

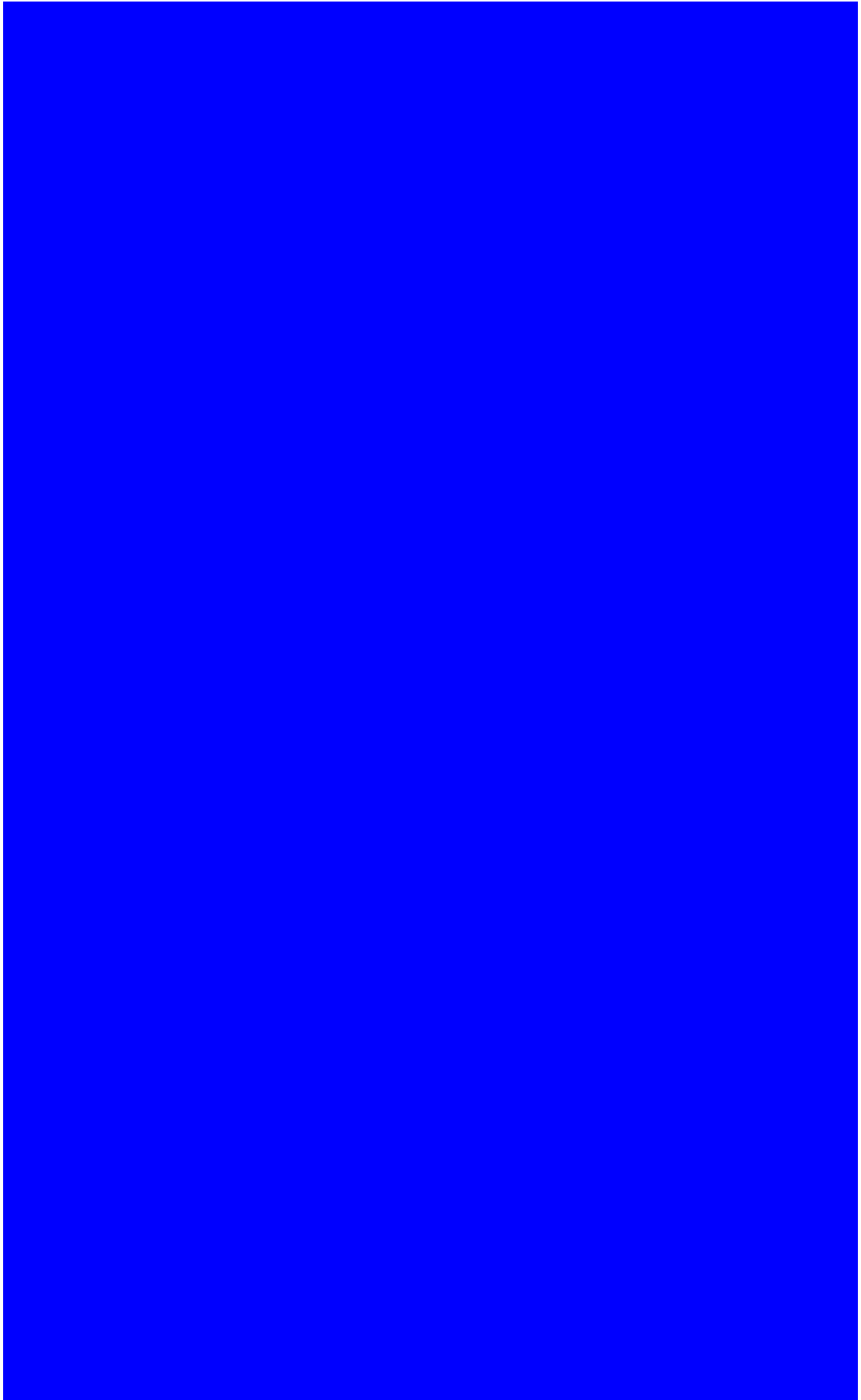
Relatório de Estágio

CRIAÇÃO DE UMA NOVA MARCA GRÁFICA

CASO DE ESTUDO: BIBLIOTECA MUNICIPAL DE PORTALEGRE

Diogo Manuel Guerreiro Maurício
Mestrado de Design de Identidade Digital
2022.23

Orientadora
Vera Barradas



Resumo

No âmbito desta investigação pretende-se investigar e identificar quais são os processos criativos e os seus métodos na criação de uma nova marca gráfica para a Biblioteca Municipal de Portalegre, investigando também o desenvolvimento de uma marca dinâmica, jovem e fácil de captar a atenção. No contexto de estágio, pretende-se tentar criar métodos e obter respostas nos objetivos propostos para a criação de um design mais eficaz, através de introdução de novas ideias e investigar alguma história do local para, assim, aprimorar a investigação.

Palavras-Chave

- **design gráfico**
- **expressividade**
- **marca gráfica**

Abstract

Within the scope of this research, we intend to investigate and identify the creative processes and their methods in creating a new graphic brand for the Municipal Library of Portalegre, also investigating the development of a dynamic, young and easy to attract attention brand. In the internship context, the aim is to try to create methods and obtain answers to the proposed objectives for creating a more effective design, through the introduction of new ideas and investigating some of the history of the place in order to improve the investigation.

Keywords

- **graphic design**
- **expressivity**
- **brand**



Índice Geral

Resumo	III
Palavras-Chave	III
Abstract.....	IV
Keywords	IV
Índice de Siglas e Abreviações	VIII
Índice de Figuras	IX
1ª Parte - Investigação	
Enquadramento + Justificação	IV
Objetivos.....	V
Metodologias de Trabalho	VI
Desenho de Investigação.....	VII
O que é uma “marca”?	X
A evolução da tipografia (em resumo)	XI
Do símbolo ao logotipo... ..	XIII
A abordagem criativa	XIV
Conclusão do estado da arte... ..	XV
Casos de Estudo.....	XVIII
Caso de Estudo #1	XIX
Caso de Estudo #2	XX
Caso de Estudo #3	XXI
Caso de Estudo #4	XXII
ADN da Marca	XXIII
2ª Parte - Projeto e Estágio	
A Marca Gráfica da Biblioteca.....	XXVII
Descrição do local de estágio	XXIX
História do Convento	XXIX
História da biblioteca em Portalegre	XXX
Missões da Biblioteca Pública.....	XXXI
A Estrutura do Convento/Biblioteca	XXXII
Desenvolvimento das propostas	XXXIV
Proposta 1 – “Swiss Blocks”	XXXIV
Proposta 2 – “Neon Bauhaus”	XXXVII

Proposta 3 – “Incomplete Letters”	XXXIX
Proposta 4 – “Minimal Book”	XL
Proposta 5 – “Writing Landscapes”	XLII
Análise SWOT	XLIV
Forças	XLIV
Oportunidades	XLIV
Fraquezas	XLV
Ameaças	XLV
Desenvolvimento das propostas	XLVIII
2ª Reunião e 6ª Proposta	XLIX
Outros Projetos	LIII
Conclusões e Recomendações	LVII
Limitações e Constrangimentos	LIX
Referências Bibliográficas	LXII
Anexos	LXIII
Sketches Iniciais	LXIII
Propostas	LXV
“Swiss Blocks”	LXV
“Neon Bauhaus”	LXIX
“Incomplete Letters”	LXXII
“Minimal Book”	LXXIV
“Swiss Blocks” – Proposta original	LXXIX
6ª Proposta	LXXXVI
Sinalética (Das 3 Propostas Escolhidas)	XC
“Swiss Blocks”	XC
“Writing Landscapes”	XCv
6ª Proposta	C
Brochura	Cv
Cartaz Feira do livro	Cvi
Softwares Utilizados	Cvii
Equipamento Utilizado	Cvii

Índice de Siglas e Abreviações

- **BNP** – Biblioteca Nacional de Portugal
- **CINANIMA** – Festival Internacional de Cinema de Animação
- **CPCJ** – Comissão de Proteção de Crianças e Jovens
- **DGPC** – Direção-Geral do Património Cultural
- **EREBAS** – Escola de Referência do Ensino Básico de Alunos Surdos
- **IAC** – Instituto de Apoio à Criança
- **IGESPAR** – Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico
- **IHRU** – Instituto da Habitação e Reabilitação Urbana
- **IMC** – Instituto dos Museus e da Conservação
- **SIPA** – Sistema de Informação para o Património

Índice de Figuras

- Fig. 1 Cartaz de "West Side Story"
- Fig. 2 Times New Roman
- Fig. 3 Cartaz de Josef Müller-Brockmann
- Fig. 4 Logotipo da Bass
- Fig. 5 Logotipo da BNP
- Fig. 6 Edifício da Biblioteca Nacional de Portugal
- Fig. 7 Logotipo da Fundació Joan Miró
- Fig. 8 Material de marketing da Fundació Joan Miró
- Fig. 9 Logotipo da Universidade do País Basco
- Fig. 10 Material de Marketing da Universidade do País Basco
- Fig. 11 Secção de Desporto da Faculdade de Educação e Desporto, inserida no campus de Álava
- Fig. 12 Logotipo do CINANIMA
- Fig. 13 Cartaz da 45ª edição do CINANIMA (2021)
- Fig. 14 Cartaz da 17ª edição do CINANIMA (1993)
- Fig. 15 Marca da Biblioteca Municipal de Portalegre
- Fig. 16 Logotipo do EREBAS, da autoria do mestrando
- Fig. 17 "Swiss Blocks"
- Fig. 18 Pictogramas "Swiss Blocks"
- Fig. 19 Exemplo de sinalética "Swiss Blocks"
- Fig. 20 Variações "Swiss Blocks"
- Fig. 21 "Neon Bauhaus"
- Fig. 22 Variação do símbolo complementar
- Fig. 23 Variação "espelho"
- Fig. 24 Exemplo de sinalética "Neon Bauhaus"
- Fig. 25 "Incomplete Letters"
- Fig. 26 Variações com o nome completo
- Fig. 27 Sinalética "Incomplete Letters"
- Fig. 28 "Minimal Book"
- Fig. 29 Variação rotativa "Minimal Book"
- Fig. 30 Setas da sinalética "Minimal Book"
- Fig. 31 Exemplo de sinalética "Minimal Book"
- Fig. 32 "Writing Landscapes"
- Fig. 33 Pictogramas adicionais
- Fig. 34 Exemplo de sinalética "Writing Landscapes"
- Fig. 35 Matriz SWOT
- Fig. 36 Logotipo "Swiss Blocks" com as alterações iniciais
- Fig. 37 Novo logotipo, sem nome de código
- Fig. 38 Cartaz de Cobi, de Javier Mariscal (1992)
- Fig. 39 "Swiss Blocks" - Alterações feitas à posição do lettering
- Fig. 40 Logotipo alterado, com nova tipografia
- Fig. 41 Variação com sigla "BMP"
- Fig. 42 6ª proposta, sem nome de código
- Fig. 43 Variação com sigla "6ª proposta"
- Fig. 44 Sinaléticas da 5ª e 6ª proposta
- Fig. 45 Brochura para a Biblioteca Municipal de Portalegre
- Fig. 46 Cartaz original da Feira do Livro
- Fig. 47 1ª alteração, resultado de adiamento da realização da feira
- Fig. 48 Alterações feitas ao cartaz + cartaz final
- Fig. 49 Desconto (original e alterado)

Fig. 50 Cartaz final da feira do livro
Fig. 51 Convites para a Feira do Livro

Parte 1

Investigação

01.

Introdução

- **enquadramento**
- **justificação**
- **objetivos**
- **metodologias de trabalho**

Enquadramento e Justificação do Tema

A Biblioteca Municipal é considerada pelo mestrando como um espaço acolhedor e interativo, onde todos podem aproveitar para pesquisar para inúmeros trabalhos de qualquer género. Escolar, universitário, investigativo ou até mesmo por interesse pessoal. Um serviço de uma câmara municipal precisa de elementos de identificação e de design para que seja reconhecida como tal. Enquanto estudante do curso profissional de design gráfico da Escola Secundária de Mouzinho da Silveira, fora feito estágio no âmbito da mesma.

Enquanto visitante frequente da instituição, reparou-se (por várias vezes) que a biblioteca continuava a usar o mesmo logotipo há bastante tempo. Na perspetiva do mestrando, o logotipo parece ter sido introduzido desde que a biblioteca fora instalada no Convento de Santa Clara.

Através de múltiplos métodos de investigação, procura-se perceber como criar uma marca gráfica jovem para uma instituição pública, usando também formas mais artísticas de criar uma marca.

A justificação para este projeto de re-branding deve-se ao facto de estarmos a viver tempos diferentes, onde a tecnologia se sobrepõe em vários aspetos do dia-a-dia. Também, na perspetiva artística do mestrando, era altura de dar uma nova “vida gráfica” à biblioteca municipal, dado que seja um local de interesse público que é visitado por todos, mas que precisa de atrair um certo público que, nos dias de hoje, revela-se desinteressado pela literatura e pela biblioteca, fruto de vários interesses alheios como as redes sociais e os videojogos.

Objetivos

Através dos conhecimentos adquiridos ao longo do mestrado, e adquiridos ao longo do curso profissional de Design Gráfico, o mestrando propõe criar uma imagem gráfica para a Biblioteca Municipal de Portalegre, de forma a modernizar o espaço público em que se insira.

Os objetivos específicos são:

- Desenvolvimento de uma nova imagem gráfica
- Implementação dessa linguagem gráfica na Biblioteca
- Atualizar a linguagem gráfica da divulgação dos eventos

Metodologias de Trabalho

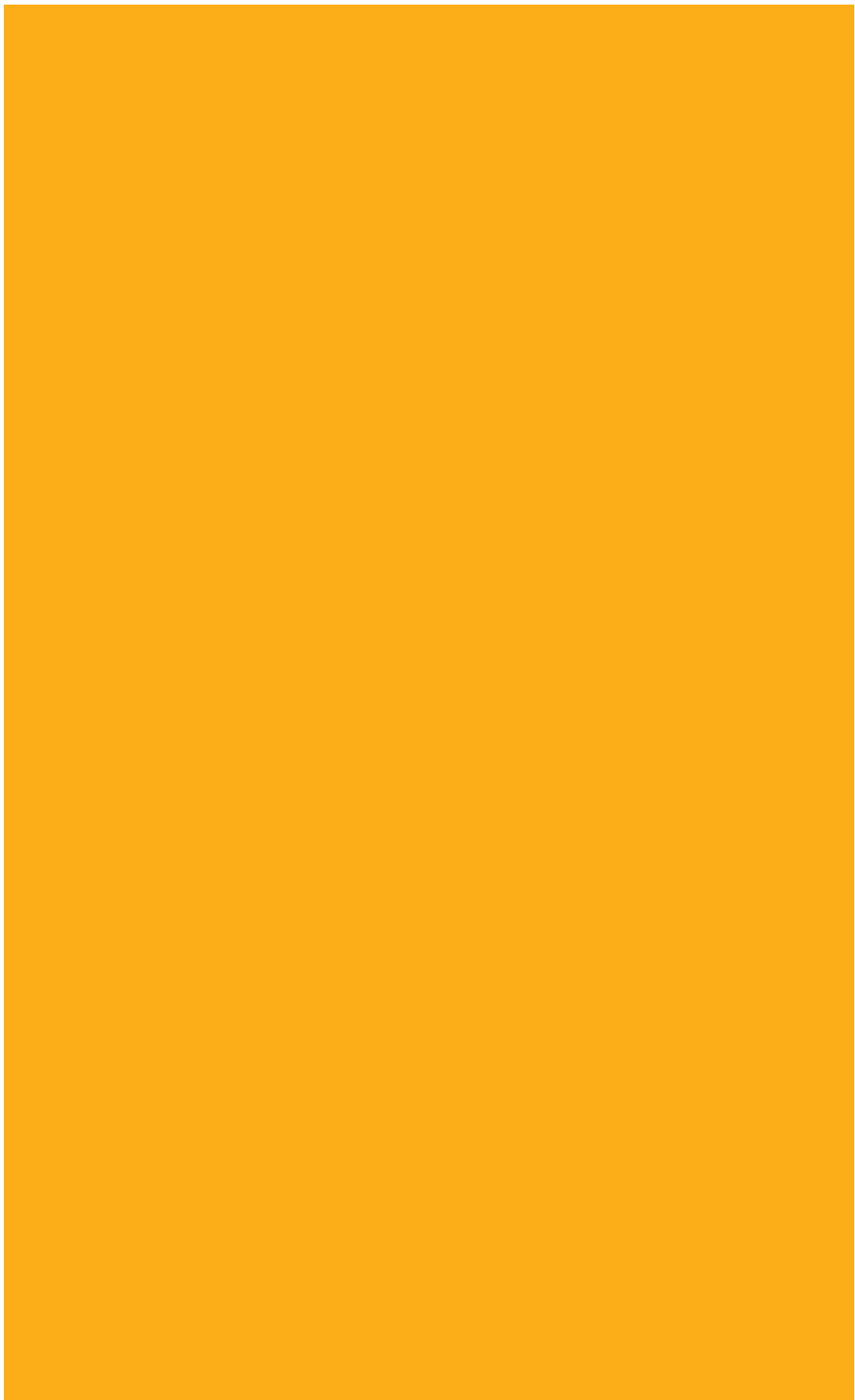
Com o objetivo de renovar a imagem gráfica, demonstrado no tópico anterior, o mestrando optou por um método de investigação com uma abordagem intervencionista, recorrendo também à investigação de novas opções para o design da marca e a pesquisa sobre o espaço cultural. Numa primeira abordagem, procedeu-se à investigação de vários casos de estudo, analisando casos com designs apelativos e formas de integração de marcas gráfica. No âmbito dessa investigação inicial, também se indagou elementos da biblioteca, de forma a encontrar uma contextualização para o desenvolvimento do design.

Numa segunda fase, com a pesquisa desenvolvida, procede-se à aplicação dos conceitos e ideias no projeto proposto. Esta fase inclui o desenvolvimento de experiências de imagem, criando uma série de “protótipos” para logotipos e marcas gráficas. O design final será escolhido de acordo com as preferências dos intervenientes.

Numa fase posterior, reuniram-se os envolvidos para a escolha da nova marca gráfica.

Desenho de Investigação





02.

Estado da Arte

- **revisão bibliográfica**
- **conceito de marca**
- **tipografia**
- **logotipo**
- **abordagem criativa**

O que é uma “marca”?

O termo “marca” tem várias definições, mas neste caso, serve para designar a imagem de uma empresa ou de um evento, composta por um símbolo, acompanhado, ou não por uma tipografia descritiva, de forma a identificar a empresa, no âmbito do design corporativo. A marca não era uma coisa recente, tendo-se surgido na pré-história, sob a forma de pinturas rupestres e outras marcas deixadas em pedras e noutros achados arqueológicos que são descobertas. Daniel Raposo (Raposo, 2008), designer gráfico e professor do Instituto Politécnico de Portalegre, refere que a necessidade de registar uma marca fora considerada uma das primeiras demonstrações da história do homem.

Na parte da imagem corporativa, existem inúmeras formas de marca, com as suas próprias características, de forma a dar vantagem a uma determinada marca no âmbito da promoção de uma determinada empresa ou evento.

- Logotipo – A assinatura visual da marca, combinando nome, símbolo e tipografia para criar uma identidade única e memorável.
- Símbolo – Uma representação gráfica abstrata da marca, transmitindo sua essência de forma concisa e impactante.

A marca é também importante no âmbito da identidade corporativa, que tem de ter inúmeras características específicas e únicas, desde o tipo de tipografia, a paleta de cores, os elementos visuais e a linguagem estética. Para uma marca ser forte no mercado, tem de desenvolver uma imagem apelativa, que venha a atrair o máximo de pessoas e ganhar uma associação familiar e coesiva. Para Raposo, a identidade corporativa desenvolve-se no interior de uma organização de pessoas, de forma semelhante à de um indivíduo. É preciso a necessidade de auto-representação, quer seja através do diálogo entre interlocutores, ou através da atividade regular de um indivíduo, ou de uma determinada empresa.

Uma marca fraca, sem grande desenvolvimento ou visibilidade, poder levar à condenação de uma determinada empresa, ou indivíduo com um determinado negócio. Para haver um determinado grau de sucesso, é preciso criar uma marca forte, isto no âmbito da identidade corporativa. A comunicação da identidade não é um género de comunicação em concreto, já que são necessários inúmeros métodos de comunicação que vão além da marca ou do logotipo.

A evolução da tipografia (em resumo)

A tipografia, tal como a marca, também não é um conceito recente, e nascera com a própria história da escrita, quer através dos primeiros pictogramas ou dos hieróglifos egípcios que, mais tarde, deram lugar aos alfabetos e aos ideogramas. A tipografia fora concebida como uma disciplina que se pugna pela disciplina e organização de tipos, que eleva o conceito de tipografia na sua função como papel decisivo no desenvolvimento da comunicação visual ao longo da história. Com o advento da impressão, inventada por Johannes Gutenberg, a tipografia começou a ganhar ainda mais relevância, graças à democratização do acesso à informação, impulsionando o desenvolvimento cultural e científico, sobretudo na época do Renascimento, altura em que houvera uma ressurgência das tipografias de estilo romano e grego, que foram recuperadas durante essa mesma época, impulsionando a influência em tipografias mais recentes, como o Times New Roman, por exemplo. As cartas humanistas eram restritas aos tipos de letra consideradas mais “formais”, enquanto, por outro, começaram a surgir letras mais cursivas e expressivas. (Lupton, 2004)

Com o tempo, a tipografia evoluíra em conjunto com a tecnologia, acompanhando as inúmeras inovações que vieram a surgir ao longo dos séculos, chegando à atualidade com uma utilidade bastante presente. O panorama atual da tipografia é contemplado pela diversidade de tipografias que são desenvolvidas para inúmeras utilidades, quer gráficas ou artísticas, mas com um objetivo em comum. A escolha de qualquer tipografia é importante para qualquer trabalho, quer seja na área do design gráfico, quer noutras áreas, contribuindo para a construção da identidade visual e corporativa. Ao longo do tempo, inúmeros géneros de tipografia evoluíram ao longo do tempo, chegando à atualidade.

- **Romanas:** Este estilo tipográfico é inspirado nas letras antigas descritas em inscrições romanas e gregas. Exemplos desta tipografia incluem o Times New Roman, que é descrito pela sua elegância e fácil legibilidade. É maioritariamente usada em títulos de jornais e outras aplicações mais formais.
- **Serifadas:** Apresentam pequenas serifas nas extremidades das hastes, como as serifas, que facilitam a leitura em textos impressos. Exemplos notáveis incluem Baskerville e Cambria.
- **Sem Serifa:** Desprovidas de serifas, as tipografias sem serifa como Helvetica (e Arial, variante criada pela Microsoft) e Verdana transmitem modernidade e clareza, sendo ideais para ambientes digitais e títulos. Teve o seu apogeu no movimento do estilo internacional suíço
- **Decorativas:** Constituídas por ornamentos e formas criativas/expressivas, as tipografias decorativas como Trajan e Brush Script são utilizadas para destacar títulos e elementos específicos, conferindo um toque de originalidade à composição. É bastante utilizada em publicidade e cartazes para filmes e eventos específicos, como festivais de música.

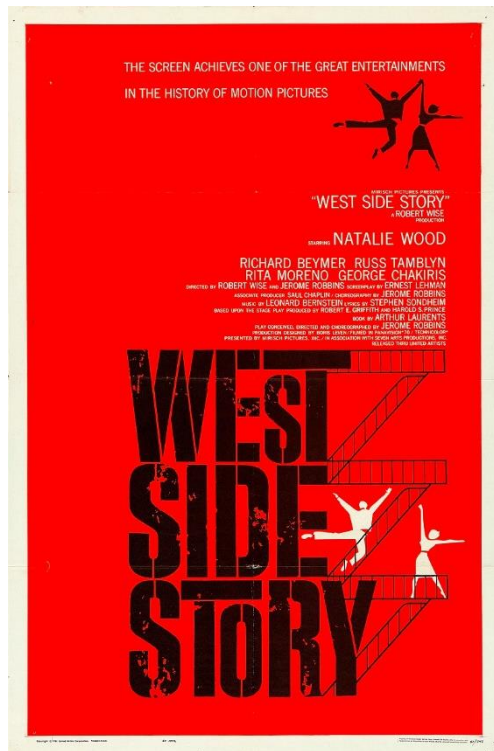


Fig. 2 Cartaz de "West Side Story"



Fig. 3 Times New Roman

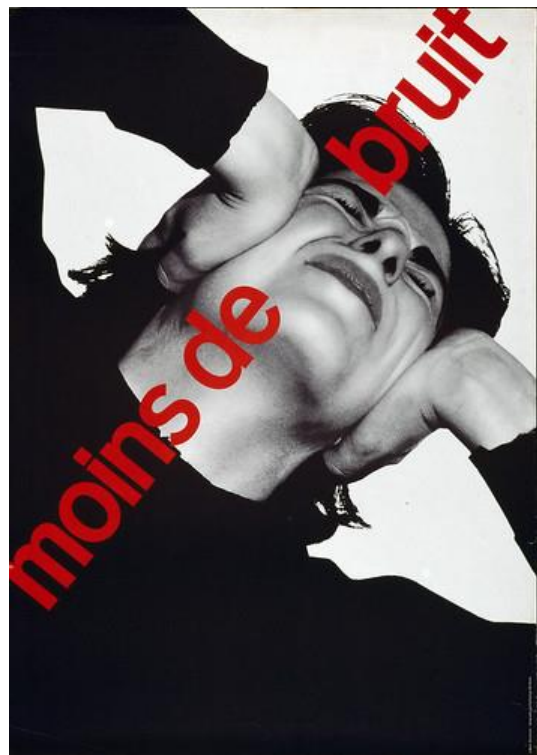


Fig. 1 Cartaz de Josef Müller-Brockmann

Do símbolo ao logotipo...

Para Aline Wheeler, “os símbolos são marcas comerciais com uma forma indissociável ligada ao nome da organização. Os elementos nunca são isolados e ficam ‘fantásticos’ num pacote, como um símbolo, ou como um remendo bordado num uniforme.” (Wheeler A. , 2009)

Como já fora referida anteriormente, a marca não é um conceito recente, tendo surgido como pinturas e pictogramas. Em seguida, os pictogramas e os signos deram lugar aos brasões de armas, de forma a identificar nações e famílias abastadas, nomeadamente da nobreza e do clero. Mais tarde, chegou-se às primeiras publicidades, fazendo surgir os primeiros logotipos de marcas que, geralmente, consistiam em ilustrações com ornamentos e tipografias elegantes. Tudo mudara quando, em 1876, a empresa cervejeira britânica Bass introduzira o seu logotipo triangular vermelho que, na altura, fora considerado algo fora do comum e até avant-garde. Esse logotipo levava a uma mudança na forma como as empresas e entidades corporativas podiam ser identificadas sem a necessidade de serem pomposas ou determinadas num contexto mais formal.

Atualmente, os logotipos tendem-se a adaptar às novas formas de comunicação, quer seja na internet, ou na rua, sob a forma de outdoors e outras formas de publicidade. As inúmeras tendências atuais incluem a recriação e a readaptação de logotipos antigos, levando a um regresso ao conceito de originalidade, mas para os tempos modernos.



Fig. 4 Logotipo da Bass

A abordagem criativa

Para um bom design, é preciso uma abordagem criativa que chegue ao encontro das necessidades da criação de uma boa marca. Em alguns casos é preciso investigar a história de uma determinada empresa ou instituição pública (que é o caso da investigação proposta pelo mestrando). É preciso uma pesquisa aprofundada sobre as características da marca e um pouco da sua história, de forma a chegar ao encontro de uma solução para o problema.

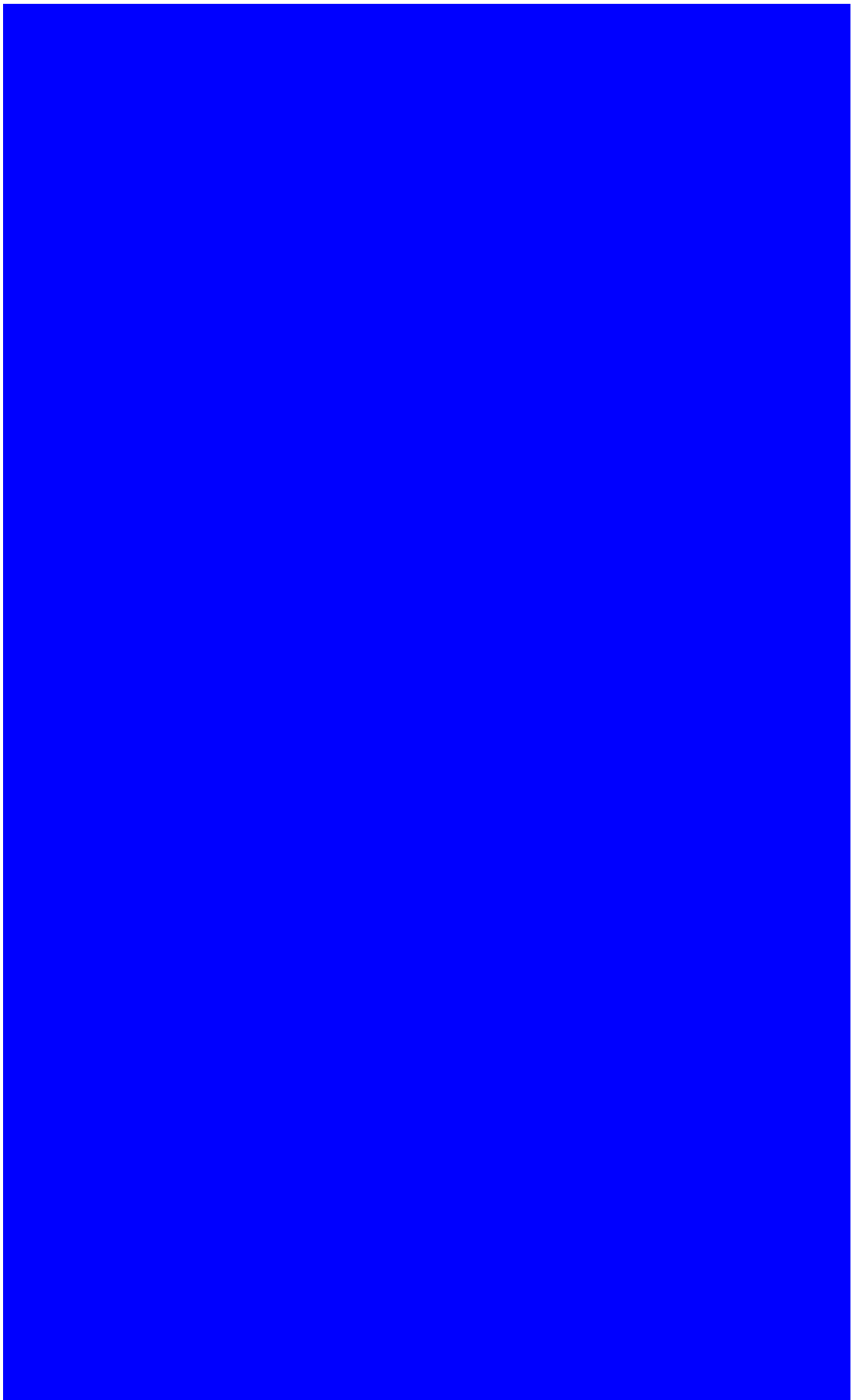
No âmbito do marketing digital, para uma boa marca funcionar são precisas uma estratégia e uma forma de encontrar algo que capta o interesse do cliente. Nalguns casos, alguns designers optem por uma abordagem arrojada, mas não rejeitando o conceito de manual de marca, o público-alvo e os seus objetivos. Para Wheeler, A criatividade toma muitas estradas. Em alguns escritórios, numerosos designers trabalham na mesma ideia, enquanto noutros escritórios cada designer pode desenvolver uma ideia ou estratégia de posicionamento diferente. Rotineiramente centenas de esboços são colocados na parede para uma discussão em grupo. Cada abordagem preliminar pode ser um catalisador para uma nova abordagem.

É difícil criar uma forma simples que seja ousada, memorável e apropriada porque vivemos num ambiente visual supersaturado, tornando fundamental garantir que a solução é única e diferenciada. Além disso, uma identidade terá de ser um cavalo de trabalho em vários meios de comunicação e aplicações. (Wheeler A. , 2009)

Conclusão do estado da arte

O design gráfico evoluiu com o curso da história, quer seja através de bandeiras, emblemas, textos litográficos e outros métodos de identificação. Os estilos mais vanguardistas e mais “fora da caixa” tornaram-se em referências para os designs dos dias de hoje. Com os temas analisados no “Estado da Arte”, chegou-se à conclusão de que é possível criar um design arrojado e criativo se virmos um pouco da história do design gráfico em si.

O conceito de marca continua a evoluir com as novas tecnologias e com as novas formas de interação, quer seja analógica ou digital. Mas temos de aprender a pensar no design como uma forma de expressar, adotando abordagem criativas que convém ao designer e ao cliente. No entanto, as intenções do designer devem ser respeitadas consoante a intenção do mesmo, desde que venha ao encontro do objetivo traçado e da proposta apresentada.



03.

Observação Não-Intervencionista - Casos de Estudo

Casos de Estudo

A primeira parte do 3º capítulo dedica-se à investigação de alguns casos de estudo de identidades visuais corporativas. Neste caso, o mestrando decidira que não se iria limitar a instituições semelhantes, e que se iria investigar casos de identidades com designs apelativos e as suas várias formas de integração a nível do design gráfico, anteriormente mencionadas. Através desta investigação, tentou-se perceber como introduzir certos elementos expressivos e como integrar esses elementos no desenvolvimento da nova imagem para a Biblioteca Municipal de Portalegre.

Os casos que o mestrando selecionou para esta primeira fase foram a Biblioteca Nacional de Portugal, a Fundació Joan Miró, a Universidade do País Basco e o CINANIMA – Festival Internacional de Cinema de Animação.

As apresentações dos casos de estudo são realizadas de forma descritiva. Através de uma análise não-intervencionista, pretende-se identificar as várias metodologias usadas na promoção das respetivas imagens, e uma análise pormenorizada ao design gráfico, não focando só no uso das metodologias adotadas na realização dos projetos.

CASO DE ESTUDO #1

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL

A Biblioteca Nacional de Portugal (BNP) é o maior depositário de património bibliográfico de Portugal. Foi fundado a 29 de fevereiro de 1796, sob o nome de “Real Biblioteca Pública da Corte”, tendo como objetivo o acesso público, contrariando a tendência europeia de disponibilizar certos conteúdos bibliográficos exclusivamente a sábios e eruditos. A escolha deste caso de estudo reside no facto de isto ser um trabalho dedicado a renovar a imagem de uma biblioteca pública, sendo necessário, no mínimo, investigar sobre a marca de uma biblioteca.



Fig. 5 Logotipo da BNP

Tentou-se encontrar informações sobre o logotipo da instituição, mas apenas se encontrou a menção dos designers: Paulo Patrão, António Lopes e a BookMARC, cujo site está indisponível.

O logotipo da BNP é somente constituído por letras, com a sigla (BNP) escrita com uma tipografia sem serifas, e com o nome extenso escrito numa letra com serifas. O “N” na sigla, de cor dourada, possui as duas pernas mais alongadas. Na minha pesquisa, não encontrei nada sobre as metodologias usadas com a marca, sendo que, também, é mais uma marca mais institucional.

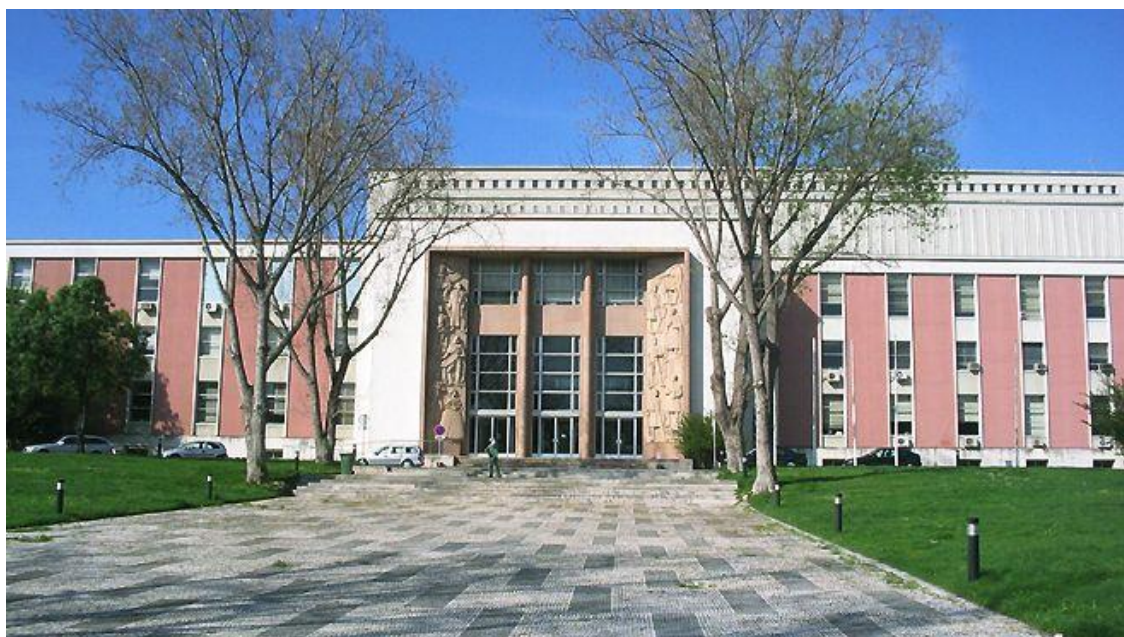


Fig. 6 Edifício da Biblioteca Nacional de Portugal

CASO DE ESTUDO #2

FUNDAÇÃO JOAN MIRÓ

FUNDACIÓ JOAN MIRÓ



Fig. 7 Logotipo da Fundació Joan Miró

na reprodução para logotipo, são pintados de uma cor laranja avermelhado. Em termos de tipografia, é usada uma letra sem serifa, bastante semelhante ao Helvetica e ao Futura.

A identidade corporativa da fundação é amplamente usada em todas as campanhas de marketing, quer sejam internas ou externas, e também no site oficial. Diego Feijóo, que esteve à frente do projeto de renovação da marca, descreveu a nova identidade visual como um “sistema que permite identificar inequivocamente o material da Fundació em qualquer meio”, e que o “o logotipo funciona como um texto flexível, unindo o símbolo criado por Joan Miró e o nome 'Fundació Joan Miró, Barcelona', numa solução de design que adiciona maior legibilidade, ordem e visibilidade, respeitando os elementos de identidade originais.” (Fundació Joan Miró, s.d.)

A Fundação Joan Miró (ou em catalão, *Fundació Joan Miró*) é um museu criado pelo próprio pintor catalão e por Joan Prats, em 1975, com o intuito de criar um centro de referência internacional e apoiar bolsas de estudo sobre a arte contemporânea. O edifício foi projetado por Josep Lluís Sert, e fora inicialmente criada com obras de coleção privada. A identidade visual mais recente fora obra do estúdio de Diego Feijóo, em colaboração com Javier Royo, com o intuito de renovar a imagem da fundação, mas mantendo o logotipo original da instituição. O logotipo foi desenhado pelo próprio Joan Miró, e é constituído por linhas e três pontos negros que,

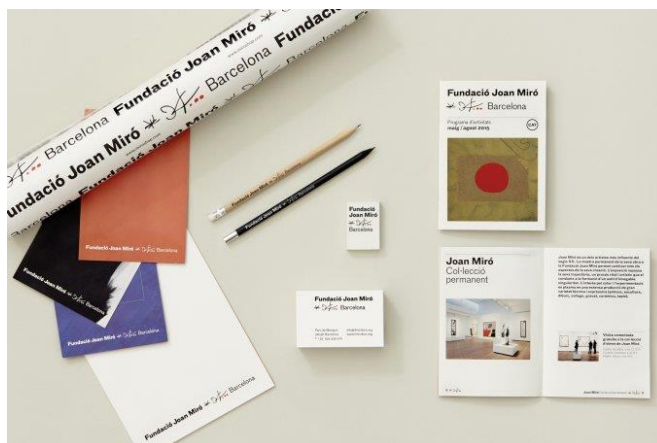
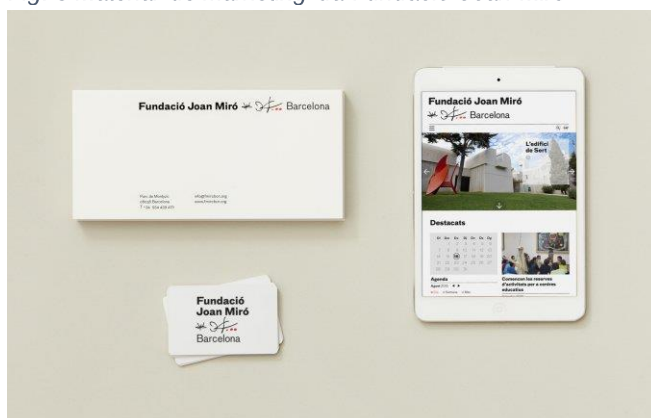


Fig. 8 Material de marketing da Fundació Joan Miró



CASO DE ESTUDO #3

UNIVERSIDADE DO PAÍS BASCO

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO

EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

A Universidade do País Basco foi fundada no dia 25 de fevereiro de 1980, e nasceu da antiga Universidade de Bilbao, e fora inspirada na antiga universidade basca de 1936. O lema da universidade é

“Eman ta zabal zazu”, que significa

“Conceba e difunda o conhecimento”, e foi tirado de uma frase de um hino basco do século XIX. O logotipo foi criado pelo escultor Eduardo Chillida na década de 1970, e é uma interpretação do carvalho de Guernica, que simboliza as liberdades dos povos do golfo da Biscaia e, por extensão, ao povo basco. A tipografia usada é, possivelmente, o Helvetica.

A Universidade do País Basco costuma usar o logotipo em diversas campanhas de marketing, quer seja interna ou externa, e na divulgação de iniciativas, e no site, ainda de uma forma minimalista. O carvalho de Guernica é também usado por outras instituições, inclusive as várias instituições governamentais do País Basco, e o Atlético de Bilbao. É também evidente o uso do branco e do negro.



Fig. 11 Secção de Desporto da Faculdade de Educação e Desporto, inserida no campus de Álava



Fig. 9 Logotipo da Universidade do País Basco

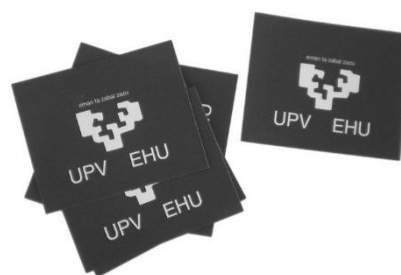


Fig. 10 Material de Marketing da Universidade do País Basco

CASO DE ESTUDO #4

CINANIMA – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE ANIMAÇÃO



Fig. 12 Logotipo do CINANIMA

O Festival Internacional de Cinema de Animação de Espinho, mais conhecido por CINANIMA, é o festival de cinema de animação mais antigo de Portugal. A sua primeira edição aconteceu em 1977, e tornou-se num dos festivais de referência no mundo do cinema de animação. O logotipo é composto por formas simples, com uma mistura de formas geométricas com formas curvilíneas, que fazem lembrar o Art Deco. É acompanhado por um golfinho estilizado, dado que a cidade de Espinho é uma estância balnear.

A sua metodologia mais reconhecível é nos cartazes, da autoria do designer gráfico Ricardo Linhares, que fez todos os cartazes oficiais desde a primeira edição do festival. É notável o uso da cor e das formas, bastante associadas à ilustração e à animação em geral. Mas também é evidente o uso do minimalismo em alguns casos.



Fig. 13 Cartaz da 45ª edição do CINANIMA (2021)

O logotipo nunca foi alterado de forma gráfica, a não ser pela mudança de cor de ano para ano.



Fig. 14 Cartaz da 17ª edição do CINANIMA (1993)

ADN DA MARCA

Biblioteca Nacional de Portugal

VISÃO: Ser o centro de conhecimento e de literatura do país

MISSÃO: Defender o património bibliográfico de Portugal

VALORES:

- Valores profundos: Reunir e proteger o conhecimento do país
- Valores posicionais: Portugal, continental e regiões autónomas
- Valores relacionais: Portugal, estudiosos, sabedoria e memória

Fundação Joan Miró

VISÃO: Ser um centro de arte contemporânea e apoio cultural na Catalunha

MISSÃO: Defender e promover o legado de Joan Miró, como promover a arte contemporânea no país

VALORES:

- Valores profundos: Proteger as obras do pintor e apoiar novos artistas
- Valores posicionais: Catalunha, Espanha e Europa
- Valores relacionais: Defesa da cultura, apoio à cultura e defesa do legado do surrealismo no país.

Universidade do País Basco

VISÃO: Ser um centro de conhecimento e estudo na região do País Basco

MISSÃO: Ensinar e formar estudantes a nível universitário

VALORES:

- Valores profundos: Promover o ensino superior na região
- Valores posicionais: País Basco, Espanha, e resto da Europa
- Valores relacionais: Ensino universitário, promoção da educação, defesa do património basco e hospitalidade universitária basca

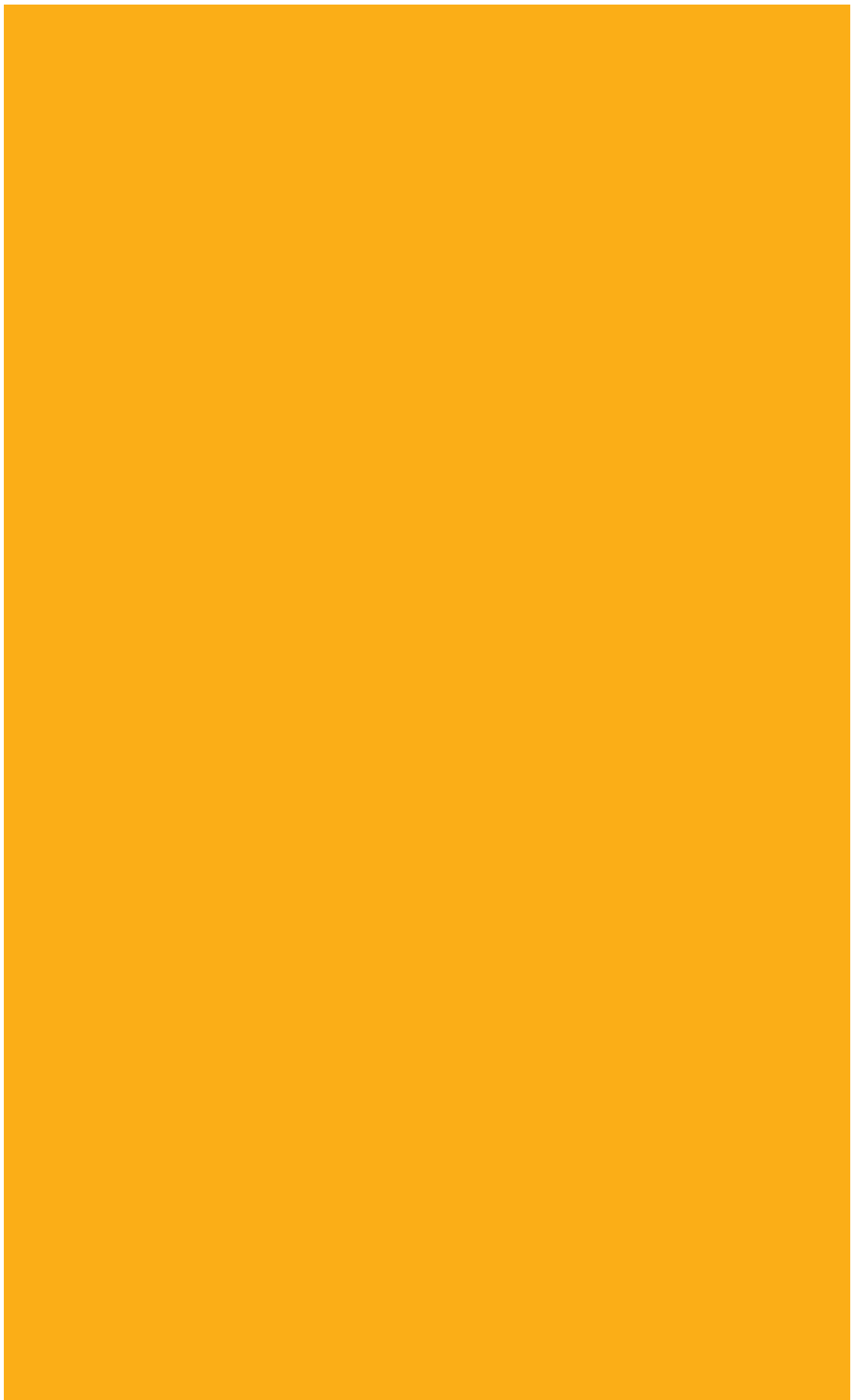
CINANIMA – Festival Internacional de Cinema de Animação

VISÃO: Ser um centro de promoção de cinema de animação de autor

MISSÃO: Promover e exhibir artistas e filmes da indústria cinematográfica mundial.

VALORES:

- Valores profundos: Promoção do cinema de animação no país e no mundo
- Valores posicionais: Espinho, Portugal, Europa e resto do mundo.
- Valores relacionais: Promoção cultural, promoção cinematográfica, estudo da animação, hospitalidade e debate de novas ideias criativas.



Parte 2

Projeto e Estágio

04.

Projeto

- **Participação Intervencionista**
- **Marca da Biblioteca Municipal**
- **Propostas**
- **Sinalética**

A Marca Gráfica da Biblioteca

Antes do início do estágio, realizado na Biblioteca Municipal de Portalegre, o mestrando era um visitante frequente da mesma. Quando contou sobre a intenção de realizar o projeto de uma nova marca para o espaço, o professor Luís Ensinas, coordenador da biblioteca, agradecera o gesto. Ao iniciar o estágio, foi pedido ao mestrando para fazer várias propostas de marca para a biblioteca, mas também se pediu para também desenvolver uma nova sinalética. Isso implicara, ao mesmo tempo, o desenvolvimento de sinaléticas associadas às propostas, já que se desenvolvesse um projeto paralelo, sem quaisquer associações aos protótipos de marca, poderia gerar alguma estranheza ao visitante.

A marca da Biblioteca Municipal é, segundo o professor Luís Ensinas, supervisor do estágio, o mesmo desde a sua inauguração. É constituída por uma representação dos claustros com uma roda. As cores aqui representadas são o azul (#1F4073) e um amarelo-dourado (#F0C107). Segundo a pesquisa realizada, percebera-se que a marca não possui grande variação. Os problemas detetados foram a falta de atualização do logotipo, a proporção formal e a demasiada longevidade (em relação às outras marcas do município de Portalegre). Ou seja, a marca manteve-se a mesma desde a sua inauguração, em 1999, ou seja, há 24 anos. A figura da roda também levanta algumas dúvidas, dado por ter um sombreado azul que revela algum desgaste com o tempo.



Fig. 15 Marca da Biblioteca Municipal de Portalegre

Quanto à sinalética, reparou-se que ostentava um design bastante antiquado, revelando uma situação idêntica ao do logotipo. Mas neste caso, a sinalética parece lembrar algo como a sinalética temporária de um local de obras ou de um estabelecimento de saúde. Algo que não deveria acontecer numa instituição como a biblioteca.

Para o desenvolvimento de uma nova marca é necessário encontrar uma estratégia para o design e para a abordagem no âmbito do processo criativo. Neste caso, o professor Luís Ensinas pediu ao mestrando para que não seja usada qualquer referência à própria biblioteca, referindo-se por exemplo, aos claustros. O professor pediu que as propostas para a nova marca sejam baseadas no livro, o ex-libris de uma biblioteca. Obviamente, teria de acatar o pedido, como se estivesse a trabalhar para um cliente num estúdio de design gráfico, ou de animação, enquanto estudante licenciado em Design de Animação e Multimédia.

Também se deve recordar alguns dos projetos anteriores à passagem do mestrando pelo ensino superior, especialmente em relação ao projeto da marca do EREBAS, realizado em 2017, no âmbito do Curso Profissional de Design Gráfico, na Escola Secundária Mouzinho da Silveira. De acordo com o projeto de mestrado da aluna Carolina Marmelo (Marmelo, 2021), o logotipo do EREBAS apresentava inúmeras falhas como a fraca legibilidade e uma proporção formal. Também se verificou que não se conseguia identificar o órgão do agrupamento onde se insere, não permitindo

uma correta decodificação semântica da marca. Também fora mencionado o uso das cores do símbolo da mão com o olho, e os elementos pequenos que não aguentam aquando das diferentes aplicações.



Fig. 16 Logotipo do EREBAS, da autoria do mestrando

Descrição do local de estágio

Para este projeto, é sempre indispensável uma análise ao espaço, neste caso, a Biblioteca Municipal de Portalegre. Para começar, é preciso analisar um pouco da sua história (e das bibliotecas em Portugal) e o espaço em si.

HISTÓRIA DO CONVENTO

A Biblioteca Municipal de Portalegre está instalada no Convento de Santa Clara, que é considerado o monumento em pedra mais vivo e vivido da cidade de Portalegre. Encontra-se implantado numa área que se pode considerar exígua, quando comparada com outros cenóbios femininos. O convento foi fundado em 1376, pela rainha D. Leonor Teles que, mais tarde, seria regente de Portugal em 1383, nos termos do Tratado de Salvaterra de Magos. O convento manteve-se até à morte da última freira, no século XIX. De caminho, para além da vida monástica, o convento foi distribuindo a doçaria pela região com os pastéis de Santa Clara. (Diário de Notícias, 2001) Em 1542, é criada a Província dos Algarves, e o mosteiro passa da Província Franciscana de Portugal para a tutela do Convento de São Francisco de Xabregas, em Lisboa, casa-mãe da província recém-criada, e passou a incluir dezasseis cenóbios femininos: Madre de Deus, em Lisboa; Santa Helena do Calvário, em Évora; Flamengas, em Lisboa; Nossa Senhora da Assunção, em Faro; Nossa Senhora dos Mártires, em Sacavém; e o Mosteiro de Jesus, em Setúbal, que seguiam a Regra de Santa Clara ou a de Santa Coleta de Corbie; e os mosteiros de Aracoeli, em Alcácer do Sal; de Nossa Senhora da Conceição, em Beja; das Servas, em Borba; de Santa Clara, em Elvas; Santa Clara, em Évora; de Santa Clara, em Moura; de Bom Jesus de Monforte (inicialmente um cenóbio de religiosas da Terceira Ordem de São Francisco); o das Chagas e o da Esperança, ambos em Vila Viçosa; e o de Santa Clara, em Portalegre, submetidos à Regra Urbanista, dada pelo papa Urbano IV, em 1262. (Figueiredo, 2023)

O cenóbio era habitado, em 1615, por *cinquenta religiosas professoras, duas noviças, seis “moças de choro”, dezasseis servidoras da comunidade, um confessor, e um capelão com um “moço que o serve”* (...). Esse número viria aumentar em 1747, onde já habitava setenta e cinco religiosas conversas que, na altura, se podia considerar bastante elevado relativamente às médias dos demais mosteiros – de trinta religiosas nos coletinos e de quarenta nos urbanistas – apesar de não atingir o número excessivo do Mosteiro de Nossa Senhora da Conceição, em Beja, com 130 religiosas. O mosteiro em extinto em 1834, como consequência do falecimento da última religiosa que ainda residia no convento e, sete anos mais tarde, em 1899, alvo de um inventário de bens e transformado num centro de acolhimento para senhoras pobres, cuja ocupação se revelou pouco intrusiva. No dia 27 de setembro de 1920, o edifício é doado à Câmara Municipal de Portalegre e, sete anos mais tarde, em 1927, por ideia de Olinda Sardinha, foi aproveitado para ser usado como centro de acolhimento da Associação de Proteção e Amparo de Nossa Senhora das Dores, uma entidade com fins assistenciais, dedicada à recuperação de jovens em risco, à semelhança às atividades e iniciativas que a CPCJ (Comissão de Proteção de Crianças e Jovens) e o IAC (Instituto de Apoio à Criança) realizam na proteção de crianças e jovens. O edifício do convento de Santa Clara é ocupado pela associação até à década de 70 do século XX. Para a sua instalação, foram realizadas obras de renovação, que não alteraram significativamente a estrutura monacal. Em 1968, na sequência de alguns incêndios, o edifício encontrava-se devoluto, tendo-se aí realizado obras para instalar um asilo para menores com deficiências visuais, que também não alteraram a estrutura, levando-se a cabo uma pequena regularização do pequeno claustro e do muro exterior virado à Rua d’Elvas. (Figueiredo, 2023)

Após o derrube do regime do Estado Novo, na revolução do 25 de abril de 1974, o convento passa para as mãos da Câmara Municipal. O espaço foi alvo de uma intensa atividade cultural e associativa. Funcionou o grupo de teatro “O Semeador”, do qual resultou o Teatro do Semeador, e que se tornou na Companhia Profissional de Teatro de Portalegre, que já não existe, provavelmente por falta de verba. No mesmo espaço também se instalou um atelier de artes plásticas, muito pela ação persistente de Aurélio Bentes Bravo, ex-diretor do já extinto “Fonte Nova”, que fora eclipsado pelo “Semanário Alto Alentejo”. Também ali funcionou o cineclube de Portalegre, que nada tem a ver com um outro cineclube fundado pelo poeta José Régio, e que deixou de existir no final dos anos 60, depois de ter sido criado no início da mesma década. O convento também fora ocupado (ainda que, de forma temporária) por uma delegação de turismo e o clube de columbofilia. (Diário de Notícias, 2001) A 22 de maio de 1999, inaugurou-se a Biblioteca Municipal de Portalegre, que ocupou a totalidade do espaço do convento, tendo sido reformulada a estrutura do edifício. As obras da renovação para adaptação à sua nova função seguiram um projeto de José António Sousa Macedo, arquiteto da Direção Regional de Edifícios e Monumentos do Sul, unidade orgânica que integrava a extinta Direção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais, cuja maior parte das suas funções foram integradas no Instituto de Habitação e Reabilitação Urbana (IHRU), no que diz respeito à intervenção sobre o património habitacional não classificado e ao desenvolvimento e gestão do Sistema de Informação para o Património (SIPA); já as atribuições relativas ao património classificado, ficaram na competência do IGESPAR, entretanto refundido com o Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) na nova Direção-Geral do Património Cultural (DGPC).

Esta intervenção foi a responsável pela destruição de algumas das dependências do antigo cenóbio – o dormitório do segundo piso e parte do coro-alto e da sua decoração pictórica, bem como o claustro e de algumas das oficinas que o ladeavam – para a construção de uma área de receção ao novo equipamento cultural. (Figueiredo, 2023) Em 2018, realizaram-se obras de remodelação do espaço.

HISTÓRIA DA BIBLIOTECA EM PORTALEGRE

Apesar da Biblioteca Municipal de Portalegre ser relativamente recente, porém, a cidade de Portalegre já tem uma certa história relacionada com o espaço bibliotecário, desde o início do século XX. Antes da sua inauguração, no dia 22 de maio de '99, houve uma “inauguração simbólica” no dia 5 de outubro de 1925, no 15º aniversário da implementação da república, e antes da revolução de 28 de maio, que mais tarde implementará o regime ditatorial do Estado Novo. (APH - Associação de Professores de História, 2001) Ficava situada no edifício do antigo Convento de São Bernardo, que incluirá o Museu Municipal. O primeiro regulamento seria aprovado pela Comissão Administrativa da Câmara Municipal de Portalegre em 11 de outubro de 1926. Para o lugar de bibliotecário era contratado o advogado Luís Roma Alves de Sousa.

No entanto, a existência da biblioteca não fora fácil. Uma carta anónima dirigida à autarquia, datada de junho de 1948, descrevia o estado miserável da biblioteca. Na carta, descrevia-se a existência de bolor patente nas lombadas e nas estantes, livros infestados de parasitas, vidros partidos e o teto degradado, a necessitar de pintura urgente. A biblioteca e o museu foram transferidos do convento de São Bernardo para o edifício do primitivo Seminário Diocesano, fundado em finais do século XVI por Frei Amador Arrais, e daqui para o Convento de Santa Clara. Ainda no edifício da Rua José Maria da Rosa eram necessários o fogão de aquecimento e guarda-vento para

melhorar as condições dos utilizadores da biblioteca. Em 1950, o vereador do Pelouro da Instrução, Manuel António Silvério, confessava ao presidente da câmara, numa carta datada no dia 2 de outubro, que o local era frequentado “por um número de leitores proporcional à população da cidade”. Esta situação já era patente em 1932, aquando do inquérito liderado por Júlio Dantas, Inspetor-Geral das Bibliotecas e Arquivos, às Bibliotecas Municipais. A natureza do fundo bibliográfico era definida: “*obras latinas e gregas, sacras e profanas, ciências, literatura, história, artes e ofícios, escolares, almanaques e revistas*”, provindo do Paço Episcopal, do Seminário Diocesano e de ofertas particulares; as aquisições anuais eram garantidas através duma verba de 922\$50.

Novamente em 1951, outro vereador, António Galiano Tavares, salientava as agruras porque passava o acervo documental, depositado em precárias condições (“*livros amontoados nos parapeitos das janelas*” [sic], a sala de leitura num “*rés do chão, com pavimento de cimento, frio, sem comodidade*” era uma “*espécie de corredor*”). Não obstante, a preocupação em fomentar um hábito de leitura era manifestada na sessão da câmara de 5 de dezembro de 1949, quando o vereador Manuel António Silveira propõe a sensibilização dos diretores das escolas primárias, sugerindo a aquisição de obras “de acordo com a idade e interesse” dos leitores mais novos, enquanto se propunha instituir prémios, constituídos por obras literárias, a atribuir anualmente aos leitores mais assíduos.

Em 1992, a Câmara de Portalegre e o então Instituto da Biblioteca e do Livro celebraram um contrato-programa para recuperação e adaptação do velho edifício a uma moderna biblioteca.

MISSÕES DA BIBLIOTECA PÚBLICA

As seguintes missões-chave, relacionadas com a informação, a literacia, a educação e a cultura deverão ser essência dos serviços da biblioteca pública (Moura, 2001):

- 1 Criar e fortalecer hábitos de leitura nas crianças, desde a primeira infância.
- 2 Apoiar a educação individual e a autoformação, assim como a educação formal a todos os níveis.
- 3 Oferecer possibilidades de um criativo desenvolvimento pessoal.
- 4 Estimular a imaginação e criatividade das crianças.
- 5 Promover o conhecimento sobre a herança cultural, o apreço pelas artes e pelas realizações e inovações científicas.
- 6 Facilitar o acesso às diferentes formas de expressão cultural das manifestações artísticas.
- 7 Fomentar o diálogo intercultural e, em especial, a diversidade cultural.
- 8 Apoiar a tradição oral.
- 9 Assegurar o acesso dos cidadãos a todos os tipos de informação à comunidade.
- 10 Proporcionar serviços de informação adequados às empresas locais, associações e grupos de interesse.
- 11 Facilitar o desenvolvimento da capacidade de utilizar a informação e a informática.
- 12 Apoiar, participar e, se necessário, criar programas e atividades de alfabetização para os diferentes grupos etários.

A ESTRUTURA DO CONVENTO/BIBLIOTECA

O Convento de Santa Clara, onde a Biblioteca Municipal de Portalegre está instalada, foi mandado construir por D. Leonor Teles. Considerando que a construção de um espaço tão amplo como um claustro constituía um esforço financeiro que, numa fase inicial, seria difícil de comportar pelas monjas, as obras eram feitas, frequentemente, de forma parcelar, consoante as necessidades da comunidade e, o que muitas vezes é demonstrado na estrutura de espaços de circulação e meditação (neste caso, oração). De acordo com a publicação de Ana Paula Figueiredo (Figueiredo, 2023), cada uma das alas góticas de Portalegre está seccionada em quatro tramos definidos por pilares, entre os quais se enquadram quatro arcos apontados assentes em colunas grupadas, seguindo uma solução típica do gótico final, visível em variações dos claustros nacionais, comparando-os com outros exemplares coevos, torna-se evidente a sua simplicidade, pela inexistência de talhe nos intradorsos dos arcos e pelas arestas boleadas dos mesmos e, ainda, pela parca decoração dos capitéis, cingindo-se a elementos geométricos ou antropomórficos nos ângulos, que mal se distinguem, dado o elevado nível de erosão da cantaria.

As duas alas do claustro davam acesso às dependências monásticas, que se desenvolviam num único piso, e eram compostas, a sul, numa solução muito pouco comum para a época, por questões de segurança, pela área doméstica, ou seja, cozinha, refeitório e dormitório. O acesso a estes espaços era feito por uma pequena dependência que funcionava, simultaneamente, como antecoro sala do lavabo (equivalente às atuais casas de banho) e da entrada no dormitório. O dormitório é uma enorme dependência, que se desenvolve longitudinalmente, espartilhada pela atual ala sul do claustro e pela igreja, com um pé-direito baixo e seccionado por sete arcos. Inicialmente, talvez o dormitório fosse indiviso, como era hábito nos cenóbios de Clarissas. Junto ao claustro principal e ao refeitório existia um pequeno claustro, denominado frequentemente na documentação como “claustro velho” e que seria “o primeiro da fundação”. É frequente a existência deste tipo de espaços nas casas de Clarissas, em torno do qual se desenvolvia a vida doméstica da comunidade e junto ao qual se situava a primitiva portaria. No lado oriental, alguns dos vãos que abrem para o claustro ostentam, ainda hoje, molduras de arestas biseladas, indiciando que fariam parte da construção inicial. Atualmente, conserva, no piso térreo do claustro, dois tramos completos de arcaria gótica sobre colonelos geminados.

A igreja estaria concluída em 1389 que, se for confirmado, permite identificar que constituiu o primeiro esforço construtivo da comunidade, certamente no mesmo local onde se ergue atualmente. No pátio do mosteiro, há um chafariz de mármore, de bacia redonda, construída nas obras de década de oitenta do século XVIII, e uma fonte do exterior do século XVI. O convento também tem uma torre de quatro aberturas e, na fachada principal, uma janela com uma grade, que se diz ter pertencido ao quarto da abadessa Rosa Joana, onde existia um arquivo e uma biblioteca, mas não é possível determinar os locais com exatidão. No início do século XX conheciam-se 77 imagens, que foram removidas na totalidade, restando apenas a documentação que refere o processo de extinção ocorrida em 1834. Segundo a mesma documentação, o mosteiro continha *“uma imagem do senhor “Ecce Homo”, uma dita de Santa Clara, uma dita de São João Batista, uma dita pequena de São Francisco de Assis, uma dita pequena da Nossa Senhora dos Prazeres, uma dita pequena da Nossa Senhora da Expectação, uma dita pequena de Santo Amaro, uma dita pequena de São João Batista, uma dita de Jesus Cristo ressuscitado, um relicário com uma insígnia de São Félix Mártir, uma imagem do Senhor Morto, um crucifixo de madeira, uma imagem do Senhor dos Passos, uma maquineta com a imagem de Nossa Senhora da*

Natividade, uma maquete com a imagem de Santa Clara, uma maquete com a imagem da Nossa Senhora da Conceição (...)”.

O coro-baixo, atualmente a “Sala Comendadora Domingas Palminha Valente e Valente”, encontra-se dividido em duas naveas por altas colunas toscanas e mantém os trinta taburnos das sepulturas das religiosas, e era flanqueada por um confessionário e uma roda, que permitia a passagem de alfaiaas religiosas da sacristia de dentro para a igreja, tendo sido entaipada em novembro de 1791. O coro-alto serve, atualmente, a sala de leitura e o espaço dedicado à banda-desenhada, mas mantém a sua antiga cobertura setecentista, em gamela, e a decoração pictórica, reveladora de várias campanhas decorativas, que persistiram na década de oitenta do século XX. No coro-alto, deveria existir um oratório ou uma pintura, que permitiu poupar um painel seiscentista. Em 1762, coro-alto foi caiado e sumariamente pintado, obra a que corresponderão a Senhora das Dores e as duas cartelas que a ladeiam, situadas sobre a grade, e que importou em 14\$700.

A torre sineira do Convento de Santa Clara, bastante elevada, evidencia-se na paisagem da cidade de Portalegre. Destaca-se a interessante cúpula, encimada por lanternim e por pináculos de bola nos ângulos, num claro vocabulários maneirista, não deixando dúvidas sobre a época da sua feitura, que coincidem com as remodelações realizadas no final do século XVII. A torre encontra-se adossada aos coros, uma vez que os seus dois sinos, situados no topo da estrutura, pautavam a vida da comunidade no que diz respeito às horas canónicas e a todos os cerimoniais que ocorriam, quer seja durante os ofícios litúrgicos ou na vida em comum, durante as refeições e no capítulo. As várias dependências monásticas desenvolviam-se em torno do claustro principal, com duas alas de arcos seiscentistas, sustentados por robustos pilares toscanos, tendo, no segundo piso, duas alas fechadas, rasgadas por janelas retilíneas e duas varandas, viradas de norte e a oriente, que seguem uma métrica distinta, ditada, no lado norte, pelo ritmo e pelos apoios da ala medieval do piso inferior. Nas alas, segundo a documentação da época, existiam quatro capelas, dedicadas ao Menino Jesus, a Santo António e a São Francisco Xavier, na qual só uma ainda existe nos dias de hoje.

Embora as casas fossem ocupadas por particulares, era a comunidade que assumia os custos relativos às suas remodelações. Em 1719 e em 1729, são referidas reparações na casa da madre Catarina Mendes, a que sucederam várias outras. O Museu Municipal de Portalegre encerra excepcionais obras de arte, nomeadamente os exemplares avulsos de ourivesaria, o órgão portátil, a imaginária, e o excelente tríptico quinhentista oriundo do refeitório.

Na atual Biblioteca Municipal de Portalegre, destaca-se no pátio do claustro principal, uma varanda de um edifício que fora demolido para dar lugar à atual Caixa Geral de Depósitos. No piso inferior, destaca-se um espaço dedicado à hora do conto, cuja escadaria dá acesso ao espaço infanto-juvenil, dedicado á literatura dessa faixa etária. Adjacente ao espaço do coro-alto, está a sala multimédia, onde se pode aceder à internet e a visualização de conteúdos audiovisuais, desde filmes, séries e documentários. No piso inferior, também há um espaço dedicado a exposições temporárias.

Desenvolvimento das propostas

O mestrando começou logo a desenvolver as propostas de logotipo. Desenvolvi logotipos e sinaléticas com estilos diferentes, mas com um único objetivo: a “disruptividade em design gráfico”. As propostas foram todas nomeadas com nomes de código, de forma a caracterizar e reconhecer o design das propostas. As propostas realizadas foram o “Swiss Blocks” (inspirado no estilo internacional suíço), o “Neon Bauhaus” (desenvolvido com recurso à tipografia “Bauhaus”), o “Incomplete Letters”, “Minimal Book” e “Writing Landscapes”.

Primeiro, fiz alguns estudos feitos em papel (ver no anexo “sketches iniciais”), com rascunhos de várias propostas de logotipo. Após ter conversado com o professor Luís Ensinas, resolvi fazer 5 propostas para depois ser discutido com um grupo de especialistas que estiveram presentes na reunião.

PROPOSTA 1 – “SWISS BLOCKS”



Fig. 17 "Swiss Blocks"

A primeira proposta original que desenvolvida foi um logotipo minimalista, inspirado no estilo internacional suíço. O estilo tipográfico suíço surgiu nos anos 50, que veio a desenvolver-se fora da Suíça. A tipografia que eu usei para o logotipo foi o Helvetica, tipografia amplamente usada pelo estilo tipográfico em questão. O logotipo representa um livro, como é bastante perceptível, mas também dá alusão às chaminés da antiga fábrica da cortiça da Robinson, que está ao abandono e à espera de dias melhores. Durante o desenvolvimento desta primeira proposta, desenvolvi também a sinalização, com recurso a pictogramas para identificar os espaços da biblioteca municipal.



Fig. 18 Pictogramas "Swiss Blocks"

No entanto, o professor Luís Ensinas pediu-me para não usar os pictogramas, com a exceção de alguns, como os pictogramas referentes às casas de banho, o local para fumadores e os claustros. A sinalética seguiu a mesma lógica, usando as mesmas formas geométricas, e usando a mesma tipografia (Helvetica).



Fig. 19 Exemplo de sinalética "Swiss Blocks"

Também foram criadas umas variações com o logotipo e com as iniciais da biblioteca em minúsculo.

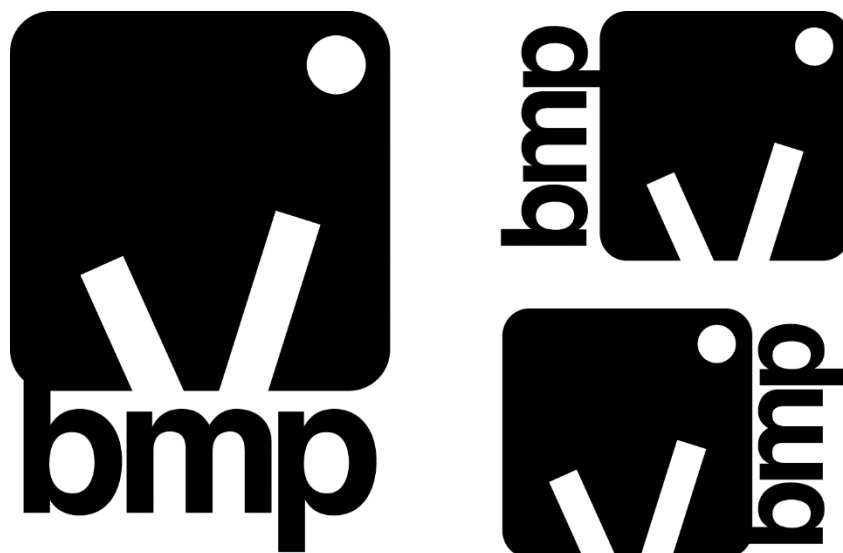


Fig. 20 Variações "Swiss Blocks"

Este logotipo acabaria por sofrer algumas alterações mais tarde, durante o processo de escolha dos dois melhores logotipos, e de uma sexta proposta que mais tarde será desenvolvida a pedido da mentora.

PROPOSTA 2 – “NEON BAUHAUS”



Fig. 21 "Neon Bauhaus"

A segunda proposta consistiu num logotipo baseado no estilo Bauhaus. A Bauhaus foi uma escola de arte vanguardista alemã, e foi considerada uma das maiores e mais importantes expressões artísticas da época. Tendo sido também a primeira escola de design do mundo. Usando uma tipografia inspirada nesta expressão artística, resolvi criar um logotipo com a sigla “BMP”. Para complementar o logotipo, resolvi fazer quatro pequenos símbolos.

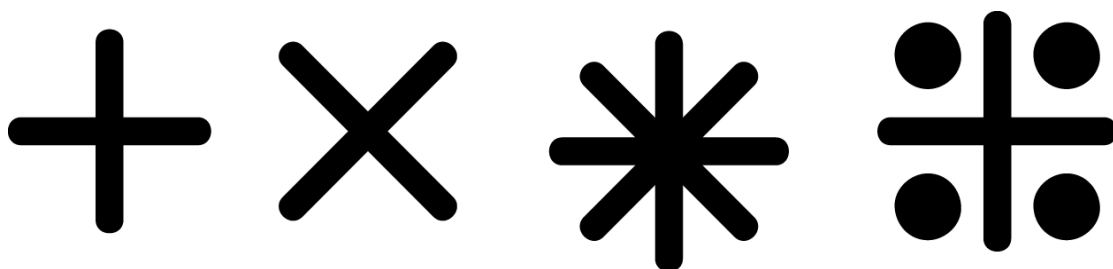


Fig. 22 Variação do símbolo complementar

Os símbolos são uma cruz, com três variações. Um “X”, um asterisco e uma cruz com quatro bolas. A intenção é criar uma espécie de “animação” para acompanhar o logotipo. Baseado na temática do livro, o logotipo possui uma variação “em espelho”, que se assemelha a um livro aberto.

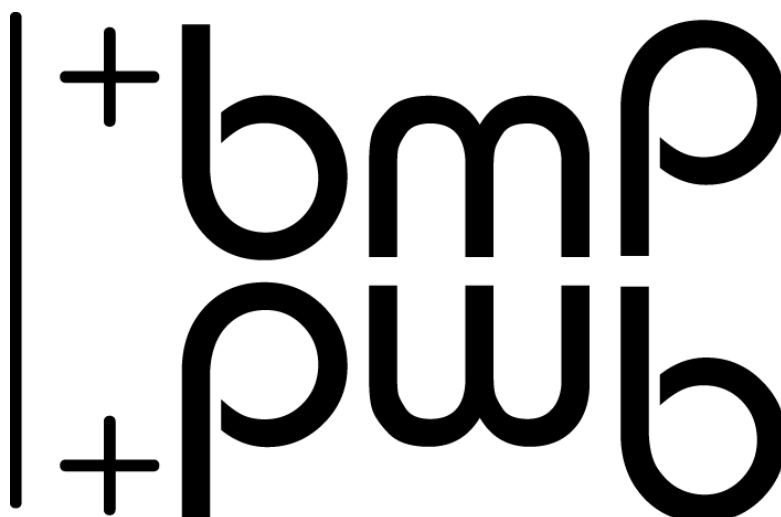


Fig. 23 Variação "espelho"

Quanto à sinalética, segue-se a mesma lógica, com um design que coincide com o estilo da proposta de logotipo. Usando-se também a mesma tipografia “Bauhaus”. E com uma seta com design similar, de forma dar uniformidade à proposta.



Fig. 24 Exemplo de sinalética “Neon Bauhaus”

No entanto, esta proposta não foi uma das duas propostas escolhidas para ser candidata à nova imagem da Biblioteca Municipal de Portalegre.

PROPOSTA 3 – “INCOMPLETE LETTERS”



Fig. 25 "Incomplete Letters"

A terceira proposta chama-se “Incomplete Letters” devido ao seu design minimalista, que consiste em letras maiúsculas com partes separadas nas letras. Esta é uma proposta mais mínima, de aspeto futurista. Neste caso, foi feita uma variação com o nome completo da biblioteca, usando a tipografia “Gotham”, que é a mesma utilizada em outros logotipos, como o do Festival Eurovisão da Canção.



Fig. 26 Variações com o nome completo

Nesta variação, colocou-se o logotipo em cima, e o nome completo, num bloco com arestas redondas. Ambas são em preto e branco, de forma a ter alguma uniformidade no estilo gráfico da proposta. Nesse sentido, as setas de direção, na sinalética, são representadas por triângulos.



Fig. 27 Sinalética "Incomplete Letters"

Esta também não foi escolhida para ser candidata à nova imagem.

PROPOSTA 4 – “MINIMAL BOOK”



Fig. 28 "Minimal Book"

A quarta proposta consiste num logotipo que se assemelha a um livro autêntico, daí o nome “Minimal Book”, porque consiste num logotipo com o nome da biblioteca inserido num livro, acompanhado por símbolos como cruces, simples traços e um círculo. A tipografia utilizada é o “Reem Kufi”, que se assemelha ao “Gill Sans”, mas com algumas diferenças substanciais. Para acompanhar o logotipo principal, foi criada uma variação com a sigla em letra minúscula, encaixadas numa cruz, como se assemelha a um jogo do galo, com uma variação rotativa, em que as letras acompanhavam a rotação, mudando a sua posição.

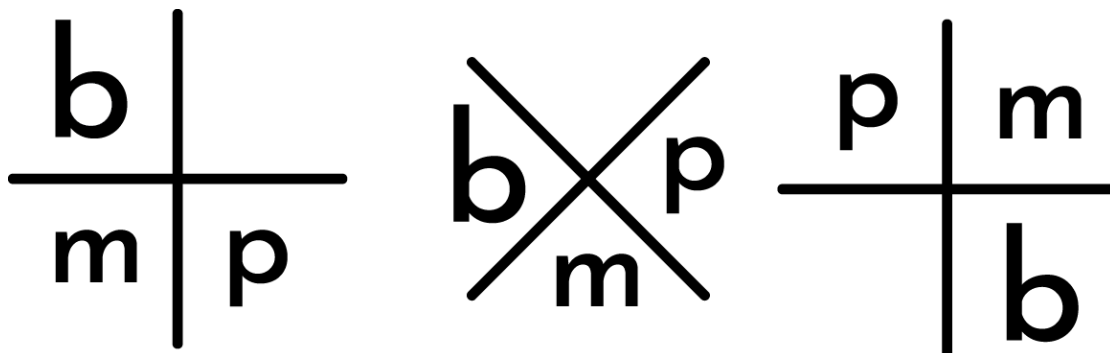


Fig. 29 Variação rotativa "Minimal Book"

Quanto à sinalética, optei por fazer uma seta minimalista-abstrata, de forma a ter alguma consistência com os conceitos de minimalistas apresentados na proposta.

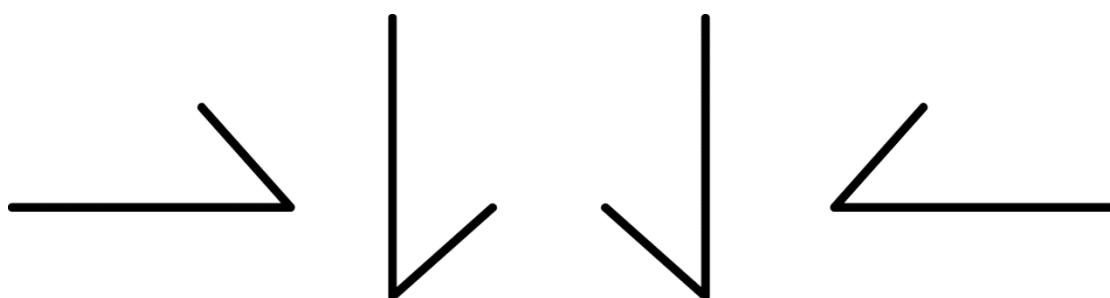


Fig. 30 Setas da sinalética "Minimal Book"

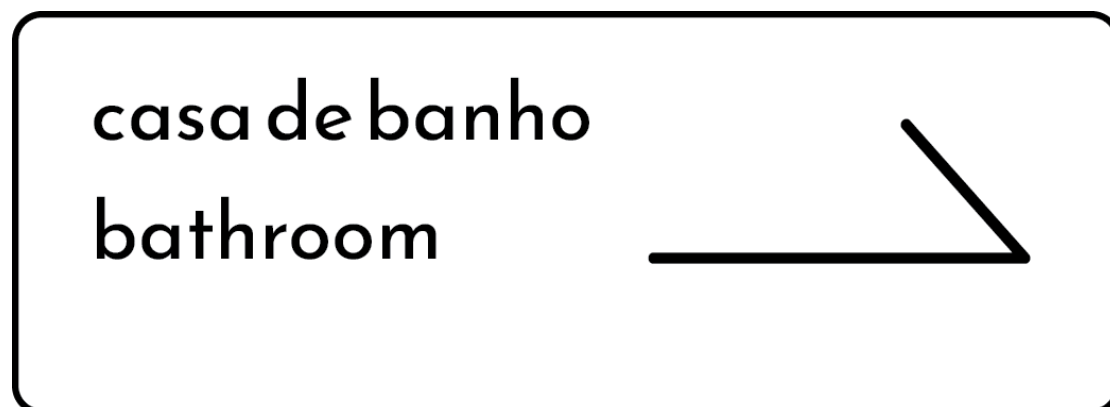


Fig. 31 Exemplo de sinalética "Minimal Book"

Esta proposta também não foi escolhida entre as duas melhores propostas para ser candidata à nova imagem da biblioteca.

PROPOSTA 5 – “WRITING LANDSCAPES”



Fig. 32 "Writing Landscapes"

A quinta e última proposta apresentada consiste na criação de um logotipo feito através do software Adobe Photoshop, aproveitando os conhecimentos adquiridos no âmbito da licenciatura de Design de Animação e Multimédia. O logotipo consiste simplesmente de uma caneta, um sol, e uma linha verde. O desenho representa a paisagem do Alentejo, com uma caneta a “desenhá-la” ao calor do sol tórrido da região. A tipografia utilizada é o “Gill Sans”, que é uma das tipografias bastante utilizadas no mundo.

Para esta proposta, não foram feitas quaisquer variações para além da variação de cores, como greyscale e a versão negra. Mas para a sinalética teve-se de criar uns pictogramas adicionais para a sinalética, como o símbolo das pessoas com deficiência, a proibição de fumar, e as casas de banho para homens e mulheres.

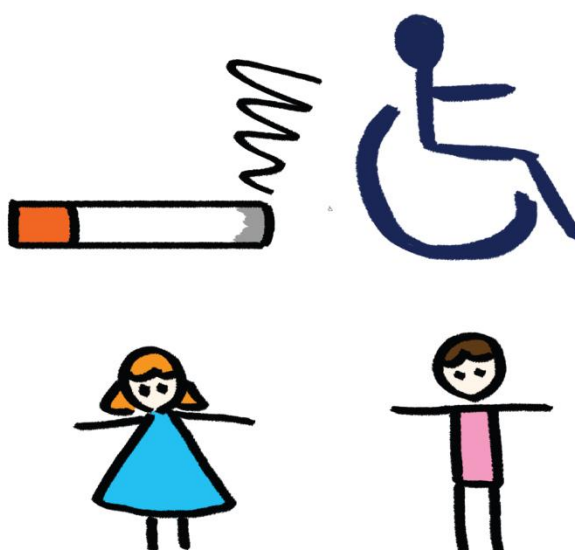


Fig. 33 Pictogramas adicionais

Nos pictogramas para as casas de banho, optei por pintar o corpo do homem de rosa, e o corpo da mulher de azul. Esta opção visa combater os estereótipos relacionados

com o género, como a percepção de que os rapazes usem azul, e de que as raparigas usem rosa, algo que está bastante antiquado.

Quanto á sinalética, a proposta inicial consistiu num design simples com setas desenhadas com um aspeto de “rabisco” e com letras minúsculas, de forma a manter um carácter minimalista e expressivo.



Fig. 34 Exemplo de sinalética "Writing Landscapes"

Esta foi a segunda proposta escolhida para ser candidata à nova imagem da biblioteca. No entanto, sofrera inúmeras alterações que levaram à sua imagem final, mais expressiva e mais disruptiva, que também levou à criação de uma sexta proposta, a pedido da professora Vera Barradas.

Análise SWOT

A análise SWOT é uma técnica de planeamento estratégico utilizada para ajudar clientes ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas à potencial competição entre outras empresas, ou planeamento de projetos, como é o caso da mudança de imagem da Biblioteca Municipal de Portalegre.

Forças - Local público com relevância histórica - Iniciativas públicas com grande aderência entre alunos do pré-escolar e ensino básico - Espaços para exposições com alguma visibilidade na cidade.	Fraquezas - Falta de iniciativas mais arrojadas - População envelhecida - Ausência de maior financiamento para manutenção do espaço. - Poucos meios de contacto - Imagem gráfica antiquada e inalterada
Oportunidades - Criação de novas iniciativas - Grande ênfase na promoção da cultura local - Espaço para estudo de vários temas - Local sem grandes perturbações - Iniciativas que incentivam aos hábitos de leitura	Ameaças - Desertificação populacional. - Falta de hábitos de leitura entre as gerações mais novas, gerado pelo domínio das redes sociais e da internet. - Falta de interesse por parte da população.

Fig. 35 Matriz SWOT

FORÇAS

O espaço da Biblioteca Municipal, possui uma forte relevância histórica, referidas nos capítulos anteriores, dado que fora um convento. O visitante pode vislumbrar de uma visita pelos claustros, e aprender um pouco sobre a história do espaço. Um das outras forças aqui analisadas inclui as iniciativas para os alunos dos ensinos pré-escolar e ensino básico, como é o caso da “Hora do Conto”, que fora e é uma iniciativa que atrai mais rapazes e raparigas da referente faixa etária à biblioteca. Outras iniciativas incluíam a realização de trabalhos manuais e de expressão plástica. A biblioteca também dispõe de espaços para a realização de exposições artísticas, quer sejam de pintores locais ou de artistas reconhecidos.

OPORTUNIDADES

A Biblioteca Municipal de Portalegre tem aqui várias oportunidades para atrair mais público, sobretudo de camadas mais velhas. Na análise SWOT, resolvi meter o ponto da “criação de novas iniciativas”, que poderiam incluir a realização de vários eventos, como um festival de banda-desenhada, ou uma feira do livro (que, eventualmente, se realizará, apesar de ter sido adiadas duas vezes). Também se podia dar grande ênfase à promoção cultural na biblioteca, para promover inúmeras iniciativas de cariz cultural na cidade de Portalegre, e noutras localidades mais próximas, como Marvão, Castelo de Vide e até mesmo a vila de Crato. A biblioteca também é um grande espaço dedicado ao estudo de várias temáticas, tendo sido usado por professores e alunos

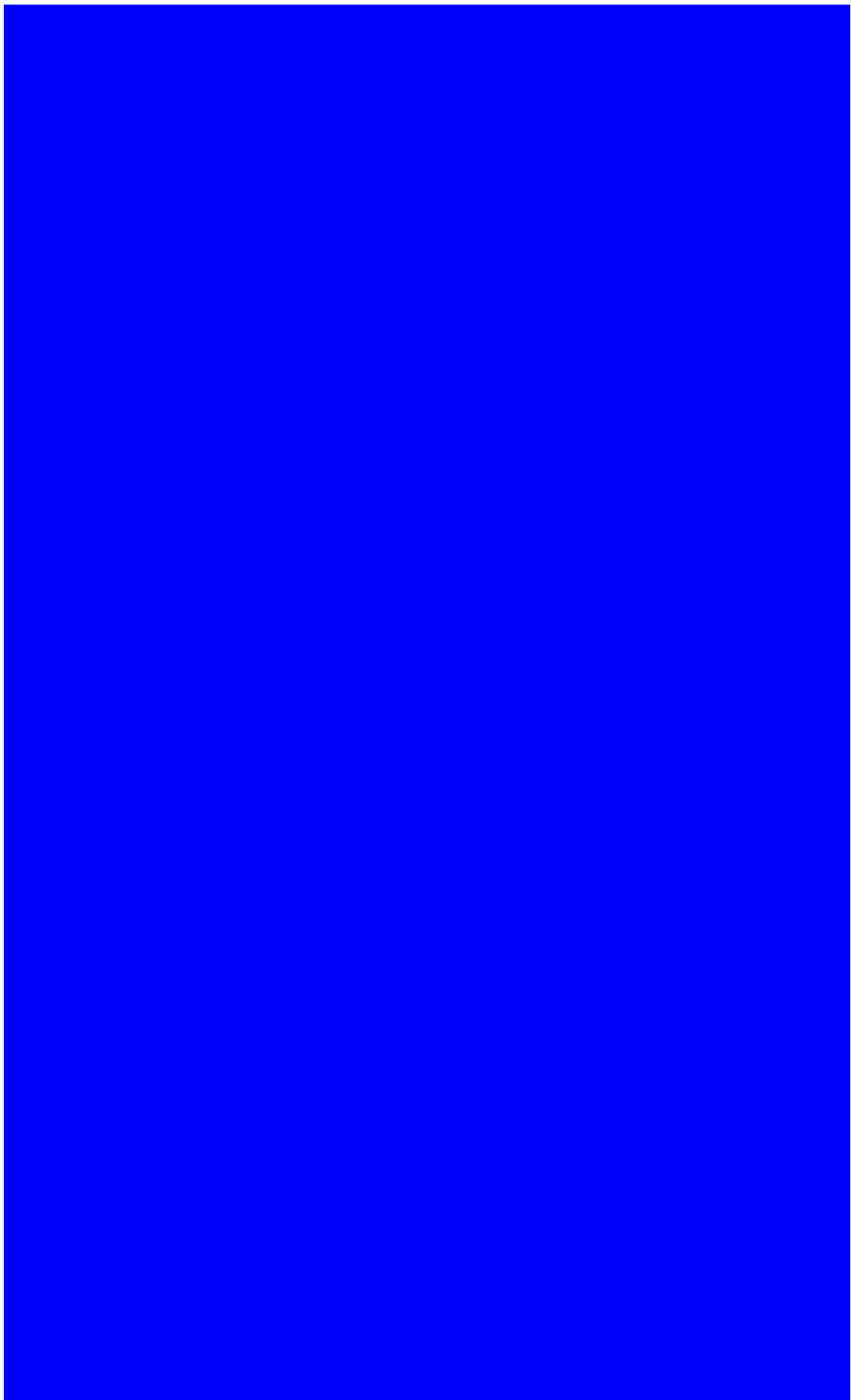
do ensino secundário e do instituto politécnico para a realização de trabalhos académicos e de preparação para exames. É também um local tranquilo, onde se pode incentivar a hábitos de leitura saudáveis e sem grandes complicações.

FRAQUEZAS

Como fora mencionado anteriormente, a biblioteca tem a oportunidade de criar mais iniciativas, isto devido ao facto de haver poucas iniciativas que capturam mais atenção por parte do público. Também, a cidade de Portalegre tem uma população envelhecida, e a maioria dos jovens que vem visitar a biblioteca vêm de outras cidades, e que estão a estudar nas escolas do Instituto Politécnico de Portalegre. Mas isso não significa que não haja pessoas mais velhas a visitarem e a usufruírem do espaço da biblioteca. Outras das fraquezas é a falta de financiamento para a manutenção do espaço. Durante os meses de verão, a única sala com o ar condicionado em funcionamento é a sala infanto-juvenil. Segundo algumas funcionárias da biblioteca, o sistema de ar condicionado das outras salas ficaram avariadas e, desde então, estão inoperacionais, alegadamente por falta de verba por parte da Câmara Municipal. Uma das fraquezas analisadas tende-se com o facto de haver poucos contactos, apesar de ter números de telefone, um e-mail, e página de Facebook. A meu ver, é um pouco insuficiente, dado que há mais outros meios de contacto que são mais utilizados, como o WhatsApp, por exemplo. E o facto da imagem gráfica desatualizada e que nunca fora alterada também é uma das maiores fraquezas aqui encontradas.

AMEAÇAS

As ameaças que a biblioteca tem são várias, mas existem ameaças que são bastante mais evidentes e generalizadas, não só no espaço, como também noutros sítios. Tendo Portugal como uma cidade do interior, é evidente que sofre com os efeitos para desertificação populacional, com muitas pessoas a mudarem-se para outras cidades em busca de emprego e de uma vida melhor, dado que a cidade não tem grandes oportunidades de emprego, sobretudo na área do design. A falta de hábitos de leitura, sobretudo nas camadas mais jovens, é também uma ameaça. Segundo um inquérito de 2020, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, nos últimos 12 meses, 61% dos portugueses não leram ter lido um único livro, e que 39% afirmam ter lido (Agência Lusa, 2022). A internet domina a vida dos mais jovens, com o fácil acesso às redes sociais, criando certos hábitos potencialmente destrutivos para a vida futura. Daí parte-se para outra ameaça, a falta de interesse da população, por várias razões, incluindo a falta de tempo, e os problemas já mencionados anteriormente.



05.

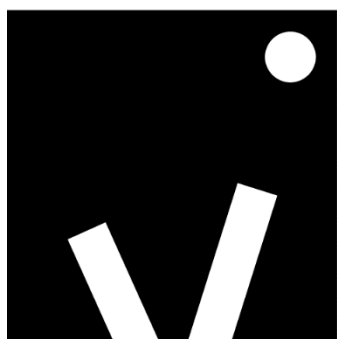
Observação Intervencionista

- **Desenvolvimento das propostas**
- **6ª Proposta**
- **Outros projetos**
- **Conclusões**

Desenvolvimento das propostas

Após a criação das cinco propostas para a nova imagem da Biblioteca Municipal de Portalegre, foram realizadas duas reuniões entre o professor Luís Ensinas, e a professora Vera Barradas. Durante essas reuniões, foram apresentadas as propostas e fizeram-se alguns comentários acerca das várias propostas. A primeira proposta foi bastante apreciada por causa da referência do estilo internacional suíço. A quinta proposta também foi bem apreciada, mas criticada por causa do uso do nome da biblioteca em letras minúsculas e por causa da grande discrepância entre a tipografia e a expressividade do logotipo. Os outros logotipos acabaram descartados, focando-se apenas nas duas propostas. A partir daí, foi decidido desenvolver as duas propostas, com as devidas alterações necessárias.

Quanto à primeira proposta, a professora Vera alertara o mestrando para o tamanho da tipografia em relação ao logotipo, e devido ao facto de a biblioteca ser um local público, tendo sido necessário usar o nome formal, ou seja, adicionando as letras maiúsculas às palavras “Biblioteca”, “Municipal” e “Portalegre”. Neste caso, também se comentou sobre o aspeto cúbico do logotipo. Para evitar quaisquer discussões adicionais, optou-se por fazer duas variações, uma com arestas retas e outras com arestas redondas, de forma a haver alguma coerência, e mais variações.



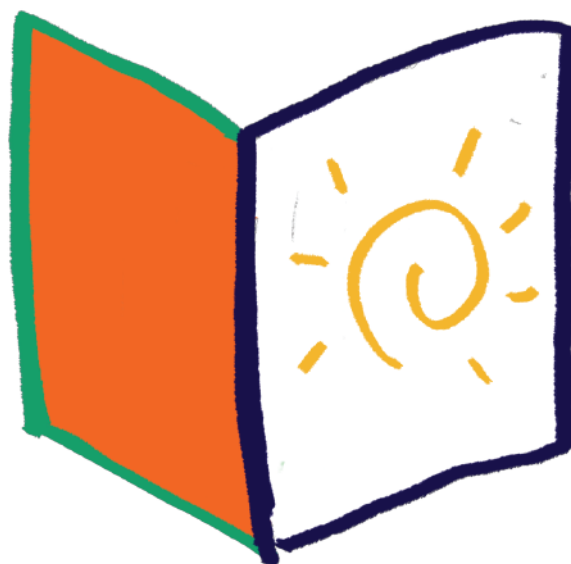
Biblioteca
Municipal
de Portalegre



Biblioteca
Municipal
de Portalegre

Fig. 36 Logotipo "Swiss Blocks" com as alterações iniciais

Quanto à quinta proposta, a professora Vera e o professor Luís Ensinas pediram para fazer umas alterações drásticas, mas mantendo a temática do livro. Ambos admiraram o uso expressivo do Photoshop para a criação do logotipo. No entanto, foi pedido para retirar a caneta e o “rabisco”, que representava a terra, mantendo apenas o sol. A primeira alteração feita foi a criação de um livro, utilizando o mesmo software. Optara-se por fazer um livro com uma capa laranja e branca, com bordas de cor verde e azul, que coincide com o logotipo atual da biblioteca. De início, como pensava que ficaria melhor com a mesma tipografia, resolvi mantê-la.



biblioteca municipal de portalegre

Fig. 37 Novo logotipo, sem nome de código

Com esta alteração, já não parecia certo dar um novo nome de código para a 5ª proposta, dado que o desenvolvimento dos logotipos estar já numa fase bastante avançada.

2ª REUNIÃO E 6ª PROPOSTA

Na segunda reunião com a orientadora e com o coordenador, foram analisadas as duas propostas alteradas. Na primeira proposta, foi pedido ao mestrando para alterar a posição das letras, mantendo o estilo gráfico. Quanto à quinta proposta, a professora notou logo a falta de expressividade em relação ao logotipo, e foi pedido uma pesquisa sobre o artista espanhol Javier Mariscal, autor da mascote dos Jogos Olímpicos de Barcelona, realizados em 1992. Fora feita essa pesquisa, analisando o material criado pelo artista, que era bastante expressivo, algo semelhante ao estilo artístico do mestrando, utilizada na criação das ilustrações digitais que fazia, de forma, ou não, compulsiva.

Baseado nestes conselhos, o mestrando resolveu desenvolver mais profundamente a 5ª proposta, de forma a ir ao encontro das pretensões que a mentora desejava.



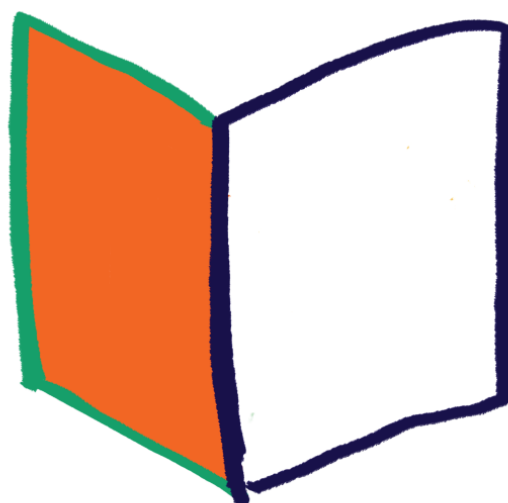
Fig. 38 Cartaz de Cobi, de Javier Mariscal (1992)

Nas alterações feitas à primeira proposta, optou-se por alterar o logotipo principal, dado que o resto não necessitava de alterações. As modificações não se notam muito, dado que fora apenas alterado a posição entre os logotipos e a tipografia.



Fig. 39 "Swiss Blocks" - Alterações feitas à posição do lettering

Na quinta proposta, foi alterada a tipografia, e alterada a posição do lettering, já que a professora mencionou o facto de o logotipo não ficar bem numa posição em horizontal, sendo preferível numa posição em "espinha". Também foi retirado o sol, porque já não era necessário.



BiBLiOTECA MUNiCiPAL DE PORTALEGRE

Fig. 40 Logotipo alterado, com nova tipografia

A tipografia utilizada fora o "Bakso Sapi", uma tipografia de estilo expressivo, manuscrita, bastante útil para a criação de bandas-desenhadas e de livros ilustrados para crianças, o que combina perfeitamente para um espaço com grande atividade entre os alunos do pré-escolar e ensino básico. Também se fez uma variação com a sigla "BMP", de forma a dar mais uma variação à proposta, que carecia de outras variações para além das versão em greyscale e preto e branco.



Fig. 41 Variação com sigla "BMP"

Na mesma reunião, a professora Vera Barradas e o coordenador Luís Ensinas, pediram a criação de uma nova proposta. Através de uns apontamentos, a professora Vera sugeriu um logotipo feito da mesma forma que a quinta proposta, com um livro aberto com páginas a virarem-se. A partir daí, o mestrando começou a criar uma sexta proposta e, como foi no caso no novo logotipo para a 5ª proposta, não resolveu dar um nome de código.



Fig. 42 6ª proposta, sem nome de código

A nova proposta consiste num livro aberto, feito em Photoshop, de cores azul-escuro e amarelo-dourado, que coincide com o logotipo atual da biblioteca, num fundo “rabiscado” em azul-claro. A tipografia usada foi o “Europe Underground”, uma tipografia que fora utilizada enquanto o mestrando estudava no curso profissional de design gráfico na Escola Secundária Mouzinho da Silveira, usada na criação do seu segundo logotipo pessoal. Para esta proposta, e reutilizando os mesmos métodos

usados noutras propostas, criou-se uma variação com a sigla, mais uma vez, em minúsculas.



Fig. 43 Variação com sigla "6ª proposta"

Quanto à sinalética, resolvera-se reutilizar a sinalética desenvolvida para a 5ª proposta, que fora alterada para coincidir com a nova tipografia, tendo sido mantida as setas, dado que ambas as propostas tinham o mesmo estilo.

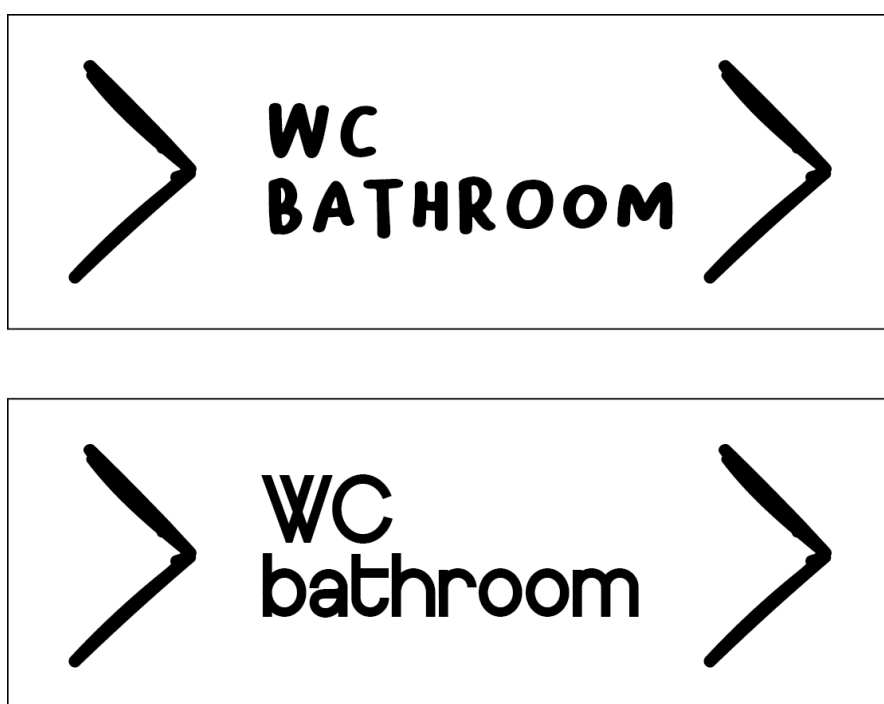


Fig. 44 Sinaléticas da 5ª e 6ª proposta

A partir da última reunião com a professora Vera, não se realizara mais encontros, dado que se estava a aproximar do mês de Agosto, e do período de férias. Durante esse mês, o professor Luís Ensinas encontra-se ausente. Quando foram finalizadas

as propostas, as mesmas foram enviadas para o computador do coordenador e para o e-mail da professora Vera Barradas. Ao entregar, a professora prometera analisar os trabalhos atempadamente, e o mais depressa possível. Após a entrega, surgira o alerta da própria orientadora sobre o facto de a dissertação conter inúmeros erros, incluindo o facto de estar escrito na primeira pessoa, algo que não era aceitável num trabalho desta envergadura. Fora também alterado a secção do “estado da arte”, por haver algumas instâncias de “copy-paste”, levando a inúmeras alterações à dissertação, levando a que a entrega fosse adiada para depois de fevereiro.

OUTROS PROJETOS

Durante a realização do estágio na Biblioteca Municipal de Portalegre, foram realizados outros projetos paralelos para além da criação de uma nova imagem gráfica para o espaço da biblioteca. A criação de outros materiais, quer seja para melhoria do conhecimento do local, ou para complementar a criação das propostas de imagens gráficas. É importante criar vários materiais para aprimorar os conhecimentos na área do design gráfico, de forma a criar mais experiência e melhor preparação para o mercado de trabalho.

A pedido do professor Luís Ensinas, realizara-se um trabalho que consistiu na criação de um novo panfleto sobre a biblioteca e o convento. Resolvi aproveitar o pictograma dos claustros que o mestrando fizera na primeira proposta, para o colocar na capa da brochura. Isto também porque o professor adorou o aspeto e o design minimalista do pictograma. Para manter a estética, de “estilo suíço”, optou-se por usar novamente a tipografia “Helvetica”. A cor da capa é amarelo-dourado, em referência a uma das cores da biblioteca, e da cidade de Portalegre.

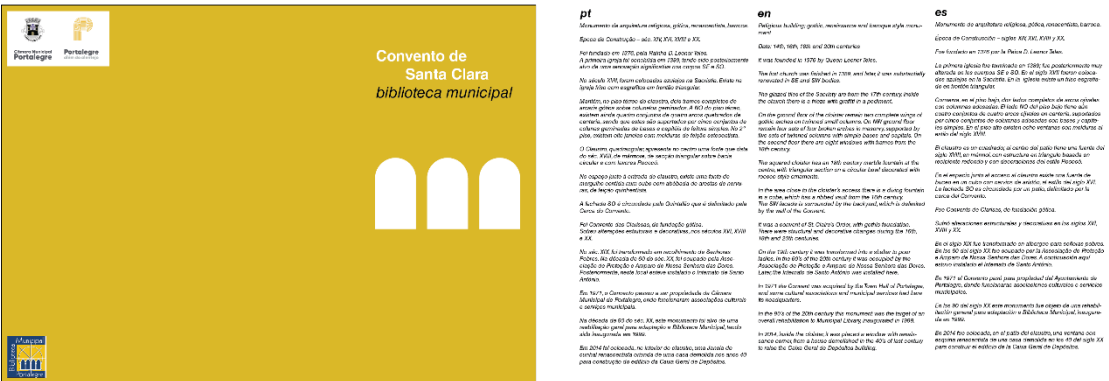


Fig. 45 Brochura para a Biblioteca Municipal de Portalegre

Outro projeto e, talvez um dos mais importantes, foi a criação de um cartaz para a Feira do Livro, que seria a primeira feira dedicada à literatura na cidade de Portalegre. Para isso, fora utilizado o Adobe Photoshop para criar um desenho de mãos a segurarem um livro aberto, com folhas separadas da voarem pelo ar, com um fundo vertical de cores azul, viridiano e verde-azulado. A intenção do logotipo tem a ver com o slogan da feira, “Um mundo de páginas abertas”.



Fig. 46 Cartaz original da Feira do Livro

No entanto, este cartaz, numa situação semelhante ao que aconteceu à quinta proposta (“Writing Landscapes”), sofrera algumas alterações, isto a pedido do professor. Começando pela alteração da data que, primeiro, foi adiado para as datas de 11 a 15 de outubro.



Fig. 47 1ª alteração, resultado de adiamento da realização da feira

Em seguida, foi a alteração da tipografia na secção da “Biblioteca Municipal de Portalegre”. Neste caso, foi pedido para tirar a palavra “Portalegre”, dado que já estava no logotipo principal da feira. Fora utilizada a tipografia “Bakso Sapi” para ter uma relação com o estilo expressivo da tipografia do cartaz que, também foi feito em Photoshop. Foram depois adicionados os patrocinadores da feira. No entanto, fizeram-se outras alterações, como a remoção de vários patrocínios, e a alteração das posições dos logotipos.

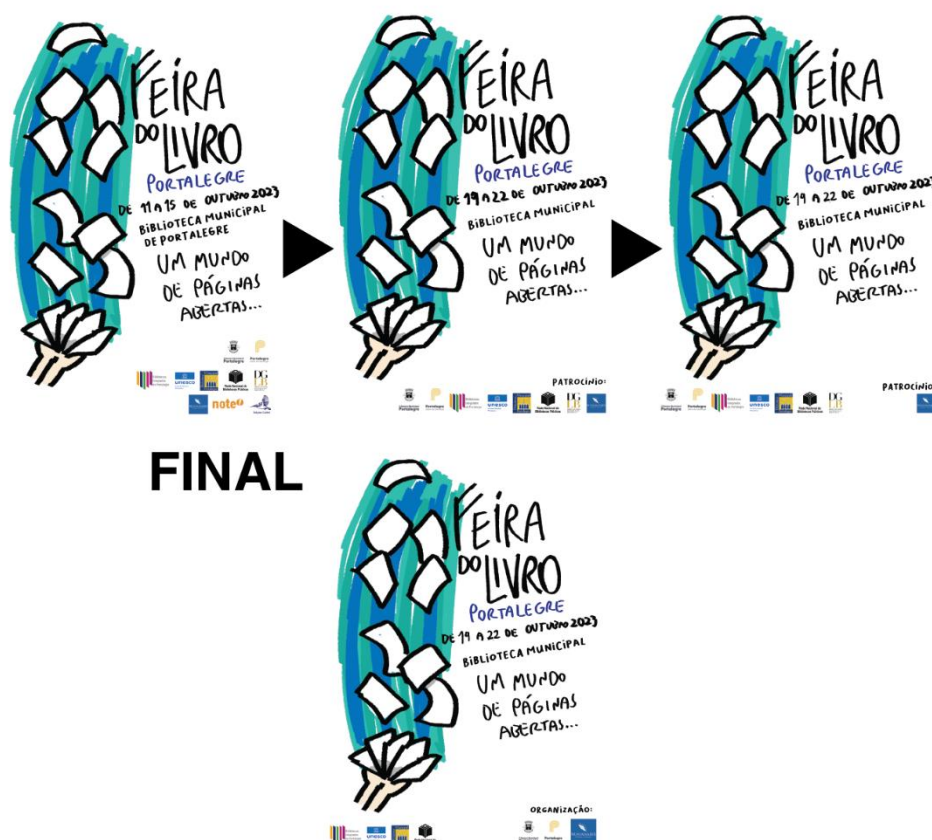


Fig. 48 Alterações feitas ao cartaz + cartaz final

No entanto, perto da data prevista para a abertura da feira, houve uma alteração brusca de condições climatéricas, levando a um novo adiamento da feira do livro, para as datas de 9 a 12 de novembro, ou seja, depois da entrega prevista da dissertação do mestrado de Design de Identidade Digital. As alterações realizadas no cartaz foram a alteração das datas, e a adição de um desconto de 30%, isto a pedido da livraria Nun’Álvares, um dos patrocinadores da feira do livro. De início, fora feito um símbolo do desconto a vermelho, mas foi alterado para verde-azulado a pedido do professor, para haver uma relação com a ilustração do cartaz.



Fig. 49 Desconto (original e alterado)



Fig. 50 Cartaz final da feira do livro

Foi também criada um ficheiro separado para a data, de forma a ficar na lona original criado para a feira. Também foram feitos convites para convidados e para as editoras, para participarem na feira.



Fig. 51 Convites para a Feira do Livro

Conclusões e Recomendações

A investigação realizada durante o estágio na Biblioteca Municipal de Portalegre, incidiu mais na produção criativa de design gráfico e na investigação do espaço da biblioteca, de acordo com a sua história enquanto convento de freiras e com a percepção do público em relação à mesma. As metodologias utilizadas durante o processo criativo permitiram alcançar o resultado desejado, indo ao encontro das pretensões do coordenador da Biblioteca Municipal de Portalegre, visando a renovação da imagem gráfica da biblioteca, e a criação de material adicional para a promoção da cultura e do espaço.

No início, verificou-se inúmeros problemas relacionados com a imagem da biblioteca, relativamente à imagem inalterada desde a inauguração e a sinalética antiquada. Mas com evoluir das propostas, e através das recomendações apresentadas pelos intervenientes, chegou-se a um resultado satisfatório, optando por designs arrojados e expressivos. Os exemplos de Javier Mariscal e de Joan Miró também ajudaram imenso na realização do projeto.

De forma a arranjar uma forma de realizar o projeto, realizou-se um estudo do Estado da Arte baseado na forma como o design podia ser “disruptivo” e expressivo, dando exemplos como o “estilo internacional suíço”, e pesquisando sobre a história da tipografia e do design, dando o exemplo do logotipo da Bass. No Estado da Arte, também se investigou sobre a abordagem criativa, dado que o objetivo do projeto é criar uma imagem gráfica, e experimentar inúmeros designs, inspirando-se em vários movimentos artísticos.

Utilizando vários conceitos, e investigando-os profundamente, permitiram ao mestrando realizar as cinco propostas de imagem gráfica, a sexta proposta adicional, e a criação de materiais adicionais (brochura e cartaz para a Feira do Livro), resolvendo os problemas iniciais em relação à imagem gráfica do espaço. A pesquisa fora fundamental na realização das propostas, também beneficiando de experiências anteriores, incluindo a realização do logotipo do EREBAS no decurso do ensino secundário, e também os conhecimentos adquiridos no âmbito do mestrado de Design de Identidade Digital, e da licenciatura de Design de Animação e Multimédia.

Com a investigação realizada, através do método não-intervencionista, permitiu uma melhor percepção sobre a história da biblioteca e a importância do espaço no seio da sociedade, e no meio populacional. As atividades realizadas no local, sobretudo entre as crianças do pré-escolar e estudantes do Instituto Politécnico de Portalegre, partilhando também as experiências do mestrando ao longo do estágio, foram fundamentais para a evolução e melhoria do espaço.

No futuro, espero que venha a ser necessário novas melhorias em termos de design e de revitalização da biblioteca municipal, dado que é necessário fazer outras melhorias, se for necessário. Contudo, apesar de alguns entraves e de alguns reparos, suponha-se que o projeto foi necessário para revigorar um espaço que é visitado por todos, sem exceção, e que é útil para quem aprecia uma boa leitura e uma boa pesquisa e investigação.

Resumindo, visando o desenvolvimento da área de estudo, e a resolução de problemas adicionais, o mestrando recomenda algumas sugestões possíveis para auxiliar futuros projetos no âmbito da Biblioteca Municipal de Portalegre e, se for possível, com a colaboração da Câmara Municipal de Portalegre:

1. O aprofundar das técnicas de divulgação e conscientização acerca das atividades culturais e artísticas realizadas na Biblioteca Municipal de Portalegre, e outros locais associados à Câmara Municipal.
2. Uma aposta e expansão da divulgação nas redes sociais, de forma a captar mais atenção das camadas mais jovens.
3. Definir uma forma de promover e criar iniciativas para captar a atenção do público, com o auxílio do Design Gráfico.
4. Identificar outros problemas que não foram detetados durante a realização do projeto, e resolvê-los de forma a corrigir e melhorar o espaço, no âmbito da imagem gráfica.
5. Auxiliar, o quanto possível, em quaisquer pedidos de criação de material para a realização de inúmeras atividades, recorrendo ao exemplo do projeto do mestrando.

Limitações e Constrangimentos

Contudo, durante a realização do estágio na Biblioteca Municipal de Portalegre, houve algumas limitações que afetaram o desenvolvimento do projeto de alteração de imagem gráfica do espaço. Começando com a alteração da estratégia intervencionista. De início, o mestrando optou pela realização de questionários à população. No entanto, quando fora publicado o formulário na internet, na página oficial do mestrando (Diogo Maurício's Artworks), o professor Luís Ensinas ordenou que fosse encerrado a submissão de formulários, dado o facto de ser preciso uma autorização da Câmara Municipal para o efeito. Neste caso, e por sugestão da professora Vera Barradas, optou por um “focus group” para a escolha da imagem gráfica que, supostamente, seria realizada durante o decurso da Feira do Livro. Isto levou à subsequente alteração dos métodos de investigação, e do desenho de investigação.

No entanto, a Feira do Livro, tal como fora mencionado anteriormente, fora adiada duas vezes. Primeiro para os dias 19 e 22 de outubro e, depois, devido às condições climatéricas, fora adiado para os dias 9 e 12 de novembro. Levando a que a nova imagem gráfica não tivesse sido escolhida até ao dia 31 de outubro, data da entrega da dissertação.

Outros constrangimentos incluiu a mudança de sala durante a realização do estágio, devido ao aumento da temperatura durante os meses de verão. Inicialmente, o mestrando estava num corredor na sala de leitura. Mas viu-se obrigado a mudar-se para a sala infanto-juvenil, devido ao facto de ser um dos únicos locais com ar condicionado em funcionamento.

O mestrando também demonstrou alguns problemas, relacionados com a saúde mental, tendo tido alguns episódios de ansiedade e de sofrimento antecipado.

Quanto ao “focus group”, o mestrando esperava que a mesma fosse reunida logo após a realização da Feira do Livro. No entanto, o coordenador Luís Ensinas, admitira cansaço e teve de se ausentar em dezembro. Levando (no caso que se realizar) a que a mesma fosse reunida em janeiro. Porém, não se realizou nenhum “focus group”, limitando-se a reuniões com os especialistas anteriormente mencionados.

Quando à entrega, fora adiada várias vezes para melhoria do trabalho.



06.

Referências Pós-textuais
- Referências bibliográficas
- Anexos

Referências Bibliográficas

50 Anos, 50 Notícias (2006). [Filme]. Portugal.

Agência Lusa. (16 de Fevereiro de 2022). Estudo nacional revela que mais de metade da população portuguesa não lê livros. *TSF*. Obtido em 20 de Outubro de 2023, de TSF: <https://www.tsf.pt/portugal/cultura/estudo-nacional-revela-que-mais-de-metade-da-populacao-portuguesa-nao-le-livros-14593039.html>

Airey, D. (2019). *Identity Designed The Definitive Guide to Visual Branding*. Beverly: Rockport Publishers.

Ambrose, G., & Harris, P. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. Lausanne, Suíça: AVA Publishing SA.

APH - Associação de Professores de História. (2001). *Actas - 3º Encontro de História Regional e Local do Distrito de Portalegre, História e Memória da Escola* (Vol. II). Lisboa, Lisboa, Portugal: APH.

Diário de Notícias. (2001). *Portugal, Memórias das Cidades*. (A. R. Chaves, Ed.) doi:38762-2001

Figueiredo, A. P. (1 de Março de 2023). Santa Clara de Portalegre - A arquitetura de um mosteiro xabregano urbanista. *Monumentos*(39).

Fundació Joan Miró. (s.d.). *The Fundació Joan Miró Launches a New Visual Identity*. Obtido de Fundació Joan Miró: <https://www.fmirobcn.org/en/identitat-visual/>

Lupton, E. (2004). *Thinking with Type*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Marmelo, C. (2021). *A importância da Identidade Visual Corporativa na valorização e inclusão das crianças surdas. Estudo de caso a Escola de Referência do Ensino Básico de Alunos Surdos (EREBAS)*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Portalegre, Mestrado de Design de Identidade Digital, Portalegre.

Moura, M. J. (2001). *A Casa dos Livros*. Rio de Mouro, Portugal: Círculo de Leitores.

Raposo, D. (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa* (1ª ed.). Castelo Branco, Portugal: Edições IPCB.

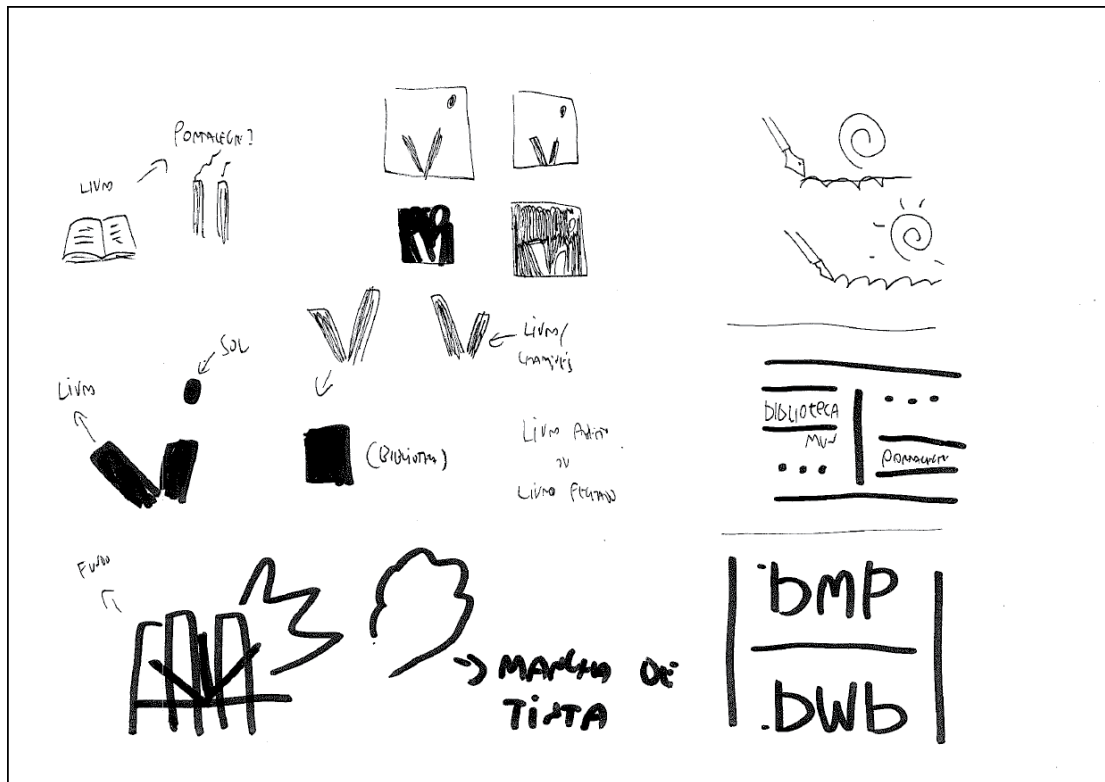
Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Wheeler, A. (2019). *Design de Identidade da Marca*. Bookman.

Anexos

SKETCHES INICIAIS





PROPOSTAS

“Swiss Blocks”

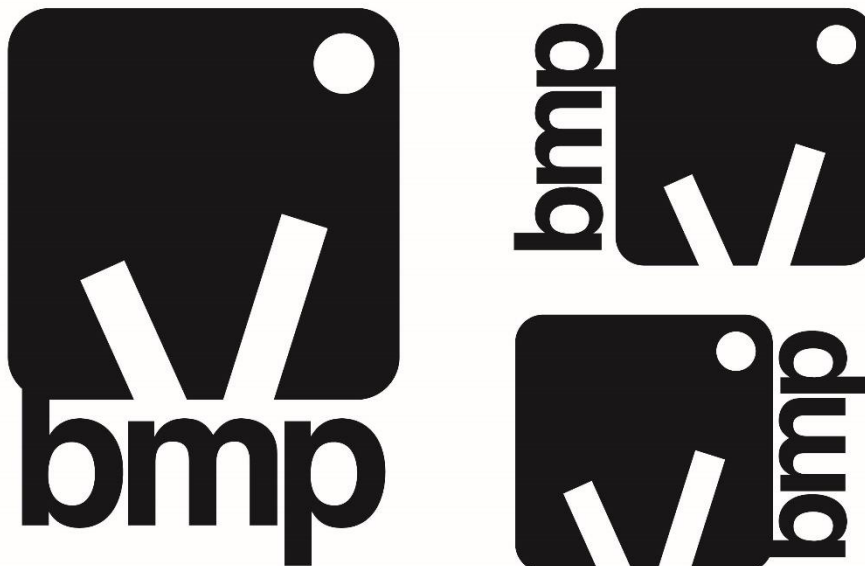


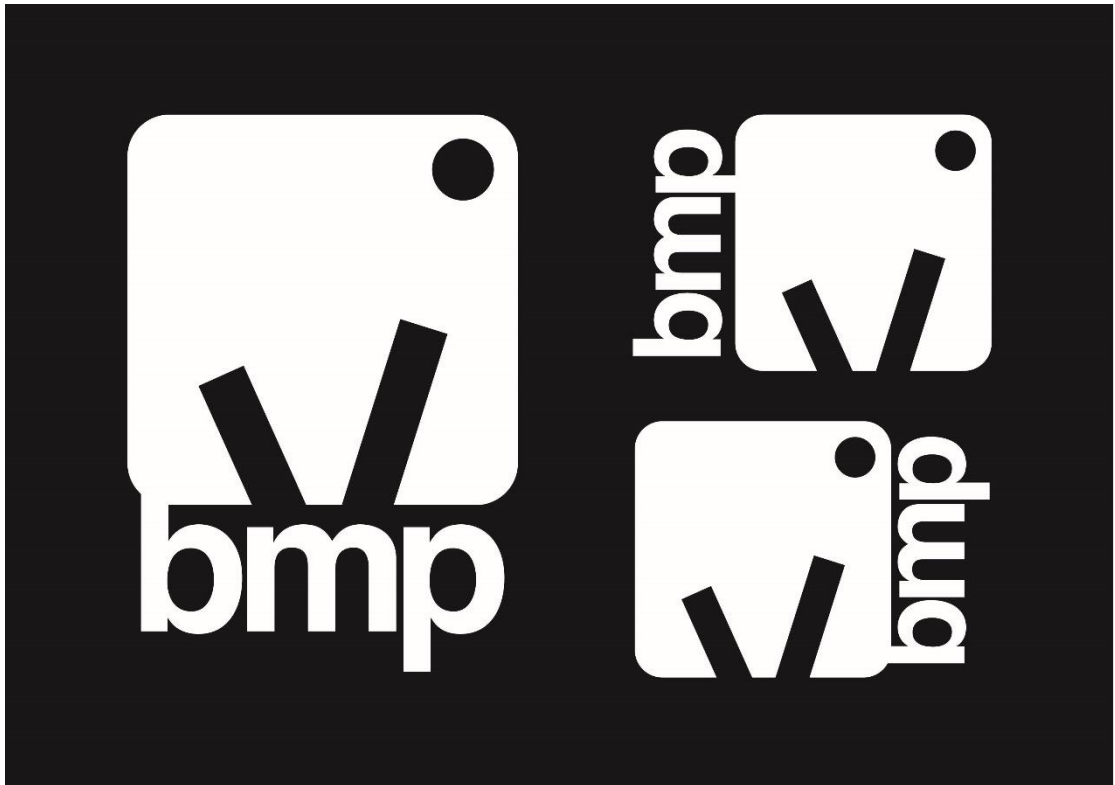
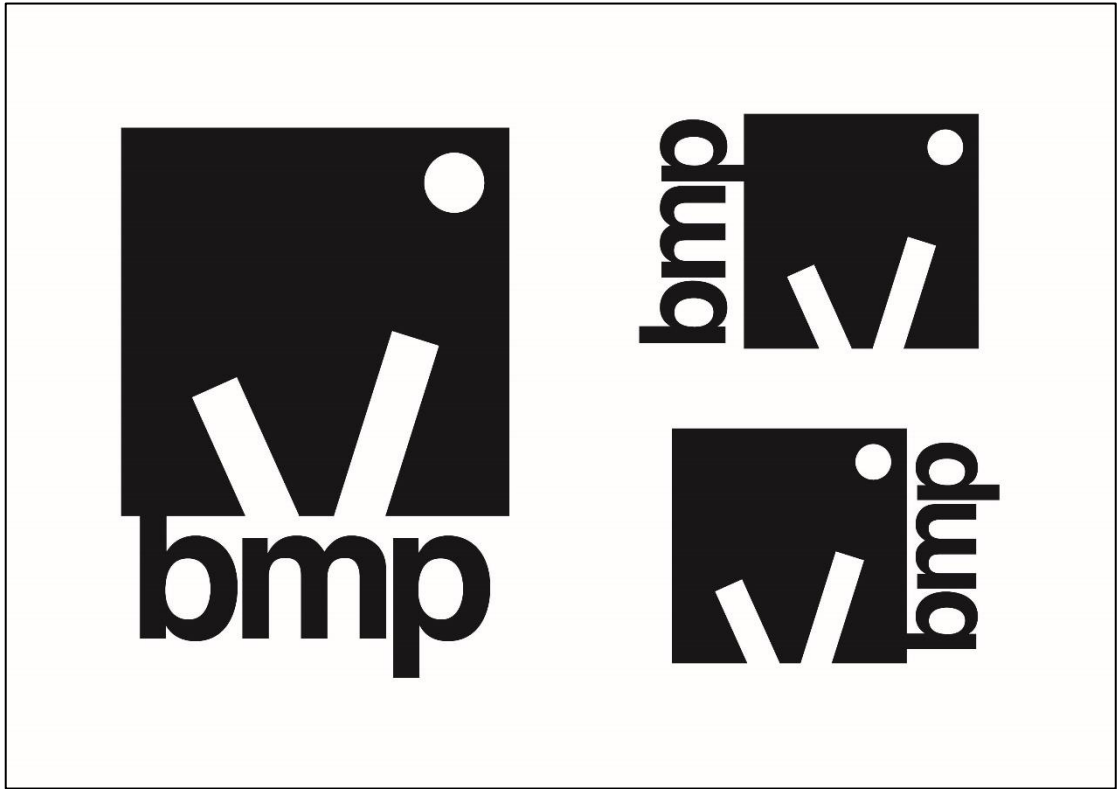
Biblioteca
Municipal
de Portalegre

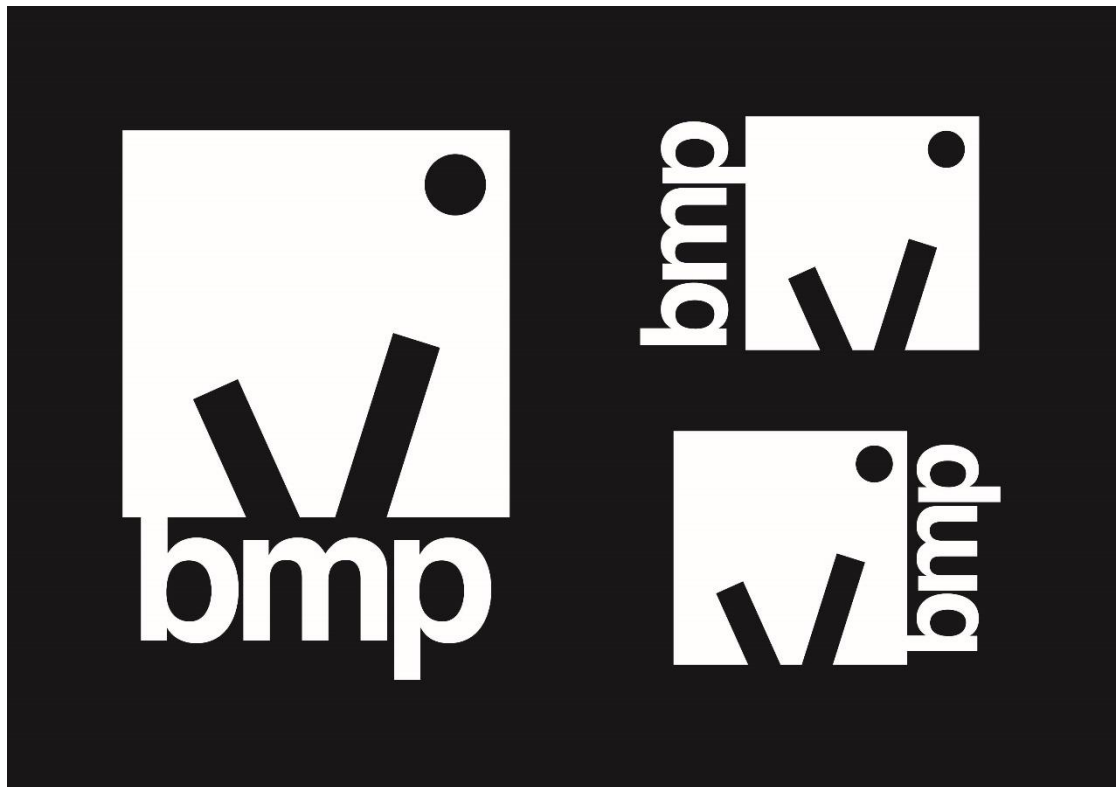


Biblioteca
Municipal
de Portalegre

bmp







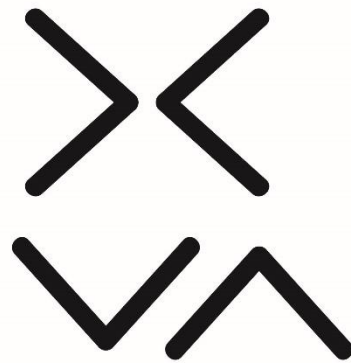
“Neon Bauhaus”

+bmrp

+ × * ÷

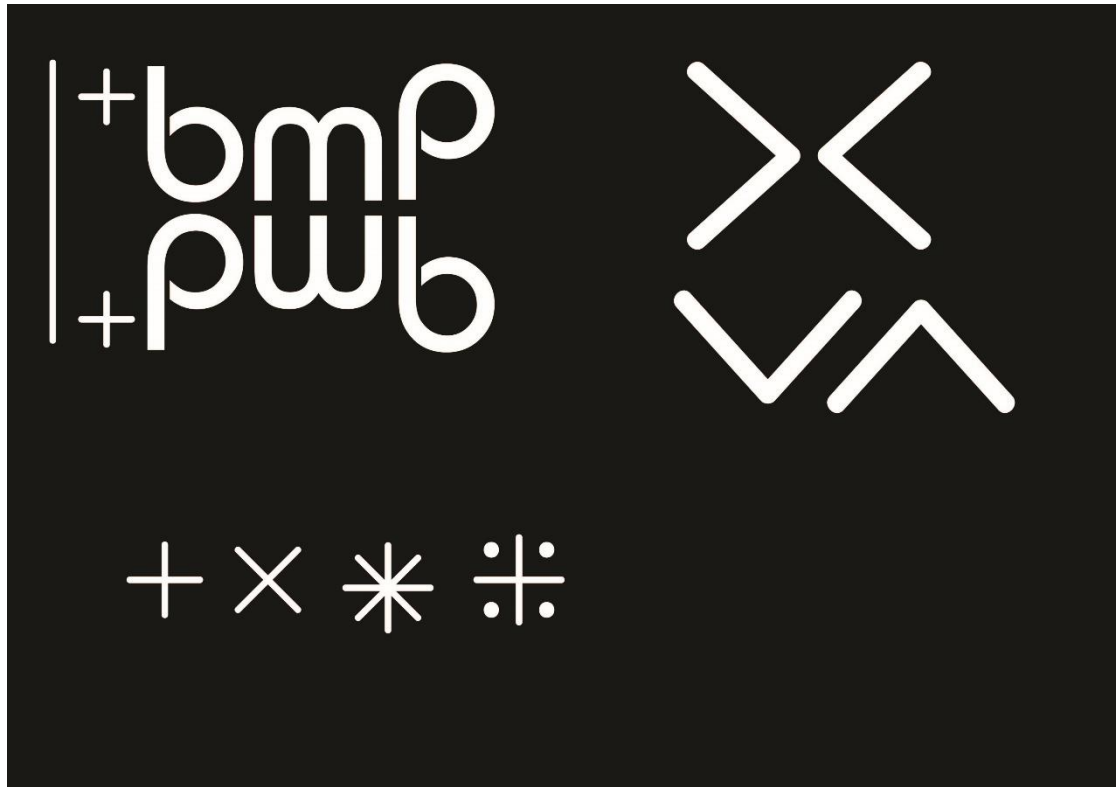
| +bmrp
+pwrp

| +bmrp
+pwrp



WC
bathroom



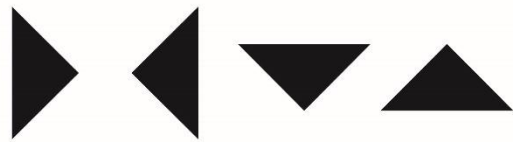


+ × * ÷

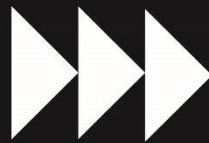
“Incomplete Letters”

I 3 M P

I 3 M P



WC
bathroom





BMP

BMP

BMP

BMP

“Minimal Book”

biblioteca	municipal
de	○ —
+ × +	portalegre

biblioteca	municipal
de	○ —
+ × +	portalegre

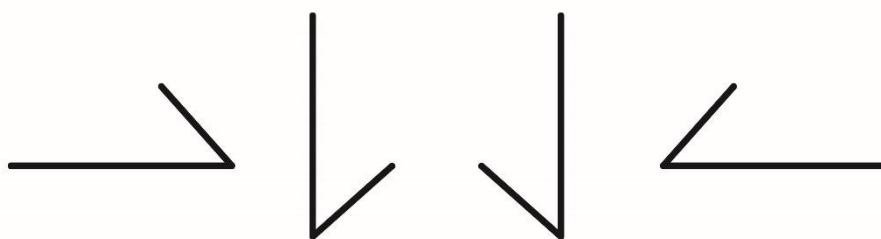
biblioteca	municipal
de	○ —
+ × +	portalegre

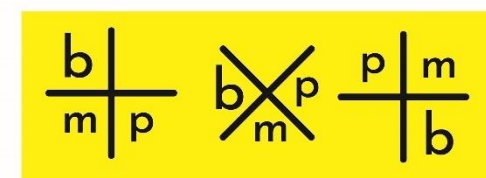
b	
m	p

b	p
m	b

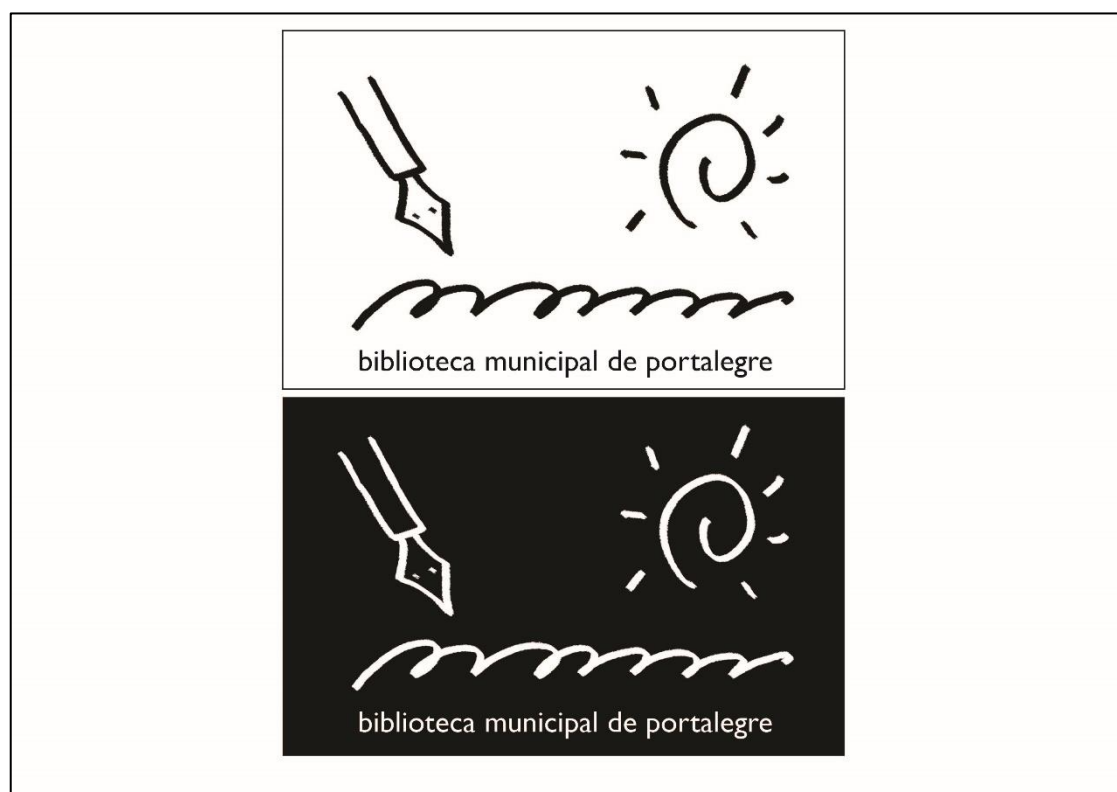
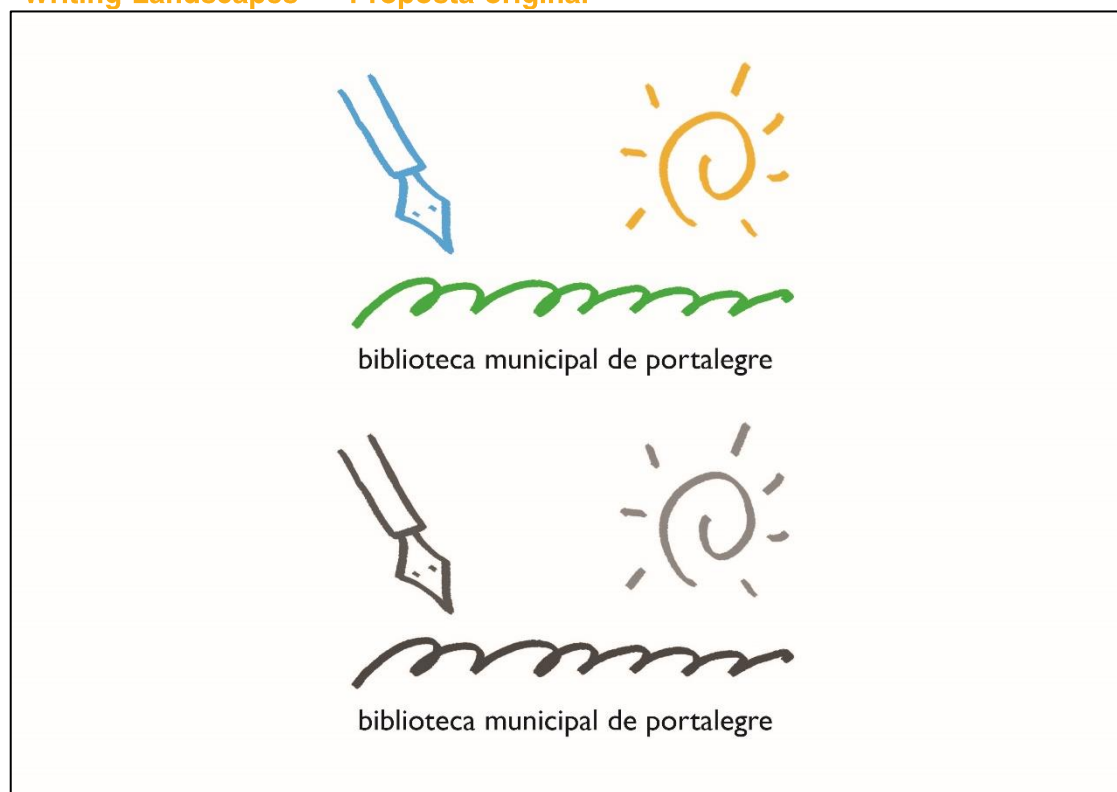
p	m
	b

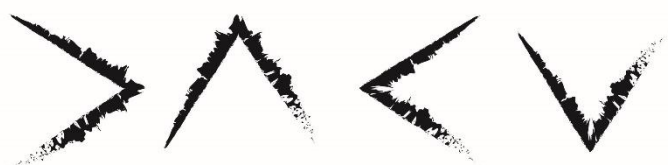
casa de banho
bathroom





“Writing Landscapes” – Proposta original





“Swiss Blocks” – Proposta original



bmp biblioteca municipal de portalegre



biblioteca
municipal
de portalegre



biblioteca
municipal
de portalegre

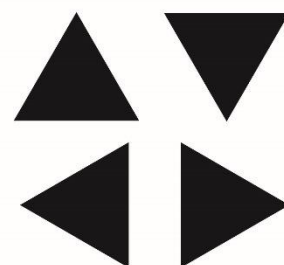


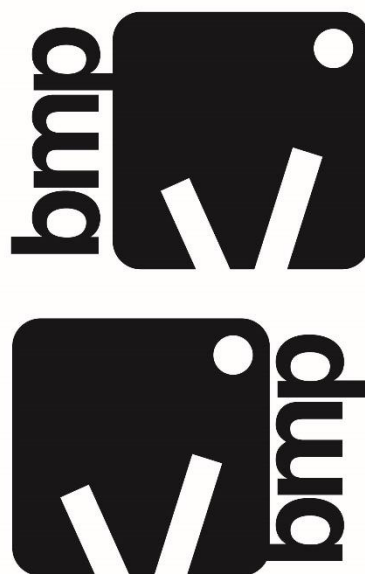
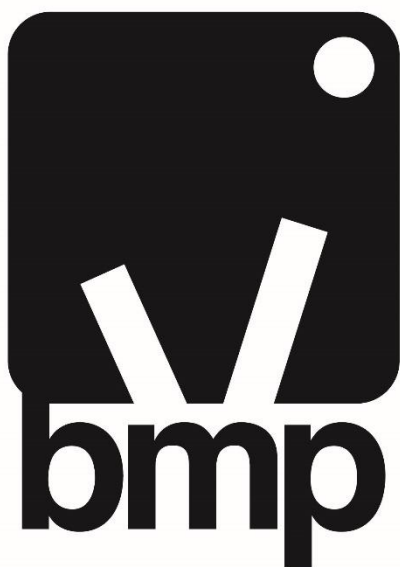
biblioteca
municipal
de portalegre



wc
bathrooms

bmp









biblioteca
municipal
de portalegre

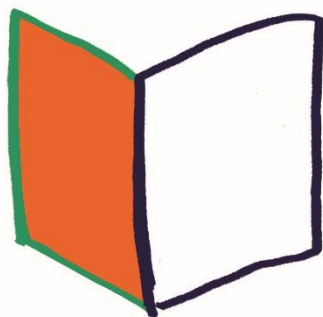
bmp



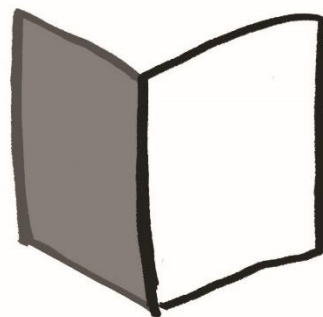
bmp



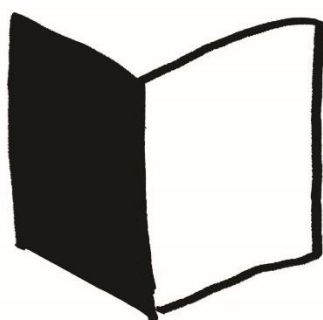
“Writing Landscapes” – Nova proposta



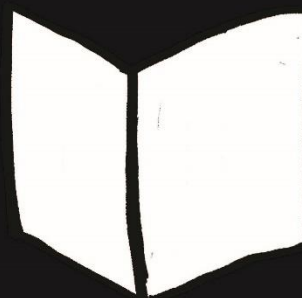
**BIBLIOTECA MUNICIPAL
DE PORTALEGRE**



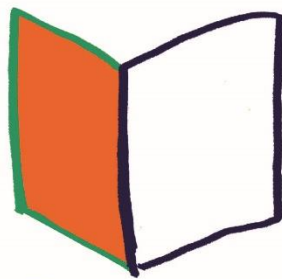
**BIBLIOTECA MUNICIPAL
DE PORTALEGRE**



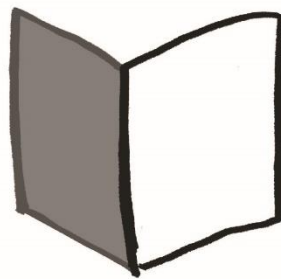
**BIBLIOTECA MUNICIPAL
DE PORTALEGRE**



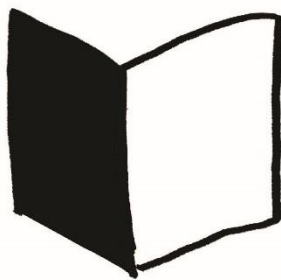
**BIBLIOTECA MUNICIPAL
DE PORTALEGRE**



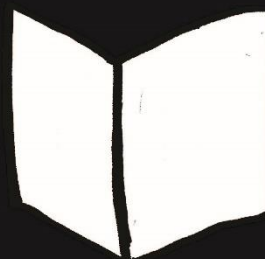
BMP



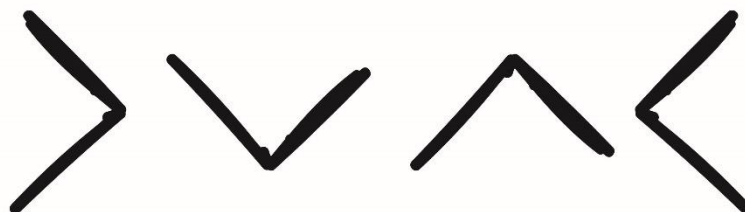
BMP



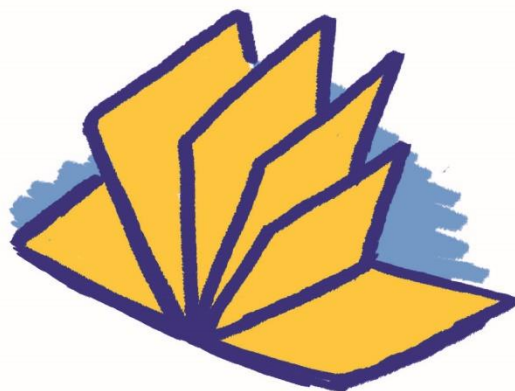
BMP



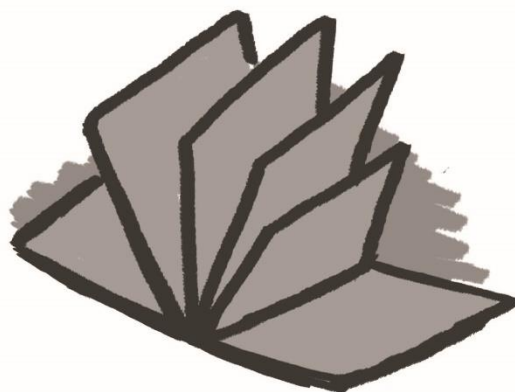
BMP



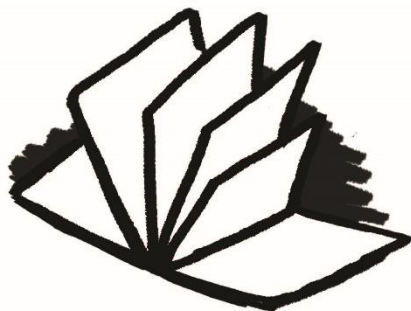
6ª Proposta



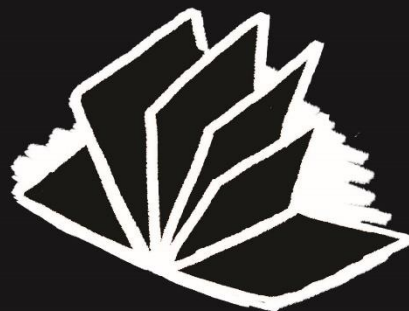
Biblioteca Municipal
de Portalegre



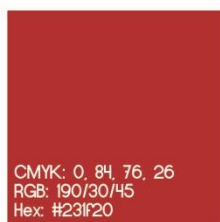
Biblioteca Municipal
de Portalegre



Biblioteca Municipal
de Portalegre



Biblioteca Municipal
de Portalegre



CMYK: 0, 84, 76, 26
RGB: 190/30/45
Hex: #231f20



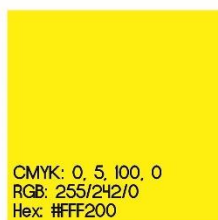
CMYK: 70, 60, 0, 44
RGB: 43/57/144
Hex: #2B3990



CMYK: 76, 0, 37, 29
RGB: 43/182/115
Hex: #2BB673



CMYK: 0, 30, 90, 2
RGB: 250/174/26
Hex: #FAAE1A



CMYK: 0, 5, 100, 0
RGB: 255/242/0
Hex: #FFF200



CMYK: 100, 0, 0, 28
RGB: 0/183/183
Hex: #00B7B7





WC
bathroom



SINALÉTICA (DAS 3 PROPOSTAS ESCOLHIDAS)
“Swiss Blocks”





sala de consulta
consulting room



zona infanto-juvenil
children/youth section



fundo local
local bibliography

reservados
reserved



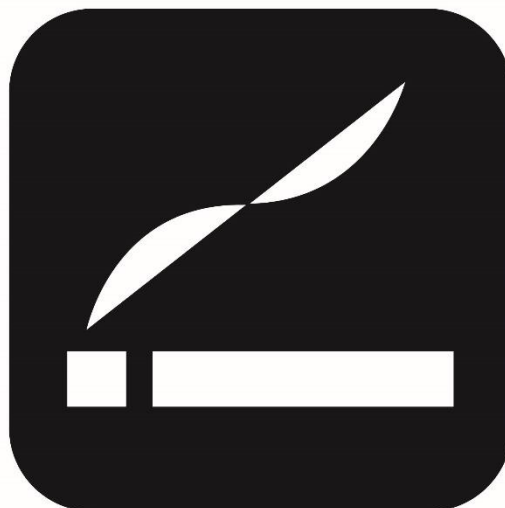
reprografia
repography



claustro
cloister



audiovisuais
multimedia



wc crianças
kids bathrooms



zona infanto-juvenil
children/youth section

infantil
children



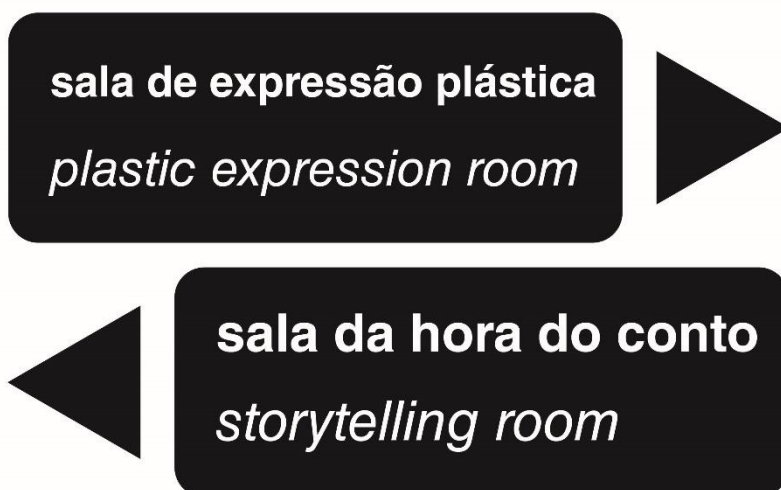
juvenil
youth



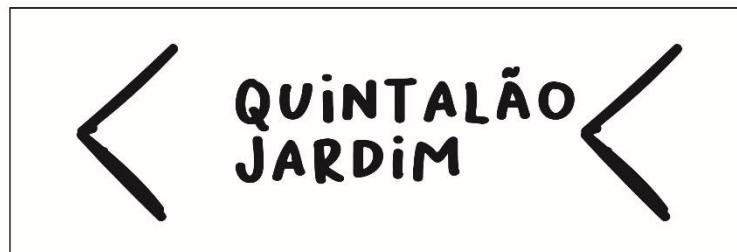
sala da hora do conto
storytelling room

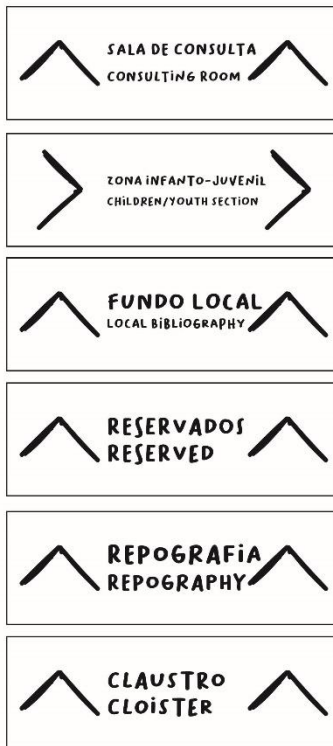
sala de expressão plástica
plastic expression room

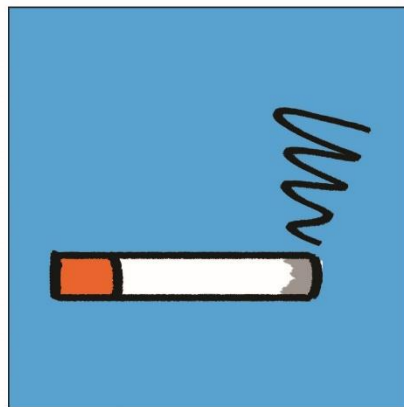




“Writing Landscapes”









WC CRIANÇAS
KIDS BATHROOM



ZONA INFANTO-JUVENIL
CHILDREN/YOUTH SECTION



INFANTIL
CHILDREN



JUVENIL
YOUTH



S. HORA DO CONTO
STORYTELLING ROOM



S. EXPRESSÃO PLÁSTICA
PLASTIC EXPRESSION ROOM





**WC
BATHROOM**



**WC
BATHROOM**



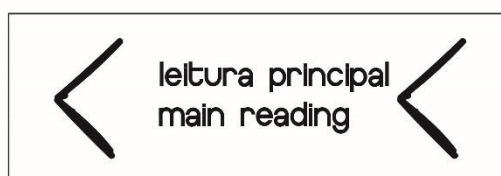
**S. HORA DO CONTO
STORYTELLING ROOM**

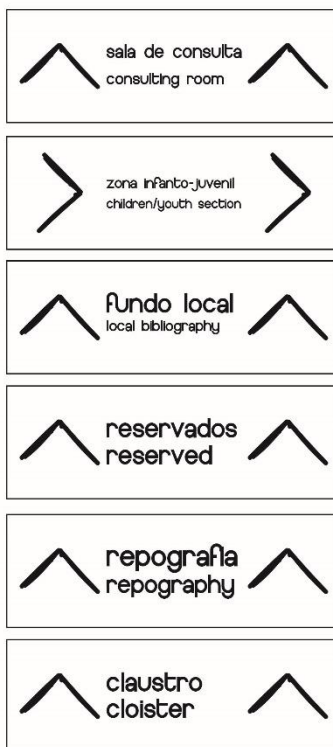


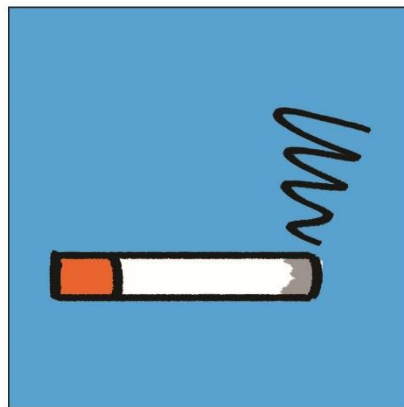
**S. EXPRESSÃO PLÁSTICA
PLASTIC EXPRESSION ROOM**



6ª Proposta









WC crianças
Kids bathroom



zona infanto-juvenil
children/youth section



Infantil
children



Juvenil
youth



S. Hora do Conto
storytelling room



s. expressão plástica
plastic expression room





WC
bathroom



WC
bathroom



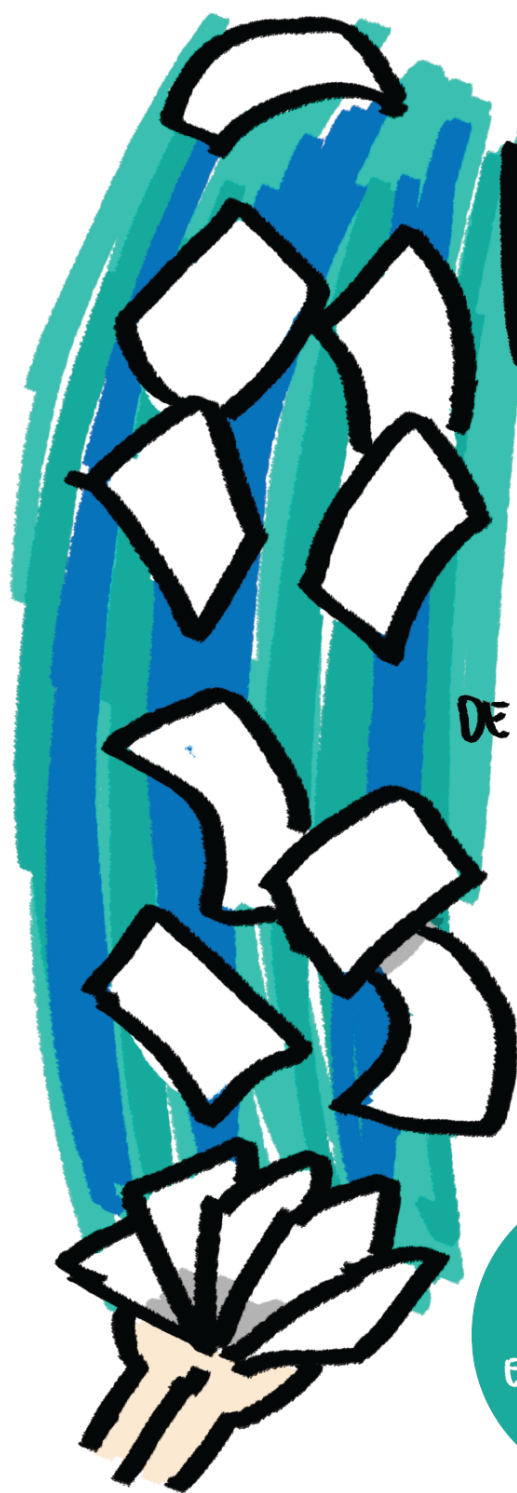
s. hora do conto
storytelling room



s. expressão plástica
plastic expression room



CARTAZ FEIRA DO LIVRO



FEIRA DO LIVRO

PORTALEGRE

DE 9 A 12 DE NOVEMBRO 2023

BIBLIOTECA MUNICIPAL

UM MUNDO
DE PÁGINAS
ABERTAS...

DESCONTO DE
20%
EM TODOS OS
LIVROS

ORGANIZAÇÃO:



Softwares Utilizados

- Adobe Photoshop CC 2015
- Adobe Illustrator CC 2015
- Microsoft Word

Equipamento Utilizado

- Toshiba Tecra A50-E-11F
- Huion Pro Kanvas 12

