

2016

**SARA ISABEL
ABREU ALVES**

**A PROMOÇÃO DE UMA REGIÃO
ATRAVÉS DO DESIGN:
MUNICÍPIO DA RIBEIRA BRAVA**

**SARA ISABEL
ABREU ALVES**

**A PROMOÇÃO DE UMA REGIÃO
ATRAVÉS DO DESIGN
MUNICÍPIO DA RIBEIRA BRAVA**

Projeto apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em Design Visual realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Cristina de Sousa Araújo Pinheiro, Professora Auxiliar do IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário.

Dedico este trabalho aos meus pais e irmãs
que sempre me ajudaram em tudo,
incondicionalmente.

Aos que partiram sem me ver chegar até aqui,
em especial, ao meu avô.

o júri

Presidente

Doutor Fernando Jorge Matias Sanches de Oliveira
Professor auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa –
Universitário.

Vogais

Doutora Maria Luísa Abreu da Costa, Doutoramento em Design
pela FAUL
Professora Auxiliar e Coordenadora Científica do Curso de Design
de Comunicação, Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra.

Doutora Maria Cristina de Sousa Araújo Pinheiro
Professora auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa –
Universitário

agradecimentos

Em primeiro lugar, um agradecimento especial à Doutora Maria Cristina Pinheiro pela orientação e apoio neste projeto, bem como o acompanhamento incansável ao longo deste mestrado.

Ao IADE pela importância que teve e tem na minha vida.

À minha família por toda a ajuda e paciência.

Ao Tiago pelo encorajamento, contributo e total apoio.

Por fim, aos meus “bichanos” por fazerem de mim uma pessoa tão feliz.

palavras-chave

Identidade Visual; Design; Turismo; Ribeira Brava

resumo

Este projeto insere-se no âmbito do Mestrado em Design e Cultura Visual, procurando explorar a importância da existência de uma marca territorial, associando o contributo do design à promoção turística e cultural. Os setores do turismo e da cultura têm assumido, gradualmente, um papel relevante, assumindo-se como áreas estratégicas responsáveis pelo crescimento económico e social de muitos territórios.

O contexto de intervenção foi uma vila madeirense, de nome Ribeira Brava. Esta vila e as aldeias circundantes estão entre os principais recursos da região, associando-se um grande interesse turístico ao seu património arquitectónico, monumental, cultural e etnográfico. Através do desenvolvimento de uma Identidade Visual e de peças de design editorial, este projeto pretendeu utilizar o design como um elemento potenciador de estratégias, ao contribuir para melhorar a sua divulgação, dar-lhe maior visibilidade nacional e internacional e incentivar o desenvolvimento local em termos económicos e culturais.

Como Metodologia usamos a Pesquisa de Campo, com recolha de informação no local, depoimentos dos habitantes e identificação de recursos naturais. Construída a identidade, a marca foi depois validada por peritos da área, cujas opiniões foram incorporadas no seu desenho final. O projeto de Design Editorial concretizou-se com um Guia turístico.

O projeto contribuiu assim para o desenvolvimento da região, reforçando o papel do design na promoção turística e cultural da Ribeira Brava.

Keywords

Visual Identity; Design; Tourism; Ribeira Brava

abstract

This project was developed in the context of Design and Visual Culture Master Course, exploring the importance of territorial branding, involving the contribution of design with touristic and cultural promotion. The tourism and culture sectors have gradually played an important role in contemporary society, assuming as strategic areas, responsible for economic and social growth of many territories.

The intervention context was a Madeira's village named Ribeira Brava. This village and the surrounding area, are among the main resources of the region, associating great tourist interest in architectural, monumental, cultural and ethnographic heritage.

Through the development of a new visual identity and editorial design pieces, this project intended to use design as an enhancing strategies element, helping improve dissemination, giving greater national and international visibility and promoting local development in economic and cultural terms.

As methodology we use field research, with gathering of information on site, residents testimonials and identification of natural resources. After building visual identity, the brand was then validated by experts in the field, whose views were embedded in its final design. The project of editorial design was accomplished with a tourist guide.

Thus, the project has contributed to local development, enhancing the role of design in touristic and cultural promotion of Ribeira Brava.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama do Estudo	3
Figura 2 Vila da Ribeira Brava ao fundo, vista do miradouro do Espigão	7
Figura 3 Francisco Correia Herédia, Visconde da Ribeira Brava	8
Figura 4 Mapa da Madeira com o Município em destaque	9
Figura 5 Forte da Ribeira Brava	11
Figura 6 Mercado Municipal	11
Figura 7 Igreja Matriz da Ribeira Brava	12
Figura 8 Núcleo de Pratas	13
Figura 9 Solar dos Herédias	14
Figura 10 Museu Etnográfico da Madeira	15
Figura 11 Farol da Ribeira Brava	16
Figura 12 Cais da Ribeira Brava	17
Figura 13 Miradouro de São Sebastião	18
Figura 14 Miradouro da Encumeada	18
Figura 15 Miradouro do Espigão	19
Figura 16 Taberna da Poncha, a poncha e os famosos “caralinhos”	20
Figura 17 Calhau da Lapa	20
Figura 18 Fajã dos Padres	21
Figura 19 Marcações norte-americanas feitas em gado no século XVI e XVII	24
Figura 20 Logótipo da marca da cidade de Melbourne	26
Figura 21 Símbolo da marca da cidade de Melbourne	26
Figura 22 Esquema de formatos de página	33
Figura 23 Sistema de divisão de página de Villard de Honnecourt	34
Figura 24 Sistema de divisão da página de Paul Renner	35
Figura 25 Sistema de divisão de página “Raiz Quadrada”	36
Figura 26 Espaçamento e entrelinhamento na tipografia	37
Figura 27 Marca atual do Município da Ribeira Brava	42

Figura 28 Vila da Ribeira Brava	43
Figura 29 Igreja Matriz da Ribeira Brava durante a festa de S. Bento, realizada em Março	43
Figura 30 Igreja do Campanário	44
Figura 31 Forte de S. Bento	44
Figura 32 Solar dos Herédias	45
Figura 33 Museu Etnográfico da Madeira e antigo Convento Franciscano	45
Figura 34 Igreja da Serra de Água	46
Figura 35 Igreja da Tabua	46
Figura 36 Bordadeira e o Bordado Madeira	47
Figura 37 Artesã a produzir tapeçaria	47
Figura 38 Gaiolas e cestos feitos em canas vieiras, são artigos muito comuns no artesanato ribeirabravense	48
Figura 39 Barco construído com fósforos	48
Figura 40 Bolo Preto	49
Figura 41 Açorda Madeirense	49
Figura 42 Bolo do Caco	50
Figura 43 Bolo de Mel	50
Figura 44 Broas de Mel	51
Figura 45 Espetada Regional	51
Figura 46 Inhame	52
Figura 47 Poncha Regional	52
Figura 48 Sopa de Trigo	53
Figura 49 Marca da Identidade de Aldeias do Xisto e marca aplicada na Identificação da loja das Aldeias do Xisto	54
Figura 50 Mind Map do projeto	57
Figura 51 Mood Board do projeto	58
Figura 52 Versão inicial da marca, enviada aos peritos	60
Figura 53 Comparação da marca inicial com a final	61

Figura 54 Inspiração e símbolo da marca Ribeira Brava	62
Figura 55 Logótipo da marca Ribeira Brava	62
Figura 56 Versão principal da marca gráfica do Município da Ribeira Brava	63
Figura 57 Cartão de visita do Município	64
Figura 58 Envelope do Município	64
Figura 59 Papel de carta do Município	65
Figura 60 Proposta de carrinha de serviço para o Município	66
Figura 61 Cartão de Cumprimentos do Município	66
Figura 62 Capa do guia turístico	67
Figura 63 Segunda e terceira páginas do guia turístico	68
Figura 64 Exemplo de um dos separadores de duas páginas do guia turístico	69
Figura 65 Página de boas vindas do guia turístico	70
Figura 66 Exemplo de páginas do guia turístico	71
Figura 67 Exemplo de páginas com informações sobre alojamento do guia turístico	71
Figura 68 Páginas com contatos úteis do guia turístico	72
Figura 69 T-shirt e saco de pano com ilustração de uma das janelas frontais do Solar dos Herédias	73
Figura 70 T-shirt e saco de pano com ilustração de uma das janelas frontais do Solar dos Herédias, em linha	73
Figura 71 T-shirt e saco de pano baseados nos pontos do Bordado Madeira	74
Figura 72 T-shirt e saco de pano baseados no desenho técnico dos bordados	74
Figura 73 T-shirt e saco de pano baseados no desenho do Bordado Madeira	75

ÍNDICE GERAL

DEDICATÓRIA	III
JÚRI	IV
AGRADECIMENTOS	V
RESUMO PALAVRAS-CHAVE	VII
ABSTRACT KEYWORDS	IX
ÍNDICE DE IMAGENS	XI
ÍNDICE GERAL	XV
INTRODUÇÃO	1
1. Enquadramento	1
2. Objeto de Estudo	1
3. Objetivos	2
4. Metodologia	2
5. Diagrama do Estudo	3
CAPÍTULO I	5
1. Enquadramento Teórico	5
1.1. Turismo Sustentável	5
1.2. A Ribeira Brava – Caracterização da Região	7
1.2.1. História	7
1.2.2. Geografia	9
1.2.3. Freguesias	10
1.2.4. Locais de Interesse	10
1.2.4.1. Forte da Ribeira Brava	10
1.2.4.2. Mercado Municipal	11
1.2.4.3. Igreja Matriz da Ribeira Brava	12
1.2.4.4. Núcleo de Pratas	13

1.2.4.5. Solar dos Herédias	13
1.2.4.6. Museu Etnográfico da Madeira	14
1.2.4.7. Farol da ribeira Brava	16
1.2.4.8. Cais da Ribeira Brava	16
1.2.4.9. Miradouros	17
1.2.4.10. Taberna da Poncha	19
1.2.4.11. Calhau da Lapa	20
1.2.4.12. Fajã dos Padres	21
1.3. Design Visual Design Gráfico	22
1.3.1. Identidade Visual	22
1.3.1.1. História da Marca	23
1.3.1.2. Identidade <i>versus</i> Imagem	26
1.3.1.3. A Identidade Corporativa e os elementos que a compõem	27
1.3.1.4. Como Criar a Identidade Visual de uma Região	29
1.3.2. Design Editorial	31
CAPÍTULO II	39
2. Metodologia	39
2.1. Processo Metodológico	39
2.2. Pesquisa de Campo: O Município da Ribeira Brava	41
2.2.1. Caracterização do Município da Ribeira Brava	41
2.2.1.1. Património Cultural	43
2.2.1.2. Artesanato	47
2.2.1.3. Gastronomia	49
2.3. Caso de Referência	53
2.3.1. Aldeias do Xisto	53
2.3.1.1. O Projeto	53
2.3.1.2. Identidade Visual	54

2.3.2. Síntese dos Dados Recolhidos	55
CAPÍTULO III	57
3. Projeto	57
3.1. Definição Conceptual	57
3.1.1. Mind Map	57
3.1.2. Mood Board	58
3.1.3. Conceito	59
3.2. Identidade Visual	59
3.2.1. Validação por Peritos	60
3.2.2. Redesign da Marca	61
3.2.3. Símbolo	61
3.2.4. Logótipo	62
3.2.5. Marca Gráfica	63
3.2.6. Normalização da Marca	63
3.3. Design Editorial – Guia Turístico	66
3.3.1. Conteúdos	68
3.3.2. Normalização do Livro	70
3.4. Outros Exemplos de Aplicação da Marca	72
CAPÍTULO IV	77
4. Conclusões	77
BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
APÊNDICES	83
Apêndice 1 – Manual de Normas	83
Apêndice 2 – Guia Turístico	109
Apêndice 3 – Suplemento de Roteiros e Levadas	171

Apêndice 4 – Mapa	181
Apêndice 5 – Questionário a Peritos	182

INTRODUÇÃO

1. Enquadramento

Este projeto surge no âmbito do Mestrado em Design e Cultura Visual, integrando áreas do design de Comunicação Visual e Editorial.

Pretende estudar o papel do design na promoção turística local, através da criação de uma nova imagem visual para o município, que melhore e promova a região da Ribeira Brava turística e culturalmente.

Muitas das vilas da região enfrentam um risco de desertificação, pela deslocação elevada dos seus habitantes mais novos para as cidades, em busca de melhores condições de vida, provocando assim o envelhecimento da população que fica. O turismo rural é uma forma de revitalizar essas zonas e de proteger o património de cair no abandono. Os setores do turismo e da cultura têm assumido, gradualmente, um papel relevante na sociedade contemporânea e assumem-se como áreas estratégicas responsáveis pelo crescimento económico e social de muitos territórios, principalmente na Região Autónoma da Madeira.

Num contexto onde os problemas sociais e económicos condicionam a sua sustentabilidade, a região regista uma procura turística bastante elevada, o que indica ser uma zona em crescimento enquanto destino turístico. A vila da Ribeira Brava e os sítios circundantes estão entre os principais recursos da região associando-se, assim, um grande interesse turístico no seu património arquitetónico, monumental, cultural e etnográfico.

2. Objeto de Estudo

O contexto de intervenção foi uma vila, chamada Ribeira Brava, situada na costa sudoeste da Ilha da Madeira. Com este projeto desenvolveu-se uma Identidade Visual para o município, com a criação de uma marca, de um guia cultural, de um suplemento de roteiros e levadas, de um mapa desdobrável e de alguns objetos de merchandising.

3. Objetivos

A identidade visual de um local tem muito a ver com as ideias, crenças e impressões que as pessoas adquirem desse sítio e varia de pessoa para pessoa e de local para local. Os problemas e envolvimento da população são essenciais na construção de uma identidade e, quando se pretende transmitir informação, deve-se ter em atenção os diferentes públicos que a vão receber. Cabe aos designers o papel de criar formas que deem mais visibilidade à vila, em território nacional e internacional.

Este projeto tem como objetivo a identificação da riqueza cultural e dos recursos naturais e endógenos da região para, a partir daí, criar uma oferta diferenciadora, apostando numa imagem mais atual e apresentando uma proposta de guia turístico apelativo e, sobretudo, útil para quem visita o município.

4. Metodologia

Como processo metodológico numa primeira fase usamos a Pesquisa de Campo, uma metodologia não interventiva, com recolha de informação no local, e identificação de recursos naturais. Através de registos fotográficos identificaram-se os recursos naturais e endógenos da região, a riqueza cultural, os monumentos. Com depoimentos dos habitantes, identificamos as pessoas importantes, recolha de histórias pitorescas, os hábitos, as tradições e a gastronomia. Daqui extraíram-se alguns dados e, conseqüentemente, fez-se uma análise e síntese do que foi recolhido.

Retirada a informação importante desta pesquisa, seguiu-se a realização do projeto de design onde se desenhou a nova marca do Município da Ribeira Brava que foi enviada a peritos da área para a sua validação.

Com os contributos e sugestões destes peritos redefiniu-se o desenho da versão final da marca gráfica, seguindo-se a sua aplicação a merchandising, ao guia turístico, a mapas e alguns objetos.

5. Diagrama do Estudo

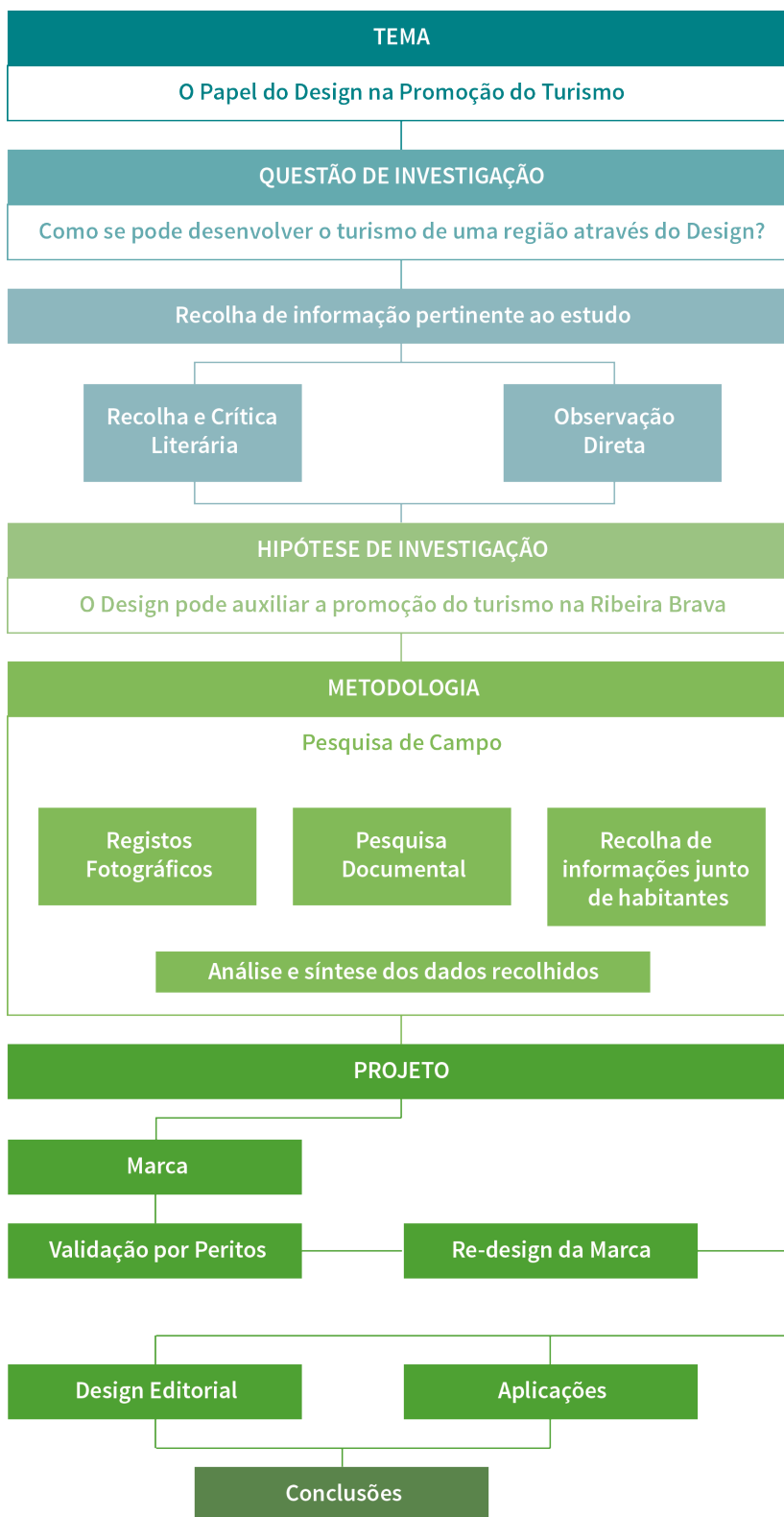


Figura 1 | Diagrama do Estudo

CAPÍTULO I

1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1. TURISMO SUSTENTÁVEL

O crescimento económico para as economias e regiões secundárias que, devido aos processos de desenvolvimento utilizados, têm resultado em desigualdades sociais e desequilíbrios ambientais, é uma das questões importantes existentes desde os anos cinquenta (Barata, 2011). O turismo em espaço tem sido uma das formas encontradas para a promoção de algumas regiões que se preocupam acerca da preservação do seu património cultural e paisagístico.

Barata (2011), afirma que o turismo pode ser encarado como uma forma de estratégia para o desenvolvimento social e económico, gerando mais riqueza para uma determinada região, através da construção de novas infraestruturas, do aumento de rendimentos, da formação de recursos humanos, do aumento do nível de produção e da criação de postos de trabalho.

O turismo sustentável é aquele que tem em consideração as solicitações dos turistas de hoje em dia, sem destruir os recursos que possam ser utilizados por gerações futuras e pretende a manutenção do património natural e cultural e a satisfação do turista (Barata, 2011).

A procura e a oferta dos serviços relacionados com o turismo reflete o progressivo envelhecimento demográfico da população ocidental (Cardoso, 2002), a necessidade de facilitar a mobilidade geográfica dos cidadãos pelo mundo e o facto da população ser cada vez mais instruída e informada que consome mais tempo de férias e de lazer em comparação às gerações anteriores.

O turismo, como indústria fragmentada que é, formada por pequenas unidades, tem sido negligenciada como um potencial criador de emprego. Contudo, a implementação de projetos de turismo rural deve contribuir para o desenvolvimento

das áreas que ainda detêm um património cultural e paisagístico a preservar e que, de uma forma sustentável, promovam o equilíbrio local e regional, de tal forma que os impactos negativos sejam minimizados (Cardoso, 2002). É necessária a atenção de várias entidades como o Estado, as empresas e as comunidades locais, não podendo estas distanciarem-se do processo de mudança e de revitalização das áreas rurais. E o Design Visual que contribui, através do desenvolvimento de projetos de Identidade Visual que promovam, de forma sustentável, estas áreas rurais.

O Design Sustentável é a forma de projetar algo, respeitando as regras da sustentabilidade, a preocupação com o ambiente, o cuidado com a extração da matéria-prima e da energia necessária para a sua produção. O resultado deste ato, são produtos acessíveis economicamente, abrangendo o maior número possível de pessoas, cumprindo, mesmo assim, com a sua função fundamental, ou seja, trazer o bem-estar e a satisfação a quem os utiliza. Neste caso, pretendemos com este projeto potenciar um turismo em espaço rural, aproveitando as riquezas naturais e criando sugestões alternativas que preservem o ambiente natural sem deixar de oferecer experiências singulares.

Desenvolver o turismo sustentável é promover e dinamizar a economia local, conservar o meio ambiente natural e incentivar práticas ambientais adequadas, com projetos que causem menos impacto no território. A proposta do Guia Turístico com sugestão dos percursos das levadas é disso um bom exemplo.

1.2. A RIBEIRA BRAVA – CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO



Figura 2 | Vila da Ribeira Brava ao fundo, vista do Miradouro do Espigão. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.1. HISTÓRIA

Em meados do século XV, a bravura das águas da ribeira deu o nome à freguesia da Ribeira Brava. A sua abundância em canaviais, os imensos recursos agrícolas e os seus trigais, valeu-lhe outrora a denominação de “celeiro do Funchal”¹.

Localizada na costa sudoeste da Ilha da Madeira, a Ribeira Brava é uma das localidades mais antigas da Madeira, que devido à sua orografia, teve um papel muito importante nas comunicações entre todos os pontos da ilha. Entre 1904 e 1908 foi construído um pequeno cais que lhe garantia mais facilidade de acesso ao Funchal e a sua preponderância como entreposto por onde se escoavam os produtos da Costa

¹ Boletim informativo do Museu Etnográfico da Madeira.

Norte, torna-se ainda, nó de comunicação essencial com a evolução dos transportes terrestres e o conseqüente incremento da rede viária regional.²

A crescente importância do lugar levou a que a população reivindicasse a elevação a vila, mas só após a Implementação da república, mais concretamente por decreto de 6 de Maio de 1914, foi criado o concelho. Os ribeirabravenses devem-no a Francisco Correia Herédia, Visconde da Ribeira Brava (**figura 3**).³



Figura 3 | Francisco Correia Herédia, Visconde da Ribeira Brava. (Fonte: <https://goo.gl/images/6eYisv>)

A necessidade de defesa dos nossos ancoradouros, demasiado expostos às investidas dos corsários, levou, no início do século XVIII à construção de diversas fortificações ao longo do litoral. Neste contexto foi construído, em 1708, o Forte de São Bento, de planta circular e do qual apenas resta a pequena torre.

A Igreja Matriz de invocação a S. Bento, é o resultado de profundas alterações e acrescentamentos, embora mantenha vestígios marcantes de cada etapa da história passada. Testemunha riquezas de outrora que se descobrem nas decorações, nos trabalhos de folha e de pedra, na pintura, na escultura e sobretudo o acervo das pratas, atualmente reunido à parte, de forma a constituir um núcleo museológico visitável.

² <http://www.cm-ribeirabrava.pt/index.php?lang=pt&s=directorio&pid=26&title=historia&ppid=1>

³ Boletim informativo do Museu Etnográfico da Madeira

1.2.2. GEOGRAFIA

O concelho da Ribeira Brava tem uma área de 65 Km² e é formado por quatro freguesias; a freguesia do Campanário que é caracterizada por ser muito populosa, a freguesia da Ribeira Brava que é um dos mais antigos locais da região e desde cedo assumiu-se como eixo de ligação com a parte norte e oeste da ilha, a freguesia da Serra de Água que foi doada de sesmarias a um dos descendentes de Zarco: Helena Gonçalves. Esta localidade foi, durante muitos anos, abundante em madeiras, ao contrário das localidades ribeirinhas. Por fim, a freguesia da Tabua, que é a freguesia menos populosa do concelho. Pertencia inicialmente ao concelho da Ponta do Sol, passando mais tarde para dentro dos limites do concelho ribeirabravense. O município tem um total de cerca de 13 375 habitantes (dados de 2011).

Possui um clima mediterrânico temperado, com verões a atingir, em média os 27°C e Invernos também amenos, à volta dos 16°C.

Relativamente ao relevo desta região, este apresenta-se bastante acidentado, dominado por vales profundos e com desníveis abruptos. Os pontos mais elevados são o Pico Grande e o Pico do Cerco, com 1 675 e 1 586 m, respetivamente.

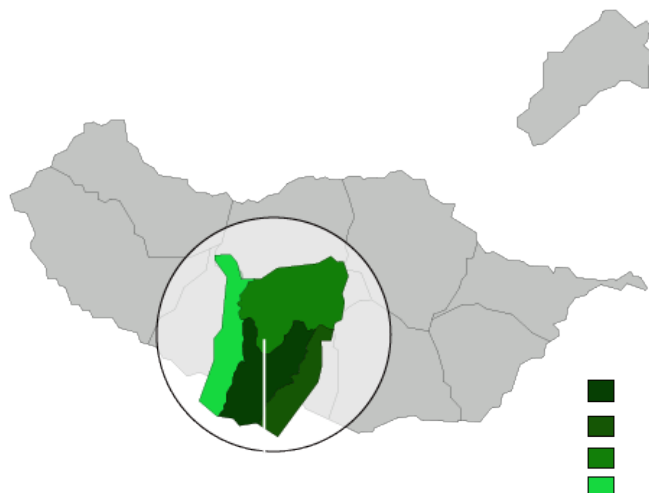


Figura 4 | Mapa da Madeira com o Município em destaque. (Fonte: <https://goo.gl/images/mi1nMk>)

1.2.3. FREGUESIAS

O concelho da Ribeira Brava é composto pelas freguesias da Ribeira Brava, Tabua, Campanário e Serra de Água.

Desde 1440 que a Ribeira Brava é considerada paróquia e enquadra-se no grupo de paróquias criadas nos anos após à morte do infante D. Henrique, em 1460.

A freguesia de Atabua, a partir de 1838, viu o seu nome ser alterado pelo Padre António Francisco Drummond e Vasconcelos, para Tabua. A 18 de Outubro de 1881, a freguesia foi anexada ao concelho da ponta do Sol e aí se manteve até 1914, altura em que foi desanexada para ser incluída no novo concelho da Ribeira Brava.

Criada em 1556, a paróquia e, agora, freguesia do Campanário, esteve subordinada a diversos municípios ao longo do seu percurso histórico.

A freguesia da Serra de Água estava anexada ao concelho da Ponta do Sol até 1914, altura em que foi criado o município da Ribeira Brava, ao qual passou a pertencer e onde permanece até aos dias de hoje.

1.2.4. LOCAIS DE INTERESSE

1.2.4.1. FORTE DA RIBEIRA BRAVA

Sendo necessária a defesa da costa da ilha perante os piratas e corsários, a construção do Forte da Ribeira Brava foi determinada pelo governador Duarte Sodré Pereira para a defesa daquele ancoradouro, em 1708.

O forte é uma pequena torre de planta circular, coberta por um terraço ameadado por guarita. Na fachada principal virada a Norte, abre-se uma porta em arco de volta perfeita, com inscrições e armas nacionais. Do lado do mar pode-se observar um pequeno nicho que contém uma imagem de S. Bento, padroeiro da vila.

Em 1920 esta pequena fortificação foi alugada à Câmara Municipal para ser utilizada como prisão.



Figura 5 | Forte da Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.2. MERCADO MUNICIPAL

Situado junto ao Forte, encontramos o Mercado Municipal. A Ribeira Brava desde muito cedo revelou-se um local comercial, onde se efetuavam trocas e vendas de produtos vindos das zonas fronteiriças.

Aqui podemos encontrar artesanato regional e alimentos frescos, resultantes da atividade agrícola e piscatória regional.



Figura 6 | Mercado Municipal. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.3. IGREJA MATRIZ DA RIBEIRA BRAVA

Tendo como orago a S. Bento, a Igreja é dotada de um portal de três arquivoltas góticas, com capiteis historiados, praticamente sem igual na ilha. A sua construção data do século XVI, sendo modificada através dos séculos até chegar ao edifício atual. No interior, encontramos três andares principais: o altar-mor e outros dois laterais. A capela-mor é denominada por um magnífico retábulo de talha dourada e policromada dos finais do século XVII, atribuído à oficina de Manuel Pereira de Almeida, igualmente responsável pelos outros dois altares.

Pode-se encontrar também conjuntos de imagens, uma imagem monumental de Nossa Senhora do Rosário, de produção flamenga, possivelmente das oficinas da Antuérpia, datável de cerca de 1520. A Matriz ainda possui uma magnífica tábua atribuída ao pintor flamengo, Francisco Henriques, representando Nossa Senhora, S. Bento e S. Bernardo.

No seu interior podemos encontrar trabalhos manuelinos como os capiteis, o púlpito da Matriz e a Pia Batismal (oferta de D. Manuel I).



Figura 7 | Igreja Matriz da Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.4. NÚCLEO DE PRATAS

A cruz, datada de 1584, é atribuída a Marcos Agostinho, entre outras atribuídas ao mesmo autor que se podem ver neste pequeno núcleo.

Num espólio de 66 peças, existem castiçais em prata, coroas, varas, galhetas, cálices, caldeirinhas e outros objetos em prata, datados do século XVI e XVII.



Figura 8 | Núcleo de Pratas. (Fonte: <https://goo.gl/images/CV4Jha>)

1.2.4.5. SOLAR DOS HERÉDIAS

Ao lado da Igreja podemos encontrar a antiga moradia do fundador do concelho, Francisco Correia Herédia.

No solar da sua família, encontra-se, hoje em dia, a Câmara Municipal. Apesar das remodelações sofridas nestes dois últimos séculos, apresenta sobre a porta uma inscrição do século XVIII e mantém no pequeno jardim, bem ao gosto madeirense, o empedrado de calhau rolado tradicional e inúmeras espécies naturais de flora.





Figura 9 | Solar dos Herédias. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.6. MUSEU ETNOGRÁFICO DA MADEIRA

O edifício onde está instalado o Museu Etnográfico da Madeira, foi moradia de Luís Gonçalves da Silva, Capitão das ordenanças do Lugar da Ribeira Brava, casado em 1682 com D. Antónia de Menezes, o qual, em 1710, mandou erguer, no flanco sul da casa uma capela dedicada a S. José, cujo portal, embora modificado, ainda se encontra implantado na antiga construção. Em 1716, conjuntamente com a sua mulher, instituiu um vínculo perpétuo imposto na casa onde residiam, em diversas fazendas e na Capela de São José, o qual seria somente abolido em 1860.

Em 1853, José Maria Barreto, último administrador do vínculo de São José, transformou o velho solar, já então arruinado, numa fábrica de aguardente, tendo sido ali montado um engenho de moer cana-de-açúcar, de tração animal, um alambique de destilação. A fábrica passou a utilizar, em 1862, energia hidráulica instalando-se, nesse ano, uma roda motriz de madeira, servida por uma levada, e um engenho com três cilindros de ferro horizontais. Funcionavam também na fábrica, desde 1868, dois moinhos de água para cereais.

O edifício do Museu é testemunho exemplar duma habitação solarenga madeirense com capela anexa que, em face da decadência económica resultante da instituição vincular, foi, em meados de oitocentos, convertida numa unidade industrial. Encontrando-se desativado e em adiantado estado de degradação, o antigo engenho de aguardente da Ribeira Brava foi adquirido, em 1974, pela Junta Geral do Distrito Autónomo do Funchal.

O Governo Regional decidiu instalar no velho edifício, o Museu Etnográfico da Madeira. Projetado pelo arquiteto João Francisco Caíres, foi inaugurado em 15 de Junho de 1996 e aqui estão reunidas as coleções etnográficas madeirenses, testemunhos expressivos da cultura madeirense.



Figura 10 | Museu Etnográfico da Madeira. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.7. FAROL DA RIBEIRA BRAVA

Magnífica vista sobre a vila da Ribeira Brava e sobre o Oceano Atlântico.



Figura 11 | Farol da Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.8. CAIS DA RIBEIRA BRAVA

Atravessando o túnel de acesso ao cais, deparamo-nos mais uma vez, com as magníficas paisagens da Madeira.

Devido à difícil orografia da região, cedo o mar se tornou a via utilizada para transportar os géneros produzidos no meio rural com destino ao Funchal, inclusive produtos vindos do Norte da Ilha.

A Ribeira Brava era, ao mesmo tempo, um lugar de passagem dos que cruzavam a ilha pela costa daqueles que iam do sul para o norte e ainda daqueles que cá chegavam de barco e seguiam o restante a pé.



Figura 12 | Cais da Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.9. MIRADOUROS

- Miradouro de São Sebastião

Situada num vale, a Ribeira Brava, possui um magnífico miradouro, de onde se pode observar a extensão de toda a vila, bem como a costa marítima de oeste a este.





Figura 13 | Miradouro de São Sebastião. (Fotografia da Autora, 2016)

- Miradouro da Encumeada

Localizado num ponto elevado da ilha com vista panorâmica das zonas norte e sul da ilha.

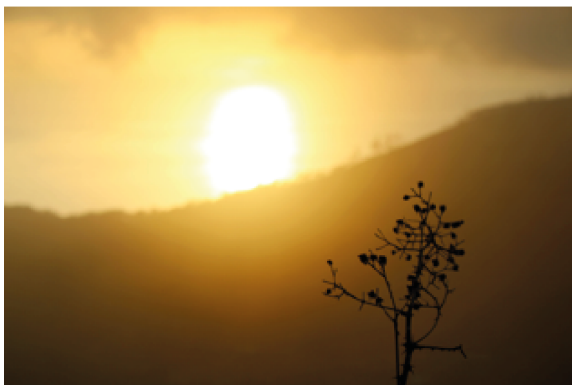


Figura 14 | Miradouro da Encumeada. (Fotografia da Autora, 2016)

- Miradouro do Espigão

Magníficas paisagens onde o verde predomina com a Ribeira Brava ao fundo.



Figura 15 | Miradouro do Espigão. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.10. TABERNA DA PONCHA

É um espaço rústico e acolhedor, conhecido pela sua poncha, famosa bebida tradicional da Serra de Água. Esta, feita com aguardente de cana, sumo de laranja, mel e, posteriormente mexida com o tradicional “caralinho”⁴.



⁴ Caralinho é o nome dado ao instrumento utilizado para misturar a poncha.



Figura 16 | Taberna da Poncha, a poncha e os famosos “caralinhos”. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.11. CALHAU DA LAPA

O Calhau da Lapa é um pequeno paraíso na Freguesia do Campanário, que usufrui de tranquilidade e águas cristalinas. Existem algumas casas e um conjunto de grutas escavadas em camadas de piroclastos, que se notam entre rochas basálticas.

Um pequeno desembarcadouro vai resistindo à destruição imposta pela força do mar, desde 1909. Para oeste, perto da costa, encontra-se o ilhéu do Campanário que com a sua forma peculiar parecida a um sino deu nome à freguesia. Para completar as atrações deste local, uma cascata grandiosa, com cerca de 90 metros termina perto da foz da Ribeira da Lapa.



Figura 17 | Calhau da Lapa. (Fotografia da Autora, 2016)

1.2.4.12. FAJÃ DOS PADRES

Habitada e povoada desde o início do povoamento da Ilha da Madeira, a história da Fajã dos Padres acompanha a história da própria ilha, existindo inúmeros registos e referencias aos proprietários, às colheitas agrícolas e aos próprios habitantes do local, desde o século XV.

O nome da fajã deve-se ao facto de ter pertencido aos padres da Companhia de Jesus durante mais de 150 anos. Na sua passagem pela Fajã dos Padres, os Jesuítas deixaram marcas notórias, das quais se destaca a introdução do vinho Malvasia, um vinho cuja reputação ultrapassou as fronteiras nacionais e chegou até à Inglaterra, Estados Unidos e Rússia.

Apesar do isolamento do local, chegaram a viver na fajã cerca de 50 pessoas, entre colonos e jesuítas, distribuídas por um conjunto de cerca de 10 casas. Para além do amanho das terras, julga-se que o local terá servido para veraneio de frades.

Hoje em dia, é possível reviver um pouco da herança deste passado, ao visitar algumas destas pequenas casas recuperadas e provar o delicioso vinho Malvasia numa visita à antiga adega, ou ao percorrer os antigos caminhos de pedra entre os terrenos de cultivo.

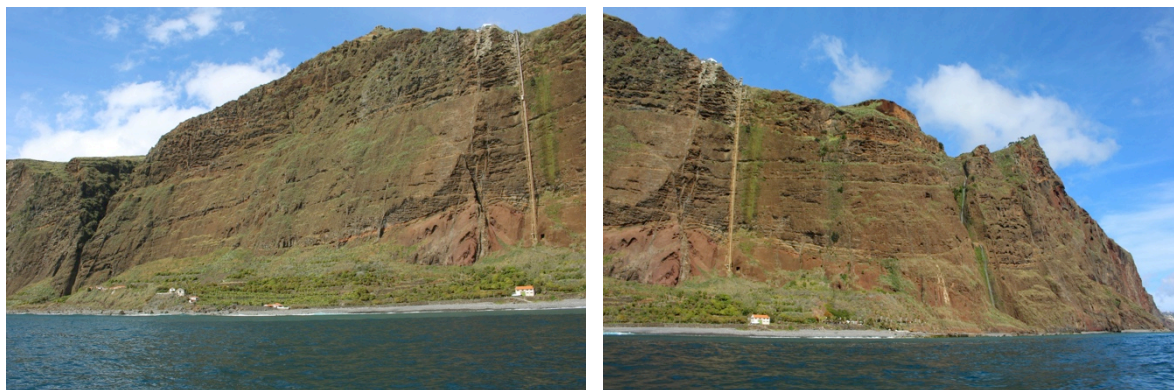


Figura 18 | Fajã dos Padres. (Fotografia da Autora, 2016)

1.3. DESIGN VISUAL / GRÁFICO

Para Villas-Boas (1998), o design visual / gráfico corresponde à área de atuação profissional referentes ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que formam peças gráficas com objetivo de comunicar.

Frascara (2000) refere design visual / gráfico como o processo de programar, projetar, coordenar, selecionar e organizar uma série de fatores e elementos. Estes visam à realização de objetos destinados a produzir comunicação visual. O objetivo de comunicar do design não se destina exclusivamente a transmitir uma informação, pois na maioria das vezes, o design possui como finalidade persuadir o observador para vender uma ideia ou produto. Frascara (2000) afirma, ainda, que o designer gráfico é um especialista em comunicações visuais e o seu trabalho relaciona-se com todos os passos do processo de comunicação. Hollis (2001) considera três funções básicas do design gráfico que estão relacionadas com o seu conceito. A primeira delas seria identificar: dizer o que é um objeto e de onde veio. Segundo o autor, esta função é tida em conta na construção de uma embalagem, de símbolos gráficos ou de marcas. A segunda função está relacionada com informar e instruir, indicando a relação entre os objetos quanto à direção, posição, etc. A terceira função é apresentar e promover, neste caso, o objetivo do design visual / gráfico é prender a atenção e tornar a sua mensagem memorável.

1.3.1. IDENTIDADE VISUAL

A Identidade visual é o conjunto de elementos formais que representa visualmente e de forma sistematizada, um nome, ideia, produto, empresa, instituição ou serviço.

Peón (2003) define identidade visual como um componente de singularização visual que se forma a partir de um sistema expressamente enunciado, desenvolvido voluntariamente, planeado e integrado por elementos visuais de aplicação

coordenada. O autor diz que os elementos de uma identidade visual podem ser divididos em:

- Primários: são o logótipo, o símbolo e a assinatura visual. Estes elementos baseiam todos os materiais e cuja vinculação nas aplicações é essencial para que o sistema funcione;

- Secundários: são os que, embora possuam grande importância, tem a sua utilização dependente da configuração de cada aplicação e derivam dos elementos primários. São eles as cores institucionais e o alfabeto institucional;

- Acessórios: são os elementos cuja presença está ligada à diversidade de aplicações da identidade visual necessárias ao porte da instituição e à sua capacidade de investimento. Também derivam dos elementos primários e secundários. Seriam os grafismos, as normas para os layouts, os acessórios, etc.

1.3.1.1. HISTÓRIA DA MARCA

As origens da escrita estão diretamente ligadas à génese das marcas. Para Meggs (2009) o desenvolvimento da escrita e da linguagem visual teve as suas origens em figuras simples, pois afirma que existem uma forte ligação entre elas e a origem da escrita. Ambas são formas naturais de comunicar ideias e os primeiros seres humanos utilizavam as figuras como modo de registar e transmitir informações. As pictografias foram o começo da arte figurativa e formaram a base dos sons da língua falada.

O artista paleolítico desenvolveu uma tendência para a simplificação e estilização, pois as figuras eram expressas com o número mínimo de traços.

Deparado com a necessidade de se expressar, o Homem recorreu à simplificação da linguagem para comunicar e assim, criou determinados símbolos, desenvolvidos através dos tempos que serviam para definir ideias, quantidades e acontecimentos.

Segundo Frutiger (citado em Raposo, 2008) , é muito provável que a assinatura de uma pessoa tenha surgido com os povos nómadas para distinguirem os seus bens e poderá mesmo ter tido influência nos alfabetos ou até passado a integrá-los. Mas Costa (2011), afirma que quem inventou o alfabeto foram os Fenícios, mil anos antes de

Cristo. Assim sendo, a história das marcas e da escrita relaciona-se.

Os criadores de gado perceberam a necessidade de marcar o seu gado de forma a identificá-lo, dada a ausência de locais fixos para as manadas. Para além disso, quando o animal era vendido no mercado como produto, a marcação tornava-se num índice de qualidade. (Figura 19) Isto resultou no aparecimento dos bons criadores, que com a sua marca conhecida e procurada pelos comerciantes, o animal era vendido como um “produto certificado” a um preço mais elevado. As primeiras marcas comerciais de outros produtos apareceram da mesma forma, o importador ou exportador marcava os seus produtos e evitava, assim, possíveis enganos durante o seu transporte.



Figura 19 | Marcações norte-americanas feitas em gado no século XVI e XVII. (Fonte: *Daniel, 2011* (in *Frutiger, Sinais & símbolos, 2007*)

Outra forma de identificação utilizada foi a adoção de setores comerciais através de um ícone que representasse a atividade específica, por exemplo, o centeio para a padaria ou um dente para o dentista (Chaves e Bellucia, 2003)

A heráldica tem também uma grande importância histórica na evolução da marca. A utilização militar dos escudos de defesa (características de uma região ou povo e utilizados desde a antiguidade pelas mais diversas civilizações) poderá estar na origem da heráldica dos dias de hoje. Per Mollerup (1997) afirma que como os cavaleiros estavam frequentemente cobertos por armaduras, as marcas de heráldica no escudo, roupa, elmo e cavalo ajudavam a identificar o combatente. É desta forma que na heráldica, a divisão, cor ou linha tinham um significado cerimonial ou protocolar.

Hoje em dia, encontram-se descendentes desta arte, como os brasões municipais, frequentes em freguesias e municípios, que escolheram uma imagem heráldica para os representar, muitas vezes ligada às características da região que ilustram.

Contudo, é com a revolução industrial que a utilização das marcas passa a ser aproveitada frequentemente graças à globalização dos mercados de produção e comercialização. Os grandes fabricantes viram nas marcas um potencial para o crescimento de negócio, impulsionados pela revolução tecnológica e por novos e melhores meios de comunicação e distribuição.

A guerra de 1939-1945 acabou por dificultar grande parte do impulso criativo na Europa (Frutiger, 2002), mas fora do conflito, a Suíça seguia o seu percurso nestes domínios.

O design desenvolvia-se nas escolas de Artes de Basileia e Zurique a par de uma rejeição clara do construtivismo:

“Nos símbolos, ter-se-á abandonado a representação figurativa a favor da simplificação ou síntese gráfica onde o desenho se limitaria ao contraste branco-negro ou à forma-fundo. Os símbolos lineares, terão ganho maior relação formal, apresentando uma espessura constante” (Raposo, 2008).

No pós-guerra, a gestão das marcas passou a ser comum nas empresas, juntamente com a explosão e massificação da publicidade. Com uma indústria vocacionada para o consumismo, as marcas e o design assumiram um papel de destaque ao nível socioeconómico.

Desta forma as marcas têm evoluído a par do consumo ao longo dos tempos, desde o simples processo organizado da sociedade atual, tornando-se igualmente o reflexo dos valores de qualquer empresa ou produto e definindo o sucesso ou insucesso dos mesmos nos mercados que se inserem.

1.3.1.2. IDENTIDADE *VERSUS* IMAGEM

A identidade é a responsável por diferenciar uma região das outras. Por exemplo, uma fotografia pode identificar uma pessoa na sua ausência, mas não consegue mostrar apenas numa fotografia, todo o significado da sua identidade como região e por isso precisa de ser simbolizada. Desta forma, para a identidade de uma local ser de fácil percepção e memorável, devem-se criar símbolos únicos e duradouros. A assinatura de uma pessoa é equivalente ao logótipo de um sítio, é a palavra desenhada (**figura 20**). Diferente é o caso da impressão digital, que corresponde ao símbolo identitário (**figura 21**).

**CITY OF
MELBOURNE**

Figura 20 | Logótipo da marca da cidade de Melbourne. (Fonte: <https://goo.gl/images/XJaFrN>)



Figura 21 | Símbolo da marca da cidade de Melbourne. (Fonte: <https://goo.gl/images/XJaFrN>)

A cor é outro recurso gráfico que representa ou que facilita na identificação de uma marca. O logótipo, o símbolo e a cor conjugados entre si dão origem a signos de identidade das empresas.

Segundo Costa (2011) a imagem identitária ou visual, não se deve confundir com a imagem mental, pois quando se fala de imagem de empresa não se está a referir a figuras visíveis, mas sim a imagens mentais que surgem na memória colectiva. Ou seja, Costa (2011) diz-nos que a identidade é o que a empresa é e a imagem é o que nós pensamos que é.

Quando se fala em imagem corporativa, para Costa (2011), este não é um tópico restrito apenas ao trabalho do designer, nem às formas gráficas transmitidas, mas também ao desenvolvimento global da empresa, à sua cultura, aos produtos, aos serviços, às qualidades e à capacidade de inovar e comunicar.

Zimmerman (citado em Raposo, 2008, p.17) afirma que “no símbolo ou no logótipo, em cores, em tipografia: no jogo entre a multiplicidade de relações visuais entre todos estes elementos básicos de Identidade Visual, uma empresa exhibe publicamente a sua imagem e, em simultâneo, o seu ser”, ou seja, a imagem gráfica indica um processo no qual o objetivo é definir, projetar e materializar a identidade corporativa através de signos, ou elementos visuais.

Em suma, as imagens gráficas relacionadas e desenvolvidas segundo valores da própria organização dão origem à Identidade Visual Corporativa.

1.3.1.3. A IDENTIDADE CORPORATIVA E OS ELEMENTOS QUE A COMPÕEM

- O Símbolo

Normalmente o símbolo é erradamente confundido com a marca, enquanto que é apenas uma das representações da marca da empresa. É criado e projetado para um reconhecimento imediato pelo público.

O símbolo corresponde ao sinal ou sinais da marca e pode ser figurativo ou abstrato. Este é utilizado nas marcas, por transmitir mensagens adicionais que reforçam e favorecem a percepção do nome. Ribeiro (2009) diz-nos que, do ponto de vista da memorização, os símbolos facilitam esta tarefa e é frequente descrevermos o símbolo de uma marca quando não nos lembramos do seu nome. Mas, apenas as marcas que já atingiram um estatuto privilegiado arrisca representar-se apenas pelo símbolo, em algumas circunstâncias. A maioria das marcas se o fizer, não serão identificadas, ou seja, não serão eficazes na sua comunicação.

- O Logótipo

A grande maioria das pessoas refere-se ao logótipo quando se quer referir à identificação gráfica de uma empresa, produto, local, etc.

Ribeiro (2009) citando Coelho e Rocha (2007), diz-nos que, logótipo significa tipo de letra, por isso, constitui apenas a forma tipográfica usada para representar o nome da marca, no entanto, se incluir algum aspeto simbólico, ainda que básico, deverá ser designado como *wordmark*, uma vez que corresponde a uma palavra com assumido carácter visual.

Este elemento tem, muitas vezes, o mesmo poder do símbolo na Identidade Corporativa das empresas. Tem de ser claro, simples, objetivo e estará presente nos mais diversos suportes com ótima legibilidade.

- A Cor

A escolha das cores na criação de um projeto é de extrema importância na forma como a marca é depois percebida pelos consumidores, pois as cores têm significados distintos em diferentes mercados.

Sabe-se hoje que as cores influenciam a mente humana, o que faz com que os designers tenham de compreender o significado das cores e saber como utilizá-las de acordo com o desejo dos seus clientes, assim como devem ser capazes de transmitir

uma determinada mensagem além de gerar uma resposta emocional dos clientes e do seu público.

No caso da marca proposta, as cores representam a realidade, por exemplo, o azul do mar e o verde das montanhas.

- A Marca

A marca é aquilo que a empresa é. O seu nome faz parte da sua marca, assim como o símbolo e o conjunto dos dois reflete ao público de que maneira se difere no mercado.

Tybout e Calkins (2006) definem uma marca como sendo um conjunto de associações ligadas a um nome, sinal ou símbolo, relacionadas a um produto ou serviço. As marcas, pelas palavras dos autores, têm habilidade em impactar o modo como as pessoas veem os produtos, pois elas normalmente veem um produto ou serviço sempre associado a uma marca.

Para Aaker (1998), uma marca é um nome e um símbolo que identificam e diferenciam os bens e serviços da concorrência. Para o autor, a marca indica ao consumidor a origem do produto e diferencia a instituição das outras que oferecem produtos semelhantes. As marcas diferem umas das outras através dos produtos, dos nomes, das embalagens, das estratégias de distribuição e da propaganda.

1.3.1.4. COMO CRIAR A IDENTIDADE VISUAL DE UMA REGIÃO

“A imagem da cidade deve ser clara e precisa, evitando a mutação dos seus elementos de referência de forma a que a população reconheça sempre a mesma entidade.”

(Fragoso, 1999, p.11)

Na construção de uma identidade é importante o contexto social, coletivo e histórico, independentemente se são identidades culturais, territoriais ou visuais. Tarouco e Reyes (2011) afirmam que as identidades visuais são os elementos mais marcantes que se pode levar e guardar de um determinado lugar, ou seja, são as identidades visuais que caracterizam e comunicam os valores de um sítio para milhões de pessoas pelo mundo fora. Estas identidades devem ser construídas com base em pesquisas contextuais que definam aquilo que deve ser percebido pelo público consumidor.

Quando se constrói uma Identidade Visual é muito importante a questão da sustentabilidade de forma a que se cuide dos aspetos ambientais, sociais e económicos e se descubra alternativas para conservar a vida na Terra sem prejudicar a qualidade de vida no futuro. Para a construção de uma marca com coerência e força, que atinja os objetivos pretendidos, é importantíssimo ter a preocupação com a forma como se vai comunicar e criar uma Identidade Visual marcante e sustentável (Cardoso, 2011).

Para conseguir criar uma Identidade Visual de qualidade deve-se seguir um processo de construção. Costa (2008) diz-nos que a primeira fase é a do briefing, onde é necessário que exista a compreensão total do problema. Segue-se a fase da pesquisa, que consiste na recolha de toda a informação necessária e é uma das fases mais importantes da metodologia projetual. A fase seguinte é a estruturação, onde se planeia tudo o que se vai fazer depois do problema estar bem definido. A quarta fase é o brainstorming. Esta técnica propõe que um grupo de pessoas (ou individualmente) se reúnam e utilizem os seus pensamentos e as suas ideias de forma a chegarem a um denominador comum.

A análise de soluções corresponde à quinta fase que, depois de toda a recolha de ideias realizada, vai ser feita uma análise tendo em conta as soluções existentes, de forma a encontrar a decisão mais adequada para o projeto em questão.

Depois destas fases concluídas, vem a fase do desenvolvimento projetual propriamente dito, onde se dá início a toda a elaboração de esboços, esquemas e desenhos, de forma a conseguir definir a melhor solução gráfica, através de símbolos, formas, cores, tipografia, texturas, cheiros e sons. Depois de encontrado o grafismo

certo, passa-se para a realização do projeto, onde são desenvolvidas todas as peças necessárias.

Neste projeto em particular, o local onde a Identificação Visual será implementada é um dos pontos mais importantes. Trata-se do projeto de uma Identidade Visual de um local, neste caso de um município, que tem a principal função de projetar a vila da Ribeira Brava pelo país e pelo mundo, encarregando assim o design gráfico de alcançar a diferenciação.

Segundo Rijo (2013)

“o designer é um agente ativo na construção cultural, pois as escolhas que faz e as mensagens que transmite são um elemento constitutivo de uma realidade cultural pública. O seu papel é decisivo na comunicação, nas relações simbólicas, assim como no relacionamento dos indivíduos com a sociedade. O designer deverá ter a capacidade de transmitir o sentimento de pertença dos habitantes e destacar essa mais-valia, comunicando-a para o exterior.”

In BrandTrends Journal, OUT/2013

1.3.2. DESIGN EDITORIAL

Esta vertente do design trata da construção de livros, revistas, jornais e outras publicações. É uma das atividades mais antigas da especialização profissional.

Antigamente, a intervenção do design gráfico nos livros e outras publicações editoriais ficava restrita à capa e o miolo, por sua vez, recebia um tratamento mecanizado. Atualmente, percebe-se cada vez mais a importância de um bom projeto gráfico no momento de exposição e venda das publicações.

Austin e Doust (2008) defendem que o designer editorial tem a função de editar e preparar os originais que lhe são entregues – sejam textos ou imagens – e compor uma publicação, ou seja, coordena as mensagens textuais e visuais de modo a que a comunicação com o leitor seja estabelecida. Terá de compreender, ordenar e interpretar a informação transmitida, para que a mesma seja acessível aos leitores.

Grade (2013), citando Rocha e Nogueira (1999) afirma que os livros são as publicações mais tradicionais e por isso, cada livro dispõe de um grande número de regras de organização e disposição. Nos dias de hoje o designer possui imensas possibilidades de formatos e de paginações que pode aplicar aos seus trabalhos, sendo por vezes limitado pelos conteúdos, pelos custos ou até mesmo pela imaginação dos colaboradores.

Haslam (2007) defende que o design editorial define o posicionamento exato de todos os elementos numa publicação e para isso, é necessária a criação de um layout da mesma. Este define a disposição das imagens, o formato e o corpo do texto, que pode ser trabalhado em relação ao entrelinhamento, espaçamento e articulação de parágrafos. Todavia, a escolha da tipografia é também fundamental, para que o projeto disponha de uma boa leitura e o leitor sinta conforto visual enquanto o observa.

No design dos livros, em particular, o designer tem de ter em conta inúmeras restrições para que o projeto gráfico funcione, ou seja, o processo tem de ser idealizado num todo e não em partes individuais.

- Formatos

Para Haslam (2007), a relação entre a largura e a altura da página corresponde ao formato da publicação.

Tschichold (2007) defende que o criativo deve considerar o destinatário e avaliar o sistema de leitura e de manuseio, quando projeta um livro. Por exemplo, se a intenção é fazer um livro de bolso, então o formato terá de ser pequeno, de modo a que este caiba num bolso.

Para se seleccionar o formato de uma publicação deve ter-se em conta os formatos standards das folhas e rolos de papel, para que não exista grandes desperdícios.

A Organização Internacional de Normalização (OIN), em 1975, padronizou os formatos das folhas de papel, sendo a mais utilizada a série A, que se inicia no A0 e termina no A12.⁵

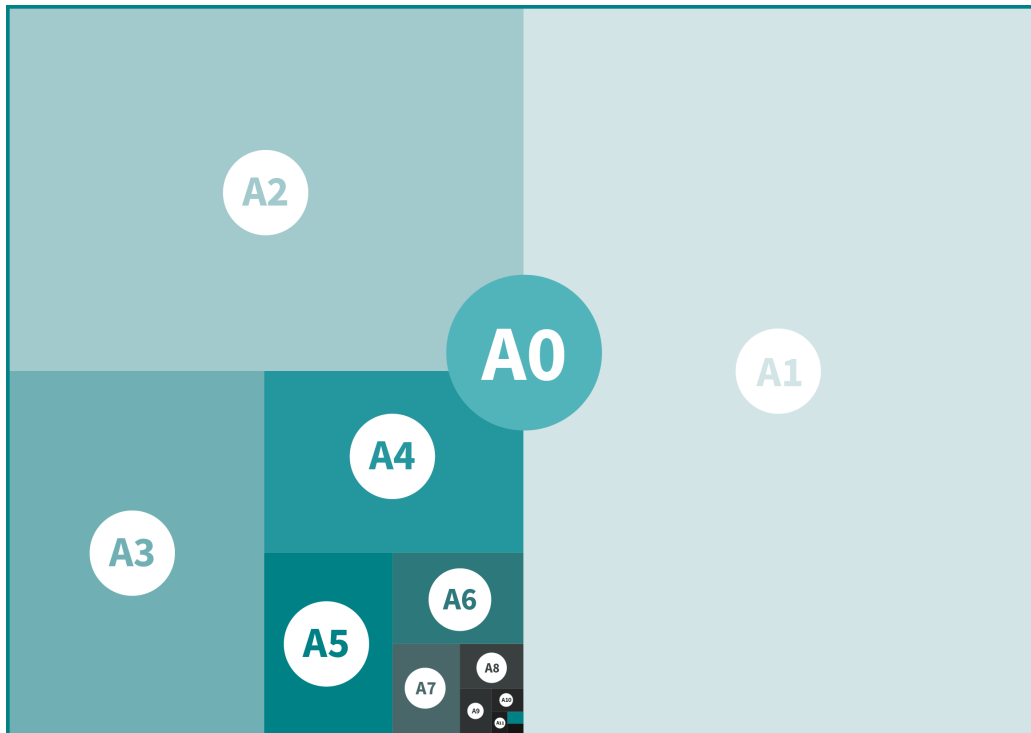


Figura 22 | Esquema de formatos de página. (Esquema da Autora, 2016)

- Layout

O formato escolhido para a publicação ditará a disposição da página. Por norma, é utilizada uma grelha personalizada que ajudará o designer a definir a posição dos textos e das imagens.

Samara (2007) define a grelha como um sistema de planeamento ortogonal que divide a informação em partes manuseáveis. O propósito deste sistema é que a relação de escala e disposição, entre os textos ou as imagens, ajudem o observador a entender o seu significado.

Haslam (2007) diz-nos que o layout de uma página pode ser simétrico ou assimétrico. Considera-se simétrico, quando a página esquerda é o espelho da direita,

⁵ Informação recolhida de ADG Brasil

tendo como linha guia o centro do livro. Nestas páginas, a margem é igual em todos os lados da folha, ou então a margem superior/inferior e a interna/externa iguais entre si.

Grade (2013) citando Haslam (2007), descreve vários modelos de grelhas, dos quais se destacam os mais comuns:

- **Modelo de Villard de Honnecourt** – é um sistema de divisão de página que funciona sobre qualquer formato. Villard propõe a divisão da página em 9 partes, quer de largura, quer de altura, formando 81 quadrículas.

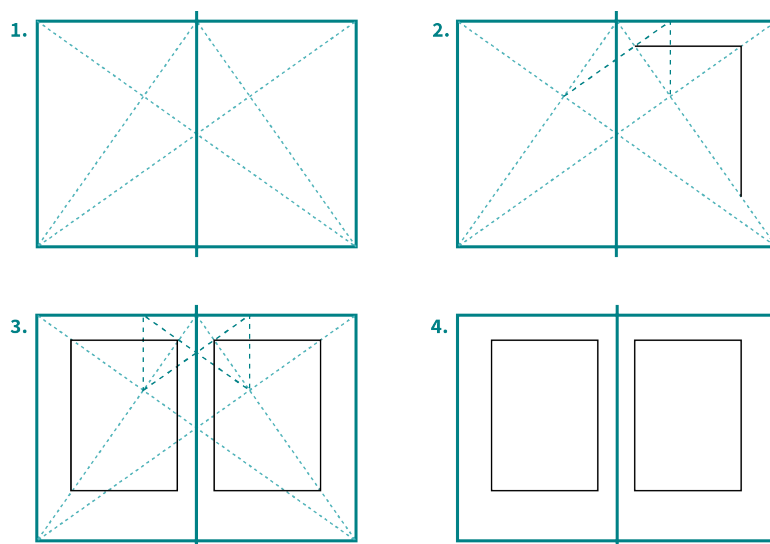


Figura 23 | Sistema de divisão de página de Villard de Honnecourt. (Fonte: Grade, 2013)

- **Modelo de Paul Renner** – este faz a sua divisão de modo a que todos os rectângulos resultantes sejam proporcionais à medida original da página, ficando com um total de 512 esquadrias.

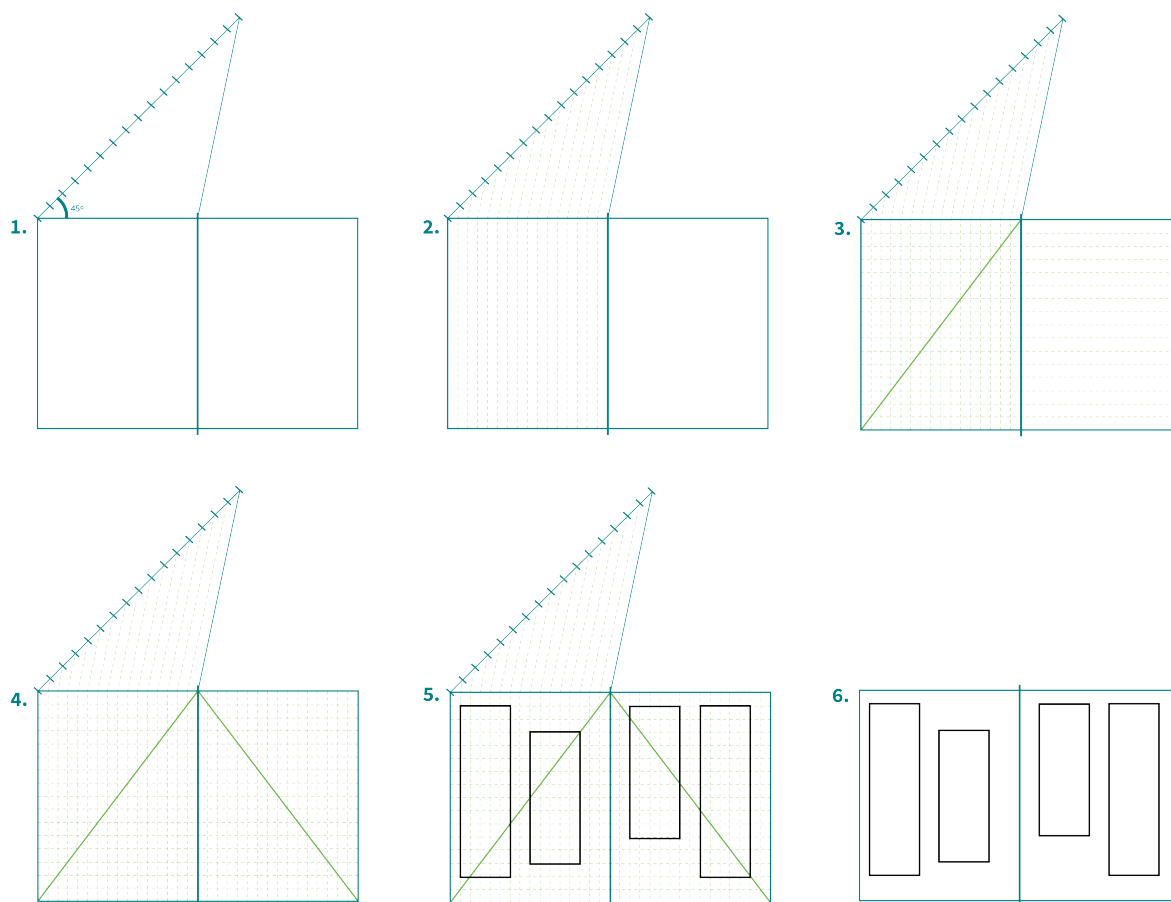


Figura 24 | Sistema de divisão de página de Paul Renner. (Fonte: *Grade*, 2013)

- **Modelo “Raiz Quadrada”** - neste modelo os rectângulos mantêm sempre o mesmo formato e dividem-se pela raiz quadrada do número de quadrados que se pretende ter na esquadria. A largura das margens e da posição da caixa de texto é encontrada através de diagonais e circunferências.

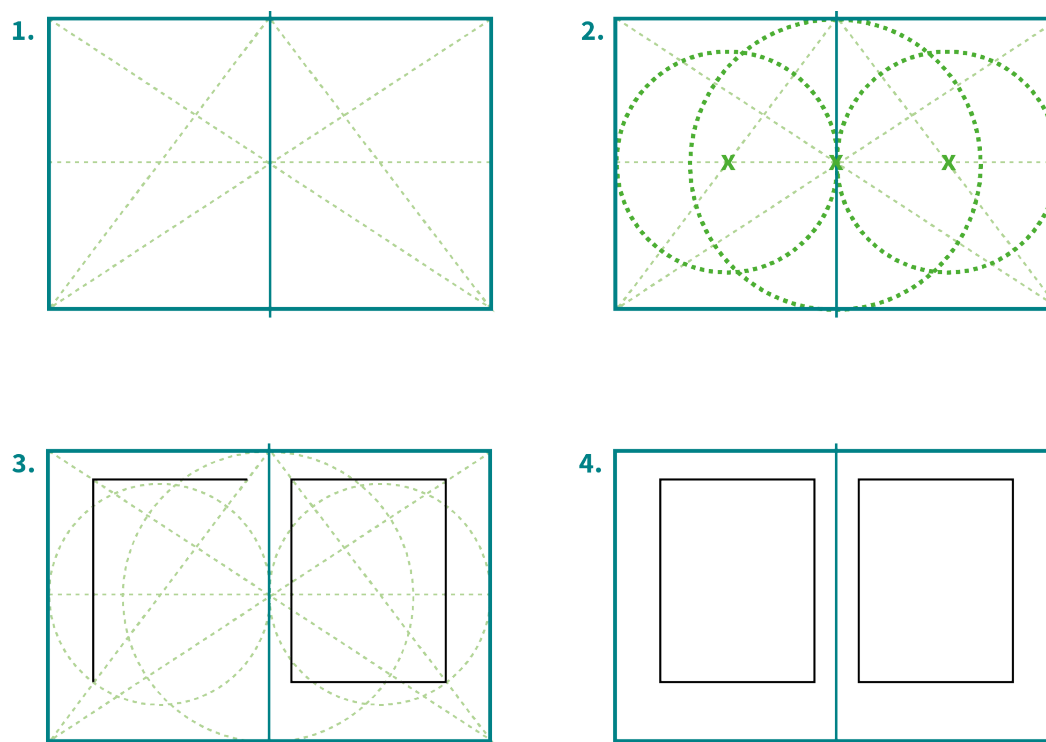


Figura 25 | Sistema de divisão de página “Raiz Quadrada”. (Fonte: *Grade*, 2013)

Para além dos modelos apresentados, existem as grelhas modernistas, onde cabe ao designer definir quantas colunas existirão na publicação. Deste modo, existe a possibilidade de mudar a grelha a cada página dupla, o que aumenta o dinamismo do livro.

Grade (2013), citando Haslam (2007), afirma que dentro das grelhas modernistas existe uma panóplia de variações, desde várias camadas de grelhas na mesma página, grelhas desenvolvidas segundo elementos tipográficos, espaciais ou factoriais, grelhas partindo de quadrados métricos, etc.

- Tipografia

Com o aparecimento dos computadores, a tipografia teve uma grande evolução, passando a existir um número infundável de fontes tipográficas e ainda a possibilidade de criação da própria fonte, de modo a que esta se adapte ao projeto a desenvolver.

Grade (2013) refere que todo o projeto tipográfico requer atenção em vários pontos, desde o desenho dos tipos, passando pelo espaçamento, entrelinhamento até à dimensão da própria fonte.



Figura 26 | Espaçamento e entrelinhamento na tipografia. (Esquema da Autora, 2016)

Grade (2013) aponta que num livro tradicional o texto é hierarquizado, ou seja, o corpo de texto, os títulos subtítulos, notas de rodapé e cabeçalhos, são distinguidos através do tamanho da fonte, cor e entrelinhamento.

O fator mais importante de uma publicação é, sem dúvida, a legibilidade, porque sem ela o livro perde o seu propósito. No entanto, esta pode comprometer-se se a tipografia não for a mais correta.

No entanto, Hulburt (1986) frisa que é necessário que o designer tenha consciência da importância da legibilidade, mas que a escolha de uma boa tipografia não salva um mau conteúdo, isto é, se o texto for aborrecido, o leitor poderá terminar a sua leitura antes do final do livro.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGIA

2.1 PROCESSO METODOLÓGICO

Em termos metodológicos, este projeto desenvolveu-se em várias etapas. Depois de colocadas algumas questões iniciais sobre o modo como se poderia intervir na comunidade da Ribeira Brava de forma a dar-lhe uma maior visibilidade, o modo como o design poderia contribuir para criar uma imagem visual de qualidade para identificar e divulgar a Autarquia, colocamos a seguinte **questão de investigação** – *Como se pode desenvolver o turismo de uma região através do Design?* – iniciou-se uma etapa de recolha de informação sobre o tema.

Na **Revisão de Literatura**, foram desenvolvidos temas importantes para a contextualização e desenvolvimento de todo o projeto, como o turismo sustentável, a história, a geografia e cultura locais e regionais, o design visual e editorial e a identidade visual. Nos tópicos história, geografia e cultura locais e regionais destaca-se o Concelho da Ribeira Brava, onde existe património arquitetónico, etnográfico e natural. Foram feitas leituras referentes aos tópicos relevantes, o que associado à vivência do autor e à sua observação das questões locais, levou à formulação da seguinte hipótese: O Design pode promover o turismo na Ribeira Brava.

Para operacionalizar todo o processo utilizou-se uma metodologia não interventiva com a **Pesquisa de Campo**.

Os métodos utilizados para a recolha de informação foram os registos fotográficos, pesquisa documental e recolha de informações junto de habitantes com testemunhos diretos. Seguiu-se uma **análise e síntese dos dados recolhidos**.

Foi ainda estudado um exemplo de uma **situação de referência**: as Aldeias de Xisto. Estas apostaram num projeto com grande importância no Turismo Sustentável desenvolvendo, em termos de Identidade Visual, uma marca que as representa.

Relativamente ao **Caso de estudo** foi caracterizado o município da Ribeira Brava, situado na costa sudoeste da Região Autónoma da Madeira, de onde se partiu para a construção do projeto. Este consistiu na criação de uma nova Identidade Visual, no desenvolvimento de propostas para valorizar a oferta de turismo, quer em termos de objetos a comercializar, quer de percursos e roteiros alternativos, quer mesmo de sugestões de experiências gastronómicas, que se concretizou num Guia Turístico.

Para a construção da marca gráfica, a fase de **Definição Conceptual** iniciou-se com a representação de um *Mind Map* – que é um diagrama usado para delinear visualmente informações e que é criado a partir de uma única palavra ou texto colocada no centro, para que as ideias associadas, palavras e conceitos, sejam adicionados – e um *Mood Board* – que é um conjunto de imagens que expressam um determinado tema ou assunto, muitas vezes usado para gerar ideias ou conceitos. Ambas as formas de representação contribuíram para alcançar o conceito final.

Após a Definição Conceptual, foi desenvolvido o projeto propriamente dito. Este dividiu-se ainda em duas fases: a criação da **Identidade Visual** e a construção de um **Guia Turístico** para o concelho da Ribeira Brava. Primeiro foi trabalhada a Identidade Visual, através do símbolo e do logótipo que, conjugados, deram origem à marca institucional representativa do município. Seguidamente, a mesma foi enviada para validação de peritos, pessoas ligadas à área do Design Gráfico e de Comunicação Visual. Estes deram o seu parecer acerca da marca gráfica criada e, conseqüentemente, foram feitas alterações no seu desenho final com base nas várias opiniões e sugestões.

Com a marca definida, foi realizada a sua normalização através da produção de um Manual de Normas, onde foram apresentadas as formas de construção da marca e todas as possibilidades de utilização da mesma.

No que diz respeito ao Guia Turístico, este foi criado com base numa grelha de paginação e normalizado posteriormente.

Finalmente, com o projeto concluído, validamos a hipótese e retiramos as conclusões finais desta investigação.

2.2. PESQUISA DE CAMPO : O MUNICÍPIO DA RIBEIRA BRAVA

No que diz respeito à Pesquisa de Campo, muitas coisas foram feitas para uma recolha de informação detalhada necessária para o desenvolvimento do projeto.

Um dos métodos utilizados nesta fase foi o registo fotográfico. Aqui, registou-se tudo o que o município tem para oferecer, desde as paisagens de verde intenso, miradouros, levadas, casas, artesanato, até à gastronomia e aos alimentos típicos.

Durante a pesquisa, foi realizada uma visita guiada ao Museu Etnográfico da Madeira, realizada no dia 16 de Março de 2016 e acompanhada pelo Dr. César António Ferreira, licenciado em Antropologia pela Universidade Nova de Lisboa, que forneceu panfletos e alguns textos sobre o concelho, importantes para esta investigação. No local, todas as salas foram observadas e fotografadas.

Desta forma e, depois deste levantamento concluído, foi feita uma análise e síntese dos dados recolhidos para que apenas a informação mais relevante fosse tratada e utilizada.

2.2.1. CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DA RIBEIRA BRAVA

“ (...) e pozeram muitos dias no caminho até chegarem dahi a três léguas a uma furiosa ribeira, na praya da qual estava aguardando o capitam, que em terra desembarcara, e tinha ahi traçado huma povoação, a que deu nome Ribeira Brava, pela que corria neste logar (...)”

in Saudades da Terra de Gaspar Frutuoso



Figura 27 | Marca atual do Município da Ribeira Brava. (Fonte: <http://www.cm-ribeirabrava.pt>)

Na atual marca do município podemos encontrar vários erros. Desde o desenho vetorial pobre do símbolo, até à falta de harmonia deste com o logótipo. A escolha cromática não é a mais adequada e o logótipo, da maneira que está posicionado, cria um conjunto à parte do símbolo. Ou seja, quando se realiza uma marca, pensa-se na marca como o conjunto dos dois elementos e não em elementos separados.

Desta forma, a marca apresentada não representa o local da melhor forma.





Figura 28 | Vila da Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

A Ribeira Brava (**Figura 28**) é um município português da Região Autónoma da Madeira. Tem 65,40 km² de área e cerca de 13 375 habitantes (2011) e está subdividido em quatro freguesias: o Campanário, a Ribeira Brava, a Serra de Água e a Tabua.

2.2.1.1 PATRIMÓNIO CULTURAL

- Igreja Matriz da Ribeira Brava

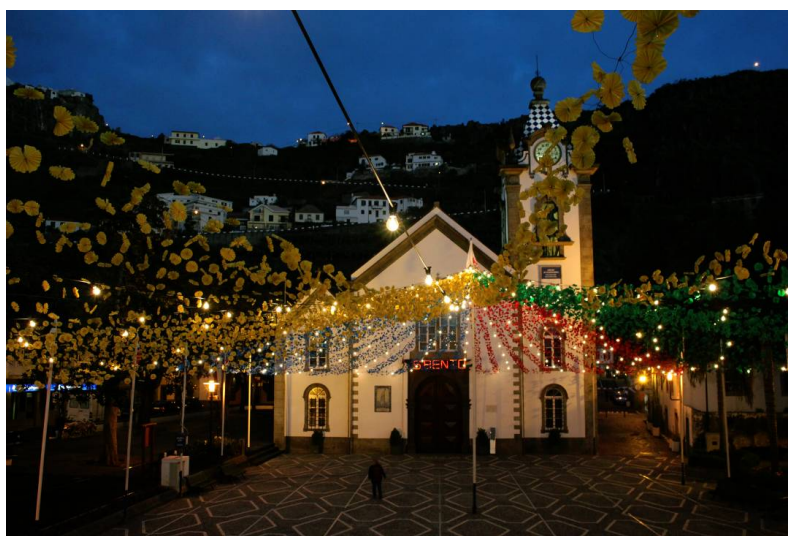


Figura 29 | Igreja Matriz da Ribeira Brava durante a festa de S. Bento, realizada em Março. (Fotografia da Autora, 2016)

- Igreja do Campanário



Figura 30 | Igreja do Campanário. (Fotografia da Autora, 2016)

- Forte de São Bento



Figura 31 | Forte de São Bento. (Fotografia da Autora, 2016)

- Solar dos Herédias



Figura 32 | Solar dos Herédias. (Fotografia da Autora, 2016)

- Museu Etnográfico da Madeira / Antigo Convento Franciscano



Figura 33 | Museu Etnográfico da Madeira e antigo Convento Franciscano. (Fotografia da Autora, 2016)

- Igreja da Serra de Água



Figura 34 | Igreja da Serra de Água. (Fotografia da Autora, 2016)

- Igreja da Tabua



Figura 35 | Igreja da Tabua. (Fotografia da Autora, 2016)

2.2.1.2. ARTESANATO

- O Bordado

“(...) O bordado era a parca subsistência de muitas famílias e muitas mulheres, especialmente da Ribeira Brava e do Campanário, dedicavam-se a esta tarefa. Na Madeira, durante a Última Grande Guerra, até alguns homens tiveram que bordar para matar a fome aos filhos.”

in Ilha da Madeira – Roteiro Histórico – Marítimo, João Adriano Ribeiro



Figura 36 | Bordadeira e o Bordado Madeira. (Fonte: <https://goo.gl/images/iqx53E>)

- A Tapeçaria



Figura 37 | Artesã a produzir tapeçaria. (Fotografia da Autora, 2016)

- Artigos em Cana Vieira



Figura 38 | Gaiolas e cestos feitos em canas vieiras, são artigos muito comuns no artesanato ribeirabravense. (Fonte: <http://www.cm-ribeirabrava.pt>)

- Artesanato em Fósforos



Figura 39 | Barco construído com fósforos. (Fonte: <http://www.cm-ribeirabrava.pt>)

2.2.1.3. GASTRONOMIA

- Bolo Preto

O bolo preto é uma das receitas mais conhecidas da doçaria regional madeirense, muito usado como bolo de casamento dos noivos camponeses ou nos festejos natalícios. São poucas as casas que, na Madeira, não têm este bolo na mesa da consoada.



Figura 40 | Bolo Preto. (Fonte: <http://www.cm-ribeirabrava.pt>)

- Açorda

Em comparação aos outros pratos madeirenses, pode parecer um pouco desconsolidado, mas é típico e agradável.



Figura 41 | Açorda madeirense (Fonte: <http://www.cm-ribeirabrava.pt>)

- Bolo do Caco



Figura 42 | Bolo do caco. (Fonte: <https://goo.gl/images/pdPVXn>)

Outra especialidade da cozinha madeirense, é um género de pão, mas a diferença é que logo que a massa levede, talham-se os bolos, achatam-se e colocam-se a cozer num caco¹.

- Bolo de Mel

Mundialmente conhecido, o bolo de mel é feito com mel de cana sacarina.



Figura 43 | Bolo de mel. (Fonte: <https://goo.gl/images/NzvwQ8>)

¹ Tabuleiro de barro ou de ferro colocado em cima de brasas

- Broas de Mel

O ingrediente principal das broas de mel também é o mel de cana sacarina.



Figura 44 | Broas de Mel. (Fonte: <https://goo.gl/images/Wsczdb>)

- Espetada Madeirense

A espetada madeirense é, provavelmente, o prato mais consumido em piqueniques, em festas e romarias das ilhas da Madeira e do Porto Santo, nas quais os vários açougues colocados à disposição de todos expõem carne para todos os gostos.



Figura 45 | Espetada Regional. (Fonte: <https://goo.gl/images/l8e0GK>)

- Inhame

A maioria da produção de inhame é utilizada para alimentação humana, em geral consumido diretamente sob a forma de vegetal cozido.



Figura 46 | Inhame. (Fonte: <https://goo.gl/images/M4AFbo>)

- Poncha

A poncha é a bebida mais conhecida e tradicional da Madeira, pois é confeccionada com aguardente de cana sacarina.



Figura 47 | Poncha regional. (Fotografia da Autora, 2016)

- Sopa de Trigo



Figura 48 | Sopa de Trigo. (Fonte: <https://goo.gl/images/mfsqf2>)

2.3. CASO DE REFERÊNCIA

Neste tópico é apresentada uma análise de um caso de referência, com o objetivo de mostrar outros projetos relacionados com a Identidade Visual de um território, de forma a perceber quais os pontos importantes ou comuns que podem ser desenvolvidos.

2.3.1. ALDEIAS DO XISTO

2.3.1.1. O PROJETO

A Rede das Aldeias do Xisto é um projeto de desenvolvimento sustentável, de âmbito regional, liderado pela ADXTUR - Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, em parceria com 21 municípios da Região Centro e com mais de 70 operadores privados que atuam no território. A Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto congrega, assim, as vontades públicas e privadas de uma região, que se reveem na gestão partilhada de uma marca, na promoção conjunta de

um território, na criação de riqueza através da oferta de serviços turísticos e, finalmente, na preservação da cultura e do património do mundo rural beirão (ADXTUR – Aldeias do Xisto, 2008).

A marca Aldeias do Xisto representa a oferta de serviços turísticos dos seus associados (hotéis, pousadas, alojamento em espaço rural, restauração, animação turística e comércio tradicional) articulada com o Calendário de Animação das Aldeias do Xisto, sem nunca perder de vista aquilo que é o seu ADN: o bem-estar e a qualidade de vida das populações locais. Hoje, este território oferece uma marca diferenciadora e identitária, que promove os valores únicos do território, a sua oferta turística e os serviços e produtos dos seus parceiros, através de um calendário de eventos culturais únicos, criativos e diretamente ligados às tradições locais.

2.3.1.2. IDENTIDADE VISUAL

As Aldeias do Xisto têm uma marca (**figuras 49**) que as identifica em várias situações.



Figura 49 | Marca da Identidade Aldeias do Xisto e marca da Identificação da loja das Aldeias do Xisto
(Fonte: <https://goo.gl/images/zZk89p> e <https://goo.gl/images/VaKZZj>)

2.3.2. SÍNTESE DOS DADOS RECOLHIDOS

Relativamente às Aldeias de Xisto, considerou-se ser um projeto de grande interesse por se preocupar com o desenvolvimento sustentável da Região Centro de Portugal. Para isso, as Aldeias do Xisto partilham a gestão de uma marca, que tem como objetivo preservar a cultura e o património Beirão, preocupando-se com o desenvolvimento do território, contra a desertificação humana e o esquecimento das tradições.

Um dos pontos importantes deste projeto assenta na preocupação constante com o bem-estar e a qualidade de vida das populações residentes, ou seja, é importante o desenvolvimento económico para se obter um futuro melhor, chamando turismo para a região, mas sem esquecer quem a frequenta no seu dia-a-dia, de modo a não se sentirem "invadidos" na sua própria casa.

Relativamente à Ribeira Brava concluímos que pela riqueza existente, no projeto propriamente dito teriam de ser considerados com igual valor os monumentos-património edificado e a paisagem - património geográfico natural.

CAPÍTULO III

3. PROJETO

3.1. DEFINIÇÃO CONCEPTUAL

Neste tópico, a definição conceptual foi abordada através da apresentação de um *Mind Map* e de um *Mood Board*, que representam através de palavras e imagens o conceito deste projeto, respetivamente. Por fim, é apresentado o conceito por escrito.

3.1.1. MIND MAP

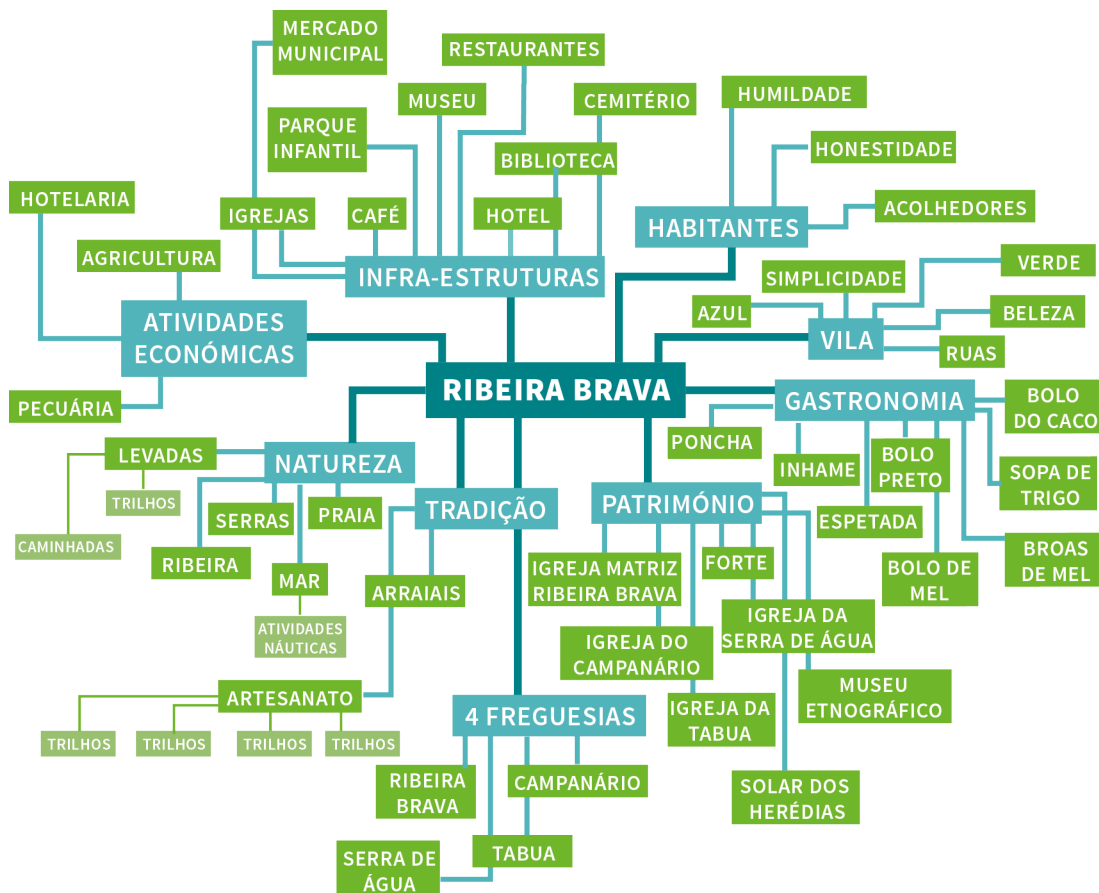


Figura 50 | *Mind Map* do projeto. (Esquema da Autora, 2016)

O *Mind Map* apresentado acima reúne todas as particularidades do Concelho da Ribeira Brava, as suas tradições, infraestruturas, natureza, atividades económicas, património, gastronomia, a vila e os seus habitantes.

Através dele foram identificados pontos relevantes para serem desenvolvidos neste capítulo, através do desenvolvimento de uma marca representativa do Município e de um Guia Turístico.

3.1.2. MOOD BOARD



Figura 51 | Mood Board do projeto. (Esquema da Autora, 2016)

O *Mood board* demonstra o ambiente do concelho da Ribeira Brava. As paisagens de cortar a respiração, são o que mais atrai o olhar de quem a visita. A natureza está presente em todo o concelho.

3.1.3. CONCEITO

Os locais sempre foram marcas, no sentido mais verdadeiro da palavra. Este facto não será aceite por todos, mas os países trabalham no seu branding deliberada e sistematicamente há séculos. (Ribeiro, 2009)

Sousa (2007) afirma que hoje em dia, a maior parte dos locais utiliza, conscientemente, a marca, tendo como objetivo comum o crescimento, o turismo, o comércio e uma imagem positiva. O conceito de marca de uma cidade, região ou nação representa a combinação de contributos de várias disciplinas, que têm como objetivo a criação de uma marca local forte e reconhecida por todos.

A Ribeira Brava é uma vila tipicamente madeirense em tudo o que a envolve, desde as paisagens verdes ao imenso mar azul que a rodeia e tem um grande interesse turístico também pelo seu património monumental, arquitectónico, cultural e etnográfico.

Deste modo, este projeto representa características como a *tradição*, a *simplicidade*, a *confiança*, o *compromisso* e a *proximidade*, que estão na base da criação da Identidade Visual do concelho.

3.2. IDENTIDADE VISUAL

Tendo em conta a definição conceptual explicada anteriormente, foi criada uma marca representativa do Município da Ribeira Brava.

Ao construir-se uma marca territorial, é necessário representar o sítio onde esta vai ser implementada, refletindo a cultura do local e tudo o que a envolve, mas sempre com a preocupação de que esta marca permaneça no futuro. É uma marca que retrata o passado, vive no presente e crescerá no futuro.

Relativamente à construção desta, está dividida em duas fases: a construção do símbolo e a construção do logótipo.

3. 2. 1. VALIDAÇÃO POR PERITOS

A Marca Gráfica do Município da Ribeira Brava foi construída numa primeira fase e, em seguida enviada, juntamente com um questionário, a docentes e profissionais da área do Design Gráfico para que dessem a sua opinião e avaliassem a solução proposta na qualidade de peritos.

Na figura 52 é apresentada a marca na sua versão inicial, a que foi enviada aos peritos. Sobre este desenho, as críticas apontadas centraram-se na alteração da caixa de texto “Ribeira Brava” para minúscula por ser mais dinâmica; na alteração da escala para garantir melhor legibilidade; na modificação das ameias da torre, tornando-as mais definidas e redesenhar o perfil do Forte. Também foi opinado que o desenho e a geometria da marca fossem construídos tendo como base uma grelha e que as ondas e as montanhas fossem criadas através de uma métrica de proporção para as aberturas, fazendo com que o olho agrupasse melhor as formas. (Ver Apêndice 5)



Figura 52 | Versão inicial da marca, enviada aos peritos

3.2.2. REDESIGN DA MARCA

Com base nas alterações propostas, foi criada a versão final e principal da marca gráfica. Esta, com a caixa baixa e bold em “Ribeira Brava”; a palavra “Município” foi engrossada para que tivesse uma melhor leitura; a marca foi redesenhada em cima de uma grelha e o desenho vetorial foi melhorado.



Figura 53 | Comparação da marca inicial com a final

3.2.3. SÍMBOLO

O símbolo da marca representa o Forte de São Bento, por ser o elemento mais representativo do município.

O desenho do forte recortado na forma das montanhas, tem a ribeira na parte inferior, entre as conjugações de cores.

A forma que as montanhas tomam, tem a sua razão de ser para que, visualmente, se relacione e agrupe melhor as proporções juntamente com as ondas, tomando uma forma mais circular.

No caso do símbolo da marca Ribeira Brava, as cores escolhidas são baseadas nas cores reais, à exceção do Forte de São Bento, que é um recorte, o que faz com que o símbolo seja uma representação estilizada do real.



Figura 54 | Inspiração e símbolo da marca Ribeira Brava. (Fotografia da Autora, 2016)

O processo de construção do símbolo passou pela simplificação das formas do Forte de São Bento, das montanhas e da ribeira. As formas com vértices das montanhas foram substituídas para formas arredondadas, para não se tornar tão agressivo visualmente.

3.2.4. LOGÓTIPO

Para a construção do logótipo foi escolhida a tipografia Source Sans Pro Bold e SemiBold, pelo desenho dos seus caracteres. É uma tipografia sem serifas humanista, que favorece os conceitos de simpatia e proximidade da marca, fornecendo-lhe também rigor e contemporaneidade. Estes conceitos são conseguidos através dos traços e da falta de serifas na tipografia. Foi utilizada caixa alta e baixa para dar dinamismo à marca e se ajustar ao símbolo.

Ribeira Brava

M U N I C Í P I O

Figura 55 | Logótipo da marca Ribeira Brava

O logótipo apresenta-se no azul mais escuro, utilizado também no símbolo, porque é a cor que oferece mais garantias de contraste e estabelece continuidade visual entre o símbolo e o logótipo.

3.2.5. MARCA GRÁFICA

A combinação do símbolo com o logótipo dá origem à Marca Gráfica (figura 56) do Município da Ribeira Brava.



Figura 56 | Versão principal da marca gráfica do Município da Ribeira Brava

Consoante as situações, pode ser utilizada a versão principal ou as versões secundárias, sendo preferível a utilização da principal, sempre que possível. As outras versões só poderão ser utilizadas quando a principal não se adaptar.

3.2.6. NORMALIZAÇÃO DA MARCA

A normalização da marca é apresentada num Manual de Normas Gráficas que estabelece e apresenta toda a normalização e construção da marca e possíveis utilizações. Este Manual contém as várias versões da marca, grelhas de proporção, margens de segurança a serem respeitadas, testes de positivo e negativo, as cores utilizadas, a tipografia, reduções máximas da marca, comportamentos em fundos de cor, de forma

a perceber-se como a marca reage nessas situações e as opções pela melhor solução de utilização e, por fim, testes em fundos fotográficos e o modo como ela deve ser aplicada a vários suportes. (Manual de Normas completo no Apêndice 1)

Em seguida são dados alguns exemplos de aplicação da marca:



Figura 57 | Envelope do Município



Figura 58 | Cartão de Visita



Figura 59 | Papel de carta do Município



Figura 60 | Proposta de carrinha de serviço para o Município



Figura 61 | Cartão de cumprimentos do Município

3.3. DESIGN EDITORIAL – GUIA TURÍSTICO

Para a promoção do município da Ribeira Brava foram pensadas diversas soluções que correspondessem ao pretendido. Chegou-se à conclusão que um Guia Turístico com todas as informações sobre o concelho ajudaria nesse sentido, desde que o próprio fosse chamativo, original, organizado e com conteúdos de interesse. Desta forma a publicação foi organizada seguindo um sistema sensorial, porque uma viagem mexe com todos os nossos sentidos.

Dentro do guia, o utilizador terá um suplemento de roteiros e levadas, que poderá ser retirado do interior do livro para que possa ser utilizado separadamente quando se pretender fazer um percurso individual de apenas uma levada.

Foi criado também um mapa desdobrável que contém um mapa da Ilha da Madeira na sua totalidade e outro do centro da vila da Ribeira Brava, legendado com uma série de pictogramas que facilitam a compreensão deste.

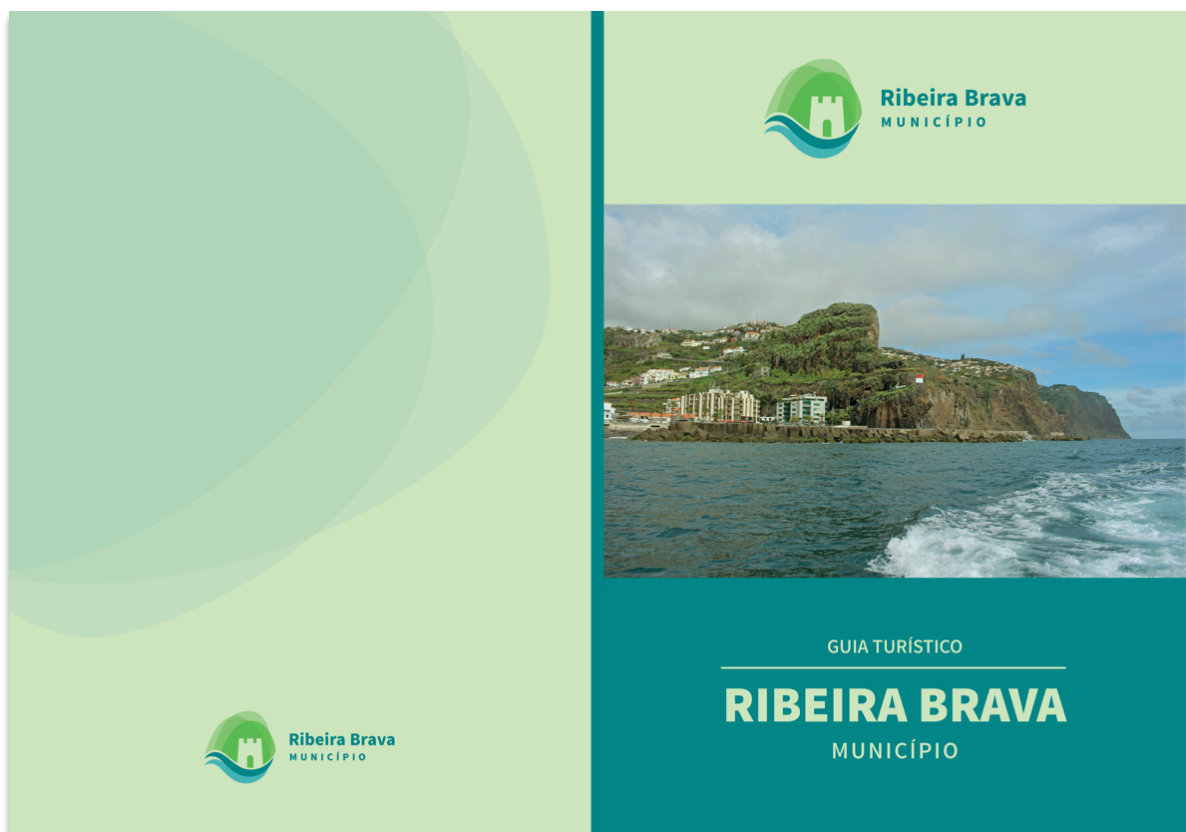


Figura 62 | Capa do guia turístico

3.3.1. CONTEÚDOS

Como referido anteriormente, o Guia Turístico da Ribeira Brava, no seu interior, está dividido como um percurso sensorial, ou seja, os capítulos que o dividem são relacionados com os 5 sentidos.

Quando se abre a publicação o utilizador pode encontrar as indicações para chegar à vila, um pouco da sua história e ainda a sua divisão por freguesias. Seguidamente apresenta-se o capítulo do Alojamento. Este, oferece uma panóplia de hotéis, residenciais e guesthouses ao serviço do turista, com todos os contatos, fotografias e moradas dos mesmos.



Solar dos Herédias		CONTATOS ÚTEIS	56
Cais da Ribeira Brava			
Museu Etnográfico da Madeira			
Miradouros		***	
Taberna da Poncha			
Fajã dos Padres			
Calhau da Lapa			
CHEIRAR	36		
Praia			
Serra			
SENTIR	40		
Bordado Madeira			
Tapeçaria			
Artesanato em Cana Vieira			
Artesanato em Fósforos			
OUVIR	46		
Brinquinho			
Eventos, Festas e Romarias			
SABOREAR	50		
Restaurante & Grill Muralha			
Restaurante Borda d'Água			
Restaurante D.Luís			
Restaurante Residencial Encumeada			
Restaurante Vista Alegre			
Restaurante Fajã dos Padres			
Restaurante O Quartel			
Restaurante La Parreira			
		SUPLEMENTO ROTEIROS LEVADAS	
		Levada do Norte - Cabo Girão / Boa Morte	
		Caminho Real da Encumeada	
		Levada Nova	

Figura 63 | Segunda e terceira páginas do índice do guia turístico.

A partir daqui começa a organização do percurso sensorial do livro. O capítulo “Ver” é o primeiro dos sentidos que a Ribeira Brava desperta no turista que a visita e, dentro deste, o utilizador tem uma lista de locais de interesse para visitar. De seguida, no capítulo “Cheirar” foi criado um género de comparação entre a praia e a serra, duas das melhores coisas que este município tem para oferecer. A próxima parte é “Sentir”. Aqui, o utilizador tem explicações acerca do artesanato madeirense e ribeirabravense. Segue-se o capítulo “Ouvir” (**Figura 64**), onde se fala do brinquinho¹ e se apresenta uma lista de festas, arraiais e romarias existentes no concelho e que tanta fama têm na região. A parte seguinte é “Saborear”. Nesta, são apresentados os melhores restaurantes e locais onde se pode usufruir de uma bela refeição tipicamente madeirense.

Por fim, e para fechar o guia, são apontados os contatos úteis em caso de ocorrer qualquer tipo de emergência.



Figura 64 | Exemplo de um dos separadores de duas páginas do guia turístico. (Fotografia da Autora, 2016)

¹ Instrumento musical típico do folclore madeirense, constituído por bonecos de madeira, com caricas e castanholas, que são dispostos numa cana e movimentados por um eixo vertical, in Dicionário Priberam

No Suplemento “Roteiros & Levadas” são apresentados três percursos existentes no concelho, acompanhados pelos mapas individuais e as informações úteis sobre os mesmos.

3.3.2. NORMALIZAÇÃO DO LIVRO

O Guia Turístico da Ribeira Brava (**Apêndice 2**), é um livro para ser manuseado e, por isso, tem de ser publicado com dimensões pequenas. O formato escolhido foi o A5 (148 x 210 mm), com 2 cm de margem em todos os lados e tem um total de 60 páginas.

Foi aplicada uma grelha de 4 colunas e a tipografia utilizada na publicação é a Source Sans Pro nas suas diferentes variantes de tipo e corpo.

Relativamente ao Suplemento de Roteiros & Levadas, este tem um formato de 128 x 190 mm, precisamente para caber dentro do guia e poder ser retirado quando necessário. O mesmo tem um total de 10 páginas e a tipografia utilizada é igualmente a Source Sans Pro mantendo a coerência formal entre todas as peças.



Figura 65 | Página de boas vindas do guia turístico

FREGUESIAS

O concelho da Ribeira Brava é composto pelas freguesias da Ribeira Brava, Tabua, Campanário e Serra de Água.

Por alguns considerada paróquia desde 1440, a Ribeira Brava parece-nos enquadrar-se antes no grupo de paróquias criadas nos anos que se seguiram à morte do infante D. Henrique, em 1460. A prová-lo, está o facto de haver notícia do seu capelão em 1461.

A primitiva paróquia de Atabua teve origem na capela da Santíssima Trindade, que depois deu lugar à de N.ª Sr.ª da Conceição. Sabemos que a 2 de julho de 1743 era curato paroquial. A freguesia era conhecida como Atabua, mas, a partir de 1838, o Pe António Francisco Drummond e Vasconcelos alterou a forma primitiva para Tabua. A 18 de outubro de 1881, a freguesia foi anexada ao concelho da Ponta do Sol e aí se manteve até 1914, altura em que foi desanexada para ser incluída no novo concelho da Ribeira Brava.

Criada em 1556, a paróquia e agora freguesia do Campanário esteve subordinada a diversos municípios ao longo do seu percurso histórico. De 1855 a 1867, pertenceu ao município de Câmara de Lobos, mas, com a sua extinção, passou para o do Funchal. Em 1914, com a criação do novo concelho da Ribeira Brava, deixou de pertencer à Câmara de Lobos. A freguesia da Serra de Água estava anexada ao concelho de Ponta do Sol até 1914, altura em que foi criada por al-




8 | GUIA TURÍSTICO

vará régio de 28 de dezembro de 1676, instalando-se apenas em 1680. Até 1502, data da criação do município da Ponta do Sol, estas freguesias estavam integradas no concelho do Funchal, passando desde então para o concelho entretanto criado. Durante muito tempo, esta foi uma área importante para o Funchal, sendo considerada a sua quinta. Deste modo, muitas das famílias mais importantes tinham casa na cidade e participavam ativamente na vida municipal. Para além disso, o lugar foi adquirindo importância, em termos administrativos e fiscais. Por outro lado, encontram-se homens-bons da Ribeira Brava na vereação funchalense, sendo referidos como tal,

a 26 de janeiro de 1508, João de Castanheiras, João de Medeiros, Diogo de Teives e João Gonçalves, o Moço. Há ainda a representação delegada no local, através do juiz pedâneo (1491), que, em 1583, acumulava as funções de alcaide. Ainda em 1495, sabemos que o procurador do capitão do Funchal apresentou alguém para o cargo de alcaide pequeno, com funções na justiça local, havendo ainda um escrivão do judicial, que surge referido em 1586. A 5 de julho de 1508, Vasco Gonçalves compareceu no Funchal, em vereação, para tomar posse do cargo e fazer juramento. Em 1527, foi eleito Lopo Machado para juiz do lugar, mas este pediu escusa do


9 | GUIA TURÍSTICO

Figura 66 | Exemplo de páginas do guia turístico

POUSADA DOS VINHÁTICOS

Situada no alto das montanhas da Madeira, tem vista panorâmica sobre a ilha e acesso a trilhos famosos.


www.dortosol.com
291 724 272
Serra de Água
9350-306 Ribeira Brava



CASA DAS TERÇAS

Situam-se na Tabua, a 4 Km do centro da vila. Dispõe de suites independentes, construídas em pedra dentro de um jardim tropical.


961 379 396
Sítio das Terças, Tabua
9350-416 Ribeira Brava



QUINTA DO CABOUÇO

Mansão construída no século XVIII com amplos jardins orgânicos, repletos de árvores de fruto e legumes.


www.quintadocabouco.com
291 957 532
Caminho do Cabouço



VILA BRAVA

Localizada na Ribeira Brava, dispõe de uma piscina ao ar livre, com 3 apartamentos, rodeada de jardins e vista panorâmica sobre o mar.

www.vilabrava.com
vilabracottage@gmail.com
Estrada do Barreiro, Caminho Dom Fernando, 33



16 | GUIA TURÍSTICO

DAZKARIZEH 73

É na sua essência uma homenagem ao intercâmbio cultural resultante da "Epopeia dos Descobrimentos". A decoração, vegetação luxuriante, pormenores arquitetónicos, trajes e tudo o mais, inspiram-se na Índia, Indonésia, entre outros.

www.dazkarizeh73.com
291 638 746
Caminho do Barreiro, 32
9350-103 Ribeira Brava

17 | GUIA TURÍSTICO

Figura 67 | Exemplo de páginas com informações de alojamento do guia turístico

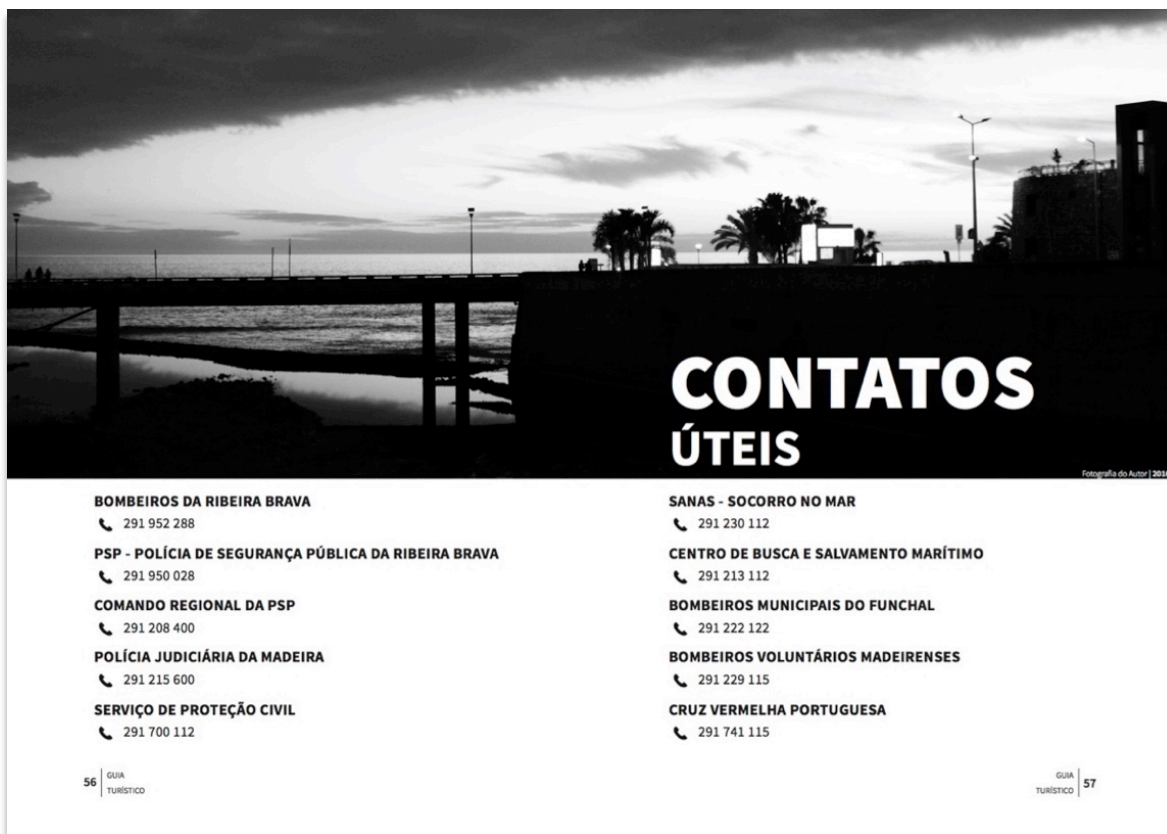


Figura 68 | Páginas com contatos úteis do guia turístico

3.4. OUTROS EXEMPLOS DE APLICAÇÃO DA MARCA

Como o intuito deste projeto é a promoção do Município da Ribeira Brava, pensou-se que faria sentido criar algumas peças de merchandising que acompanhassem a marca, então neste tópico são apresentadas algumas dessas propostas.

No que ao merchandising diz respeito, pensou-se em t-shirts, bolsas de pano e outros objetos relacionados com o artesanato tipicamente ribeirabravense, por serem objetos de fácil transporte e uns dos mais requisitados por parte dos turistas para uma eventual recordação da vila.

Seria também interessante a criação de artesanato tradicional adaptado à marca, para complementar o grupo de objetos escolhidos.

Abaixo seguem-se alguns exemplos de aplicação da marca em merchandising:



Figura 69 | T-shirt e saco de pano com ilustração de uma das janelas frontais do Solar dos Herédias



Figura 70 | T-shirt e saco de pano com ilustração de uma das janelas do Solar dos Herédias, em linha



Figura 71 | T-shirt e saco de pano baseados nos pontos do Bordado Madeira



Figura 72 | T-shirt e saco de pano, baseados no desenho técnico dos bordados



Figura 73 | T-shirt e saco de pano baseados no desenho do Bordado Madeira

O restante merchandising irá basear-se na criação de chaveiros e objetos pequenos, feitos em cana vieira, para promover o artesanato da região e fazer com que este não acabe. Pensou-se, também, que seria interessante criar peças de vestuário (bolsas de senhora, casacos, meias) com a técnica de tecelagem para tapetes que ainda hoje é praticada no Museu Etnográfico da Madeira e que, com criatividade, pode ser utilizada noutras peças.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSÕES

Sendo a desertificação uma problemática cada vez mais recorrente nos dias que correm, compreende-se a urgência do desenvolvimento local e sustentável das regiões mais afastadas das cidades, pois este cria postos de trabalho, evidencia potencialidades e colmata necessidades do local, ao mesmo tempo que o faz de uma forma sustentada, mantendo zonas verdes e selvagens e o património característico. Desta forma, idealizou-se o projeto apresentado, que teve como principal objetivo contribuir para a promoção do Município da Ribeira Brava, através do desenvolvimento de uma Identidade Visual para o local, a criação de um guia turístico e a aplicação da marca em objetos de merchandising, enfatizando, com isto, a relevância do papel do Design Gráfico/Visual na divulgação e promoção locais.

A Identidade Visual de um local deve transmitir todos os valores, ideias e crenças que as pessoas adquirem desse mesmo espaço e, para isso, foi necessário fazer uma pesquisa de campo, para além de uma vasta pesquisa sobre o que é, para que serve e como se cria uma Identidade Visual.

A marca territorial é o resultado do crescimento do conceito de marca e dos novos desafios, responsabilidades e competências que as cidades contemporâneas enfrentam e, por isso, o contributo do Design será uma “âncora” de grande valor prático; no entanto tem de estar bem assente numa política de gestão da cidade que compreenda a necessidade da marca e a sustente em todas as suas ações.

“Numa época visualmente sofisticada, com a concorrência a aumentar exponencialmente e os produtos / serviços a tornarem-se cada vez mais parecidos, o design continua a ser o grande diferenciador. Sempre foi um factor muito influente na criação das diferenças e será sempre.” (Olins, 2005, p. 202)

O Município da Ribeira Brava é totalmente dominado pela natureza e tem isso como destaque na marca representativa do município. No desenvolvimento do guia

turístico, tivemos também sempre em atenção tudo aquilo que de melhor a região tem para oferecer. Através do processo investigativo e da metodologia aplicada, identificámos o património e os valores próprios da região para projetarmos a nova imagem.

Através do contributo do Design pudemos constatar que a oferta de propostas ao turismo pode ser melhorada, que as questões da sustentabilidade passam pela preservação das riquezas locais, e que o turismo pode ser um fator de desenvolvimento económico importante, sem no entanto danificar a paisagem natural e sem destruir o edificado histórico existente.

O Design contribuiu assim para a criação de propostas e para a divulgação do património natural e cultural da Ribeira Brava. A criação da nova Identidade Visual foi muito gratificante, pois permitiu abordar uma temática bastante atual e contribuir com medidas que apostam no desenvolvimento de zonas mais remotas, promovendo-as a nível turístico, social, económico, cultural, arquitetónico e patrimonial. A implementação de projetos deste tipo noutras cidades, vilas ou aldeias portuguesas deveria ser considerada como medida futura, ambicionando-se com isso, dar maior visibilidade às mesmas quer a nível nacional quer internacional.

BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aaker, D. (1998). *Marcas – Brand Equity gerindo o valor da marca*. São Paulo, Negócio

ADXTUR (2008). *Aldeias do Xisto*. In <http://www.aldeiasdoxisto.pt/index/5>. - Acedido a 28 de Abril de 2016

Batista, A. (2008). *O Turismo e a Cultura enquanto estratégias de regeneração de centros históricos. O Caso de Alcácer do Sal*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre, Universidade de Aveiro, Aveiro. Portugal.

Barata, T. (2011). *Identidade Visual e sinalética para a Aldeia de Santa Susana*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual. Escola Superior de Design. IADE Creative University. Lisboa, Portugal.

Câmara Municipal da Ribeira Brava (2014). In <http://www.cm-ribeirabrava.pt/index.php?lang=pt8>. Acedido a 20 de Abril de 2016

Cardoso, A. (2002). *Turismo, Ambiente e Desenvolvimento Sustentável em Áreas Rurais*. Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Portugal.

Cardoso, F. (2011). *Identidade Visual da Marca de Alvito*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual. Escola Superior de Design. IADE Creative University. Lisboa, Portugal.

Chaves, N. e Bellucia, R. (2003) *La Marca Corporativa: Gestion y Diseño de Simbolos y Logotipos*. Paidós Iberica. Buenos Aires

Coelho, C. e Rocha, P. (2007). *Brand Taboos*. Lisboa, Bnomics

Costa, J. (2004) *La Imagem de Marca: Um Fenómeno Social*. Barcelona. Ediciones Paidós Iberica. S.a.

Costa, J. (2008). *A Imagem da Marca: Um Fenómeno Social*. Lisboa: Rosari

Costa, J. (2011). *Design para os olhos: Marca, Cor, Identidade, Sinalética*. Lisboa: Dinalivro

Daniel, A. (2011). *Design de Identidades Corporativas do designer Carlos Rocha*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Design de Comunicação. Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa

Elam, K. (2006). *Sistemas Reticulares. Princípios para organizar la tipografia*. Barcelona: Gustavo Gili Diseño

Fragoso, A. (2002). *Emblema da Cidade de Lisboa: suporte comunicacional da identidade municipal*. Lisboa: Livros Horizonte.

Frascara, J. (2000) *Diseño Gráfico para la Gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito

Frutiger, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas, señales – elementos, morfologia, representación, significación*. 1ª Edição. Barcelona: Gustavo Gili

Frutiger, A. (2007). *Sinais e Símbolos, desenho projeto e significado*. 2ª Edição. São Paulo: Martins Fontes

Frutuoso, G. (2005). *Saudades da Terra* (6 vols.). Ponta Delgada: Instituto Cultural de Ponta Delgada

Grade, A. (2013). *Ensino de cores a crianças daltónicas, Criação de um Manual Interativo para o Ensino Pré-Escolar*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em

Design de Comunicação. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.
Lisboa

Hollis, R. (2001). *Design Gráfico. Uma História Concisa*. São Paulo: Martins Fontes

Hulburt, A. (1986). *Layout: O Design da Página Impressa*. Nobel, Rio de Janeiro

Meggs, P. (2009). *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify

Mollerup, P. (1997). *Marks of Excellence: the history of trademarks*. London: Phaidon

Munari, B. (2006). *Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática*. São Paulo: Martins Fontes

Ollins, W. (2003). *A Marca*. Lisboa: Editorial Verbo

Peón, M. (2003). *Sistemas de Identidade Visual*. 3 ed. Rio de Janeiro: 2AB

Raposo, D. (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa: Branding, história da marca, gestão da marca, identidade corporativa*. Castelo Branco

Ribeiro, M. (2009). *Uma cidade, uma marca: o contributo do Design para a representação das cidades*. Universidade de Aveiro, Aveiro.

Samara, T. (2007). *Grid – construção e desconstrução*. Cosac Naify. Brasil

Tarouco, F. e Reyes, P. (2011). *Identidade Territorial: um processo de construção*. 1º Congresso Nacional de Design. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Tchichold, J. (2007). *A Forma do Livro*. Artes do Livro. Brasil

Tybout, A. e Calkins, T. (2006). *Branding*. Atlas, 2006. Brasil

Villas-Boas, A. (1998) *Utopia e Disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB

WEBGRAFIA

- <http://design-ergonomia.blogspot.pt/2009/01/design-de-identidade-e-imagem.html> -
acedido a 8 de Abril de 2016

- <http://www.cm-ribeirabrava.pt> - acedido a 7 de Março de 2016

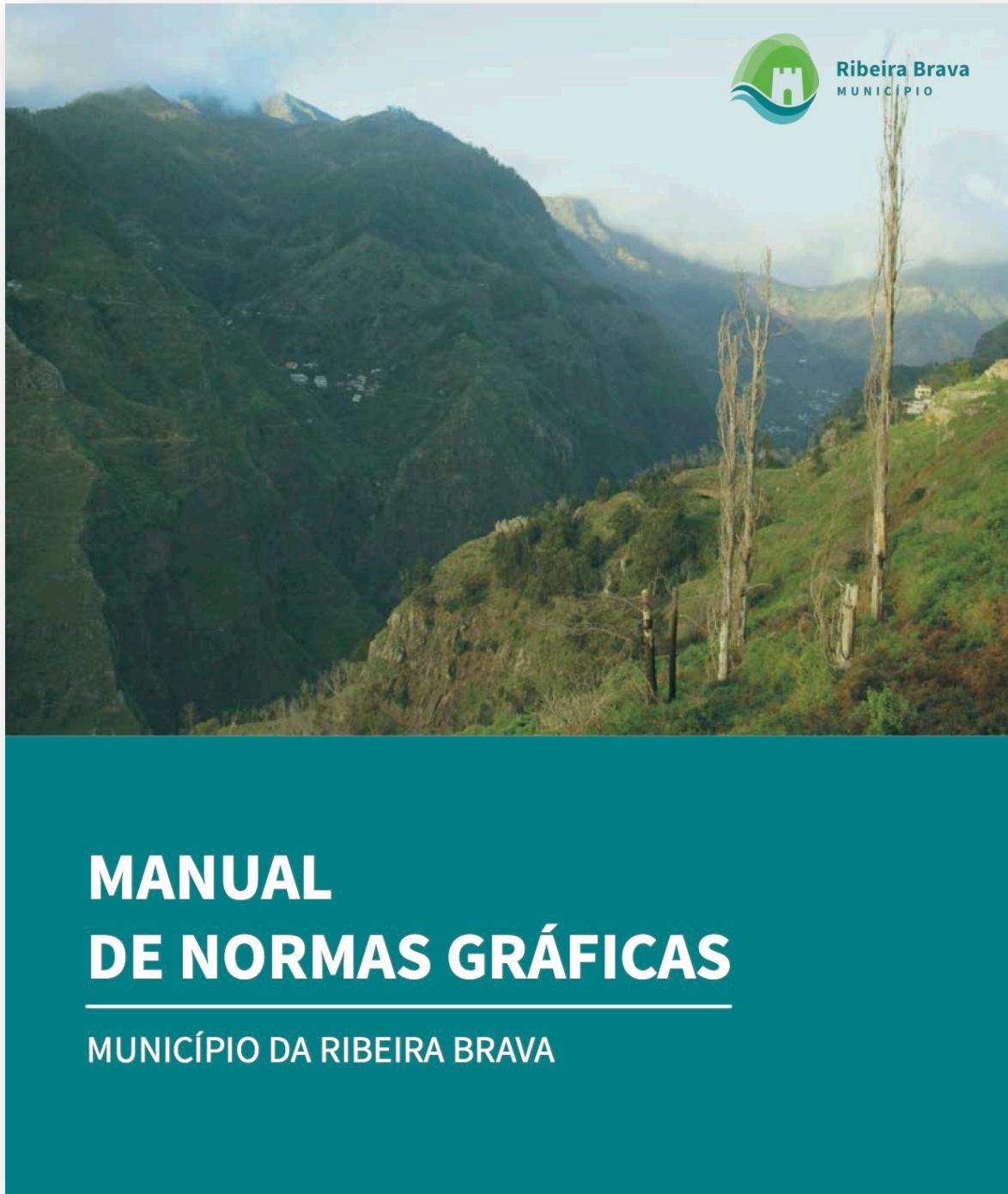
- https://issuu.com/marioteless/docs/roteiro_tur__stico_da_ribeira_brava - acedido a
12 de Maio de 2016

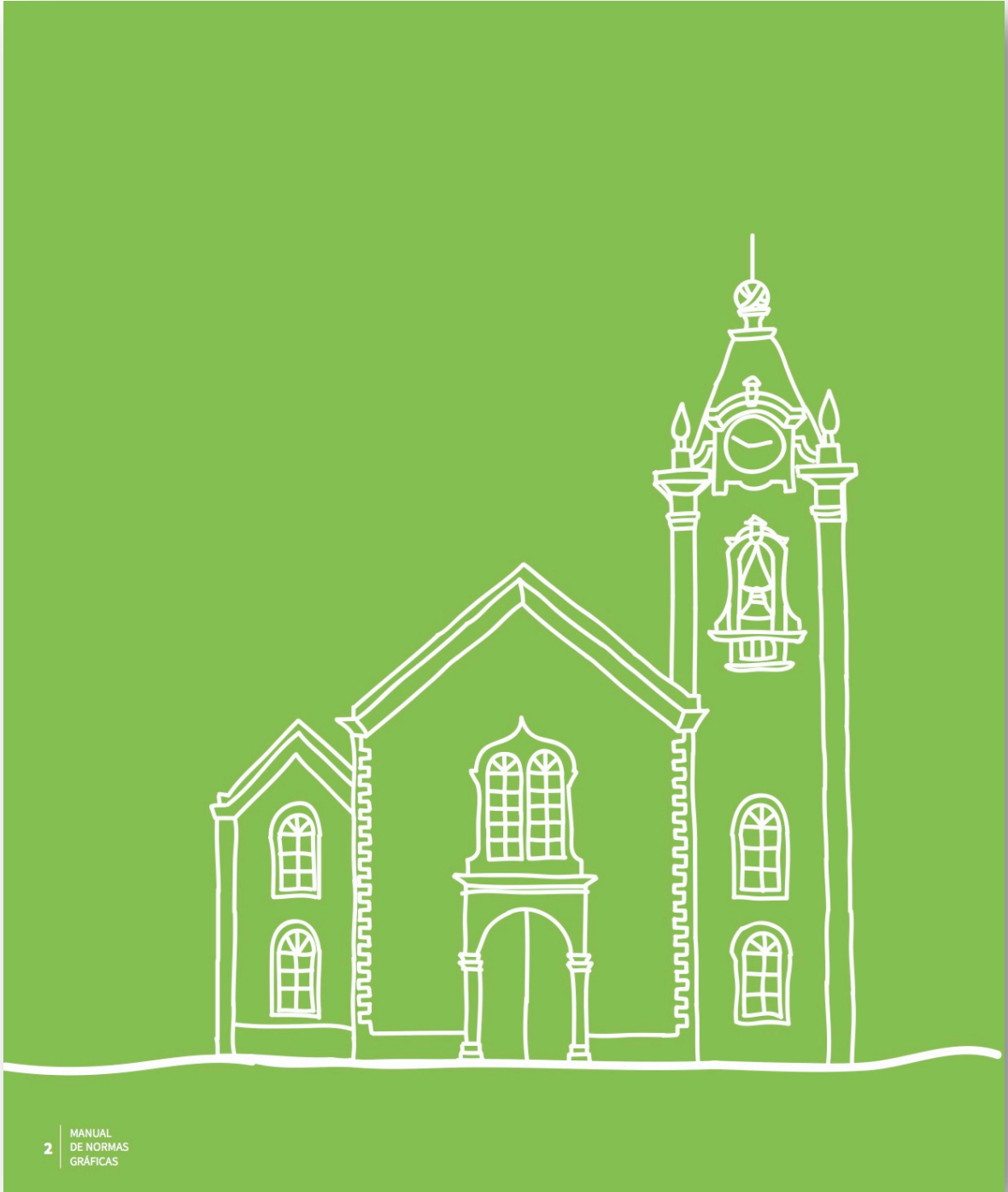
- <http://www.walkmeguide.com/pt/madeira/trails-list> - acedido a 13 de Maio de 2016

- <http://www.restaurantesmadeira.com/restaurantes-em-Ribeira%20Brava.html> - 13 de
Maio de 2016

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – MANUAL DE NORMAS





MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Este manual contém regras básicas de utilização dos elementos fundamentais de design da marca RIBEIRA BRAVA e o modo como eles se aplicam de forma a dar vida à mesma.

Estes elementos básicos da identidade são as formas, cores e tipos de letra que, quando combinados, se transformam numa força poderosa que corporiza a identidade da marca.

1 | APRESENTAÇÃO DA MARCA



SÍMBOLO

Ribeira Brava
MUNICÍPIO

LOGÓTIPO

A identidade do Município da Ribeira Brava surge da conjugação de um dos símbolos principais do concelho com a natureza que o rodeia.

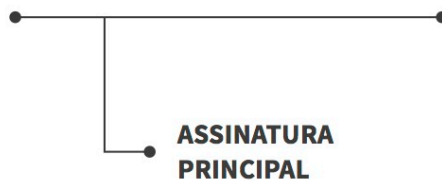
No símbolo, é representado o Forte de São Bento, recortado em montanhas estilizadas e, por baixo, duas ondas, pensadas para ser feita uma analogia à ribeira e ao mar.

A tipografia escolhida foi a Source Sans Pro Bold e Semi-Bold e permite destacar o nome do município. Apresenta uma estrutura sólida e consistente, sem serifas, humanista e que favorece os conceitos de simpatia e proximidade da marca, fornecendo-lhe também rigor e contemporaneidade. Foi utilizada caixa alta e baixa para dar dinamismo à marca e se ajustar ao símbolo.

O logótipo é a assinatura do Município da ribeira Brava, devendo ser reproduzido sem deformações ou alterações.

O símbolo e o logótipo formam um conjunto, pelo que nunca poderão ser usados em separado.

2 | ASSINATURA PRINCIPAL E SECUNDÁRIA



Ribeira Brava
MUNICÍPIO



Este manual é um instrumento de trabalho, ilustrando e definindo as utilizações da identidade gráfica do sistema de assinaturas.

De forma a garantir uma maior flexibilidade da marca, apresenta-se uma assinatura secundária, vertical.

3 | GRELHA DE CONSTRUÇÃO



Estas diretrizes mostram a grelha usada para estabelecer a relação entre os elementos que compõem a marca. Esta relação representa a base do sistema de identidade, nunca devendo ser alterada na sua proporção.

4 | MARGEM DE SEGURANÇA



Para perservar uma boa leitura do logótipo e do símbolo foi definida uma área de segurança à sua volta. Esta área tem como referência a medida x, que corresponde à altura do logótipo.

O espaço livre mínimo ilustrado aplica-se a todas as versões da marca e destina-se a proteger a marca de qualquer outro elemento que esteja próximo e possa impedir e influenciar a sua leitura e visibilidade.

5 | ESCALA DE LEGIBILIDADE



Ribeira Brava
MUNICÍPIO



27 mm

Para garantir a leitura da marca em offset / impressão digital e ecrã, devem ser respeitadas as dimensões mínimas estudadas.

Para a sua reprodução em escalas variadas, recomenda-se que a marca não seja reproduzida em tamanho inferior a 27 mm.

6 | NEGATIVO, POSITIVO E VERSÃO MONOCROMÁTICA



Estes são os diferentes comportamentos que a marca deve ter. Apenas estes e nenhuns outros devem existir. Sempre que possível, utilizar a marca sobre fundo branco, este é o seu comportamento preferencial. Quando o logótipo passa a uma cor (preto ou a branco), a onda inferior fica com uma opacidade de 80%.

7 | CORES / REPRODUÇÃO CROMÁTICA



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

CORES DIRETAS | PANTONE



PANTONE P
125 - 15C



PANTONE P
124 - 13C

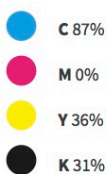


PANTONE P
151 - 7U



PANTONE P
151 - 8U

CORES SELEÇÃO | QUADRICOMIA

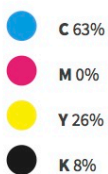


C 87%

M 0%

Y 36%

K 31%

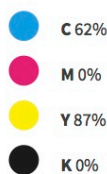


C 63%

M 0%

Y 26%

K 8%

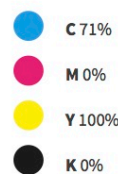


C 62%

M 0%

Y 87%

K 0%



C 71%

M 0%

Y 100%

K 0%

CORES RGB | ECRÃ, TV, WEB



R 0

G 128

B 133

#008085



R 83

G 179

B 185

#53B3B9

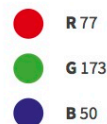


R 110

G 182

B 74

#6EB64A



R 77

G 173

B 50

#4DAD32

O papel desempenhado pela cor numa assinatura é fundamental. Assim, as cores deverão ser reproduzidas com a máxima fidelidade, tentando encontrar em cada superfície de reprodução a sua mais fiel aproximação, tendo como base as cores indicadas para cada tipo de utilização. Nesta página estabelecem-se os padrões pelos quais as cores se definem.

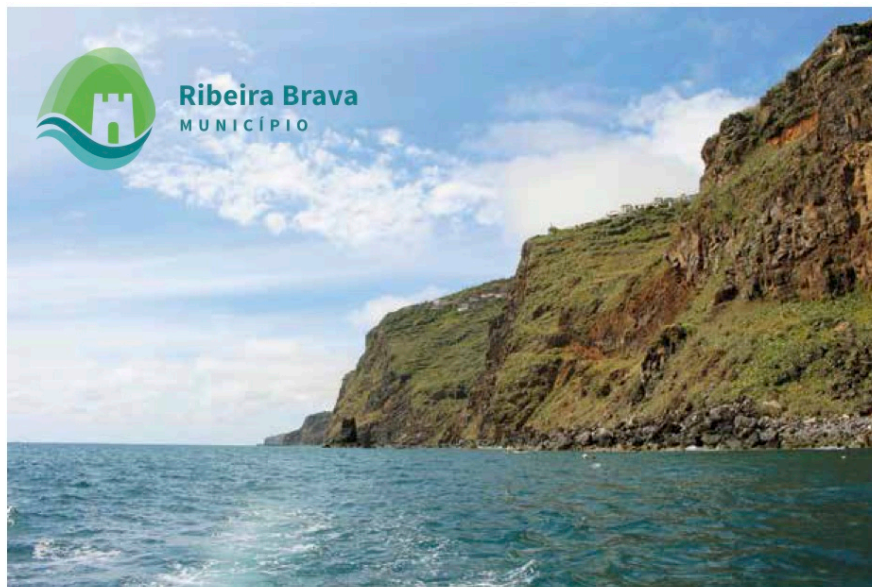
8 | COMPORTAMENTO SOBRE COR





9 | COMPORTAMENTO SOBRE FOTOGRAFIAS





A aplicação da marca sobre fotografia é uma fonte de situações imprevistas. As imagens aqui colocadas apresentam alguns exemplos que respeitam a integridade e a legibilidade da marca. No caso de fundos fotográficos com muito ruído visual, recomenda-se a versão a branco.

10 | ASSINATURAS INCORRETAS

CORES INCORRETAS



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

DESLOCAÇÃO DE ELEMENTOS



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

UTILIZAÇÃO EM OUTLINE



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

UTILIZAÇÃO DE TIPOGRAFIA INCORRETA



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

PROPORÇÕES INCORRETAS



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

DISTORÇÃO VERTICAL



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

DISTORÇÃO HORIZONTAL



APLICAÇÃO INCORRETA DE FUNDOS DE COR



A alteração da assinatura prejudica a coerência e percepção da identidade comprometendo os seus objetivos. Torna-se necessário respeitar a integridade da marca, ou seja, a sua estrutura formal e cromática. Aqui estão representadas algumas incorreções mais frequentes.

11 | TIPOGRAFIA

SOURCE SANS PRO EXTRA LIGHT

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO LIGHT

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO REGULAR

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO SEMIBOLD

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO BOLD

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO BLACK

abc
0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO ITALIC

abc

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!"#\$%&/'()=?

SOURCE SANS PRO BOLD ITALIC

abc

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!"#\$%&/'()=?

A tipografia é um elemento muito importante na construção de uma marca, é com ela que a marca comunica. Uma coerente utilização tipográfica resulta numa elevada associação e reconhecimento da marca.

12 | ESTACIONÁRIO BÁSICO





Ribeira Brava
MUNICÍPIO

Sara Isabel Abreu Alves
Caminho do Cabouco Nº95, Sítio de São João
9350-141, Ribeira Brava

Exma. Sara Alves,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam consectetur consequat lectus nec rhoncus. Vestibulum ut enim a tellus feugiat bibendum. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Phasellus a gravida dui, vitae iaculis turpis. In tristique nibh vel ligula faucibus, ut vehicula ipsum varius. Nunc id laoreet erat. Cras nisl lorem, rutrum nec magna et, convallis efficitur sapien. Phasellus volutpat tempor risus, maximus ullamcorper diam lacinia et. Vestibulum finibus augue at felis iaculis fermentum. Mauris interdum gravida molestie. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque facilisis felis a sapien varius, vel placerat ex varius. Phasellus interdum tortor non nibh molestie malesuada. Nulla pellentesque, est in ullamcorper hendrerit, enim libero tempus enim, ac semper eros justo eu est. Pellentesque aliquet diam ut enim dictum hendrerit. Proin tincidunt sem eu velit molestie, id elementum lectus condimentum. Phasellus sed justo libero. Vivamus fermentum nisl a libero accumsan aliquam. Ut nec arcu diam. Curabitur eget rutrum felis, eget rutrum dui. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Etiam quis hendrerit mauris, eget tempus dui. Aliquam ac quam sit amet nibh pretium tincidunt id dignissim tellus. Vivamus dignissim placerat tortor, nec cursus metus congue ac.

Com os melhores cumprimentos,



Presidente da Câmara Municipal da Ribeira Brava

Rua do Visconde Nº56 | 9350-213 Ribeira Brava | Madeira, Portugal
TELEFONE: 291 952 548 | FAX: 291 952 182 | geral@cm_ribeirabrava.pt

PAPEL DE CARTA



ENVELOPE



RICARDO NASCIMENTO

Presidente

Rua do Visconde Nº56

9350-213 Ribeira Brava

Madeira, Portugal

TELEFONE: 291 952 548

gabinete-da-presidencia@cm-ribeirabrava.pt

CARTÃO DE VISITA

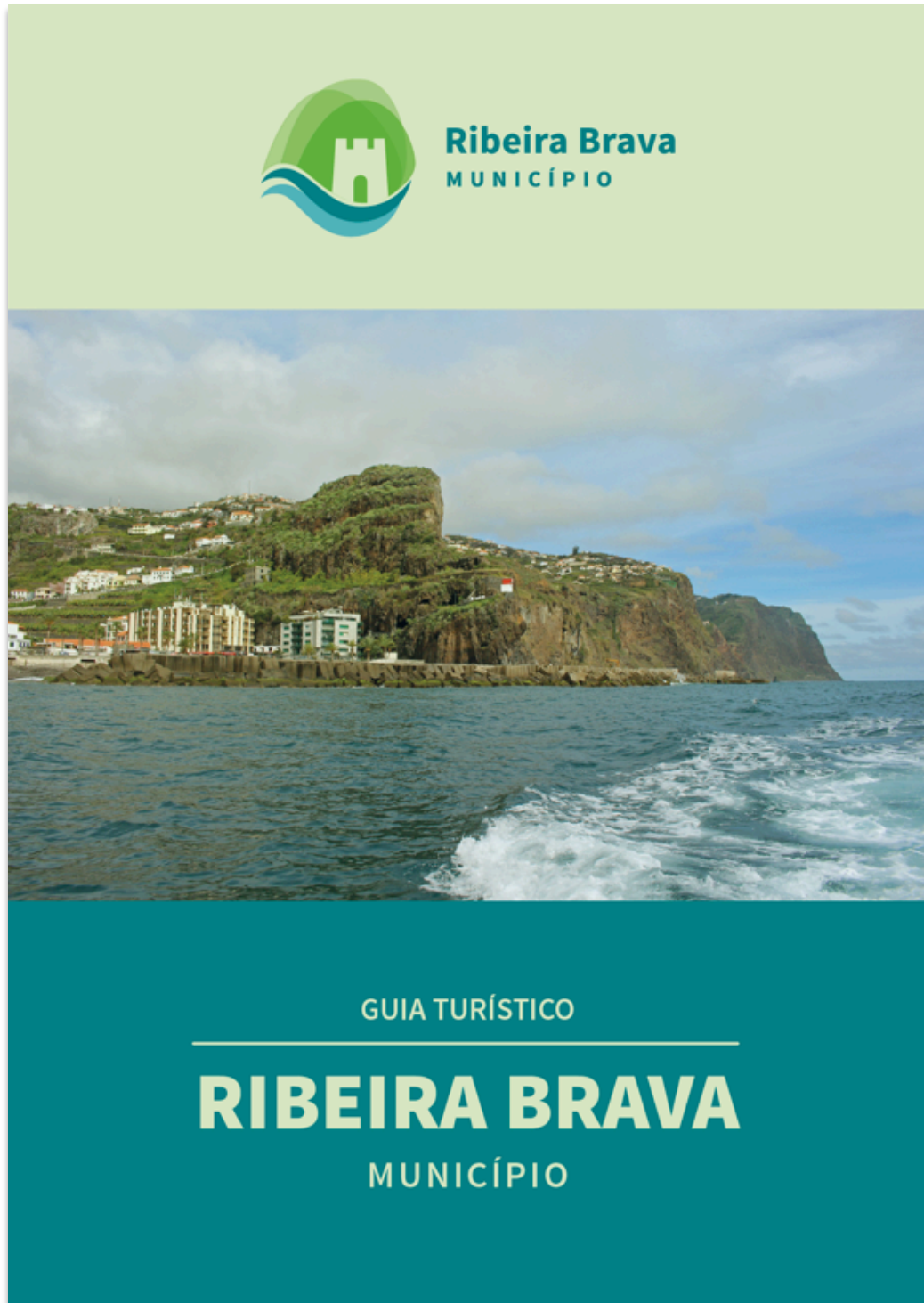


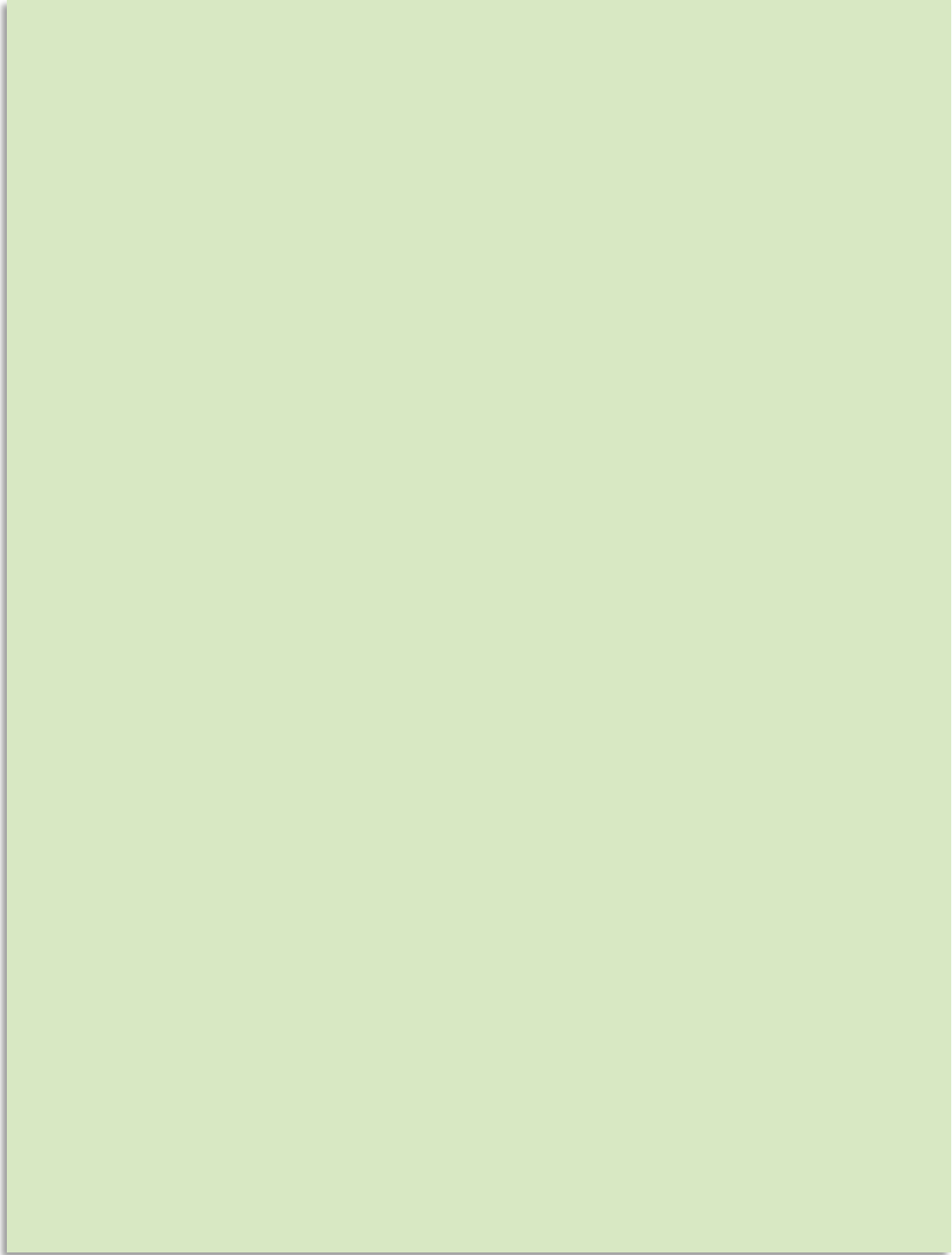
CARTÃO DE CUMPRIMENTOS



CARRINHA DE SERVIÇOS

APÊNDICE 2 – GUIA TURÍSTICO





ÍNDICE

BEM VINDO **5**

Informação Turística
Como chegar à Ribeira Brava
História
Freguesias

ALOJAMENTO **12**

Hotel do Campo
Hotel Bravamar
Casas da Fajã dos Padres
Residencial Encumeada
Pousada dos Vinháticos
Dazkarizeh 73
Vila Brava
Quinta do Cabouco
Casas da Terça

VER **18**

Forte da Ribeira Brava
Mercado Municipal
Núcleo de Pratas
Igreja Matriz da Ribeira Brava
Igreja do Campanário
Igreja da Tabua
Igreja da Serra de Água
Farol da Ribeira Brava

Solar dos Herédias
Cais da Ribeira Brava
Museu Etnográfico da Madeira
Miradouros
Taberna da Poncha
Fajã dos Padres
Calhau da Lapa

CHEIRAR **36**

Praia
Serra

SENTIR **40**

Bordado Madeira
Tapeçaria
Artesanato em Cana Vieira
Artesanato em Fósforos

OUVIR **46**

Brinquinho
Eventos, Festas e Romarias

SABOREAR **50**

Restaurante & Grill Muralha
Restaurante Borda d'Água
Restaurante D.Luís
Restaurante Residencial Encumeada
Restaurante Vista Alegre
Restaurante Fajã dos Padres
Restaurante O Quartel
Restaurante La Parreira

CONTATOS ÚTEIS

56

SUPLEMENTO ROTEIROS | LEVADAS

Levada do Norte - Cabo Girão / Boa Morte

Caminho Real da Encumeada

Levada Nova



Fotografia do autor | 2016

BEM VINDO À RIBEIRA BRAVA

O concelho da Ribeira Brava ocupa uma área de 65 Km², abrange quatro freguesias: Campanário, Ribeira Brava, Serra de Água e Tabua e tem um total de 12 400 habitantes, aproximadamente.

O município é limitado a oeste pelo concelho da Ponta do Sol, a norte por S. Vicente, a este por Câmara de Lobos e a sul pelo Oceano Atlântico. Possui um clima de influência marítima, com verões amenos, em que a temperatura média ronda os 24° C e invernos também amenos, com temperaturas, geralmente, por volta dos 17° C.

A sua morfologia é bastante acidentada, destacando-se montes como o Pico da Senhora da Ajuda (1369 m), Pedras (1512 m) e Terra Chã (1207 m). O edificado encontra-se no fundo de um vale estreito por onde passa a ribeira com o mesmo nome do concelho.

A vila possui diversos cafés e esplanadas e é, com certeza, um local bastante agradável para se apreciar as paisagens.

COMO CHEGAR À RIBEIRA BRAVA?



Fotografia do Autor | 2016

- Funchal, Santa Cruz, Machico, Santana e Aeroporto (a este), via **ER101 / VE1**
- Ponta de Sol e Calheta (a Oeste), através da **ER101 / ER222 / VE1**
- São Vicente, Porto Moniz e Santana(a norte), através da **ER104 / VE4**
- Paúl da Serra (a norte via Encumeada), através da **ER228 / ER110**

HISTÓRIA

Em meados do século XV, a bravura das águas da ribeira deu o nome à freguesia da Ribeira Brava. A sua abundância em canaviais, os imensos recursos agrícolas e os seus trigais, valeu-lhe outrora a denominação de “celeiro do Funchal”. Localizada na costa sudoeste da Ilha da Madeira, a Ribeira Brava é uma das localidades mais antigas da Madeira, que devido à sua orografia, teve um papel muito importante nas comunicações entre todos os pontos da ilha. Entre 1904 e 1908 foi construído um pequeno cais que lhe garantia mais facilidade de acesso ao Funchal e a sua preponderância como entreposto por onde se escoavam os produtos da Costa Norte, torna-se ainda, nó de comunicação essencial com a evolução dos transportes terrestres e o conseqüente incremento da rede viária regional.

A crescente importância do lugar levou a que a população reivindicasse a elevação a vila, mas só após a Implementação da república, mais concretamente por decreto de 6 de Maio de 1914, foi criado o concelho. Os ribeirabravenses devem-no a Francisco Correia Herédia, Visconde da Ribeira Brava.

A necessidade de defesa dos nossos ancoradouros, demasiado expostos às investidas dos corsários, levou, no início do século XVIII à construção de diversas fortificações ao longo do litoral. Neste contexto foi construído, em 1708, o Forte de São Bento, de planta circular e do qual apenas resta a pequena torre. A Igreja Matriz de invocação a S. Bento, é o resultado de profundas alterações e acrescentamentos, embora mantenha vestígios marcantes de cada etapa da história passada.



1. Francisco Correia Herédia
Visconde da Ribeira Brava

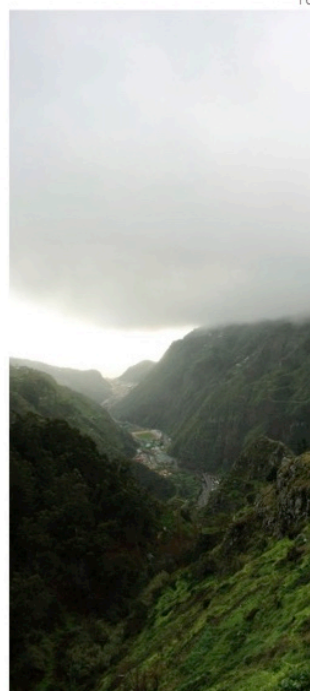
FREGUESIAS

O concelho da Ribeira Brava é composto pelas freguesias da Ribeira Brava, Tabua, Campanário e Serra de Água.

Por alguns considerada paróquia desde 1440, a Ribeira Brava parece-nos enquadrar-se antes no grupo de paróquias criadas nos anos que se seguiram à morte do infante D. Henrique, em 1460. A prova-lo, está o facto de haver notícia do seu capelão em 1461.

A primitiva paróquia de Atabua teve origem na capela da Santíssima Trindade, que depois deu lugar à de N.ª Sr.ª da Conceição. Sabemos que a 2 de julho de 1743 era curato paroquial. A freguesia era conhecida como Atabua, mas, a partir de 1838, o P.e António Francisco Drummond e Vasconcelos alterou a forma primitiva para Tabua. A 18 de outubro de 1881, a freguesia foi anexada ao concelho da Ponta do Sol e aí se manteve até 1914, altura em que foi desanexada para ser incluída no novo concelho da Ribeira Brava.

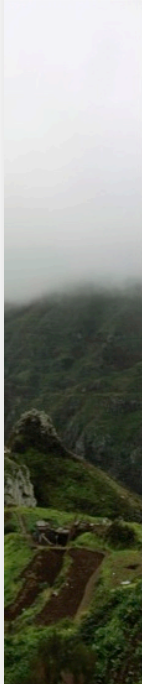
Criada em 1556, a paróquia e agora freguesia do Campanário esteve subordinada a diversos municípios ao longo do seu percurso histórico. De 1855 a 1867, pertenceu ao município de Câmara de Lobos, mas, com a sua extinção, passou para o do Funchal. Em 1914, com a criação do novo concelho da Ribeira Brava, deixou de pertencer a Câmara de Lobos. A freguesia da Serra de Água estava anexada ao concelho de Ponta do Sol até 1914, altura em que foi criada por al-





Fotografia do Autor | 2016

Fotografia do Autor | 2016



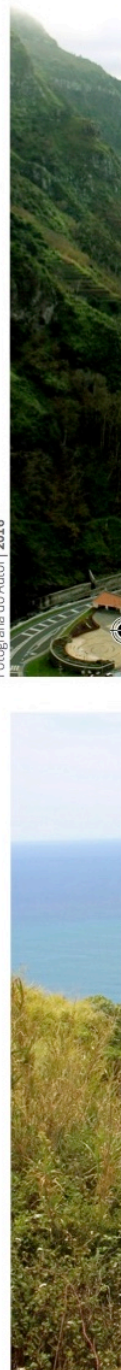
vará régio de 28 de dezembro de 1676, instalando-se apenas em 1680. Até 1502, data da criação do município da Ponta do Sol, estas freguesias estavam integradas no concelho do Funchal, passando desde então para o concelho entretanto criado. Durante muito tempo, esta foi uma área importante para o Funchal, sendo considerada a sua quinta. Deste modo, muitas das famílias mais importantes tinham casa na cidade e participavam ativamente na vida municipal. Para além disso, o lugar foi adquirindo importância, em termos administrativos e fiscais. Por outro lado, encontram-se homens-bons da Ribeira Brava na vereação funchalense, sendo referidos como tal,

a 26 de janeiro de 1508, João de Castanheiras, João de Meideiros, Diogo de Teives e João Gonçalves, o Moço. Há ainda a representação delegada no local, através do juiz pedâneo (1491), que, em 1583, acumulava as funções de alcaide. Ainda em 1495, sabemos que o procurador do capitão do Funchal apresentou alguém para o cargo de alcaide pequeno, com funções na justiça local, havendo ainda um escrivão do judicial, que surge referido em 1586. A 5 de julho de 1508, Vasco Gonçalves compareceu no Funchal, em vereação, para tomar posse do cargo e fazer juramento. Em 1527, foi eleito Lopo Machado para juiz do lugar, mas este pediu escusa do

cargo, justificando que se encontrava então a mudar de residência para o Funchal e que, no momento da nomeação, andava a recolher a sua seara. Nesse ano, a 31 de agosto, não se fez vereação “por os oficiais serem em baixo em a Ribeira Brava” (COSTA, 1998, 181). Na Ribeira Brava, existia já um porteiro do concelho que fazia a publicitação dos despachos e posturas da vereação à população local. A vereação tinha ainda dois quadrilheiros na Ribeira Brava, com funções de fiscalização e vigilância face às determinações camarárias. Em termos de defesa, existia, em 1527, um guarda-mor, cargo acometido ao fidalgo Diogo de Teive, que se havia comprometido a colocar um guarda pequeno às suas custas no varadouro.

O desenvolvimento da cultura açucareira contribuiu para a valorização do lugar, que foi sede de uma comarca para a arrecadação dos direitos do açúcar e também de um posto alfandegário, em 1507. Na sequência desta situação, encontramos aqui, desde 1485, vedor e escrivão, em 1501, o lealdador do açúcar, em 1517, o encaixador, em 1512, o escrivão da arrecadação dos quartos e, em 1517, o recebedor dos quintos. Ainda para a arrecadação de direitos, encontramos o rendeiro do verde, em 1527. Esta estrutura administrativa é ainda confirmada pelos dados dos registos paroquiais do séc. XVI, onde aparecem alcaide, juiz, escrivão, meirinho recebedor, dizimeiro e rendeiro do verde. Também nas vereações se encontram poderes delegados na localidade, em alcaide e escrivão (1488), porteiro e jurado (1490), juiz pedâneo (1491) com escrivão (1495), meirinho da serra (1495), jurado da renda do verde (1496) e taxadores (1496), o que demonstra que a área apresentava um incremento populacional e um progresso económico que, a partir da déc. de 80 do séc. XV, justificam esta presença do poder delegado do município do Funchal.

Fotografia do Autor | 2016





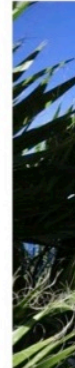






HOTEL DO CAMPO ****

Hotel ecológico com vista para as florestas Laurissilva e para o Oceano Atlântico. Possui uma piscina de água salgada elevada, um ginásio, spa, sala de leitura, Wi-Fi gratuito e um salão de jogos.







 www.hoteldocampo.com
 reservas@hoteldocampo.com
 291 950 270
 Estrada da Banda de Além Nº25
9350-232 Ribeira Brava

HOTEL BRAVAMAR ***

Localizado no centro da vila da Ribeira Brava. Possui uma piscina no terraço, com vista para o mar.



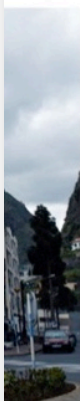
 www.hotel-bravamar.com
 hotelbravamar@hotmail.com
 291 952 220
 Rua Gago Coutinho e Sacadura Cabral - 2A
9350-217 Ribeira Brava



CASAS DA FAJÃ DOS PADRES

Rodeada por jardins, a Fajã dos Padres apresenta encantadores chalés à beira-mar com terraços privados com vista para o mar. Os hóspedes têm acesso exclusivo à propriedade através de um elevador panorâmico.

 www.hoteldocampo.com
 reservas@hoteldocampo.com
 291 950 270
 Estrada da Banda de Além Nº25
9350-232 Ribeira Brava



RESIDENCIAL ENCUMEADA

Situada numa das mais belas escarpas do vale da Ribeira Brava, a uma altitude de 950 metros. A residencial encontra-se no centro da Floresta Laurissilva, reconhecida pela UNESCO como património mundial natural.



 www.hotelencumeada.com
 recepcao@residencialencumeada.com
 291 951 282
 Sítio das Feiteiras
9350-000 Serra de Água

POUSADA DOS VINHÁTICOS




Situada no alto das montanhas da Madeira, tem vista panorâmica sobre a ilha e acesso a trilhos famosos.

 www.dorisol.com
 291 724 272
 Serra de Água
9350-306 Ribeira Brava



QUINTA DO CABOUÇO

Mansão construída no século XVIII com amplos jardins orgânicos, repletos de árvores de fruto e legumes.

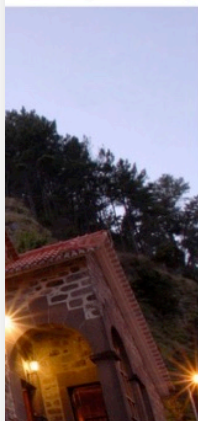
 www.quintadocabouco.com
 291 957 532
 Caminho do Cabouco



VILA BRAVA

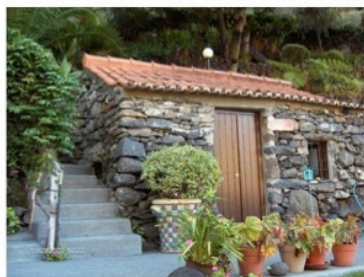
Localizada na Ribeira Brava, dispõe de uma piscina ao ar livre, com 3 apartamentos, rodeada de jardins e vista panorâmica sobre o mar.

 www.vilabrava.com
 vilabracottage@gmail.com
 Estrada do Barreiro, Caminho Dom Fernando, 33

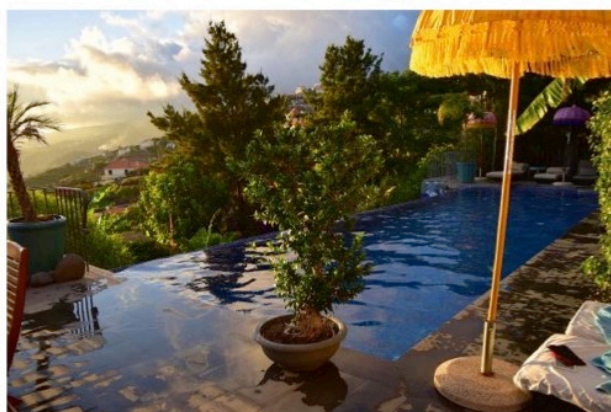


CASA DAS TERÇAS

Situam-se na Tabua, a 4 Km do centro da vila. Dispõe de suites independentes, construídas em pedra dentro de um jardim tropical.



☎ 961 379 396
🏠 Sítio das Terças, Tabua
9350-416 Ribeira Brava

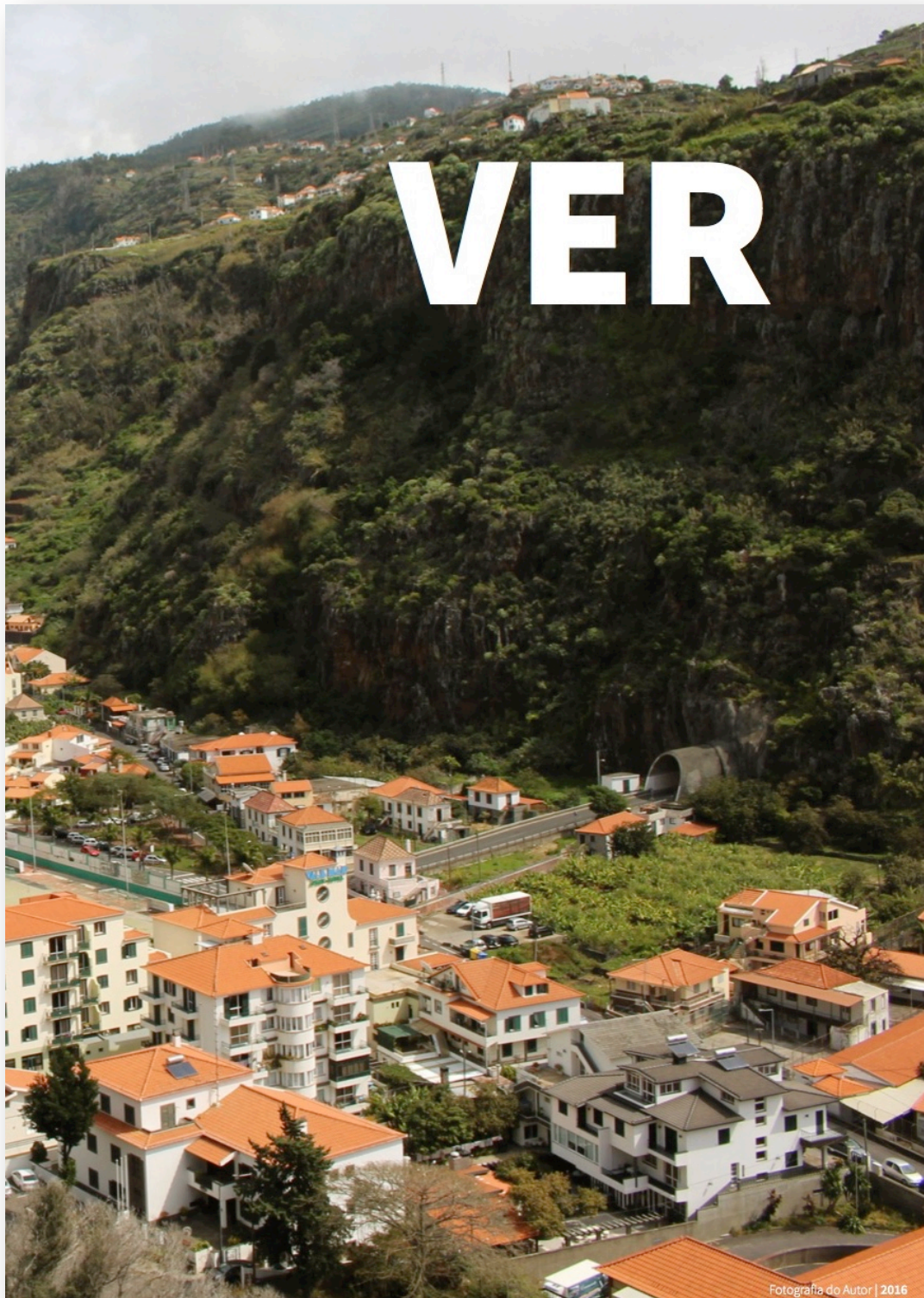


DAZKARIZEH 73

É na sua essência uma homenagem ao intercâmbio cultural resultante da “Epopéia dos Descobrimentos”. A decoração, vegetação luxuriante, pormenores arquitetónicos, trajes e tudo o mais, inspiram-se na Índia, Indonésia, entre outros.

🌐 www.dazkarizeh73.com
☎ 291 638 748
🏠 Caminho do Barreiro, 32
9350-103 Ribeira Brava







Fotografia do Autor | 2016

FORTE DA RIBEIRA BRAVA

Sendo necessária a defesa da costa da ilha perante os piratas e corsários, a construção do Forte da Ribeira Brava foi determinada pelo governador Duarte Sodré Pereira para a defesa daquele ancoradouro, em 1708.

O forte é uma pequena torre de planta circular, coberta por um terraço ameadado por guarita. Na fachada principal virada a Norte, abre-se uma porta em arco de volta perfeita, com inscrições e armas nacionais. Do lado do mar pode-se observar um pequeno nicho que contém uma imagem de S. Bento, padroeiro da vila.

Em 1920 esta pequena fortificação foi alugada à Câmara Municipal para servir de prisão.

🕒 Segunda a Sexta | 10:00
Sábado | 10:00h - 12:30h
Domingos e feriados | Encerrado

MERCADO MUNICIPAL



Fotografia do Autor | 2016

Situado junto ao Forte, encontramos o Mercado Municipal. A Ribeira Brava desde muito cedo revelou-se um local comercial, onde se efetuavam trocas e vendas de produtos vindos das zonas fronteiriças. Aqui podemos encontrar artesanato regional e alimentos frescos, resultantes da atividade agrícola e piscatória regional.

NÚCLEO DE PRATAS

A cruz processional, datada de 1584 é atribuída a Marcos Agostinho sendo uma das peças, entre outras atribuídas ao mesmo autor que se pode ver neste pequeno núcleo.

Num espólio de 66 peças, existem castiçais em prata, coroas, varas, galhetas, cálices, caldeirinhas e outros objetos em prata, datados do século XVI e XVII.



Fotografia do Autor | 2016

Segunda a Quinta | 10:00h - 18:00h
Sexta | 15:00h - 18:00h
Sábado | 9:00h - 13:00h

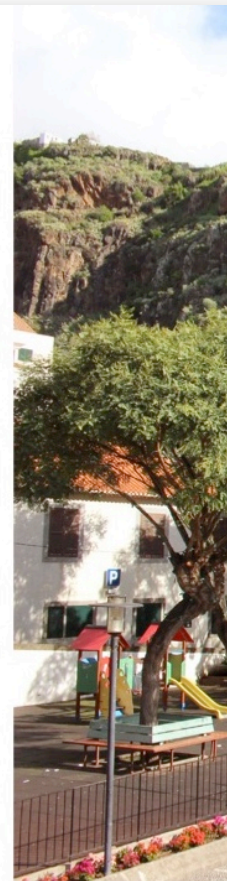
IGREJA MATRIZ DA RIBEIRA BRAVA

Tendo como orago a S. Bento, a Igreja é dotada de um portal de três arquivoltas góticas, com capiteis historiados, praticamente sem igual na ilha. A sua construção data do século XVI, sendo modificada através dos séculos até chegar ao edifício atual.

No interior, encontramos três andares principais: o altar-mor e outros dois laterais. A capela-mor é denominada por um magnífico retábulo de talha dourada e policromada dos finais do século XVII, atribuído à oficina de Manuel Pereira de Almeida, igualmente responsável pelos outros dois altares.

Pode-se encontrar também conjuntos de imagens, uma imagem monumental de Nossa Senhora do Rosário, de produção flamenga, possivelmente das oficinas da Antuérpia, datável de cerca de 1520. A Matriz ainda possui uma magnífica tábua atribuída ao pintor flamengo, Francisco Henriques, representando Nossa Senhora, S. Bento e S. Bernardo.

No seu interior podemos encontrar trabalhos manuais como os capiteis, o púlpito da Matriz e a Pia Batismal (oferta de D. Manuel I).





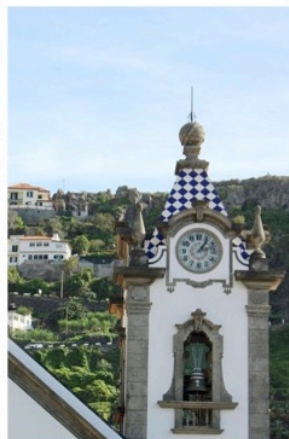
Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

IGREJA DO CAMPANÁRIO

A Igreja atual foi edificada em 1963, substituindo a anterior Igreja. Situada no centro da freguesia do Campanário, concelho da Ribeira Brava, a Igreja Paroquial do Campanário foi edificada no ano de 1683, sendo o seu padroeiro São Braz, padroeiro dos animais selvagens e muito procurado para benções a quem sofre de doenças de garganta.

A festa principal da paróquia é realizada no dia 2 Fevereiro, véspera do dia de São Braz.

IGREJA DA SERRA DE ÁGUA



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

IGREJA DA TABUA



Fotografia do Autor | 2016

FAROL DA RIBEIRA BRAVA



Fotografia do Autor | 2016

SOLAR DOS HERÉDIAS

Ao lado da Igreja podemos encontrar a antiga moradia do fundador do concelho, Francisco Correia Herédia.

No solar da sua família, encontra-se, hoje em dia, a Câmara Municipal. Apesar das remodelações sofridas nestes dois últimos séculos, apresenta sobre a porta uma inscrição do século XVIII e mantém no pequeno jardim, bem ao gosto madeirense, o empedrado de calhau rolado tradicional e inúmeras espécies naturais de flora.



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

CAIS DA RIBEIRA BRAVA

Atravessando o túnel de acesso ao cais, deparamo-nos mais uma vez, com as magníficas paisagens da Madeira.

Devido à difícil orografia da região, cedo o mar se tornou a via utilizada para transportar os géneros produzidos no meio rural com destino ao Funchal, inclusive produtos vindos do Norte da Ilha.

A Ribeira Brava era, ao mesmo tempo, um lugar de passagem dos que cruzavam a ilha pela costa daqueles que iam do sul para o norte e ainda daqueles que cá chegavam de barco e seguiam o restante a pé.

MUSEU ETNOGRÁFICO DA MADEIRA

O edifício onde está instalado o Museu Etnográfico da Madeira, foi moradia de Luís Gonçalves da Silva, Capitão das ordenanças do Lugar da Ribeira Brava, casado em 1682 com D. Antónia de Menezes, o qual, em 1710, mandou erguer, no flanco sul da casa uma capela dedicada a S. José, cujo portal, embora modificado, ainda se encontra implantado na antiga construção. Em 1716, conjuntamente com a sua mulher, instituiu um vínculo perpétuo imposto na casa onde residiam, em diversas fazendas e na Capela de São José, o qual seria somente abolido em 1860.



Fotografia do Autor | 2016



Em 1853, José Maria Barreto, último administrador do vínculo de São José, transformou o velho solar, já então arruinado, numa fábrica de aguardente, tendo sido ali montado um engenho de moer cana-de-açúcar, de tração animal, um alambique de destilação. A fábrica passou a utilizar, em 1862, energia hidráulica instalando-se, nesse ano, uma roda motriz de madeira, servida por uma levada, e um engenho com três cilindros de ferro horizontais. Funcionavam também na fábrica, desde 1868, dois moinhos de água para cereais.





Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

O edifício do Museu é testemunho exemplar duma habitação solarenga madeirense com capela anexa que, em face da decadência económica resultante da instituição vincular, foi, em meados de oitocentos, convertida numa unidade industrial.

Encontrando-se desativado e em adiantado estado de degradação, o antigo engenho de aguardente da Ribeira Brava foi adquirido, em 1974, pela Junta Geral do Distrito Autónomo do Funchal.

O Governo Regional decidiu instalar no velho edifício, o Museu Etnográfico da Madeira. Projetado pelo arquiteto João Francisco Caíres, foi inaugurado em 15 de Junho de 1996 e aqui estão reunidas as coleções etnográficas madeirenses, testemunhos expressivos da cultura madeirense.

🕒 Terça a Sexta | 09:30h - 17:00h
Sábado | 10:00h - 12:30h
13:30h - 17:00h
💰 €

MIRADOURO DE SÃO SEBASTIÃO



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

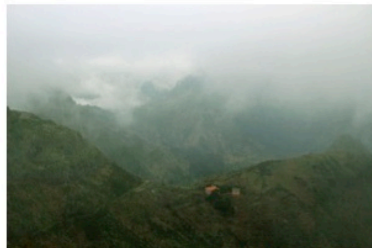


Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

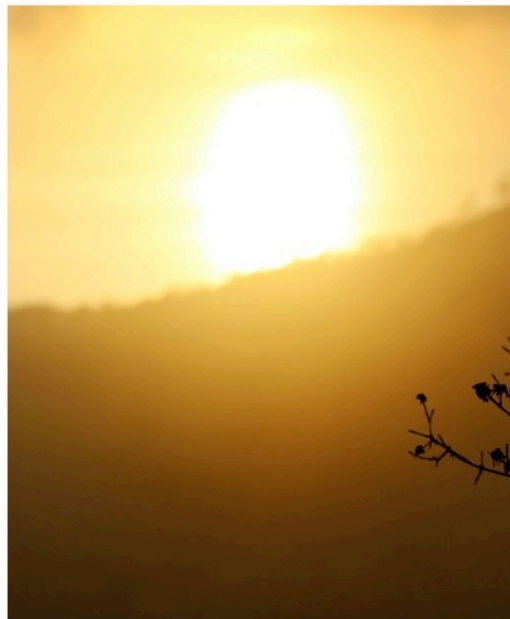
MIRADOURO DA ENCUMEADA



Fotografia do Autor | 2016



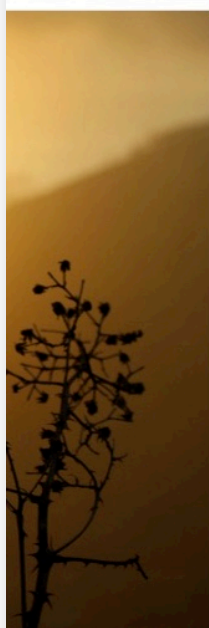
Fotografia do Autor | 2016



MIRADOURO DO ESPIGÃO



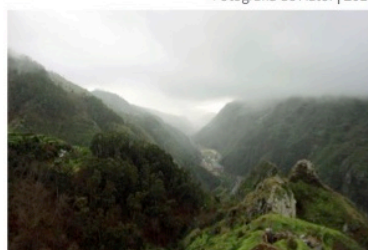
Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016



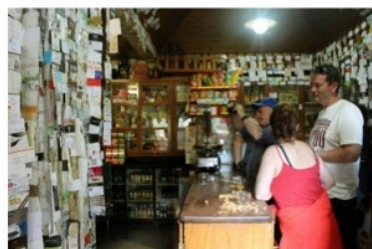
Fotografia do Autor | 2016

TABERNA DA PONCHA

É um espaço rústico e acolhedor, conhecido pela sua poncha, famosa bebida tradicional da Serra de Água. Esta, feita com aguardente de cana, sumo de laranja, mel e, posteriormente mexida com o tradicional “caralhinho”.

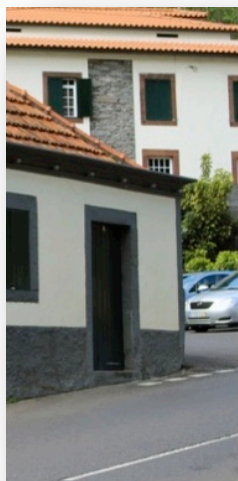


Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016





Fotografia do Autor | 2016



Fotografia do Autor | 2016

Fotografia do Autor | 2016



FAJÃ DOS PADRES

Habitada e povoada desde o início do povoamento da Ilha da Madeira, a história da Fajã dos Padres acompanha a história da própria ilha, existindo inúmeros registos e referencias aos proprietários, às colheitas agrícolas e aos próprios habitantes do local, desde o século XV.

O nome da fajã deve-se ao facto de ter pertencido aos padres da Companhia de Jesus durante mais de 150 anos. Na sua passagem pela Fajã dos Padres, os Jesuítas deixaram marcas notórias, das quais se destaca a introdução do vinho Malvasia, um vinho cuja reputação ultrapassou as fronteiras nacionais e chegou até à Inglaterra, Estados Unidos e Rússia.

Apesar do isolamento do local, chegaram a viver na fajã cerca de 50 pessoas, entre colonos e jesuítas, distribuídas por um conjunto de cerca de 10 casas. Para além do amanho das terras, julga-se que o local terá servido para veraneio de frades. Hoje em dia, é possível reviver um pouco da herança deste passado, ao visitar algumas destas pequenas casas recuperadas e provar o delicioso vinho Malvasia numa visita à antiga adega, ou ao percorrer os antigos caminhos de pedra entre os terrenos de cultivo.

CALHAU DA LAPA

O Calhau da Lapa é um pequeno paraíso na Freguesia do Campanário, que usufrui de tranquilidade e águas cristalinas. Existem algumas casas e um conjunto de grutas escavadas em camadas de piroclastos, que se notam entre rochas basálticas.

Um pequeno desembarcadouro vai resistindo à destruição imposta pela força do mar, desde 1909. Para oeste, perto da costa, encontra-se o ilhéu do Campanário que com a sua forma peculiar parecida a um sino deu nome à freguesia. Para completar as atrações deste local, uma cascata grandiosa, com cerca de 90 metros termina perto da foz da Ribeira da Lapa.



Fotografia do Autor | 2016





CHEIRAR



PRAIA

A praia da Ribeira Brava está muito bem localizada e dispõe de boas condições para tomar banho e apanhar sol. Entre as várias facilidades pode encontrar dois campos de areia, um destinado ao vôlei e outro ao futebol e/ou andebol, caiaques, restaurante e bar, casa de banho, nadador-salvador e bote salva-vidas. É um excelente sítio para descontraír e apreciar o cheiro a maresia que se faz sentir à beira-mar, com águas límpidas calmas e quentes.





Fotografia do Autor | 2016

SERRA

As serras da Ribeira Brava são um belo sítio para “limpar” os pulmões e respirar ar fresco e puro. Com uma panóplia de trilhos e levadas seguras que qualquer pessoa pode fazer, a ilha é conhecida pela sua ligação com a natureza e com o verde.





Fotografia do Autor | 2016



BORDADO MADEIRA

A marca Bordado Madeira destina-se a um segmento de luxo que valoriza não só a beleza e requinte do Bordado Madeira que se expressa em grande medida no seu design e nas combinações de materiais e tipos de pontos utilizados com sabedoria e elegância, mas também no trabalho artesanal, puro e autêntico. Nenhuma peça de Bordado Madeira é igual a outra. Cada trabalho tem o cunho pessoal das mãos da bordadeira que durante muitas horas a ele se dedicou, num trabalho perfeccionista e minucioso.





TAPEÇARIA

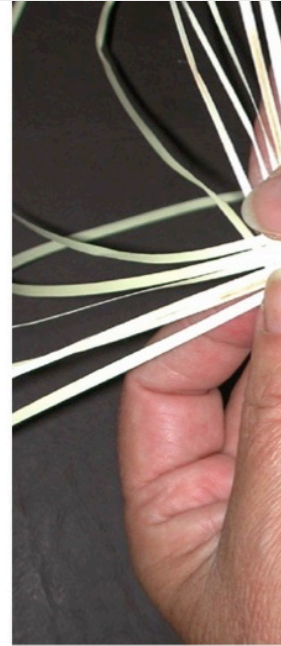
Na tapeçaria destaca-se a tecelagem de lãs, em teares manuais, executados em madeira.

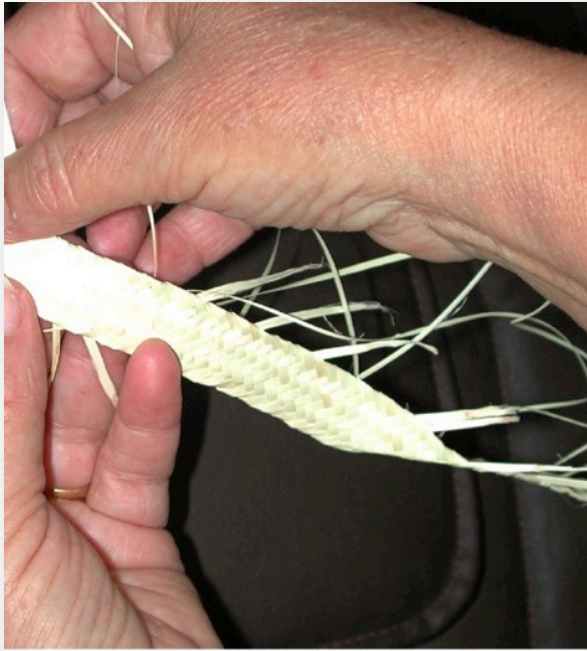
Os produtos são variados, desde camisolas, barretes e meias, tapetes, mantas e cobertores, etc.



ARTESANATO EM CANA VIEIRA

Esta planta, de grande utilidade, disseminada por todo o Arquipélago da Madeira, é proveniente do Oriente. A Cana Vieira, conhecida também por Cana de Roca, é muito utilizada para o fabrico de rocas para fiar e pentes para tecelagem; canas e covos de pescar; gaiolas; cestaria; papagaios e outros brinquedos; flautas, reco-recos e outras peças de instrumentos musicais; e serve também para fazer o típico “Brinquinho” sempre presente no folclore madeirense.





ARTESANATO EM FÓSFOROS







BRINQUINHO

É um instrumento de percussão muito vulgar e popular na Região Autónoma da Madeira e um dos mais queridos, senão o mais querido do povo e dos turistas que visitam a Madeira. Este conjunto de sete bonecos de pano tem, no seu interior, na maior parte dos casos, serradura e são revestidos com trajes típicos do nosso arquipélago, portadores de castanholas, situadas vulgarmente nas costas dos bonecos, dispostos em roda de dois arcos circulares, construídos em arame grosso.



EVENTOS, FESTAS E ROMARIAS

Fotografia do Autor | 2016



ATIVIDADE	DATA	LOCAL
Festa de Nª Sª das Candeias	1 / 2 Fevereiro	Tabua
Arraial de S. Brás	8 / 9 Fevereiro	Campanário
Festa de S. Bento	22 / 23 Março	Ribeira Brava
Festa da Santíssima Trindade	15 Junho	Tabua
Arraial de São João	23 / 24 Junho	Ribeira Brava
Arraial do São Pedro	28 / 29 Junho	Ribeira Brava
Arraial do SSS	5 / 6 Julho	Ribeira Brava
Arraial de São Paulo	2 / 3 Agosto	Ribeira Brava
Festa de Nª Sª da Ajuda	15 Agosto	Serra de Água
Arraial da Apresentação	22 / 23 Novembro	Ribeira Brava
Arraial de Nª Sª da Conceição	7 / 8 Dezembro	Tabua
Missas do Parto	15 / 21 Dezembro	Ribeira Brava







☎ 291 952 592
🏠 Estrada Regional 220, Nº1
9350-018 Ribeira Brava
🕒 Terça a Domingo | 11:00h - 02:00h
💰 €€

RESTAURANTE & GRILL MURALHA

O restaurante Muralha está situado numa localização privilegiada no centro da vila da Ribeira Brava. Oferece tranquilidade e uma maravilhosa vista panorâmica sobre o mar e vila, bem como uma vista do pôr-do-sol. A sua decoração colorida e fresca encaixa perfeitamente com a sua localização. É um restaurante com um bom ambiente onde a diversão está garantida.



RESTAURANTE BORDA D'ÁGUA

O restaurante Borda D'Água é o local de eleição para as suas refeições, onde poderá comer o melhor dos petiscos regionais, ou saborear uma agradável e refrescante bebida, num ambiente, que lhe proporciona bons momentos de descontração com uma paisagem de cortar a respiração.



☎ 291 957 697
🏠 Rua Engenheiro Pereira Ribeiro
9350-201 Ribeira Brava
🕒 Todos os dias | 08:00h - 00:00h
💰 €€



RESTAURANTE D. Luís

Espaço moderno e simples com amplas janelas a oferecer uma bela vista sobre o mar e sobre a vila. Predominam os pratos e as bebidas regionais.

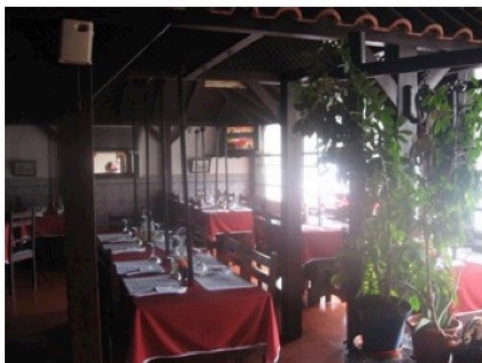
☎ 291 952 592
🏠 Estrada Regional 220, Nº1
9350-018 Ribeira Brava
🕒 Todos os dias | 08:00h - 00:00h
💰 €€

RESTAURANTE RESIDENCIAL ENCUMEADA

O Restaurante do Hotel Encumeada oferece-lhe os sabores da gastronomia tradicional Madeirense, num ambiente agradável, envolvido pelo ar puro da floresta Laurissilva e com uma vista panorâmica sobre o vale da Ribeira Brava



☎ 291 951 282
🏠 Sítio das Feiteiras
9350-000 Serra de Água
🕒 Todos os dias | 08:00h - 00:00h
💰 €€



☎ 291 953 614
🏠 Rua Comandante Camacho Freitas
9350-077 Campanário
🕒 Terça a Domingo | 08:00h - 23:00h
💰 €€

RESTAURANTE VISTA ALEGRE

Possui um estilo muito rústico e tradicional madeirense. É um restaurante muito elogiado com um elevado apreço por iguarias regionais. Tem capacidade para 100 pessoas e dispõe de áreas privadas para jantares mais íntimos.

RESTAURANTE FAJÃ DOS PADRES

O restaurante da Fajã dos Padres completa a visita à Fajã dos Padres, ajudando a torná-la numa experiência única. O restaurante serve uma selecção cuidada de pratos com origens na cozinha regional Madeirense, donde se destacam os pratos de atum, e de outros peixes frescos, e as sobremesas e acompanhamentos confeccionados com frutos produzidos na propriedade.



☎ 291 944 538
🏠 Estrada P. António Diniz Henriques
9300-261 Quinta Grande
🕒 Todos os dias | 11:00h - 18:00h
💰 €€€



RESTAURANTE O QUARTEL

Restaurante localizado no Quartel de Bombeiros de Ribeira Brava, a servir pratos da gastronomia regional, com destaque para os mariscos e o peixe. Dispõe de uma agradável esplanada com vista para o mar.

☎ 291 951 148
🏠 Estrada Regional 104
9350-201 Ribeira Brava
🕒 Todos os dias | 08:00h - 00:00h
💰 €€

RESTAURANTE LA PARREIRA

O Restaurante La Parreira oferece-lhe o melhor do churrasco madeirense. Num ambiente amplo e arejado, é o local ideal para um jantar de grupo para apreciar a espatada madeirense, com carne proveniente do talho com o mesmo nome.



☎ 291 957 025
🏠 Rua Comandante Camacho Freitas
9350-077 Campanário
🕒 Todos os dias | 12:00h - 00:00h
💰 €€



BOMBEIROS DA RIBEIRA BRAVA

☎ 291 952 288

PSP - POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA DA RIBEIRA BRAVA

☎ 291 950 028

COMANDO REGIONAL DA PSP

☎ 291 208 400

POLÍCIA JUDICIÁRIA DA MADEIRA

☎ 291 215 600

SERVIÇO DE PROTEÇÃO CIVIL

☎ 291 700 112



CONTATOS ÚTEIS

Fotografia do Autor | 2016

SANAS - SOCORRO NO MAR

☎ 291 230 112

CENTRO DE BUSCA E SALVAMENTO MARÍTIMO

☎ 291 213 112

BOMBEIROS MUNICIPAIS DO FUNCHAL

☎ 291 222 122

BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS MADEIRENSES

☎ 291 229 115

CRUZ VERMELHA PORTUGUESA

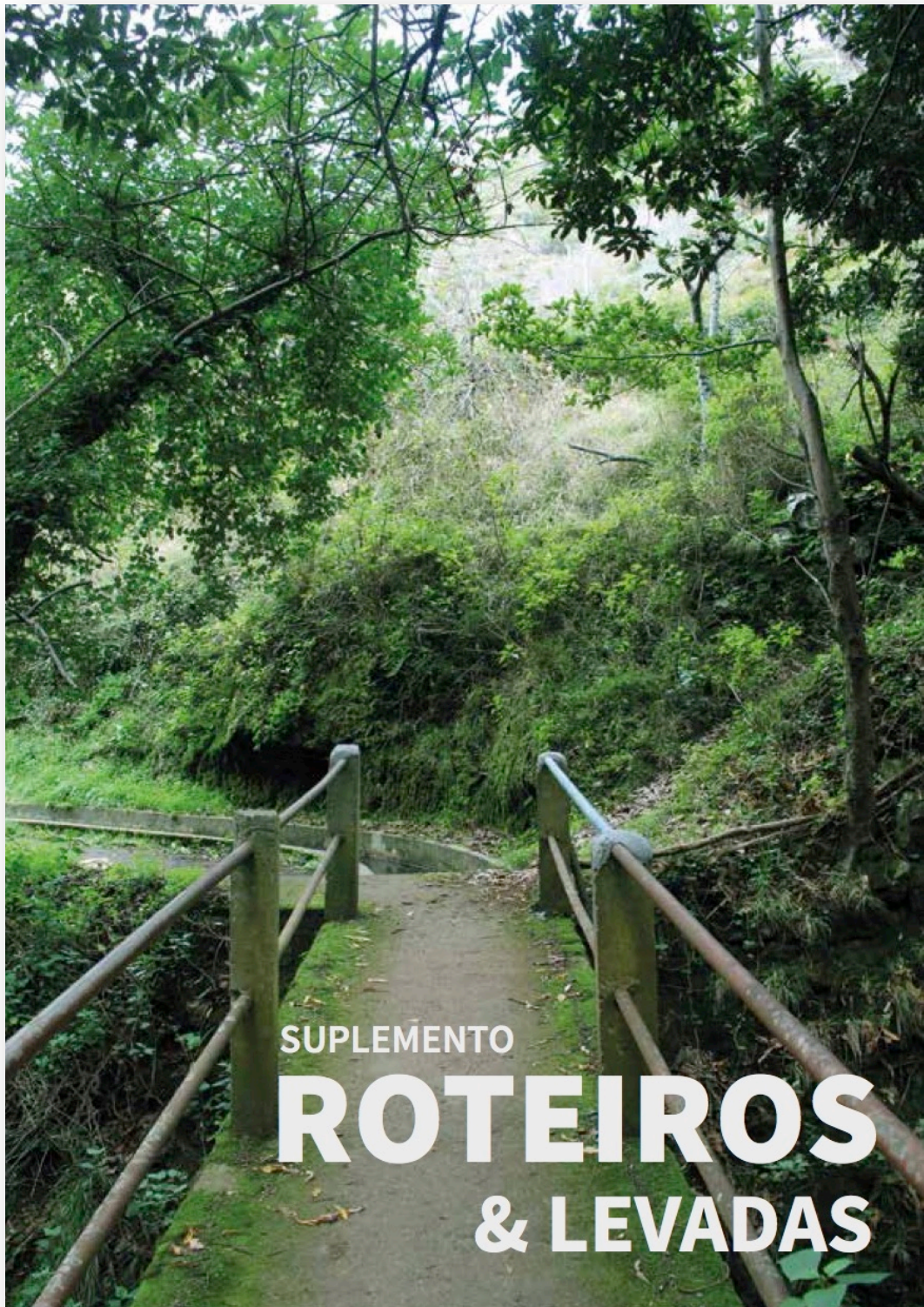
☎ 291 741 115







APÊNDICE 3 – SUPLEMENTO DE ROTEIROS E LEVADAS







LEVADA DO NORTE - CABO GIRÃO / BOA MORTE



FICHA TÉCNICA

DISTÂNCIA	12,5 Km
DIFICULDADE	●○○
DURAÇÃO	2/4 horas
INÍCIO/FIM	Quinta Grande - Ribeira Brava
ALTITUDE MIN/MÁX	550-560m

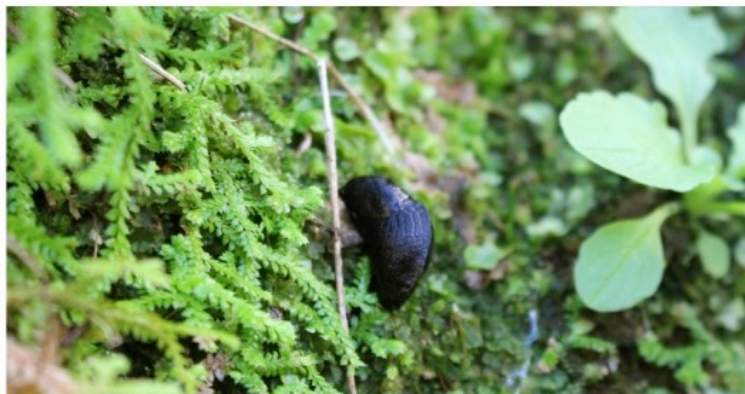
DESCRIÇÃO:

A Levada do Norte é uma das maiores e mais importantes da Ilha, atravessando uma grande parte da região. Este magnífico troço da Levada do Norte começa um pouco abaixo do conhecido Cabo Girão, levando o caminhante até à zona da Boa Morte, na Ribeira Brava.

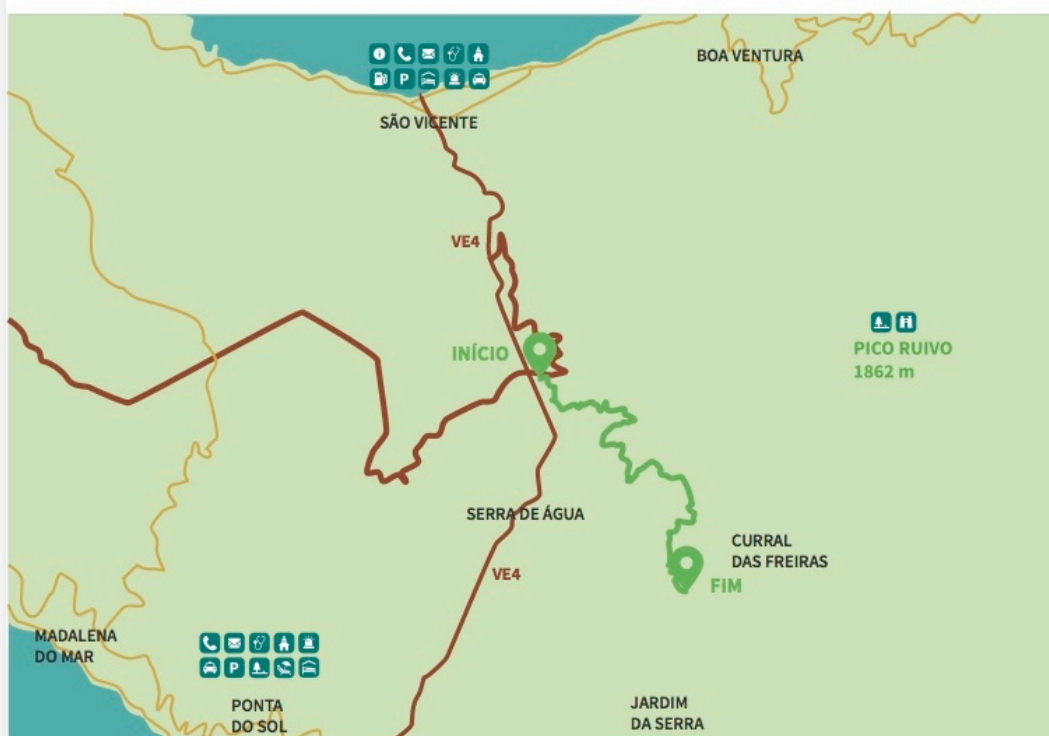
É um percurso fácil e bastante agradável que pode ser feito em qualquer altura do ano, pois situa-se na zona sul da Ilha, onde o clima é mais ameno.

Ao longo do caminho, é possível apreciar as fantásticas vistas que vão surgindo, onde se destacam as freguesias de Câmara de Lobos e Campanário. Nestas vistas o caminhante pode ainda observar os campos verdes, as plantações cuidadosamente trabalhadas e o conjunto de casas e edificações que formam as povoações. De vez em quando, poderá cruzar-se com um popular da zona que está a tratar do seu terreno, ou simplesmente dando um passeio.

À semelhança de outros percursos pedestres da ilha da Madeira, aqui também existem espécies diversas da fauna e flora deste local. Aproveite para fazer uma pausa de vez em quando e desfrute das vistas magníficas e de todo o envolvente. Deixe-se revitalizar pela natureza!



CAMINHO REAL DA ENCUMEADA



FICHA TÉCNICA

DISTÂNCIA	12,5 Km
DIFICULDADE	● ● ●
DURAÇÃO	4/5 horas
INÍCIO/FIM	Encumeada - Boca da Corrida
ALTITUDE MIN/MÁX	940-1340m

DESCRIÇÃO:

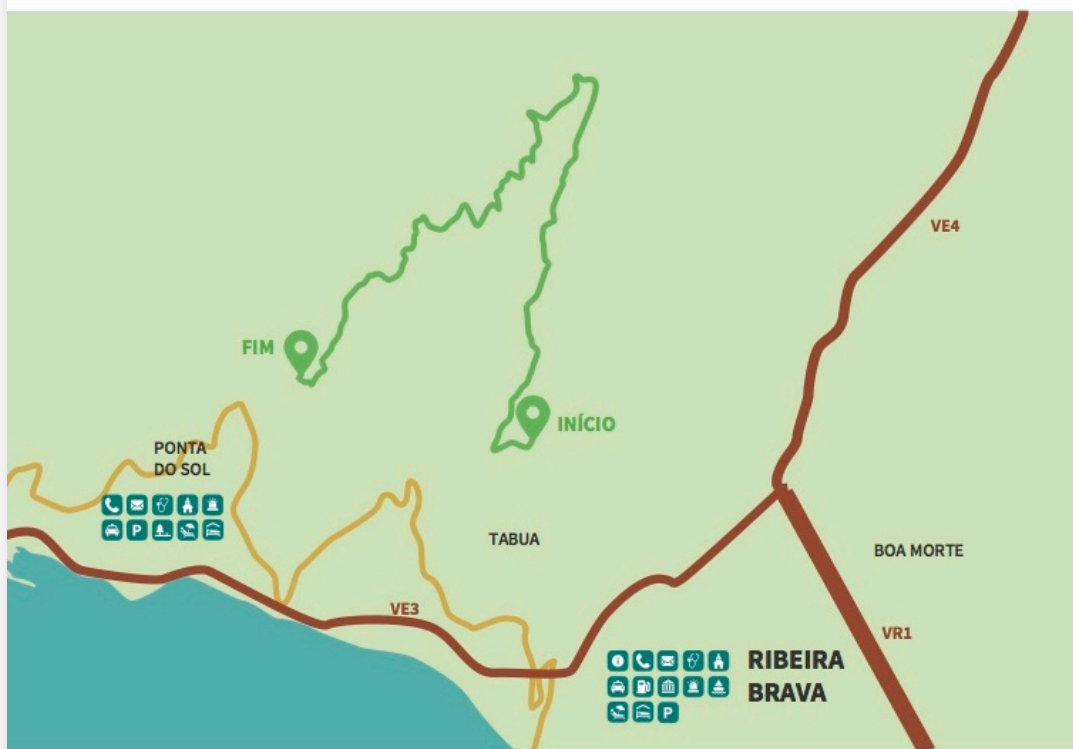
Este percurso desenrola-se nas bases dos picos mais altos da Ilha da Madeira, e atravessa uma parte do majestoso Maciço Montanhoso Central. A perspetiva proporcionada por este percurso muda em cada curva, em cada subida e em cada descida para encher o olho e a alma dos caminhantes.

Ao longo do percurso as vistas sobre o Curral das Freiras, localizado no centro da ilha, e da povoação da Encumeada vão surgindo e merecem a sua contemplação. Também poderá apreciar espécies endémicas da flora e fauna da Madeira, como o Loureiro, o Vinhático, o Til, Bisbis, Tentilhão, Francelho e muitos outros.

É uma caminhada que, por ser numa montanha, exige alguma preparação física e resistência, embora a sensação de grandeza e satisfação por ela oferecida compense o esforço. Além disso, ao fazer esta caminhada será transportado à Madeira Antiga, pois esta era uma das principais vias utilizadas para a movimentação das pessoas na ilha.



LEVADA NOVA



FICHA TÉCNICA

DISTÂNCIA	6 Km
DIFICULDADE	● ○ ○
DURAÇÃO	2 horas
INÍCIO/FIM	Tabua - Tabua
ALTITUDE MIN/MÁX	390-410m

DESCRIÇÃO:

Este troço da Levada Nova tem o seu início na zona da Tabua, na Ribeira Brava. É um agradável percurso, acessível a qualquer pessoa que permite observar esta zona da Ilha de uma perspetiva diferente.

A beleza paisagística é uma das principais características desta caminhada. Entre vales e montanhas, os caminhantes podem deleitar-se com as magníficas vistas que vão surgindo, sobre as localidades da Ribeira Brava. As pequenas povoações e plantações compõem uma paisagem única. Além disso, este caminho permite descobrir as culturas e tradições da Ilha da Madeira, pois é possível observar aqui e ali alguns terrenos agrícolas cuidadosamente trabalhados pelos seus donos. As frutas e hortaliças enfeitam o envolvente com o seu aroma fresco e característico. As quedas de água, a fauna e alguma flora endémica complementam este percurso, bem como a levada que acompanha lado a lado os caminhantes, guiando-os pela descoberta da natureza e tradições desta Ilha maravilhosa.



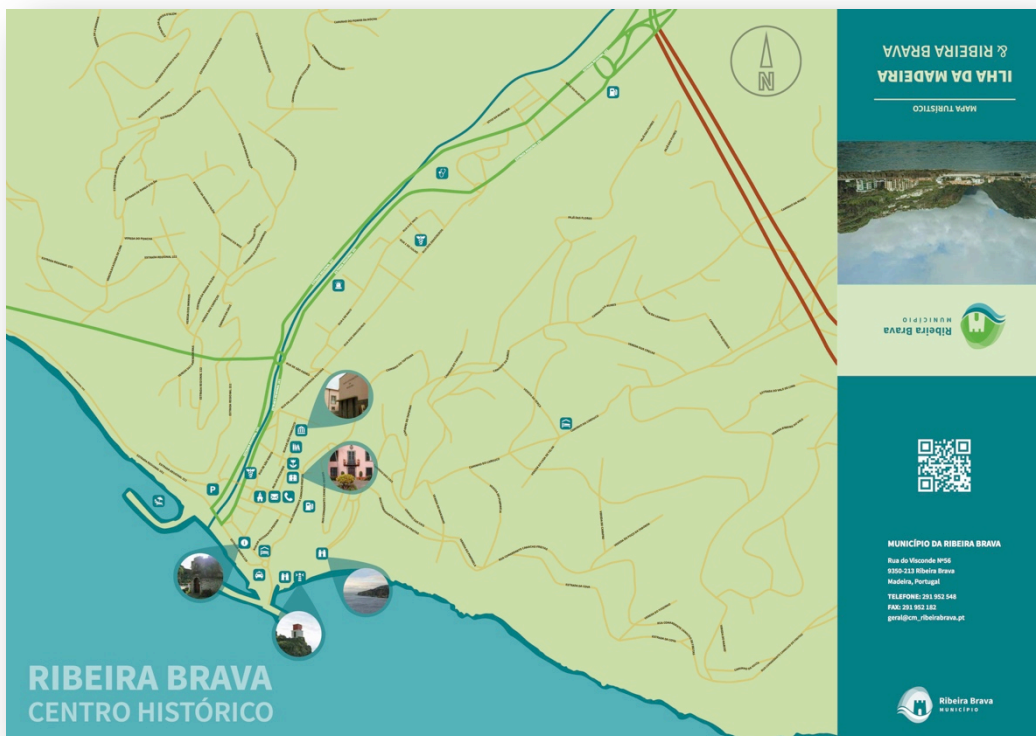
ROTEIROS

& LEVADAS



Ribeira Brava
MUNICÍPIO

APÊNDICE 4 - MAPA



APÊNDICE 5 – QUESTIONÁRIOS A PERITOS

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *João Neves*

IDADE : 40 LOCALIDADE : *Castelo Branco*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Doutoramento Design*

PROFISSÃO: *Docente*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *18 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



RIBEIRA BRAVA
MUNICÍPIO

MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um **x** de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo				X	
Inovação				X	
Qualidade			X		
Proximidade			X		
Compromisso			X		
Excelência		X			
Confiança				X	
Dinamismo					X
Simpatia			X		
Rigor			X		

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

Abolição da tridimensionalidade da torre, apresentando-a de forma plana. Melhoria do desenho vetorial.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim, pelos conceitos apresentados

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim.

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Considero que o símbolo deveria ser menor, comparativamente ao logotipo.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Penso que a fonte (Ribeira Brava) deveria ser Bold (se existe essa variante).

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

Não depende somente da marca gráfica, mas também da sua aplicação e da coerência dos meios de comunicação.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *Sílvia Rala*

IDADE : 36

LOCALIDADE : *Lisboa*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Doutoramento em Design*

PROFISSÃO: *Docência / Designer*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *10 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



RIBEIRA BRAVA
MUNICÍPIO

MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um x de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo				x	
Inovação				x	
Qualidade				x	
Proximidade			x		
Compromisso					x
Excelência				x	
Confiança				x	
Dinamismo			x		
Simpatia			x		
Rigor				x	

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

Sim, concordo com as cores.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Usar uma fonte linear é adequado, no entanto, se o símbolo representa dinamismo com a representação dos vales e do mar, por outro lado, usar toda a tipografia em caixa alta contraria este conceito.

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim, concordo.

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Se fizer o espelho do símbolo, irá ajudar e reforçar a leitura do texto. As do mar darão continuidade de leitura à marca.

Alinhava o texto à esquerda e aumentava a palavra “município” 1pt ou 2pt.

Aumentar a palavra município permitirá conseguir uma maior redução mínima da marca.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim.

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

Sim.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

Sara para ilustrar as minha sugestões realizei no photoshop duas montagens.

Na primeira montagem apenas fiz o mirror do símbolo e alinhei o texto à esquerda.



Na segunda montagem ilustra todas as sugestões inumeradas.

Fiz o mirror do símbolo, o texto “Ribeira Brava” em caixa baixa (a fonte utilizada não é a sua tentei usar uma semelhante) e a palavra município maior.

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *Maria Cadarso*

IDADE : *48* **LOCALIDADE :** *Lisboa*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Doutoramento em Design*

PROFISSÃO: *Professora, Investigadora e Designer de Comunicação*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *mais de 20 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um x de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo				x	
Inovação	x				
Qualidade				x	
Proximidade					x
Compromisso				x	
Excelência				x	
Confiança					x
Dinamismo					x
Simpatia					x
Rigor				x	

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

Não estou a ver o Manual de Normas completo, mas tal como está parece-me limitado.

Normalmente as versões acentuadamente horizontais (ou acentuadamente verticais) tendem a ter algumas limitações, uma delas é quando são reduzidas.

Neste caso, com 25mm a palavra “Município” tem uma pouca legibilidade.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

A escolha da fonte tipografia é coerente com os valores que a marca quer transmitir, mas não consigo perceber se existem, ou não, diferentes pesos da mesma família.

Parece-me um ponto a melhorar, já que a palavra “Município” tem baixa legibilidade.

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

A legibilidade do logótipo, pode resultar melhor se trabalhar ou diferentes “pesos” da mesma família, ou diferentes tons, ou cores diferentes.

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

O símbolo e o logótipo parecem-me equilibrados em tamanho, mas no seu todo a composição é muito conservadora, e por isso também uma nota menos favorável na capacidade de transmitir “inovação”.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

A Marca Gráfica é coerente mas mesmo assim, pouco desafiante e com pouco impacto visual (não é forte), e por isso com baixa pregnância.

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

No seu todo é uma Marca Gráfica atual, sem grandes riscos, o que à partida facilita a sua perdurabilidade.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

Lembra-me a Marca Gráfica das “Águas de Portugal” que depois se réplica em todos os municípios mudando o elemento que caracteriza a região. No caso de Lisboa é o “aqueduto” mas existem outras versões:



INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *Daniel Raposo*

IDADE : 39 LOCALIDADE : *Castelo Branco*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Doutoramento*

PROFISSÃO: *Professor*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *14 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



RIBEIRA BRAVA
MUNICÍPIO

MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um x de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo			X		
Inovação			X		
Qualidade			X		
Proximidade				X	
Compromisso				X	
Excelência			X		
Confiança			x		
Dinamismo					X
Simpatia				X	
Rigor			X		

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

Rever questões de desenho vectorial na onda da ribeira (em baixo à esquerda).

Criar uma métrica de proporção para as aberturas (negativo) e as formas (ondas, torre e montanhas), que permita que o olho as relacione e agrupe melhor.

As ameias da torre são muito baixas, enquanto a torre parece ser muito larga. Se a torre é vista de frente, a linha superior é reta e não redonda (a não ser que a intenção seja seguir as montanhas).

A torre é geométrica e todos os demais elementos parecem orgânicos. Mas a diferença não

contrasta o necessário como para ser assumido. Neste sentido, proponho que se modifique por aproximação ou contraste.

Pode reduzir as montanhas ligeiramente e encorpar um pouco as ondas para que o símbolo forme mais um círculo.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim.

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim, porque é uma cor do símbolo e porque é a que oferece mais garantias de contraste.

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Não. Deve aumentar ligeiramente e o alinhamento deve ser à esquerda ou deve passar-se o símbolo para cima. Tal como estão formam dois conjuntos diferentes e não um todo.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Não, pela razão exposta na questão nº5.

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

Com as correções será perdurável.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

Acabei de ver a versão com as recomendações dos demais peritos e julgo que as ameias têm de

ser mais contrastantes (mais largas e mais altas). O símbolo é uma referência à realidade, não é um retrato e por isso podemos mudar para que funcione melhor.

Recomendo que tire partido das conclusões do trabalho da designe e Mestre Marlene Ribeiro:

<http://ria.ua.pt/handle/10773/1200>

Veja anexo ao e-mail.

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *Margarida Maria de Oliveira Allen Gamito*

IDADE : 76 LOCALIDADE : *Dafundo*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Doutoramento em Design*

PROFISSÃO: *Designer*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *38 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

<input type="checkbox"/>
X

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

<input type="checkbox"/>
X

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

<input type="checkbox"/>
X

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um x de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo			X		
Inovação			X		
Qualidade				X	
Proximidade				X	
Compromisso				X	
Excelência			X		
Confiança			X		
Dinamismo			X		
Simpatia					X
Rigor				X	

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

O desenho dos montes poderia ser mais diversificado, anulando uma impressão de oscilação transmitida pela forma atual e contrariando a forma oval que a marca apresenta.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim, embora a tipografia complementar (município) me pareça um bocado reduzida e podendo ser ligeiramente maior.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim. Com as reservas postas nos pontos 2 e 5

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

Considero-a com possibilidades duradouras.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME : *Maria Luísa Costa*

IDADE : *61 anos* **LOCALIDADE :** *Lisboa*

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO : *Designer de Comunicação - Doutorada em Design pela FA*

PROFISSÃO: *Professora Auxiliar e Coordenadora Científica do Curso de Design de Comunicação do Instituto Superior Miguel Torga em Coimbra*

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN: *40 anos*

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 1 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | MARCA GRÁFICA 2 |

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um x de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo				x	
Inovação					x
Qualidade				x	
Proximidade					x
Compromisso				x	
Excelência				x	
Confiança				x	
Dinamismo					x
Simpatia					x
Rigor			x		

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?

As opções gráficas encontram-se adequadas à fundamentação textual e às imagens apresentadas.

A marca gráfica encontra-se equilibrada tanto nos aspectos formais como cromáticos.

Possui bom contraste e permite um reconhecimento fácil, tanto na versão a cores como na versão a preto e branco.

Em meu entender, a representação do ícone do castelo deveria aproximar-se mais do real, ou seja, ter a base ligeiramente mais larga ou as linhas exteriores serem ligeiramente inclinadas (tronco de cone), resultando numa imagem menos rígida.

3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

A opção afigura-se-me adequada! A fonte “Source Sans Pro Semibold”, humanista, sem serifas, favorece os conceitos de “simpatia” e “proximidade” sem, no entanto, colocar em causa os restantes.

4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.

Sim! A opção pela utilização de cor igual na tipografia e na “onda” superior estabelece continuidade visual entre o símbolo e o logótipo.

5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.

As proporções entre símbolo e logótipo são adequadas, permitindo uma redução muito significativa sem perda de leitura quer do símbolo quer do logótipo, conforme se verifica no apresentado como tamanho mínimo.

6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.

A conjugação entre uma representação mais ideográfica (mar), com uma de cariz mais iconográfico (castelo), permite uma ligação eficaz ao espaço referencial. As sobreposições e transparências criam ritmos que acrescentam dinamismo ao símbolo, as opções tipográficas coadjuvadas com as cromáticas criam um todo unitário forte e coerente.

7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?

A marca gráfica assume-se como sendo contemporânea e, conseqüentemente, faz uso de elementos e tratamentos gráficos recorrentes na produção atual de imagens. Este facto pode contribuir para uma desatualização a curto/médio prazo.

8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

ANEXOS

1. MODELO DE QUESTIONÁRIO ENVIADO A PERITOS

Este questionário surge no âmbito do projeto “A promoção de uma região através do Design”, para conclusão do Mestrado em Design e Cultura Visual do IADE-U, da mestranda Sara Isabel Abreu Alves e orientação científica da Doutora Cristina Pinheiro.

Solicita-se e agradece-se a sua colaboração na qualidade de perito através da resposta a este questionário, cujo intuito é validar uma proposta de marca gráfica para o Município da Ribeira Brava, na Região Autónoma da Madeira.

Pede-se que as seguintes questões sejam respondidas de forma refletida, convicta e fundamentada. Só assim será possível obter conclusões estratégicas e, conseqüentemente resultados satisfatórios que vão ao encontro dos objetivos desejados.

INFORMAÇÕES

A Ribeira Brava é uma vila tipicamente madeirense em tudo o que a envolve, desde as paisagens verdes de cortar a respiração até à imensidão azul que o mar oferece.

A necessidade de defesa dos seus ancoradouros, demasiado expostos às investidas dos corsários, levou, no início do século XVIII à construção de diversas fortificações ao longo do litoral. Neste contexto foi construído, em 1708, o Forte de São Bento, de planta circular e do qual apenas resta a pequena torre.

Com a criação desta marca pretende-se uma melhor promoção turística do Município da Ribeira Brava. A imagem que se segue corresponde à imagem gráfica atual do município:



Na nova marca gráfica, procuraram-se valores como *proximidade*, *confiança* e *compromisso*, não ignorando a ligação à natureza.

O ponto de partida foi o símbolo presente no brasão da vila, o Forte da Ribeira Brava, a par com as imagens em baixo, recolhidas numa pesquisa de campo.



Figura 2 Brasão da Ribeira Brava



Figura 5 Forte da Ribeira Brava



Figuras 3 e 4 Vale da Ribeira Brava

PROPOSTA DA NOVA IMAGEM GRÁFICA PARA O MUNICÍPIO



Versão Principal



Versão a Preto e Branco



Reduções Mínimas

Nesta nova proposta de imagem gráfica, decidiu-se representar o município na sua essência. As três formas verdes retratam o vale da Ribeira Brava e a sucessão de montanhas que se avista da vila. Em sobreposição uma representação do Forte, símbolo de maior destaque no município, presente no brasão e na marca atual. Em baixo, o mar e a ribeira interpretados por duas ondas de tons de azul distintos para se fazer essa alusão.

Relativamente à cor, escolheu-se o verde e o azul por serem as cores predominantes da vila. Optou-se por uma tipografia não serifada de nome Source Sans Pro Semibold para transmitir uma mensagem de confiança e compromisso, com uma leitura mais direta. Esta proposta pretende ser mais simples, coerente e de leitura e memorização mais fáceis

INFORMAÇÕES SOBRE O INQUIRIDO

NOME :

IDADE : LOCALIDADE :

HABILITAÇÕES/ FORMAÇÃO :

PROFISSÃO:

TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA DO DESIGN:

QUESTÕES COMPARATIVAS ENTRE AS DUAS MARCAS GRÁFICAS



MARCA GRÁFICA 1



MARCA GRÁFICA 2

1. Das duas marcas gráficas qual considera a que melhor representa o Município da Ribeira Brava?

MARCA GRÁFICA 1

MARCA GRÁFICA 2

2. Qual considera ser a de melhor leitura?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

3. Qual considera ser a de mais fácil memorização?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

4. Qual considera ser a de mais fácil aplicação e reprodução?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

5. Qual considera ser a mais contemporânea?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

6. Qual a marca gráfica que considera ser a que melhor promove a vila?

<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 1
<input type="checkbox"/>	MARCA GRÁFICA 2

QUESTÕES RELATIVAS APENAS À MARCA GRÁFICA PROPOSTA



1. Atribua um valor com um **x** de 1 a 5 (sendo 1 o mínimo e 5 o máximo) ao que a marca transmite:

	1	2	3	4	5
Profissionalismo					
Inovação					
Qualidade					
Proximidade					
Compromisso					
Excelência					
Confiança					
Dinamismo					
Simpatia					
Rigor					

2. Tem recomendações para melhoria da marca gráfica (cor, formas, ...)? Quais?
3. Considera a tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.
4. Considera a cor da tipografia adequada? Se responder não, por favor, faça sugestões.
5. Considera as dimensões, proporções e a relação entre o símbolo e tipografia corretas? Se responder não, por favor, faça sugestões.
6. Considera a marca gráfica forte e coerente? Se responder não, por favor, faça sugestões.
7. Considera a marca gráfica perdurável, ou acha que dentro de pouco tempo está desadequada?
8. Indique, outras imagens associáveis ou faça alguma referência que ache pertinente.

O inquérito foi realizado no âmbito de um projeto de Mestrado em Design e Cultura Visual, do IADE-U, pela mestrandia Sara Isabel Abreu Alves .

MUITO OBRIGADA PELA COLABORAÇÃO!

