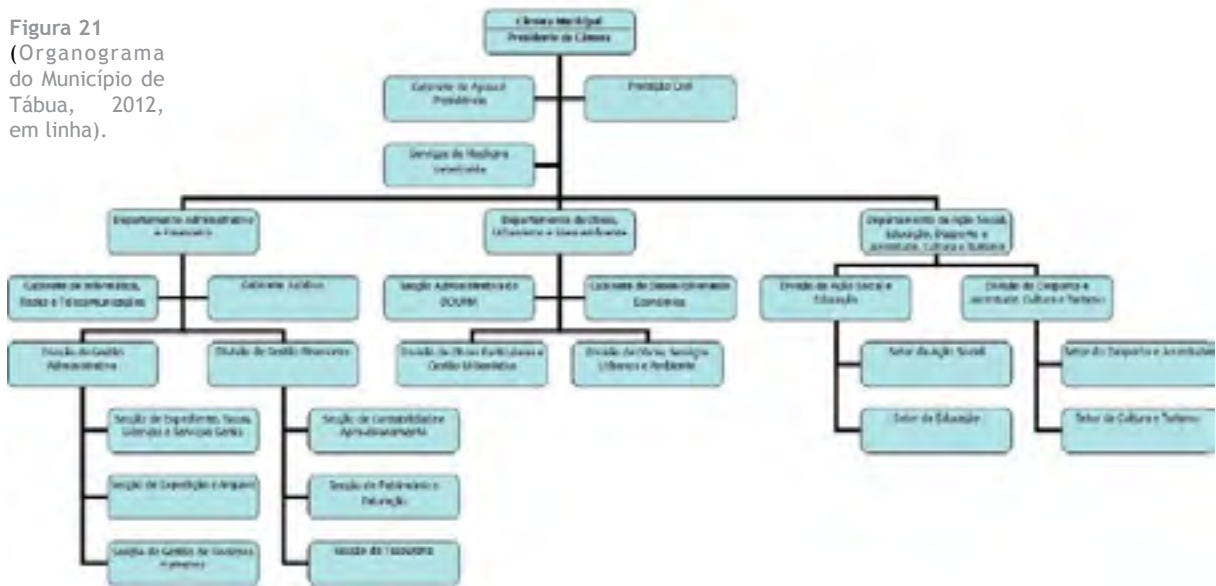
Apresentação e defesa da dissertação de Mestrado em Design Gráfico;

Capítulo VI

PROJECTO DE INVESTIGAÇÃO ACTIVA/ ESTÁGIO

6. Estrutura em Organograma do Município

Figura 21
(Organograma do Município de Tábua, 2012, em linha).



6.1 - Recolha Fotográfica de Elementos Fundamentais para a Marca Gráfica

Figura 22
(Recolha fotográfica, 2012, Pedro Ribeiro).



6.2 - Esboços, Desenhos Vetoriais e Conceitos para a Marca Gráfica

Numa fase inicial houve a preocupação na recolha do maior número de elementos, em livros sobre Tábua, em linha, através de registo fotográfico, através de conversas informais com trabalhadores do município. Houve avanços e recuos, brainstormings de modo a gerar o maior número de ideias.

Posteriormente foram-se desenhando elementos chave que conduzissem o investigador à criação de uma boa marca Município de Tábua.

Em seguida passo a apresentar a bandeira com as cores da vila, o brasão municipal, e a atual marca gráfica criada no ano de 2008 pelo Eng. José Calado para o Município de Tábua.



Figuras 23
(Bandeira, Brasão da Vila de Tábua e marca gráfica atual, 2012, em linha).

Após uma recolha fotográfica e uma análise profunda sobre o brasão municipal, desenhei elementos chave, assim como palavras que marcam o Concelho de Tábua.



Figura 24
(Desenho vetorial 2012, Pedro Ribeiro).

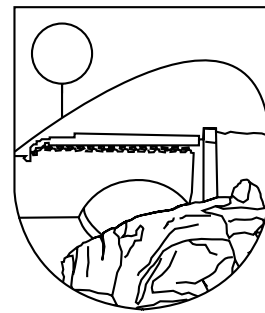
As palavras-chave que marcam o Concelho de Tábua são as seguintes

- Agricultura
- Rio Mondego

Vila Romana Nabril
Pontes, vias, calçadas de origem romana
Tipografias romanas
Pinhal Interior Norte

Seguidamente passo a apresentar os primeiros desenhos vetoriais de algumas hipóteses de marca gráfica a partir do brasão e de palavras que marcam o concelho.

Figura 25
(Desenho vetorial para a marca gráfica 2012, Pedro Ribeiro).



MUNICÍPIO DE TÁBUA

MUNICÍPIO
DE TÁBUA



MUNICÍPIO DE TÁBUA



MUNICÍPIO DE TÁBUA

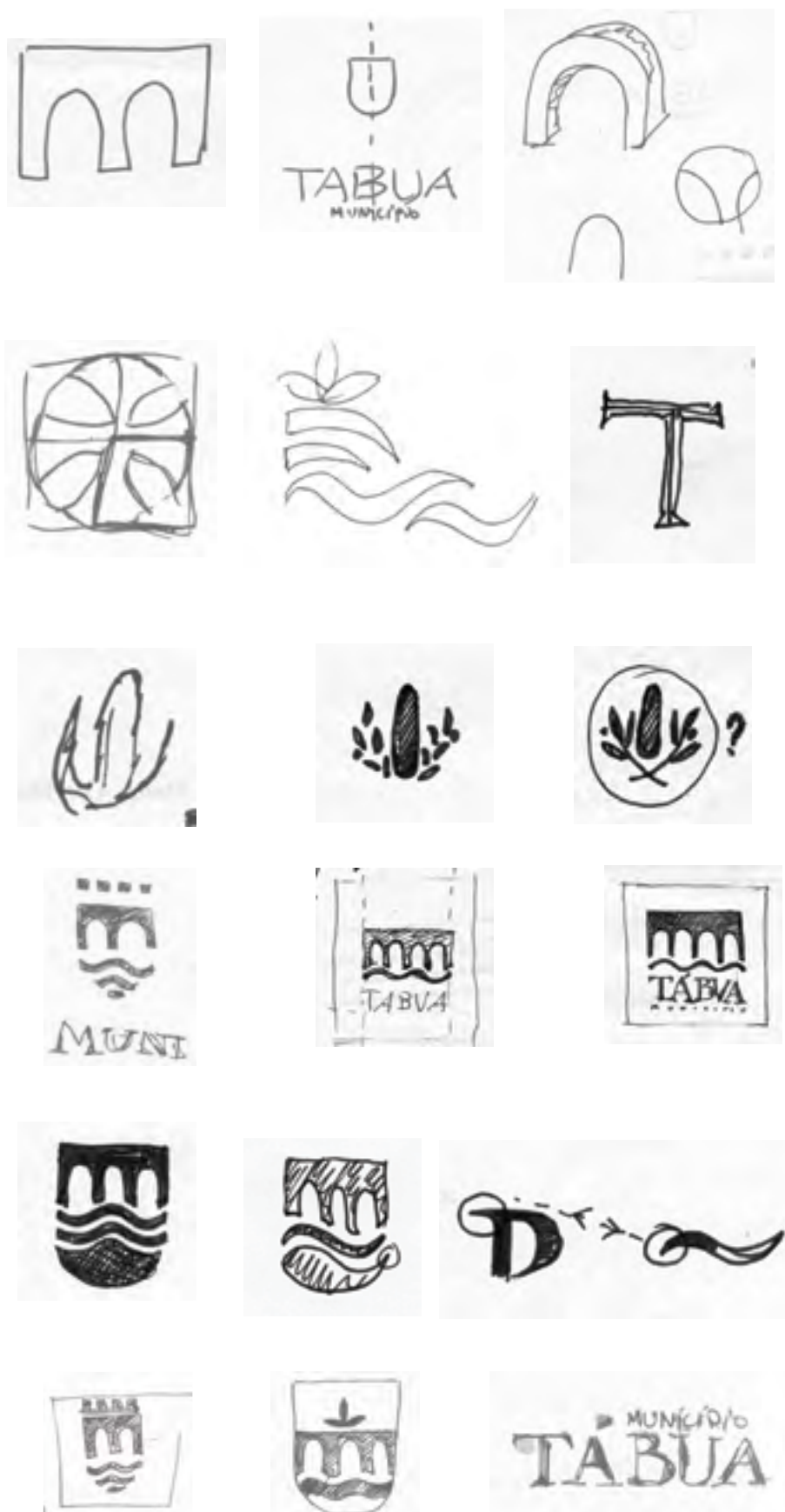


Figura 26 (esboços para a marca gráfica 2012, Pedro Ribeiro).

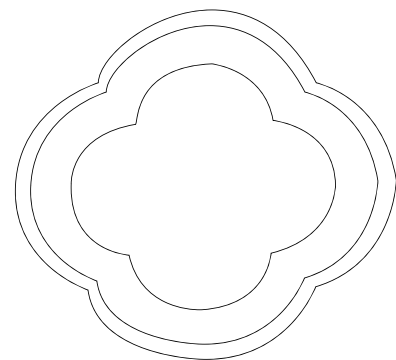
Conceito 1

A imagem de marca do Município de Tábua assenta na simplificação de uma rosácea, existente na janela do portal barroco da Capela do Senhor dos Milagres, uma construção de Setecentos e considerada em 13 de Julho de 1956 um imóvel de interesse público e de grande importância na Vila de Tábua. É também inspirada nos arcos das pontes existentes no concelho de origem e de traçado romano, estas características estão presentes nas formas de quatro arcos que a rosácea representa. A forma hexagonal onde acenta o óvulo quadrilobado foi colocada em vértice apontado de modo ascendente para dar a ideia de uma marca crescente e positiva.

Quanto às cores da nova marca gráfica foram usados um amarelo limão, 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 à volta permite um bom contraste e uma boa escala de ampliação/redução sem que os elementos percam legibilidade e leiturabilidade.

A tipografia utilizada na nova marca gráfica foi redesenhada a partir de uma tipografia de origem romana encontrada no concelho de tábua, na localidade de Coito. A base do seu redesenho foi a tipografia Trajan onde se adotaram as características da tipografia encontrada localmente. Com este trabalho consegue-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro lugar e de qualquer outra marca gráfica.

Figura 27
(Esboço e desenho vetorial para o 1º conceito a marca gráfica 2013, Pedro Ribeiro).



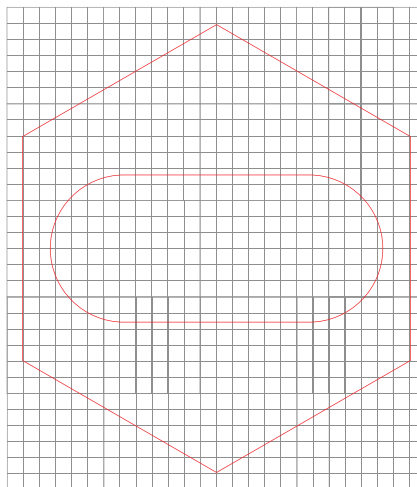
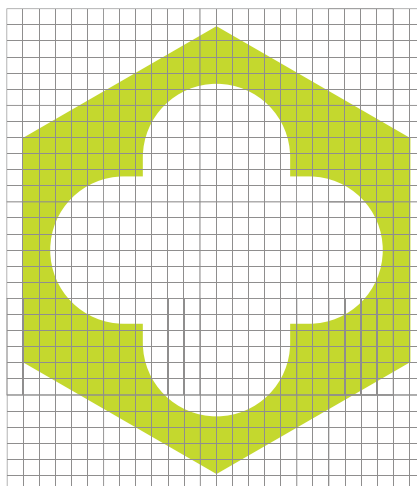
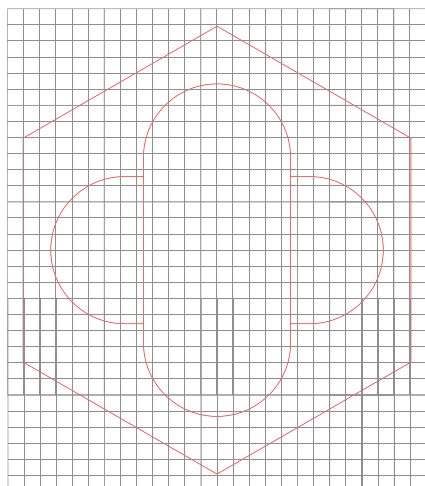


Figura 28
(Desenho vetorial para o 1º conceito a marca gráfica 2013, Pedro Ribeiro).



TÁBVA
MUNICÍPIO

Conceito 2

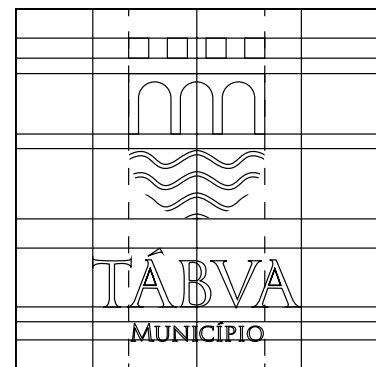
O conceito criado na elaboração da Identidade Corporativa do Município de Tábua deve-se sobretudo à sua influência romana.

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 às águas do Rio Mondego.

Quanto às cores da nova marca gráfica foram usados um amarelo limão, 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 amarelo limão à volta permite um bom contraste e uma boa escala de ampliação/redução sem que os elementos percam legibilidade e leiturabilidade.

A tipografia utilizada na nova marca gráfica foi redesenhada a partir de uma tipografia de origem romana encontrada no concelho de Tábua, na localidade de Coito. A base do seu redesenho foi a tipografia Trajan onde se adotaram as características da tipografia encontrada localmente. Com este trabalho consegue-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro lugar e de qualquer outra marca gráfica.

Figura 29
(Desenho vetorial para o 2º conceito a marca gráfica 2013, Pedro Ribeiro).



Conceito 3

O conceito criado na elaboração da Identidade 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 o ramo de oliveira e a espiga de milho são símbolos de terra fértil, verde e abundante, estes elementos foram simplificados e apontados para cima como que um elemento em crescimento, existe também uma ponte de cinco arcos no antigo brasão que foi simplificada para apenas três arcos. Por fim temos uma forma hexagonal a envolver todos estes elementos, representação simplificada da Capela do Senhor dos Milagres. A forma hexagonal foi rodada, apontando ascendentemente e revelando positivismismo.

Quanto às cores da nova marca gráfica foram usados um amarelo limão, 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 amarelo limão à volta permite um bom contraste e uma boa escala de ampliação/redução sem que os elementos percam legibilidade e leiturabilidade.

A tipografia utilizada na nova marca gráfica foi redesenhada a partir de uma tipografia de origem romana encontrada no concelho de Tábua, na localidade de Coito. A base do seu redesenho foi a tipografia Trajan onde se adotaram as características da tipografia encontrada localmente. Com este trabalho conseguiu-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro lugar e de qualquer outra marca gráfica.

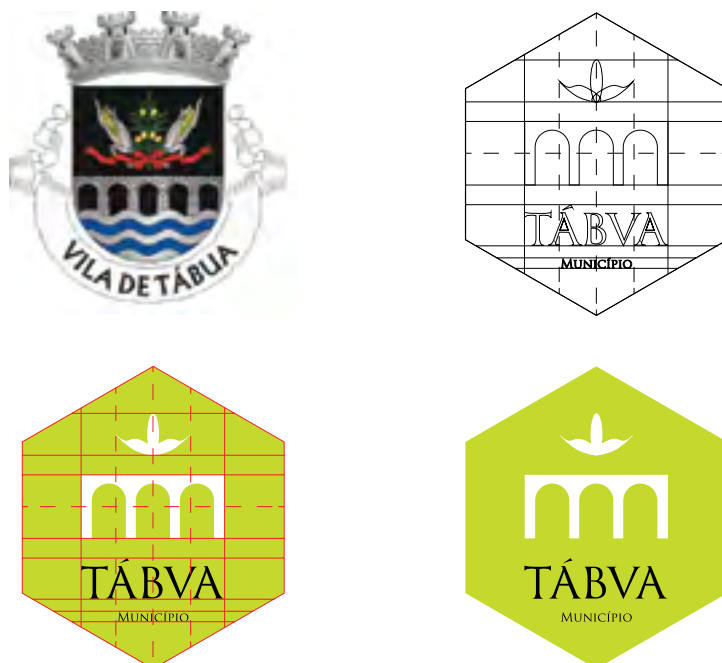


Figura 30
(Desenho vetorial para o 3º conceito a marca gráfica 2013, Pedro Ribeiro).

Conceito 4

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

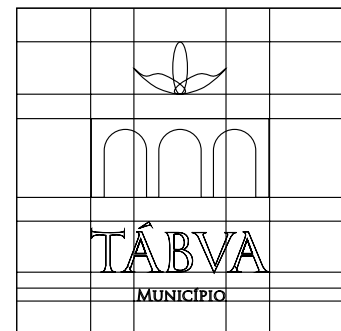
A imagem de marca do Município de Tábua assenta na simplificação do Brasão Municipal, onde o ramo de oliveira e a espiga de milho são símbolos de terra fértil, verde e abundante, estes elementos foram simplificados e apontados para cima como que um elemento em crescimento, existe também uma ponte de cinco arcos no antigo brasão que foi simplificada para apenas três arcos.

Procurou-se ainda um equilíbrio entre todas as formas da maneira mais simples possível.

Quanto às cores da nova marca gráfica foram usados um amarelo limão, 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 amarelo limão à volta permite um bom contraste e uma boa escala de ampliação/redução sem que os elementos percam legibilidade e leiturabilidade.

A tipografia utilizada na nova marca gráfica foi redesenhada a partir de uma tipografia de origem romana encontrada no concelho de Tábua, na localidade de Coito. A base do seu redesenho foi a tipografia Trajan onde se adotaram as características da tipografia encontrada localmente. Com este trabalho consegue-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro lugar e de qualquer outra marca gráfica.

Figura 31
(Desenho vetorial para o 4º conceito a marca gráfica 2013, Pedro Ribeiro).



6.2.1 Tipografia Local

A tipografia local encontrada remonta ao tempo do Imperador Tito. Após algumas deslocações visitei a aldeia do Coito de Midões onde fotografei as lápides romanas na capela de S. Sebastião. Nestas mesmas lápides pode ler-se a inscrição «GENIO MVNICIPI TEMPLUM C. CANTIVS MODESTINVS EXPATRIMONIO SVO» e «VICTORIAE TEMPLVM C. CANTIVS MODESTINVS EX PATRIMONIO SVO».



Figura 32
(Recolha fotográfica da tipografia local 2012, Pedro Ribeiro).

Utilizei como tipografia de base a Trajan PRO e realizei o re-design da tipografia local. Esta mesma poderá servir de base ao logótipo da marca gráfica.

TÁBVA

Figura 33
(Desenho vetorial para o re-design da tipografia local 2013, Pedro Ribeiro).

6.2.2 - Soluções Finais ainda em Escala de Cinzas para Marca Gráfica do Município de Tábua



Figura 34
(Soluções finais a marca gráfica em escala de cinzas 2013, Pedro Ribeiro).

Capítulo VII

ESTUDO DE CASOS

7. Estudo de Casos

Nota Introdutória

O meu objetivo inicial foi estudar duas identidades visuais de dois municípios onde as respetivas marcas gráficas foram desenvolvidas a partir do brasão municipal.

7.1 - Estudo de Caso Identidade Visual do Município de Santa Maria da Feira

Será muito importante o estudo da Identidade Visual do Município de Santa Maria da Feira concebida a partir do brasão municipal. O objetivo principal do Doutor Francisco Providência foi a simplificação do brasão municipal.

Para mim será importante perceber como foi concebido todo o processo de criação assim como as estratégias de comunicação utilizadas, para comprovação da hipótese haverá lugar uma entrevista ao Doutor Francisco Providência durante os meses de fevereiro/março.

Figura 35
(Brasão Municipal de Santa Maria da Feira 2012, Sérgio Horta).



Figura 36
(Marca Gráfica do Município de Santa Maria da Feira 2001, Autor: Francisco Providência e Álvaro de Sousa).



7.1.1 - Guião da Entrevista a Realizar ao Doutor Francisco Providência

Entrevista ao Doutor Francisco Providência, Fevereiro 2013
Designer, Doutor Francisco Providência
Local, providência design

A presente entrevista tem por objetivo perceber metodologias e caminhos que o Doutor Francisco Providência utilizou no desenvolvimento do projeto de Identidade Visual da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira. Os dados obtidos servirão única e exclusivamente para comprovar a hipótese do estudo da dissertação, que estou a desenvolver no âmbito do Mestrado em Design Gráfico na E.S.A.R.T. (I.P.C.B.) em parceria com a Faculdade de Arquitectura (Universidade Técnica de Lisboa), este tem como título “A Comunicação Corporativa do Município de Tábua”.

A fase final de comprovação de resultados do estudo de dissertação, poderá ser cedida caso assim o pretenda.

INTRODUÇÃO

Como surgiu a proposta para desenvolver este projeto?

METODOLOGIA

Quais as principais etapas para o desenvolvimento deste projeto?

Quais foram as principais fases?

Pedia-lhe que me esclarecesse um pouco mais sobre o desenvolvimento da primeira fase.

E relativamente à fase XXXX?

CONCEÇÃO/PROJETO

Pode falar-me um pouco mais acerca da ideia e do conceito para o desenvolvimento da marca?

O que é que teve em conta na simplificação dos elementos gráficos do brasão?

Quais os critérios adotados na seleção dos símbolos das propostas apresentadas ao cliente?

Como foram selecionadas as cores para a nova marca gráfica?

Como foi selecionada a tipografia para a nova marca gráfica?

Que objetos de comunicação desenvolveu?

Quais as principais normas gráficas criadas para preservar o projeto de identidade visual?

Que meios ou formas de comunicação lhe parecem mais adequados para a campanha de apresentação de um projeto de identidade para um município?

Que recomendações pode dar a um jovem designer que está a desenvolver um projeto de identidade para um município?

NOTA FINAL

Agradeço a cedência das imagens mais importantes para complementar esta entrevista

7.2 - Resposta ao Estudo de Caso 1

Inicialmente pensei numa entrevista a realizar ao Doutor Francisco Providência, tendo por objetivo perceber metodologias e caminhos que ele utilizou no desenvolvimento do projeto de Identidade Visual da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira. Após contato por endereço eletrónico e telefonicamente ele elucidou-me que pouco conteúdo teria a retirar da entrevista, mas que tinha algo bem melhor para responder às minhas questões, um seminário ibero-americano sobre o processo de criação; territórios, memórias e identidades que apresentou no Brasil intitulado de *Um ser imaginado; a identidade dos lugares como influência estereotipada*.

Após aconselhamento, leitura e tratamento dos elementos que reponderam de forma indireta às minhas questões, concluí que teria de investigar a Identidade de dois e não um município. Uma vez que a Identidade do Município de Penedono ainda se assemelhava mais ao estudo que estava a desenvolver.

Francisco Providência (dezembro,2012) refere “O todo pela parte” como princípio da economia do signo.

No período de dez anos entre 1998 e 2008, o gabinete de projetos Providência design, desenvolveu dez marcas gráficas para identificação visual de territórios e municipalidades portuguesas de diversas dimensões: os domínios municipais de Guimarães, Stª Mª da Feira, S. João da Madeira, Penedono, Coimbra, Ílhavo, Amares, Lagos, Troia e Aveiro. As estratégias criativas, as metodologias, ou processos usados não são semelhantes, dependendo em boa parte dos recursos semânticos, sintáticos e pragmáticos de cada caso.

7.2.1 - Identidade Visual de Stª Mª da Feira

Em Stª Mª da Feira (marca desenvolvida em colaboração com Álvaro Sousa), partiu-se da imagem foto-gráfica do castelo da Feira, tendo sido reduzida a

forma e a variação tonal para uma solução de alto contraste a traço; o exercício parece ter ficado reduzido a um esforço pragmático de desenho resistente, composto por um conjunto de partículas abstratas que, estacionadas com rigor, devolviam com verosimilhança a imagem do castelo. Não se tratava da silhueta do castelo universal, mas das manchas de sombra daquele castelo específico que os cidadãos tão bem reconhecem. Enquanto criação polinizada, cruzam-se duas sintaxes: a da marca minimalista funcional com as representações barrocas do claro-escuro, resultando numa criação genotípica.



Figura 37
(Brasão Municipal de Santa Maria da Feira 2012, Sérgio Horta).

Figura 38
(Marca Santa Maria da Feira 2001, Francisco Providência e Álvaro de Sousa).

Marca St^a M^a da Feira (1999) / antiga cidade da feira e do castelo

Santa Maria da Feira, na charneira entre Cristãos e Muçulmanos ao tempo da fundação nacional exhibe, recortado na floresta de coníferas, um castelo muito exótico, quando comparado com as outras fortificações portuguesas, que lembra contos de fadas no ambiente da Europa central. Não só pela complexidade da forma, mas sobretudo pelo remate cônica das torres de acesso à cobertura, o castelo da feira é singular. A sua proximidade física à povoação que protege tornou-o emblemático, constituindo símbolo de pertença e coesão social que se verifica pela genuína e extensa proliferação de representações em marcas, ornamentos, embalagens e até produtos. Há ainda no castelo da Feira a manifestação de uma história e cultura que os concelhos vizinhos não têm, dotando-a de uma “superioridade cultural” que os locais requerem. Ao desenhar o motivo em sistema de alto-contraste na técnica barroca do claro-escuro, reduzindo as formas à sua menor expressão mas apropriando-se do fundo, o desenho ganhou verosi-

milhança, clareza e racionalidade, qualidades que também convinham a um órgão de administração local.

7.2.2 - Identidade Visual de Penedono

A marca de Penedono resulta da aplicação do sistema funcionalista alemão, ao redesenho do brasão medievalista. Encontramos o mesmo rigor radical, fenotípico, da criação da marca Guimarães, fechadas sobre o desempenho esperado da eficiência na comunicação, pragmaticamente valorizada (tradição, afirmação e rigor).

Figura 39
(Brasão Municipal de Penedono 2012, Sérgio Horta).



Figura 40
(Marca Penedono 2002, Francisco Providência,).



câmara municipal de penedono 2003

Marca Penedono (2002) / herança de um brasão medieval

Pequena povoação do interior português, conhecida pela peculiar fortificação que se ergue sobre maciço rochoso construída antes da fundação nacional, terá sido um estratégico apoio na reconquista e, posteriormente, na defesa fronteiriça portuguesa contra Castela. Terra do cavaleiro Magriço que segundo Fernão Veloso e Camões, terá lutado em Inglaterra com mais onze portugueses (a pedido do duque de Lencastre durante o reinado de D. João I), em proteção de doze damas. O brasão de Penedono apresenta em escudo uma interessante iconografia heráldica sobre campo vermelho, composta por castelo de prata aberto e iluminado de negro sobre um monte de verde e em chefe de prata, um leopardo passante de vermelho, com uma coroa de flores na sua mão direita. O exotismo peculiar de um leopardo agarrando uma coroa de flores em vez de

uma espada, pareceu-me constituir um motivo poético fortemente distintivo, revelando elevado potencial económico e turístico para a região, ao mitificar a história de honrados cavaleiros medievais defensores de damas ameaçadas, aqui perdida entre o rio Douro e a serra da Estrela.

7.3 - Estudo de Caso Identidade Visual do Município de Almada

Será muito importante o estudo da Identidade Visual do Município de Almada concebido a partir do brasão municipal.

Para o investigador será importante perceber como foi concebido todo o processo de criação assim como as estratégias de comunicação utilizadas, para comprovação da hipótese haverá lugar uma entrevista ao Dr.º João Machado durante os meses de fevereiro/março.



Figura 41
(Brasão Municipal de Almada 2013, Sérgio Horta).

Figura 42
(Marca gráfica do Município de Almada 2012, João Machado).

7.3.1 - Guião da Entrevista a Realizar ao Dr.º João Machado

Entrevista ao Dr.º João Machado, Fevereiro 2013

Designer, Dr.º João Machado

Local, João Machado Design Lda.

A presente entrevista tem por objetivo perceber metodologias e caminhos que o Dr.º João Machado utilizou no desenvolvimento do projeto de Identidade Visual da Câmara Municipal de Almada. Os dados obtidos servirão única e exclusivamente para comprovar a hipótese do estudo da dissertação, que estou a desenvolver no âmbito do Mestrado em Design Gráfico na E.S.A.R.T. (I.P.C.B.) em parceria com a Faculdade de Arquitectura (Universidade Técnica de Lisboa), este tem como título “A Comunicação Corporativa do Município de Tábua”.

A fase final de comprovação de resultados do estudo de dissertação, poderá ser cedida caso assim o pretenda.

INTRODUÇÃO

Como surgiu a proposta para desenvolver este projeto?

METODOLOGIA

Quais as principais etapas para o desenvolvimento deste projeto?

Quais foram as principais fases?

Pedia-lhe que me esclarecesse um pouco mais sobre o desenvolvimento da primeira fase.

E relativamente à fase XXXX?

CONCEÇÃO/PROJETO

Pode falar-me um pouco mais acerca da ideia e do conceito para o desenvolvimento da marca?

O que é que teve em conta na simplificação dos elementos gráficos do brasão?

Quais os critérios adotados na seleção dos símbolos das propostas apresentadas ao cliente?

Como foram selecionadas as cores para a nova marca gráfica?

Como foi selecionada a tipografia para a nova marca gráfica?

Que objetos de comunicação desenvolveu?

Quais as principais normas gráficas criadas para preservar o projeto de identidade visual?

Que meios ou formas de comunicação lhe parecem mais adequados para a campanha de apresentação de um projeto de identidade para um município?

Que recomendações pode dar a um jovem Designer que está a desenvolver um projeto de identidade para um município?

NOTA FINAL

Agradeço a cedência das imagens mais importantes para complementar esta entrevista.

7.3.2 Resposta ao Estudo de Caso 2

Após diversos contatos telefónicos e via endereço eletrónico, eu e o Dr.º João Machado combinamos um encontro no Ateliê dele no Porto, dia 26 de Abril de 2013, digamos que tivemos uma conversa informal, onde me explicou todo o seu processo criativo, conceitos utilizados e metodologias. No final da conversa informal senti que saí do Porto uma pessoa mais rica em conhecimento que só através deste tipo de contacto e experiência é possível.

Entrevista ao Dr.º João Machado, 26 de Abril , 2013

Designer, Dr.º João Machado

Local, João Machado Design Lda.

INTRODUÇÃO

Como surgiu a proposta para desenvolver este projeto?

Fui convidado pelo Departamento do Ambiente de Almada, em 1996 para fazer cartazes.

Quando comecei a dar conta que estava tão preocupado com a conceção e chegava ao fundo do cartaz e reparava que algo não batia certo.

Não percebia como é que eles eram pessoas tão preocupadas e a Câmara Municipal não dava interesse ao logo.

Alguém ouviu o meu comentário e passado um ano fui convidado a redesenhar o logo, o mesmo e todas as questões de comunicação demoraram uns anos a executar.

METODOLOGIA

Quais as principais etapas para o desenvolvimento deste projeto?

Não existem etapas, houve uma busca que foi feita para recolher o máximo de informação. Depois disso é selecionar o que é importante, faça sentido, de fácil reprodução, atual, forte, sintético e em seguida mãos à obra e simplificar.

CONCEÇÃO/PROJETO

Pode falar-me um pouco mais acerca da ideia e do conceito para o desenvolvimento da marca?

Através de sensibilidades, busca de elementos que fizessem sentido. Busca de elementos históricos, pois a marca tem de ser prática, bonita e atingir os objetivos.

Objetivamente à que ter a noção que temos de transmitir algo às pessoas que possa ser lido quase sem palavras.

O que é que teve em conta na simplificação dos elementos gráficos do brasão?

Não acrescentei nada, usei o castelo e aquilo que representa a água, Almada está rodeada por mar e rio. Os dois elementos representavam na perfeição o que pretendia.

Quais os critérios adotados na seleção dos símbolos das propostas apresentadas ao cliente?

Existem elementos que se perderam no tempo. Em palavras não se transmite, existe um ir fazendo.

Capítulo VIII

DESIGN GRÁFICO/ RESULTADO

8. Design Gráfico - Manual de Identidade Visual do Município de Tábua

Houve a necessidade de redesenhar toda a marca gráfica e documentos internos no Município de Tábua, tendo em vista a criação de uma estratégia de comunicação coerente e que defina bem o alinhamento, diferenciação, qualidade e valores da marca num futuro próximo.

O resultado final que melhor traduz todo o trabalho desenvolvido é o Manual de Identidade Corporativa do Município de Tábua que passo a apresentar.

Neste momento estou a combinar a apresentação da nova Identidade a Presidência e Vereação do Município de Tábua tendo como objetivo a sua aplicação.

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA

Município de Tábua



1. a marca

- 1.1. valores
- 1.2. brasão municipal e interpretação heráldica
- 1.3. origens históricas Concelho de Tábua
- 1.4. conceito elementos visuais
- 1.5. conceito signos visuais
- 1.6. conceito esboços
- 1.7. evolução histórica da marca
- 1.8. conceito esboços

2. elementos básicos

- 2.1. marca gráfica
- 2.2. grelha de construção
- 2.3. área de proteção
- 2.4. proteção da marca
- 2.5. escalas
- 2.6. cor
 - 2.6.1. paleta principal
 - 2.6.2. paleta principal desdobramento
- 2.7. versões
 - 2.7.1. monocromia em escala
 - 2.7.2. monocromia
- 2.8. comportamento sobre fundos planos escuros
 - 2.8.1. comportamento sobre fundos planos claros
 - 2.8.2. comportamento sobre fundos com imagem
- 2.9. tipografia
 - 2.9.1. família tipográfica helvética
 - 2.9.2. normas tipográficas
 - 2.9.3. maiúsculas e minúsculas
 - 2.9.4. aplicações partilhadas

3. universo visual

- 3.1. tom de voz
- 3.2. pictogramas
- 3.3. ilustração

4. aplicações

- 4.1. estacionário
- 4.2. vestuário e acessórios
- 4.3. cartões de identificação
- 4.4. objetos e faixas promocionais
- 4.5. site
- 4.6. mapa de orientação da vila
- 4.7. outdoor
- 4.8. frota automóvel

A marca Município de Tábua entrou numa nova etapa da sua história. Enquanto entidade pública, o seu papel foi decisivo no desenvolvimento do concelho e nos serviços prestados aos cidadãos e é com honra que olho para essa herança. No entanto é crucial pensar no futuro. Deste modo, não posso menosprezar a diferenciação através de uma marca como elemento de afirmação da identidade. O objetivo principal é projetar o passado histórico num futuro promissor tendo por base os elementos heráldicos presentes no brasão municipal.

Com este documento pretendo uma orientação de forma clara e simples na aplicação da marca Município de Tábua - com uma comunicação estratégica, que explica exatamente porque nos representamos desta forma, faculta informação detalhada para a correta utilização da marca, pormenorizações e exemplos sobre como a identidade visual da marca se aplica.

localização geográfica

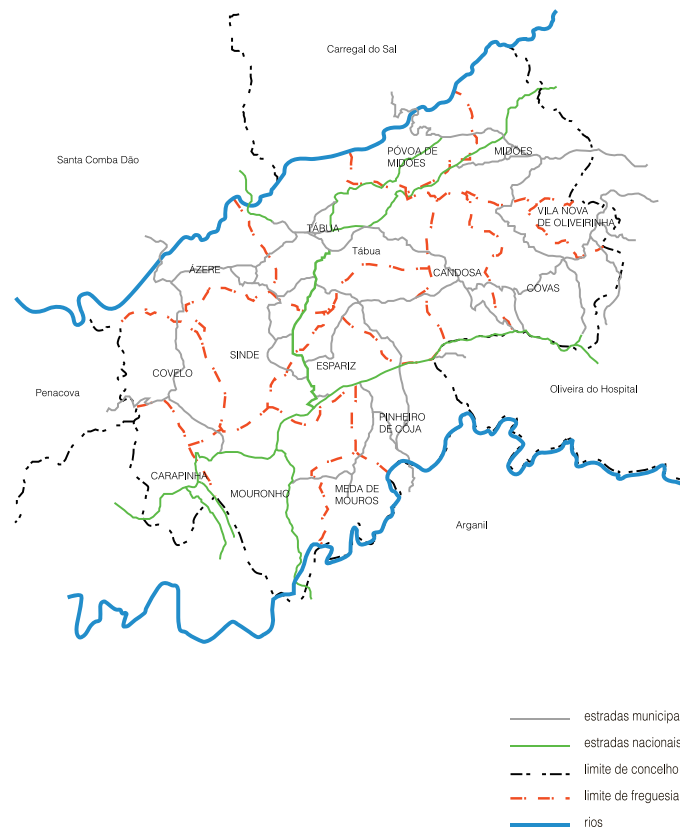
O concelho de Tábua estende-se ao longo de uma área de cerca de 209 km², na zona centro do país, sendo também parte integrante da zona denominada de Pinhal Interior Norte. O concelho é limitado a NO pelos concelhos de Carregal do Sal, Santa Comba Dão e Penacova; a S e SE pelo concelho de Arganil e a E e SE pelo de Oliveira do Hospital.

De relevo planáltico, recortado por outeiros e vales que oscilam entre os 278 e 406 metros de altitude, o concelho agrega 15 freguesias, resultando num total de 12.602 habitantes e correspondendo à densidade populacional de 63,1 habitantes por km².

Pertencente ao distrito de Coimbra, cidade da qual dista cerca de 60 Km, o concelho é, ainda, abrangido pelas regiões demarcadas do vinho Dão e do queijo da Serra da Estrela.

O clima, ameno e relativamente temperado, permite que o solo seja bastante produtivo, possibilitando o cultivo de pomares, milho, batata, vinha e azeitona.

No que respeita a infraestruturas rodoviárias, à medida que as estradas municipais vão sendo pavimentadas e outras construídas, o concelho vai tendo mais e melhores acessos, casos do IC 6 e 7 e dos IP 3 e 5 que aproximaram espaço-temporalmente o concelho dos grandes centros urbanos (257 Km de Lisboa e 142 do Porto).



1.

a marca

As marcas de sucesso gerem a sua imagem de forma eficaz através de um conhecimento profundo sobre os seus valores e o carácter que estes veiculam. Na essência da marca Município de Tábua estão três valores principais: Diferenciação, Humanização e Inovação. Estas são características duradouras que permanecem intemporais e verdadeiras — elas ajudam a dar forma à marca e orientam-nos na forma de comunicar.

Na página seguinte descrevemos os valores da marca e o seu significado para o Município de Tábua.

1.1

valores

diferenciação

A diferenciação surge, com a necessidade que sentimos em criar uma marca única e que se distinga das outras, baseando-se em valores históricos de relevância nacional. Queremos diferenciar o concelho através da qualidade de serviços e infraestruturas que presta aos seus cidadãos destacando-se com posicionamento em relação aos outros municípios.

humanização

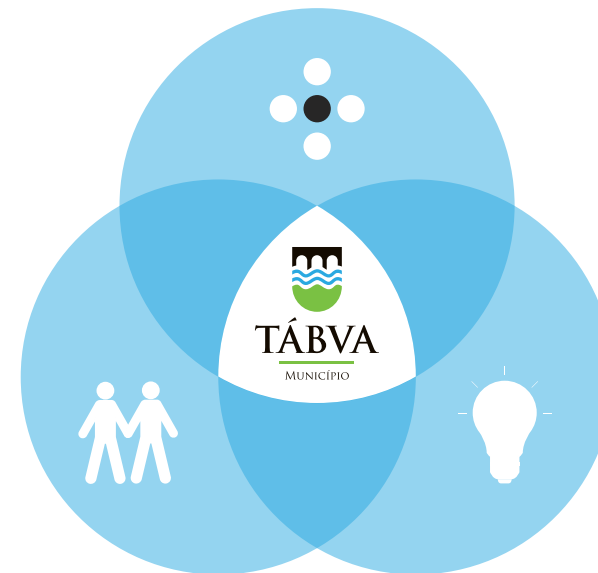
O Município de Tábua é uma marca que depende e está inteiramente ligada às pessoas. Através das relações solidas que cria com o seu cidadãos, clientes e parceiros desenvolve serviços inovadores, o que se traduz em mais e melhor qualidade. A transparência que o elevado grau que o Município de Tábua coloca em cada missão, dá resposta à satisfação das necessidades individuais e no bem-estar social dos cidadãos

inovação

A marca orienta-se pela excelência e dedica-se a uma inovação constante, em

todos os níveis da organização. No grupo que constitui o Município de Tábua está bem patente positivismo e criatividade que se traduzem na projeção de todo o concelho.

Existem especialistas que estão constantemente a desenvolver soluções avançadas que se direccionam para o futuro.



1.2

brasão municipal interpretação heráldica

De negro com um ramo de oliveira verde frutado de ouro, acompanhado de duas espigas de milho de ouro folhadas de prata, tudo atado de vermelho em ponta.

Sobre um contrachefe ondado de azul e prata, uma ponte do mesmo metal com cinco arcos. Coroa mural de quatro torres. Bandeira esquartelada de verde e de amarelo. Por baixo das armas uma fita branca com letras pretas.

O negro do campo representa a terra e significa firmeza e obediência.

O ramo de oliveira e as espigas têm os esmaltes próprios.

A ponte vai indicada de prata por este metal significar, em heráldica, humildade e riqueza.

Os rios vão indicados de azul e prata porque é assim que em heráldica se representam.

A coroa de quatro torres indica a categoria de vila.»



1.3

origens históricas concelho de Tábua

O Município de Tábua tem, com efeito, um notável passado histórico, conforme nos atestam os vestígios de peças de cerâmica e inscrições românicas, na actual freguesia de Póvoa de Midões, que pertencia à zona de evidente romanização de Bobadela (concelho de Oliveira do Hospital), bem como o legado de pontes e vias construídas e utilizadas pela referida civilização romana. Sobre Tábua, bem como todo o Município, não restam documentos escritos anteriores ao século XII que melhor possam elucidar sobre o nosso passado, apenas a freguesia de Midões apresenta documentos escritos anteriores à Nacionalidade, embora muito escassos.

Tábua nunca teve foral, novo ou velho. As suas terras eram a agregação de diversas povoações, designando Tábua mais um pequeno território do que uma povoação, que compreendia os bairros de Alvarelhos, Fundo de Vila e Silhada.

Todavia, não restam dúvidas sobre o fato de todo o território do actual concelho de Tábua ter sido de domínio da civitas senense ou, depois, do fortíssimo castelo de Seia, compreendendo-se assim que, posteriormente, as primitivas paróquias do concelho surjam incluídas administrativamente na «terra» ou julgado medieval de Seia.

Sabe-se também que Tábua, no século XII, foi, efetivamente, honra da família dos «de Cunha», por dádiva da filha de D. Afonso Henriques, Infanta D. Tereza, conforme as Inquirições de 1258.

A esta família «de Cunha», concedeu D. Afonso IV, por carta de 30 de Dezembro de 1342, a jurisdição civil e criminal de Tábua – concessão confirmada por D. João I a 03 de Maio de 1392.

O topónimo Tábua encontra-se relacionado com uma antiga ponte feita de tábuas sobre um curso de água existente neste território.

Os vestígios mais antigos referentes à ocupação do concelho remontam aos romanos, constatando-se a sua presença em Midões, Póvoa de Midões, Couto e perto da Barragem da Aguieira. Sabe-se igualmente da construção de um templo, sob ordem de Caio Cantivs Modestinus, desconhecendo-se no entanto o local exato da sua edificação. Através da análise de diversos documentos do Couto de Midões, conclui-se que o traçado de algumas vias coincidiu com calçadas romanas, situadas junto ao Rio Mondego ou ao Rio de Cavalos perto de Sevilha.

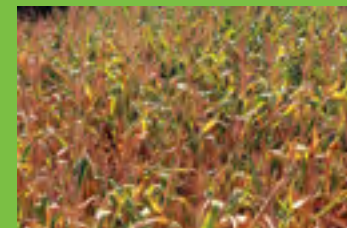
Já no final do século XIX esta mesma ponte foi substituída por uma outra de cantaria lavrada, com cinco arcos, atualmente submersa pelas águas da albufeira da Barragem da Aguieira.

Posteriormente, o concelho de Tábua substituiu e englobou os extintos concelhos de Candosa (extinto em 1840 e anexado ao de Midões), de Midões (extinto em 1853, principalmente devido aos crimes de que foi acusado João Brandão), de Ázere e de Sinde.

1.4

conceito elementos visuais

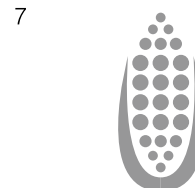
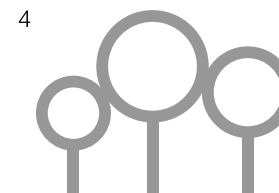
Na elaboração de todo o conceito houve uma constante recolha de elementos visuais que permitissem uma correta interpretação dos elementos do brasão municipal assim como da marca gráfica existente. Foi a partir de todos estes elementos que surgiram alguns caminhos e possibilidades até a presente marca gráfica que é uma representação da simplificação do brasão municipal.



1.5

conceito signos visuais

Numa fase preliminar o desenho de signos visuais é essencial para definir uma boa marca, ajuda o designer a determinar um caminho.

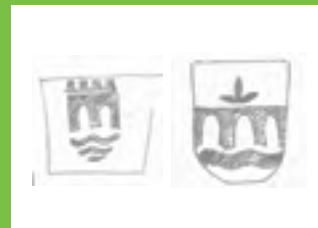
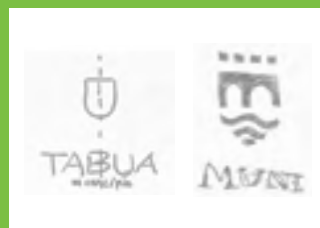


- 1 água
- 2 rio
- 3 granito
- 4 floresta
- 5 colina
- 6 vale
- 7 milho

1.6

conceito esboços

Numa fase preliminar o desenho de signos visuais é essencial para definir uma boa marca, ajuda o designer a determinar um caminho.



1.7

evolução histórica da marca gráfica

O conceito criado na elaboração da Identidade 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 às 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. Com este trabalho consegue-se criar uma tipografia que marca este lugar e que o distingue de qualquer outro lugar e de qualquer outra marca gráfica.



2.

elementos básicos

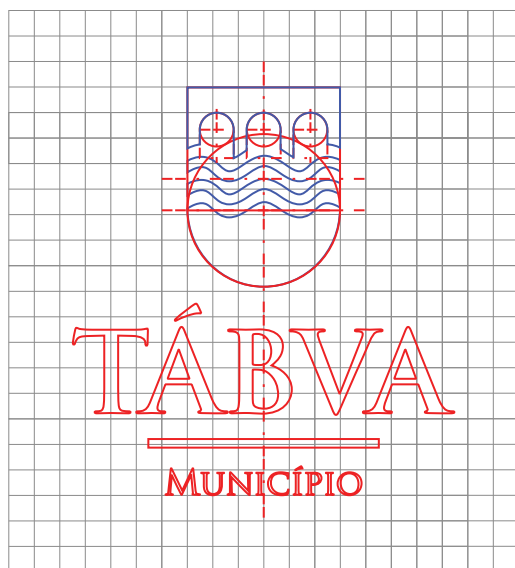
Neste capítulo estão definidas um conjunto de regras e recomendações que garantem a correta implementação dos elementos básicos da marca Município de Tábuá.

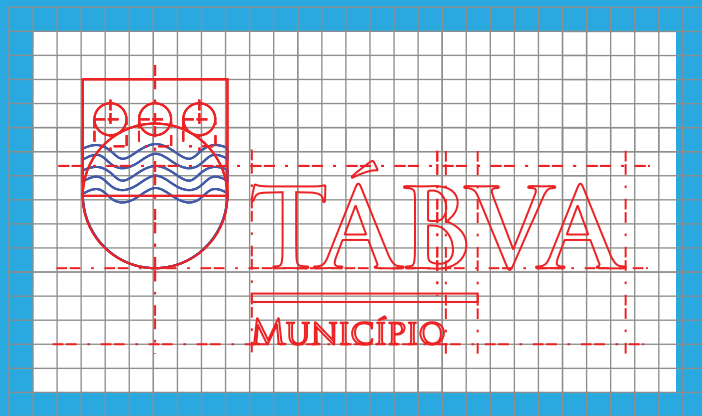
É indispensável e fundamental a colaboração de todos no cumprimento e aplicação destas normas, para que se garanta uma identidade visual coerente e constante.

Todas as formas, versões e aplicações da marca que não estejam contempladas neste manual, devem ser submetidas a aprovação prévia do Designer que concebeu a Marca e Comunicação.

2.1

marca gráfica





2.2

grelha de construção

Construção da marca gráfica (assinatura vertical)

Para que se tenha uma percepção de como a marca gráfica foi construída é importante que esta apareça representada através de uma grelha de construção. Neste caso concreto foi utilizada uma grelha em que cada quadrado representa 1U (uma unidade) que forma um padrão onde está inscrita a marca gráfica.

PRINCIPAL VERTICAL
Policromáticas sobre fundo branco



PRINCIPAL HORIZONTAL
Políromáticas sobre fundo branco

Construção da marca gráfica (assinatura horizontal)



2.3

área de proteção

As marcas gráficas necessitam de diferenciação, contraste e identificação. A caixa exterior define o espaço livre mínimo à volta da marca gráfica. Os brancos perimetrais possibilitam imunizar a legibilidade visual da marca gráfica, que não pode ser invalidada por nenhum elemento gráfico estranho a ela, que tem como medida essencial mínima de $1,5 \times a$ (a = medida entre o símbolo e o logotipo).

PRINCIPAIS



2.4

proteção da marca

A marca gráfica Município de Tábua é o primeiro ponto de contacto da marca com as pessoas e parceiros. Desta forma procuramos manter uma abordagem coerente e consistente na representação e aplicação da marca gráfica. Para além de ser obrigatório respeitar as orientações dadas nas páginas anteriores, apresentamos diversos exemplos de aplicações não permitidas da marca gráfica Município de Tábua.



Não simplificar a marca gráfica para apenas uma cor



Não aplicar qualquer deformação à marca gráfica



Não alterar a cor da marca gráfica



Não aplicar texturas ou efeitos à marca gráfica



Não recriar a marca gráfica com outra tipografia



Não rodar ou utilizar a marca gráfica na vertical

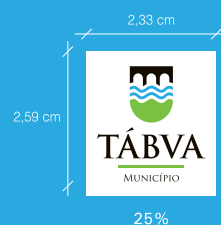
2.5

escalas

Ampliação / Redução (versão vertical)

As escalas de ampliação e redução têm como função esclarecer os tamanhos máximos e mínimos da marca para assegurar legibilidade.

Neste caso a redução mínima é de 25%, para existir reprodução precisa e para que haja legibilidade e leitura, sendo a redução máxima de 20%. Quanto à ampliação máxima não há limite.



PRINCIPAL VERTICAL
Versão em cores corporativas

VERSÃO VERTICAL

Marca



PRINCIPAL HORIZONTAL
Versão em cores corporativas

Ampliação / Redução (versão horizontal)

As escalas de ampliação e redução têm como função esclarecer os tamanhos máximos e mínimos da marca para assegurar legibilidade.

Neste caso a redução mínima é de 25%, para existir reprodução precisa e para que haja legibilidade e leiturabilidade, sendo a redução máxima de 20%.

Quanto à ampliação máxima não há limite.



2.6

cor







A paleta de cor Município de Tábua é um elemento que traduz expressão em todo o seu sistema de identidade. 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.

2.6.1

paleta principal

A paleta principal de cor utilizada deriva da marca gráfica Município de Tábua. Houve um grande rigor na seleção dos matizes de modo a manter a inteireza da marca. Será importante que esta paleta de cores apresentada se mantenha inalterável em todas as situações em que a marca seja utilizada.

	Preto	CMYC 75 68 67 90 RGB 0 0 0 HEX 000000	O Pantone Black U é utilizado para representar o Preto. Utilize sempre os ficheiros Pantone fornecidos para aplicação de cores sólidas, e ficheiros CMYK para aplicação de cores em seleção.
	Azul reflexo	CMYC 71 35 0 0 RGB 73 142 204 HEX 498ECC	O Pantone 279 PC é utilizado para representar o azul reflexo. Utilize sempre os ficheiros Pantone fornecidos para aplicação de cores sólidas, e ficheiros CMYK para aplicação de cores em seleção.
	Verde limão luz	CMYC 57 0 100 0 RGB 122 193 67 HEX 7AC143	O Pantone 368 C é utilizado para representar o verde limão luz. Utilize sempre os ficheiros Pantone fornecidos para aplicação de cores sólidas, e ficheiros CMYK para aplicação de cores em seleção.
	Branco	CMYC 0 0 0 0 RGB 255 255 255 HEX FFFFFFFF	O Pantone white é utilizado para representar a área de proteção da marca gráfica.

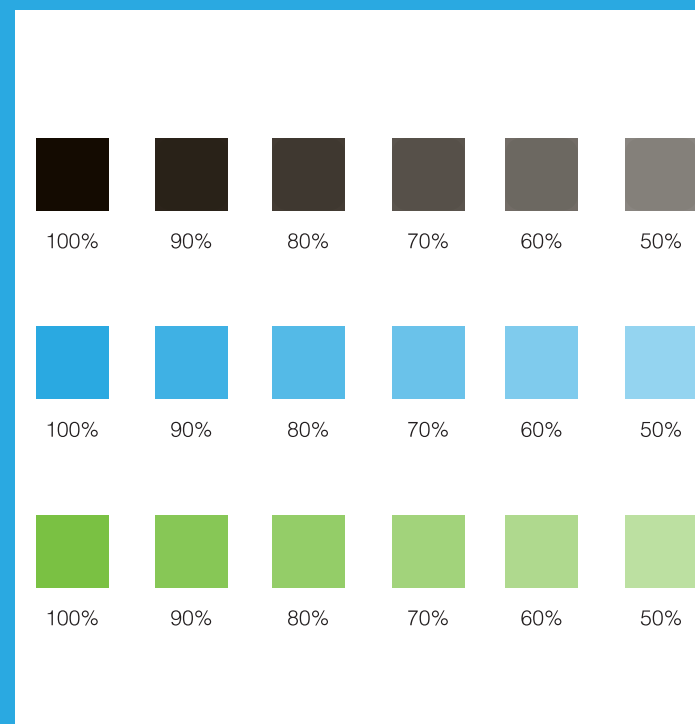
2.6.2

paleta principal desdobramento

O desdobramento das cores corporativas é utilizado quando se pretende utilizar uma percentagem de cor, para haver várias tonalidades.

Esta redução de percentagem é utilizada sobre fundos brancos nas aplicações da marca gráfica, desde que a sua legibilidade e leiturabilidade se mantenha.

Por outro lado é importante referir que o Município de Tábua tem sempre em mente questões ambientais e ecológicas.



2.7

PRINCIPAIS
Versão em cores corporativas

versões

Tendo em conta que a assinatura poderá ser utilizada em diversas situações, torna-se necessário criar duas disposições formais: uma horizontal e a outra vertical.

Sempre que seja possível, é recomendada a utilização da marca gráfica nas suas versões principais. No entanto, algumas técnicas de reprodução ou aplicações podem requerer outras versões da marca.

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



2.7.1

monocromia em escala

Tendo em conta que a assinatura poderá ser utilizada em diversas situações, torna-se necessário criar duas disposições formais: uma horizontal e a outra vertical.

Contemplando uma marca sustentável é necessário encontrar alternativas, para tal foi criada uma versão em escala de cinzas de modo a imprimir documentos de menor relevância usados apenas em questões internas do Município de Tabua.

PRINCIPAIS
Versão monocromática em escala

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



2.7.2

monocromia

Contemplando uma marca sustentável é necessário encontrar alternativas, para tal foram também desenvolvidas versões a preto e branco de modo a colocar sobre determinadas aplicações onde o preto e branco conferem à marca limpidez e simplicidade. É também utilizada em cópias de documentos internos para colocação em arquivo entre outras situações de menor relevância.

Para tal estão contempladas as versões vertical e horizontal, uma delas é versão positiva e a outra versão negativa.

Esta versão monocromática pode ainda ser possível em qualquer cor, desde que ofereça contraste com o fundo.

PRINCIPAIS
Versão positiva

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



PRINCIPAIS
Versão negativa

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



2.8

comportamento sobre fundos planos escuros

Apresentam-se alguns dos exemplos de tons de fundos onde é permitido aplicar uma versão principal vertical quando o suporte se encontra numa posição vertical e uma versão principal horizontal quando o suporte se encontra numa posição horizontal. O fundamental será manter o máximo contraste possível usando monocromia em negativo sobre fundos planos escuros.

Os fundos que melhor se adequam à marca, são fundos planos.



PRINCIPAIS
Monocromia em negativo

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



2.8.1

comportamento sobre fundos planos claros

Apresentam-se alguns dos exemplos de tons de fundos onde é permitido aplicar uma versão principal vertical quando o suporte se encontra numa posição vertical e uma versão principal horizontal quando o suporte se encontra numa posição horizontal. O fundamental será manter o máximo contraste possível usando monocromia em positivo sobre fundos planos claros.

Os fundos que melhor se adequam à marca, são fundos planos.

PRINCIPAIS
Monocromia em positivo

VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL



2.8.2

comportamento sobre fundos com imagem

Apresentam-se alguns dos exemplos de tons de fundos onde é permitido aplicar uma versão principal vertical quando o suporte se encontra numa posição vertical e uma versão principal horizontal quando o suporte se encontra numa posição horizontal. Os fundos com imagem que melhor se adequam à marca, são fundos livres de poluição visual.

O fundamental será manter o máximo contraste possível, com a marca gráfica a escuro sobre fundos com imagens claras e a marca gráfica a claro sobre fundos com imagens escuras



2.9

tipografia

O tipo de letra que utilizo na marca gráfica é baseada numa tipografia local romana que remonta ao Imperador Romano Tito, esta mesma foi redesenhada com base na tipografia Trajan Pro.



TRAJAN BOLD

ABCDEFGHIJLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

2.9.1

família tipográfica helvética

Quanto ao tipo de letra que utilizamos na comunicação é a Helvética por se caracterizar como uma fonte tipográfica geométrica, neutra, clara e sem significados intrínsecos na sua forma. O objetivo claro é projetar um concelho com um passado de relevante importância para um futuro inovador.



abc
1 2 3
ABC
& *

2.9.2

normas tipográficas

HELVÉTICA LIGHT

abcABC123

HELVÉTICA NORMAL

abcABC123

HELVÉTICA BOLD

abcABC123

HELVÉTICA BLACK

abcABC123

Helvetica Light

abcdefghijklmnopqrstuvw
yz1234567890
ACBDEFGHIJLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890

Helvetica Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvw
yz1234567890
ACBDEFGHIJLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890**

Helvetica-Normal

abcdefghijklmnopqrstuvw
yz1234567890
ACBDEFGHIJLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890

Helvetica-Black

**abcdefghijklmnopqrstuvw
yz1234567890
ACBDEFGHIJLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890**

HELVÉTICA LIGHT

Helvetica eram succrevit in MCMLVII Tacitus by Eduard et Max Miedinger in Haas'sche Schriftgiesserei in Münchenstein, Helvetia. Excolere voluimus Miedinger novum Vestibulum

HELVÉTICA BOLD

Helvetica eram succrevit in MCMLVII Tacitus by Eduard et Max Miedinger in Haas'sche Schriftgiesserei in Münchenstein, Helvetia. Excolere voluimus Miedinger novum Vestibulum

HELVÉTICA NORMAL

Helvetica eram succrevit in MCMLVII Tacitus by Eduard et Max Miedinger in Haas'sche Schriftgiesserei in Münchenstein, Helvetia. Excolere voluimus Miedinger novum Vestibulum

HELVÉTICA BLACK

Helvetica eram succrevit in MCMLVII Tacitus by Eduard et Max Miedinger in Haas'sche Schriftgiesserei in Münchenstein, Helvetia. Excolere voluimus Miedinger novum Vestibulum

Espessuras

A família tipográfica Helvética utilizada na comunicação do Município de Tábua é composta por quatro (4) espessuras - Light, Normal, Bold e Black - deste modo permite uma grande flexibilidade na sua utilização. Apesar de diferentes aplicações requererem diferentes estruturas tipográficas na espessura, normalmente quanto maior a espessura, mais facilmente e próxima será percecionada. Espessuras mais finas transmitem um tom mais refinado e sofisticado.

Texto

A tipografia Helvética foi desenhada para ser utilizada como tipo de letra geométrica, clara e sem significados intrínsecos na sua forma, como tal poderá ser utilizada em título, texto regular ou em legendas. Contudo, devido às suas proporções, recomendo a utilização da espessura Normal em texto normal. A recomendação tipográfica para texto normal é 11 pontos no corpo de letra, com 14 pontos de en-

trelinha e não mais do que 72 caracteres por linha.

Legendas

A Helvética é uma família tipográfica bastante legível e pode suportar um corpo de letra reduzido. Por essa razão pode ser utilizada facilmente em legendas, tanto em maiúsculas como em minúsculas. Contudo, de referir que a Helvética não deve ser utilizada abaixo dos 4 pontos no corpo de letra. Recomendamos a utilização da espessura 'Normal' para um corpo de letra abaixo dos 7 pontos.

Texto em Maiúsculas

Apesar da tipografia Helvética poder ser utilizada em maiúsculas para legendas de pequena dimensão, como previamente referido, recomendo a utilização de minúsculas na maior parte das aplicações tipográficas.

30 pt
O tipo de letra
que utilizo na
comunicação
é a Helvética

20 pt
O tipo de letra que uti-
lizo na comunicação é a
Helvética por se carac-
terizar como uma f.

14 pt
O tipo de letra que utilizo na comu-
nicação é a Helvética por se carac-
terizar como uma fonte tipogra-
fica geométrica, neutra,clar

11 pt
O tipo de letra que utilizo na comunicação é
a Helvética por se caracterizar como uma
fonte tipografica geométrica, neutra,
clara e sem significados intrínseco.

6 pt
O tipo de letra que utilizo na comunicação é a Helvética por se caracterizar como
uma fonte tipografica geométrica, neutra, clara e sem significados intrínsecos na
sua forma. O objetivo claro é projectar um concelho com um passado de
relevante importância para um futuro inovador. O tipo de letra qu.

2.9.3

maiúsculas e minúsculas

Títulos e subtítulos em minúsculas ou maiúsculas/minúsculas

Quando a designação Município de Tábuá é utilizada em títulos e subtítulos compostos em minúsculas ou maiúsculas/minúsculas, as suas iniciais devem ser escrita em maiúsculas e a restante designação em minúsculas e uma espessura duas vezes superior à aplicada na restante frase.

As espessuras 'Light' e 'Normal' são recomendadas para utilização em toda a comunicação.

Títulos e subtítulos em maiúsculas

Quando a designação MUNICÍPIO DE TÁBUA é utilizada em títulos e subtítulos totalmente compostos em MAIÚSCULAS, também deverá estar em MAIÚSCULAS. As espessuras devem respeitar o mesmo critério definido em cima.

Texto regular

A designação MUNICÍPIO DE TÁBUA em texto normal deve estar em MAIÚSCULAS.

TÍTULOS E SUBTÍTULOS EM MAIÚSCULAS OU MAIÚSCULAS/ MINÚSCULAS

num título ou subtítulo em minúsculas, a designação **município de tábuá** deve estar em minúsculas.

Num título ou subtítulo em maiúsculas/ minúsculas, a designação **Município de Tábuá** deve ser apresentado com as iniciais em maiúsculas e o restante texto em minúsculas.

TÍTULOS E SUBTÍTULOS EM MAIÚSCULAS

Num título ou subtítulo em maiúsculas /minúsculas, a designação **Município de Tábuá** deve ser apresentado com as iniciais em maiúsculas e o restante texto em minúsculas.

TEXTO REGULAR

Em texto regular, a designação MUNICÍPIO DE TÁBUA deve ser composta em maiúsculas. Helvetica eram succrevit in MCMLVII Tacitus by Eduard et Max Miedinger MUNICÍPIO DE TÁBUA in Haas'sche.

2.9.3

aplicações partilhadas

Na partilha de documentos como email, word e powerpoint, cujo destinatário não possua a Helvética, recomendamos a utilização da Arial, uma família tipográfica de sistema, compatível com MAC e Windows.

Nos suportes online da marca Município de Tábua deve ser utilizada a família tipográfica de sistema Arial.

aA

ARIAL BOLD

ACBDEFGHIJLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

aA

ARIAL REGULAR

ACBDEFGHIJLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEMPLATE DE EMAIL



ARIAL REGULAR

Sed congue dui turpis, sit amet malesuada erat ultricies vitae. Duis ornare, nulla a auctor imperdiet, mauris risus porta lorem, in gravida nulla dui in erat. In dapibus ac odio sit amet dictum. Praesent a neque porta, egestas turpis eget, tincidunt ligula. Maecenas malesuada eros id eros hendrerit bibendum. Praesent elit lacus, cursus quis pellentesque et, molestie interdum turpis. Donec enim justo, aliquet vitae est eu, mollis adipiscing mauris. Vivamus feugiat risus sit amet tortor dictum, vitae ornare ligula sollicitudin. Sed sed nunc ut nisl dictum venenatis. Cras in mauris sit amet erat fermentum molestie. Morbi lacinia semper ligula. Pellentesque tempus tellus quis velit sollicitudin fringilla.

3.

universo visual

A marca Município de Tábuá terá de transmitir expressão para representar algo. O conceito é associar mensagens com representações visuais e narrativas cativantes comunicando quem somos, o caminho que traçamos e o que é mais importante para nós. O Município de Tábuá 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.

3.1

tom de voz

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 somos escutados e compreendidos pelos nossos munícipes, parceiros, visitantes e mesmo pela organização Município de Tábuá.

transparente

O Município de Tábua fala uma linguagem bastante simples e direta, para que a comunicação se estabeleça de forma clara em todos os processos com os munícipes, parceiros e visitantes.



próximo

A marca fala num tom sociável, amigo e humano, projetando uma imagem de consenso e de acessibilidade. Assume um tom otimista que se afirmará na identidade da marca.



Acessível

A marca envolve-se num diálogo honesto com os seus munícipes, parceiros e visitantes. Partilha com ambos uma comunicação íntegra. Sempre disponível e pronta a ouvir os seus munícipes e ajudá-los a solucionar os seus problemas.



consciente

Fala num modo afirmativo e real reiterando o compromisso do Município de Tábua com preocupações ambientais, políticas de negócio sustentáveis e responsabilidade social.

Ciente

Fala com conhecimento dos benefícios, desafios e projeção do Município de Tábua. Por vezes pode utilizar um tom educativo, para que toda a audiência compreenda a mensagem de uma forma clara.



objetivo

Comunica de uma forma ativa e orientada, tendo como meta o cumprimento de promessas de uma forma honesta. Pensa em melhores práticas para a vida dos munícipes de modo a promover a sustentabilidade.



3.2

pictogramas

Para a marca Município de Tábua considerei importante a criação de uma pequena biblioteca de pictogramas. Estes mesmos pictogramas 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.



3.3

ilustração

Considerando que os elementos de construção da nossa 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.

Nesta ilustração utilizamos alguns dos pictogramas criados anteriormente.



4.

aplicações

Existem múltiplos suportes para aplicação da identidade Município de Tábuá. Passo a apresentar alguns exemplos desses suportes. Tendo em vista os valores ambientais somos conscientes do caminho que queremos seguir comprometendo-nos com a sustentabilidade e com a responsabilidade social. Deste modo o Município de Tábuá recomenda a utilização de materiais, produtos e métodos de produção amigos do ambiente, na seleção e criação de aplicações da identidade da marca como as que são apresentadas de seguida.

4.2

vestuário e acessórios

O vestuário e acessórios representam uma importante estratégia de comunicação da marca uma vez que são utilizados em contante movimento.

Preocupamo-nos com os materiais que os compõem, estes, são provenientes de garrafas de plástico e sobras de algodão, malhas e tecelagens que são transformadas em algodão.

Para o Município de Tabua existem preocupações ambientais, políticas de negócio sustentáveis e responsabilidade social.



camisolas de algodão reciclado



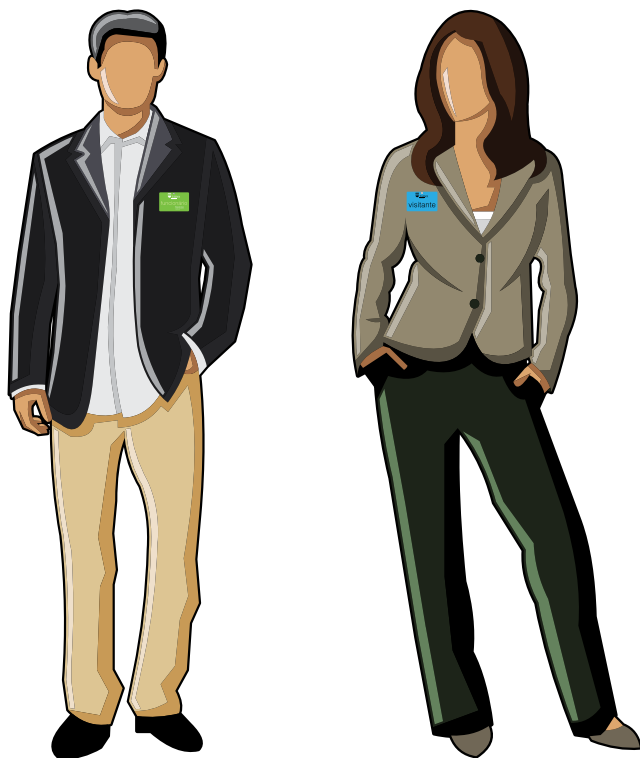
saco de algodão reciclado
30 x 30

4.3

cartões de identificação

Com a criação de cartões personalizados, pretendo assim que estes sejam utilizados da seguinte forma, o de funcionário deverá ser utilizado dentro do espaço do edifício da Câmara Municipal de Tábuá, o que tem a referência de exterior deverá ser utilizado por todos os funcionários que desempenham funções fora do espaço do edifício da Câmara Municipal de Tábuá e por fim o de visitante serve para identificar todos os visitantes em espaços públicos.

Os cartões de funcionário e exterior deverão ter impressos o nome de cada funcionário e a função que desempenham.

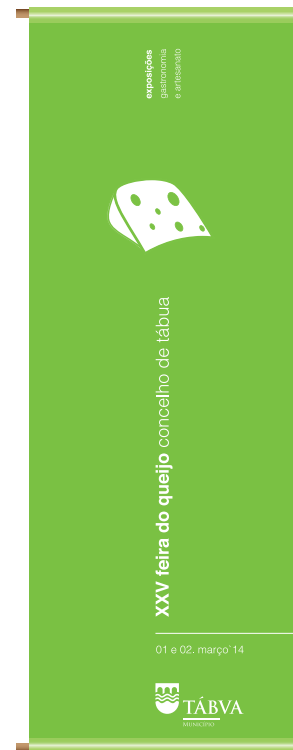


cartões de identificação
8,5 x 5,5 cm

4.4

objetos e faixas promocionais

A aplicação da nossa marca ao merchandising é muito importante como estratégia de comunicação como afirmação da marca pela população perante os outros municípios. O guarda-chuva é um objeto em contante movimento, útil e feito em material que pode ser reciclado no seu fim de ciclo.

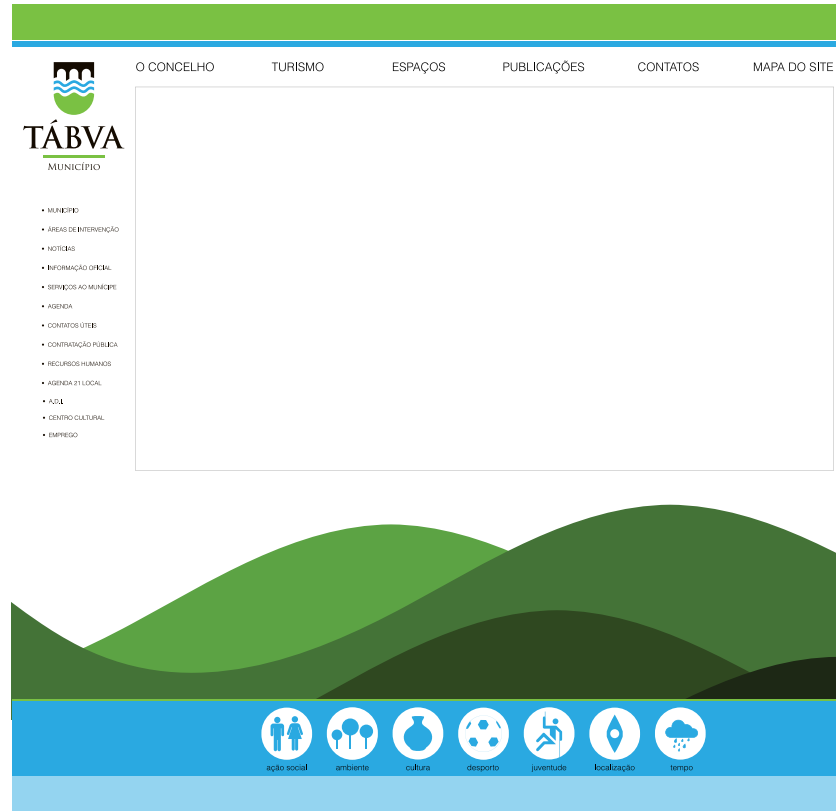


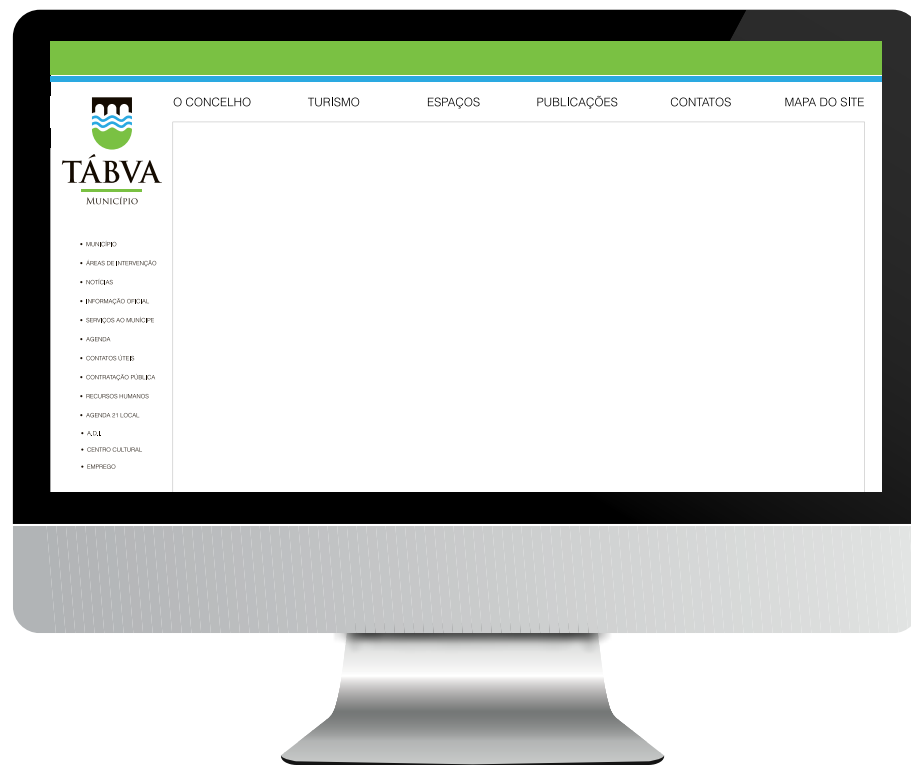
faixa promocional de evento
tela de aplicação no exterior (7,5m x 2m)

4.5

Site

Considerando a identidade corporativa do Município de Tábua composta por formas geométricas simples e planas, consideramos importante redesenhar o seu site tornando-o mais apelativo e mais coerente com a nova estratégia de comunicação. Passo a apresentar a sua estrutura de base.





4.6

mapa de orientação na vila

Tendo em vista a resolução de um problema real com o qual me deparei com a falta de mapas com localização de serviços públicos, restaurantes, hipermercados e alojamento, assim como a paragem de autocarro junto à escola um pouco degradada, adaptei a ilustração desenvolvida para a marca e desenvolvi mapas com respetivos pontos de referência com o objetivo de facilitar a vida dos munícipes e visitantes.



4.7

outdoor

O outdoor é um meio de comunicação que tem como função divulgar produtos, serviços e ideias. É considerado por muitos especialistas o mais público dos mídias, atinge todas as pessoas que andam pelas ruas, sem distinção.

Como tal o Município de Tábua, pretende estabelecer uma comunicação sólida com os seus munícipes e visitantes dando a conhecer a sua marca gráfica e a sua História.

Nesta comunicação são utilizados ícones que compõem uma ilustração que conta um pouco da História da Vila de Tábua.



4.8

frota automóvel

A frota automóvel para os serviços do Município de Tábua revelam-se importantes, pois têm o poder de difundir e comunicar a marca gráfica entre os cidadãos e visitantes.







Capítulo IX

ANÁLISE

9. Análise

Para a aceitação/ rejeição do conceito para a nova marca gráfica, foram necessários elaborar dois questionários à 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.

9.1 - 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 que exista 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 eletrónico 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.

9.1.1 - Análise de dados do questionário - marca gráfica atualmente utilizada.

Projeto para a nova Identidade Global do Município de Tábua.

Análise da marca gráfica utilizada atualmente no Município de Tábua

Eu, Pedro Ribeiro, aluno de Mestrado em Design Gráfico, da Escola Superior de Artes Aplicadas em parceria com a Faculdade de Arquitectura de Lisboa, do Instituto Politécnico de Castelo Branco / Universidade Técnica de Lisboa, venho pedir a sua colaboração para dar resposta a um questionário.

A elaboração deste questionário faz parte de um trabalho de investigação que visa a criação de uma Identidade Global para o Município de Tábua.

Agradeço desde já o tempo que irá dedicar ao preenchimento e devolução deste questionário.

Importa referir que a veracidade das suas respostas e o total preenchimento do questionário, são fundamentais para o trabalho de investigação em estudo.

Os dados recolhidos serão confidenciais e o seu uso será, exclusivamente, para efeitos académicos.

Diagnóstico de Avaliação | População não residente no Concelho de Tábua com idades compreendidas entre os 18-65 anos de idade.

Qual o distrito de Portugal Continental onde reside?

#	Questão	num	num (%)
2	Qual o distrito de Portugal Continental onde reside?	15	100%
	Aveiro	2	13.33%
	Beja	0	0%
	Braga	1	6.67%
	Bragança	0	0%
	Castelo Branco	3	20%
	Coimbra	2	13.33%
	Évora	2	13.33%
	Faro	0	0%
	Guarda	0	0%
	Lisboa	0	0%
	Lisboa	1	6.67%
	Portalegre	0	0%
	Porto	0	0%
	Santarém	1	6.67%
	Selkibal	1	6.67%
	Viana do Castelo	1	6.67%
	Vila Real	0	0%
	Viseu	1	6.67%

Tabela 17
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Questionário

Avalie numa escala de 0 a 3 as seguintes questões (sendo que 0 corresponde ao valor mínimo e 3 ao valor máximo)

- 0- Muito insatisfeito
- 1- Pouco satisfeito
- 2- Satisfeito
- 3- Muito Satisfeito

Q	Questão	sum	min	média	max
1	Concise (brevia)	15	0	1.16	3
2	Funcionalidade	15	0	1.2	3
3	Legibilidade	15	0	1.33	3
4	Legibilidade	15	0	1.27	3
5	Proporcionalidade (dimensão) entre o logotipo (a letra) e o símbolo (imagem)	15	0	1.13	3
6	Contraste	15	0	1	3
7	Paleta cromática (cores) utilizada	15	0	1.13	2
8	Visibilidade das cores utilizadas em poucos segundos	15	0	1.13	3
9	Visibilidade das formas utilizadas em poucos segundos	15	0	1.2	3
10	Distinção da marca gráfica atual entre outras marcas gráficas	15	0	0.93	3
11	Facilidade de reconhecimento do Concelho de Tábua	15	0	1.13	3
12	Tipografia (tipo de letra) utilizada	15	0	1.2	3
13	Contraste entre a Tipografia (tipo de letra) e os fundos	15	0	1.2	3
14	Simplicidade formal utilizada	15	0	1.2	3

Tabela 19
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Figura 43
(Atual marca gráfica utilizada no Município de Tábua, 2013, em linha).

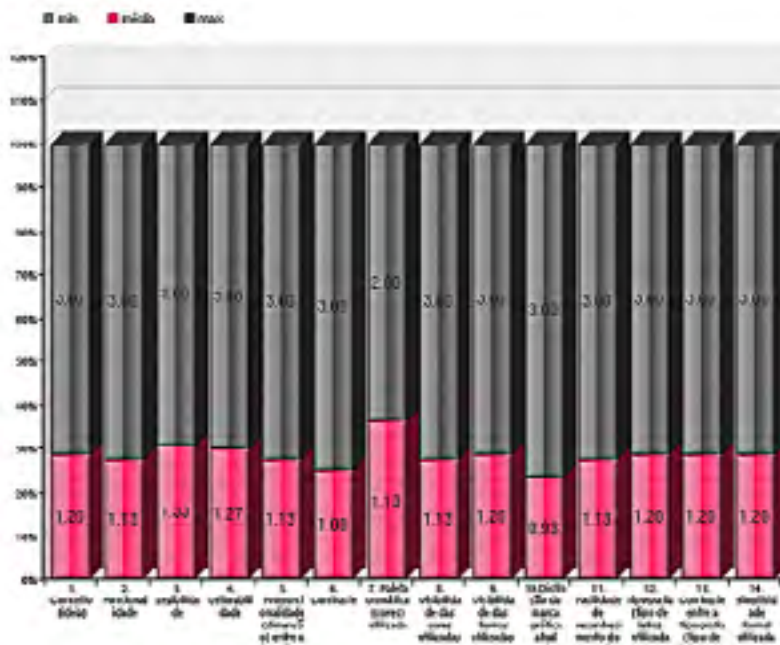


Gráfico de barras 19
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

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

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, leiturabilidade 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, apesentam um nível de satisfação entre o muito insatisfeito e o pouco satisfeito.

9.1.3 - Análise de dados do questionário - nova marca gráfica a ser aplicada

Projeto para a nova Identidade Global do Município de Tábua.

Análise da nova marca gráfica concebida para o Município de Tábua

Eu, Pedro Ribeiro, aluno de Mestrado em Design Gráfico, da Escola Superior de Artes Aplicadas em parceria com a Faculdade de Arquitectura de Lisboa, do Instituto Politécnico de Castelo Branco / Universidade Técnica de Lisboa, venho pedir a sua colaboração para dar resposta a um questionário.

A elaboração deste questionário faz parte de um trabalho de investigação que visa a criação de uma Identidade Global para o Município de Tábua.

Agradeço desde já o tempo que irá dedicar ao preenchimento e devolução deste questionário.

Importa referir que a veracidade das suas respostas e o total preenchimento do questionário, são fundamentais para o trabalho de investigação em estudo.

Os dados recolhidos serão confidenciais e o seu uso será, exclusivamente, para efeitos académicos.

Diagnóstico de Avaliação | População não residente no Concelho de Tábua com idades compreendidas entre os 18-65 anos de idade.

Qual o distrito de Portugal Continental onde reside?

#	Questão	num	num (%)
2	Qual o distrito de Portugal Continental onde reside?	15	100%
	Aveiro	1	6.67%
	Beja	0	0%
	Braga	2	13.33%
	Bragança	0	0%
	Castelo Branco	3	20%
	Coimbra	2	13.33%
	Évora	1	6.67%
	Faro	1	6.67%
	Guarda	1	6.67%
	Lamego	0	0%
	Lisboa	1	6.67%
	Ponte de Lima	0	0%
	Porto	1	6.67%
	Santarém	0	0%
	Setúbal	1	6.67%
	Viana do Castelo	1	6.67%
	Vila Real	0	0%
	Viseu	0	0%

Tabela 20
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Gráfico de rosca 20
 (Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

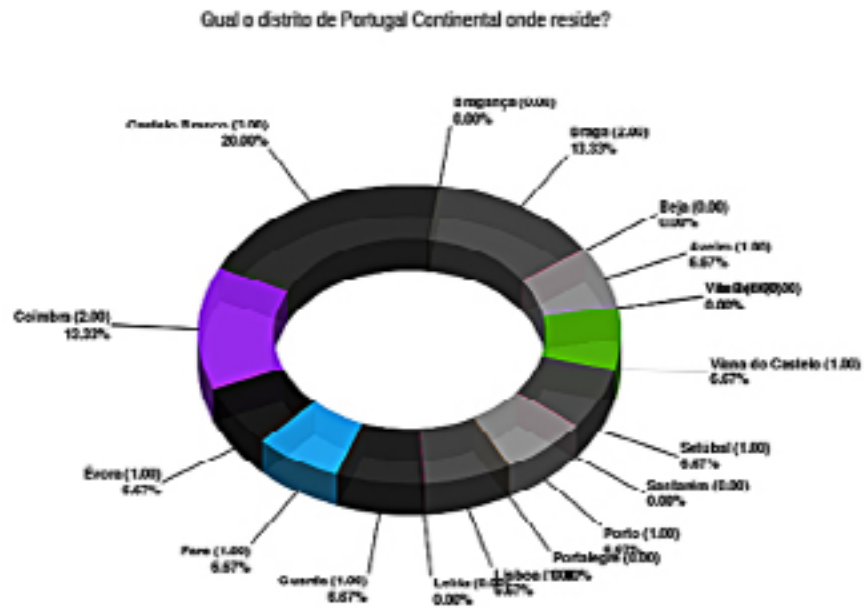


Tabela 21
 (Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

Sexo?

#	Question	num	num (%)
3	Sexo?	15	100%
	Masculino	8	53.33%
	Feminino	7	46.67%

Gráfico circular 21
 (Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Questionário

Avalie numa escala de 0 a 3 as seguintes questões (sendo que 0 corresponde ao valor mínimo e 3 ao valor máximo)

- 0- Muito insatisfeito
- 1- Pouco satisfeito
- 2- Satisfeito
- 3- Muito Satisfeito

#	Qualificação	num	min	médias	max
1	Conceito (ideia)	15	1	2,68	3
2	Funcionalidade	15	2	2,4	3
3	Legibilidade	15	2	2,67	3
4	Leiturabilidade	15	2	2,67	3
5	Proporcionalidade (dimensão) entre o logótipo (a letra) e o símbolo (imagem)	15	1	2,73	3
6	Contraste	15	2	2,47	3
7	Paleta cromática (cores) utilizada	15	3	2,8	3
8	Visibilidade das cores utilizadas em poucos segundos	15	2	2,73	3
9	Visibilidade dos formas utilizadas em poucos segundos	15	2	2,67	3
10	Distinção da nova marca gráfica entre outras marcas gráficas	15	2	2,8	3
11	Facilidade de reconhecimento do Concelho de Tábua	15	2	2,53	3
12	Tipografia (tipo de letra) utilizada	15	1	2,67	3
13	Contraste entre a Tipografia (tipo de letra) e os fundos	15	2	2,8	3
14	Simplicidade formal utilizada	15	3	3	3

Tabela 22
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).



Figura 44
(Nova marca gráfica desenvolvida para o Município de Tábua, 2013, Pedro Ribeiro).

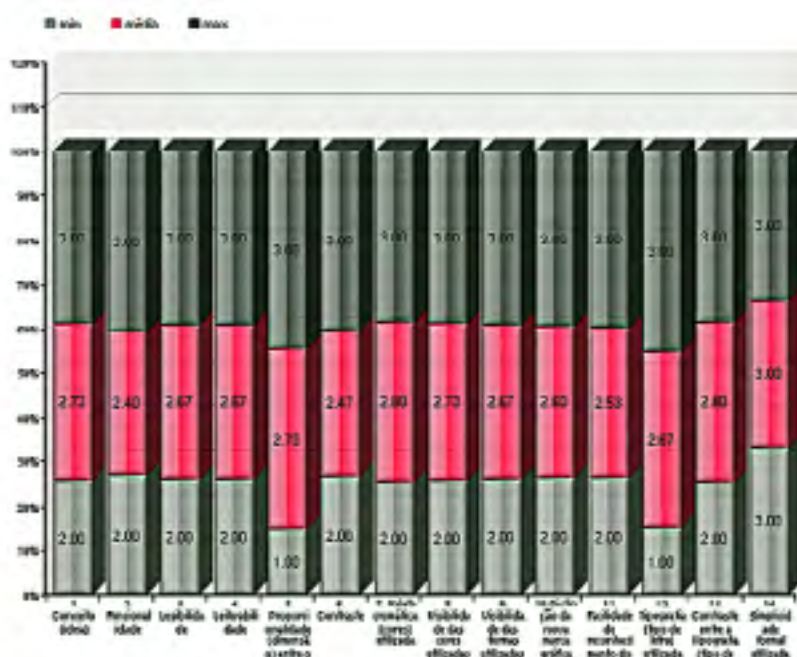


Gráfico de barras 22
(Dados finais do questionário realizado à População não residente no Concelho de Tábua, 2013, em linha).

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

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, leiturabilidade 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, apesentam um nível de satisfação entre o satisfeito e o muito satisfeito.

9.2 - 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, face que 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, responde também à questão da investigação se pode o Design Gráfico contribuir para a melhoria da comunicação corporativa do Município de Tábua.

Capítulo X

Aplicação e promoção da marca

10. Aplicação e promoção da marca Município de Tábua

O Design e a gestão da identidade corporativa

Para Daniel Raposo (2008, p.142) no contexto da gestão da identidade corporativa, o marketing e o design têm um papel relacionado, que passa pela redução da incerteza. Através do marketing, é possível obter alguns dados sobre o meio, oportunidades e necessidades, mas também como preparar e organizar globalmente ou especificamente tarefas ou estratégias.

Por outro lado o design possibilita a interpretação conceptual dos valores corporativos, dos dados fornecidos pelo marketing e a realização de pesquisa sobre os códigos visuais dos concorrentes ou culturais dos públicos-alvo.

A definição da estratégia nasce da intersecção de diferentes interesses e condicionantes como nos mostra a figura que se segue, tendo em conta as capacidades da empresa e a sua identidade. A agregação dos valores corporativos ao design e à sua conduta faz com que deixem de ser meras formas vazias, por sua vez possibilitando que o público se aproprie dos significados.

O Marketing encontra-se profundamente ligado à gestão e ao mercado, constituindo uma peça chave na definição da estratégia de marca da empresa, que estabelece relações de significado (código) entre diferentes signos (onde actua o design). Tal como a descodificação da mensagem depende largamente do código e dos signos utilizados, também a marca é validada pelo Marketing e pelo Design.

É importante que o designer de comunicação entenda o funcionamento do sistema semiótico corporativo, para que possa desempenhar correctamente as suas funções, procurando não desenvolver um trabalho apenas intuitivo.

Uma boa gestão de identidade corporativa passa pela interiorização e compreensão dos valores a transmitir, bem como da sua adequação ao público-alvo.

Será certamente importante que o gestor compreenda que, para criar e gerir uma marca, não bastará desenvolver e aplicar um logotipo e um estacionário, cujo sucesso parece depender da conduta geral da empresa e da forma como é implementada a identidade gráfica.

Figura 45
Fonte: Daniel Raposo (2008, p.142).



Assim se cada organização tem uma identidade corporativa que a torna única e impossível de copiar, deve ter um projecto de identidade visual que só faça sentido se lhe estiver agregado e que ajude a comunicar eficazmente os seus valores.

Como refere (Clarinda Almeida, 2004, O Marketing das Cidades, em linha) *toda esta dinâmica de uma vila ou cidade leva à procura de um mercado-alvo para além dos seus munícipes: os visitantes e turistas. Deve haver uma preocupação em criar condições para receber as pessoas de fora, quer aquelas que se desloquem em negócios, quer apenas por lazer.*

Correia (2003) introduz um elemento novo, o desenho das cidades como determinante da atratividade, refere que as cidades estão em competição entre si, as boas cidades vão vencer esta competição, as más vão perder porque perderão as empresas, os habitantes e o turismo. As cidades grandes, médias ou pequenas para sobreviverem têm de ser boas e o desenho das mesmas é crucial.

Em resumo, podem referir-se quatro aspectos que um lugar necessita de possuir para que se desenvolva uma boa política de marketing (Kotler et al., 1993): Assegurar a satisfação dos cidadãos, investidores e visitantes através do fornecimento dos serviços e infra-estruturas básicas;

Valores da Marca Município de Tábua

As marcas de sucesso gerem a sua imagem de forma eficaz através de um conhecimento profundo sobre os seus valores e o carácter que estes veiculam.

Na essência da marca Município de Tábua estão três valores principais: Diferenciação, Humanização e Inovação. Estas são características duradouras que permanecem intemporais e verdadeiras — elas ajudam a dar forma à marca e orientam-na na forma de comunicar.

Diferenciação

A diferenciação surge, com a necessidade que senti em criar uma marca única e que se distinga das outras, baseando-se em valores históricos de relevância nacional.

Quero diferenciar o concelho através da qualidade de serviços e infra-estruturas que presta aos seus cidadãos destacando-se com posicionamento em relação aos outros municípios.

Humanização

O Município de Tábua é uma marca que depende e está inteiramente ligada às pessoas. Através das relações solidas que cria com o seu cidadãos, clientes e parceiros, desenvolve serviços inovadores, o que se traduz em mais e melhor qualidade.

A transparência que o elevado grau que o Município de Tábua coloca em cada missão, dá resposta à satisfação das necessidades individuais e no bem-estar social dos cidadãos.

Inovação

A marca orienta-se pela excelência e dedica-se a uma inovação constante, em todos os níveis da organização. No grupo que constitui o Município de Tábua está bem patente positivismo e criatividade que se traduzem na projeção de todo o Concelho. Existem especialistas que estão constantemente a desenvolver soluções avançadas que se direcionam para o futuro.

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 considere 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.

Transparente

O Município de Tábua fala uma linguagem bastante simples e direta, para que a comunicação se estabeleça de forma clara em todos os processos com os munícipes, parceiros e visitantes.

Acessível

A marca envolve-se num diálogo honesto com os seus munícipes, parceiros e visitantes. Partilha com ambos uma comunicação íntegra. Sempre disponível e pronta a ouvir os seus munícipes e ajudá-los a solucionar os seus problemas.

Ciente

Fala com conhecimento dos benefícios, desafios e projeção do Município de Tábua.

Por vezes pode utilizar um tom educativo, para que toda a audiência compreenda a mensagem de uma forma clara.

Próximo

A marca fala num tom sociável, amigo e humano, projetando uma imagem de consenso e de acessibilidade. Assume um tom otimista que se afirmará na identidade da marca.

Objetivo

Comunica de uma forma ativa e orientada, tendo como meta os cumprimentos de promessas de uma forma honesta. Pensa em melhores práticas para a vida dos munícipes de modo a promover a sustentabilidade.

Consciente

Fala num modo afirmativo e real reiterando o compromisso do Município de Tábua com preocupações ambientais, políticas de negócio sustentáveis e responsabilidade social.

Capítulo XI

Estratégia de comunicação/ Contributo

11. Estratégia de comunicação e contributo deste projeto

No município de Tábua a aposta estratégica de comunicação 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.

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, isto 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

12. 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 decidi 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 Tabua tendo em vista perceber a evolução do brasão municipal do Município de Tábua. 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 funções 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 Atelier no Porto, fez-me perceber como foi desenvolvida a marca gráfica do Município de Almada que partiu 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 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 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 todas 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 TÁBVA 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 lugar 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

13. Recomendações para estudos futuros

O estudo e desenvolvimento da Comunicação Corporativa da marca Município de Tábua, 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 uma reconhecimento e localização de todas às 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 cidade, no turismo da cidade e, do ponto de vista das populações residentes, do sentimento de pertença reforçado pela marca.

Referências Bibliográficas

MONOGRAFIAS

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 O5 a O8 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 - **Designios de Santa Maria da Feira**.1ªed. 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

DOCUMENTOS ELETRÓNICOS

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>

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>. 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>

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.../documento1.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>

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=cmav2&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>

Bibliografia

MONOGRAFIAS

- 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
- ANGUS, Hyland e Steven, Bateman - **Símbolos**. Barcelona: Edições Gustavo Gili, 2011. ISBN 978-84-252-2401-0
- CHAVES, Norberto e Belluccia, Raul (2003) **La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logótipos**. Buenos Aires: Paidós, 2003
- 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
- DABNER, David - **Guia de Artes Gráficas: Design e Layout**. 1.ª ed. 2ª impressão, 2006. Barcelona: Quarto Inc., 2006. ISBN-13: 978-84-252-1933-7
- 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
- FRAGOSO, Ana Margarida - **O emblema da cidade de Lisboa: suporte comunicacional da identidade municipal**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002
- FERREIRA, Luís - **Tábua um passado com futuro**. 1ª ed. Portugal, edição Labdesign, 2007. Depósito Legal n.º 257596/07
- FRUTIGER, Adrian - **Sinais e Símbolos. Desenho, projeto, significado**, São Paulo, Martins Fontes Editora Lda., 2007.
- JOAN, Costa - **Design para os olhos - Marca, Cor, Identidade, Sinalética**. 1.ª ed. Lisboa: Dinalivro, 2011. ISBN 978-972-576-588-3
- JOHN, Kane - **Manual de tipografia**. 1ªed.Barcelona. Edição Gustavo Gili, 2005. ISBN 84-252-1980-9
- MACHADO, João - **Selos**. 1ªed. Portugal. Caleidoscópio_Edição e Artes Gráficas, S.A. 2010. ISBN 978-989-658-089-6
- MARTINS, José - **A natureza emocional da marca**. Rio de Janeiro: Elsevier editora Ltda, 4ª ed. 1999. ISBN 85-86014-28-1
- MATOS, Armando de - **Manual de Heráldica Portuguesa**. Porto: Liv. Fernando Machado, 1961.
- MUNARI, Bruno - **Design e Comunicação Visual**. 1.ª ed. Lisboa: Edições 70, 1968.
- 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 - **Designios 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**. 2.^a ed. Portugal, Lidel- edições técnicas, lda, 2011. ISBN 978-989-693-001-1

STEWART, Bill - **Packaging, Manual de diseño y producción**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008. ISBN: 978-84-252-2231-3

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

DOCUMENTOS ELETRÓNICOS

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>

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

DONIS, Donis A. - **A sintaxe da linguagem visual** [em linha]. [Consult.24 Nov. 2012].
Disponível na internet: <http://dcv1anocc.blogs.sapo.pt/>

Escalas de Pantone [Em linha].[Consult.13 Jul. 2013].

Disponível na Internet: <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>

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.../documento1.htm >

Identidade Visual da Universidade de Coimbra [Em linha].[Consult.17 Mar. 2013].

Disponível na internet: < http://www.uc.pt/identidadevisual/web>

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.>

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=cmav2&xpgid=genericPage&genericContentPage_qry=BOUI=18317227&actualmenu=18122203>

Município do Porto, especificações gráficas do Logótipo [Em linha].[Consult.09 Jan. 2013].

Disponível na internet: <http://www.cm-porto.pt/users/O/58/especificaesgrficasdol_g_16eOd6d8c899bb1aba46f7e6a4b881e4.pdf>

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>

