

2016

Leonardo Alexandre
Albuquerque Viegas

Design de rua, reabilitação social.

2016

Leonardo Alexandre
Albuquerque Viegas

Design de rua, reabilitação social.

Projeto apresentado ao IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa - Universitário, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em Design Visual realizada sob a orientação científica do Doutor Fernando Oliveira, Professor Auxiliar no IADE-U.

O Júri

Presidente

Prof. Maria Emília Capucho Duarte,

Professor auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário

Vogais

Prof. Doutor Luísa Maria Pires Barreto

Professor adjunta da Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha

Prof. Doutor Fernando Jorge Matias Sanches de
Oliveira

Professor Auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário

Agradecimentos

Agradeço ao Professor Fernando Oliveira por toda a ajuda. Á minha mãe e á Catarina.

Palavras Chave

Degradação; Espaços Públicos; *Street Art*; Património.

Resumo

O abandono de espaços públicos é evidente e comprovável no quotidiano, a degradação apoderou-se dos muros, das fachadas e das vidas das famílias que deixaram de usufruir destes espaços, que as aproximavam e apelavam ao convívio real. A crise continua a ser um dos principais fatores para não se priorizar quaisquer tipos de intervenções nestes espaços. O objetivo principal deste projeto passa por tentar entender e perceber o porquê do abandono do património e obras públicas, mas também tentar encontrar uma nova cor e proporcionar um novo sorriso a estas famílias que se esqueceram da beleza destes grandes espaços públicos como aconteceu com a Baía do Seixal.

Key-words

Degradation; Public spaces; Street Art; Património.

Abstract

The abandonment of public spaces is evident and provable in quo - tidiano , degradation came upon the walls of the facades and the lives of the families who have left to enjoy these spaces, that approached and appealed to real living . The crisis continues to be a major factor not to prioritize any kinds of interventions in these spaces. The main objective of this project goes through trying to understand and perceive why the heritage abandonment and public works, but also try to find a new color and provide a new smile to these families who have forgotten the beauty of these great public spaces as with Bay of Seixal.

AGRADECIMENTOS

RESUMO

ABSTRACT

ÍNDICE:

1. INTRODUÇÃO

1.1 JUSTIFICAÇÃO E PERTINÊNCIA DO ESTUDO

1.2 OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO

1.3 QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

2. DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

2.1. Objetivos/Problemática

2.3. Metodologia

3. REVISÃO DA LITERATURA

3.1. Do passado ao presente

3.2. Do presente ao futuro.

3.3. O poder do Design

3.3.1 – O papel da marca

3.3.2 – Gestão da marca

3.3.2 – Marca gráfica do Seixal

3.4. Casos de estudo

3.4.1 – Boa Mistura “Luz Nas Vieiras”

3.4.2 – Boa Mistura “Tapete Geométrico”

3.4.2 – Germmen Crew Bairro de Pachuca “Pachuca Se Pinta”

4. HIPÓTESE

5. PROJETO

5.1 Quinta dos Franceses

5.2 Quinta dos Franceses; Mundet e Tipografia Popular

5.3 Caminho Pedonal

5.4 Tipografia popular

5.5 Merchandising

5.6 Postais

5.7 E-books

6. RELEXÕES, CONTRIBUTOS E LIMITAÇÕES

7. CONCLUSÃO

8. BIBLIOGRAFIA

9. ANEXOS

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – LUTA PELA TUA LIBERDADE SEMPRE, FOTO DE SKRAN, SKRAN FEZ A CARA DO LADO ESQUERDO, O BUGSTER AS LETRAS E O KETAM A CARA DO LADO DIREITO, PROJETO MARCO-JOVEM-2015	27
FIGURA 2 – FOTO DE AUTOR, EDIFÍCIO DOS SERVIÇOS CENTRAIS CUSTA 240 MIL EUROS/MÊS, FÁBIO TEIXEIRA	28
FIGURA 3 – MAPA DO TERRITÓRIO DO CONCELHO DO SEIXAL ANTES DE 1836.	33
FIGURA 4 – QUATRO DÉCADAS DE JORNAIS, APÓS A IMPLEMENTAÇÃO DA REPÚBLICA.	38
FIGURA 5 – CHAFARIZ E VARINO EXECUTADOS EM CORTIÇA.	39
FIGURA 6 – PROMENOR DE UMA PEÇA EM CORTIÇA.	39
FIGURA 7 – ILUSTRAÇÃO DA FÁBRICA MUNDET.	40
FIGURA 8 – DESENHO TÉCNICO DA MUNDET EM 1949	41
FIGURA 9 – BRASÃO APROVADO EM 1940.	42
FIGURA 10 – ESTÁTUA COMEMORATIVA DO 25 DE ABRIL NA PRAÇA 1º DE MAIO, NA ZONA RIBEIRINHA DO SEIXAL.	43
FIGURA 11 – SLOGAN E MOTE DE OBJETIVOS PARA OS PRÓXIMOS ANOS	45
FIGURA 12 – CORTIÇA EM TODAS AS SUAS APLICAÇÕES.	45
FIGURA 13 – EVOLUÇÃO DE UNIDADES DE INDÚSTRIA CORTICEIRA NO CONCELHO DO SEIXAL.	46
FIGURA 14 – TRABALHADORES DA MUNDET - SEIXAL ENTRE 1931 E 72	46
FIGURA 15 – QUINTA DO FRANCESES EM 2005, IMAGEM CEDIDA PELA ARQUITETA ISABEL BENITO	48
FIGURA 16 – LOGOTIPO DO SEIXAL	50
FIGURA 17 – CAPA DO LIVRO DA HISTÓRIA DO SEIXAL.	50
FIGURA 18 – CONFERÊNCIA SOBRE AS CIDADES INTELIGENTES NO BRASIL.	52
FIGURA 19 – PALETA CROMÁTICA.	55
FIGURA 20 – MARCA SEIXAL.	58
FIGURA 21 – COMPORTAMENTO DE COR DA MARCA SEIXAL.	59
FIGURA 22 – BOA MISTURA.	60
FIGURA 23 – IMAGENS DO PROJETO “LUZ NAS VIELAS”	62
FIGURA 24 – IMAGENS DO PROJETO “LUZ NAS VIELAS”	63
FIGURA 25 – BOA MISTURA A PINTAR O “TAPETE GEOMÉTRICO”	65
FIGURA 26 – PROMENOR DO “TAPETE GEOMÉTRICO”	66
FIGURA 27 – GERMEN CREW.	67
FIGURA 28 – PROJETO PACHUCA SE PINTA.	69
FIGURA 29 – PACHUCA SE PINTA VÁRIOS PORMENORES.	70
FIGURA 30 – PACHUCA SE PINTA VÁRIOS PORMENORES.	71

FIGURA 31 – ZONA RIBEIRINHA	73
FIGURA 32 – LETRAS 4D TYPE CRIADAS PELO ESTÚDIO LO SIENTO DE BARCELONA 20/05/2014	74
FIGURA 33 – TOTEM SEIXAL	74
FIGURA 34 – TOTEM SEIXAL, COM A IMPLEMENTAÇÃO DE CORES NOS BANCOS E RECUPERAÇÃO E REPARAÇÃO DAS CORES E AZULEJOS ORIGINAIS DA BIBLIOTECA. (FOTO DE AUTOR).	75
FIGURA 35 – PROJETO DE REABILITAÇÃO SOCIAL EM PACHUCA NO MÉXICO, FOTOS RETIRADAS DO VÍDEO OFICIAL DO PROJETO.	76
FIGURA 36 – VISTA SOBRE A BAIÁ A PARTIR DA BIBLIOTECA MUNICIPAL DO SEIXAL (FOTO DE AUTOR).	76
FIGURA 37 – QUINTA DOS FRANCESES EM 2005 VS 2016 FOTO CEDIDA PELA ISABEL BENITO E FOTO DE AUTOR.	77
FIGURA 38 – PROPOSTA DE PADRÃO, APLICADO AO LONGO DE TODO O MURO LATERAL DO JARDIM	78
FIGURA 39 – MAQUETE DAS ESCADAS “ÉS TU”	79
FIGURA 40 – RESTAURO DAS CORES ORIGINAIS DA ESCADARIA COM A INSERÇÃO DE “ÉS TU”.	80
FIGURA 41 – PLANTA DA QUINTA DOS FRANCESES	81
FIGURA 42 – PORMENOR DAS ESTADAS “ÉS TU” EM PLANTA	82
FIGURA 43 – FACHADAS DOS ESPAÇOS A INTREVENCIÓNDAR.	83
FIGURA 44 – LETRING CRIADO PARA A FACHADA E A SUA INSPIRAÇÃO.	83
FIGURA 45 – PROPOSTA DE APLICAÇÃO NA FACHADA DA QUINTA DA FIDALGA.	84
FIGURA 46 – PROPOSTA DE APLICAÇÃO NA FACHADA DA MUNDET.	85
FIGURA 47 – PROCESSO DE RECUPERAÇÃO DO ANTIGO LOGOTIPO DA MUNDET E CRIAÇÃO DAS LETAS ECOMUSEU.	85
FIGURA 48 – VÁRIOS “TIPOS”	86
FIGURA 49 – PROPOSTA DE APLICAÇÃO NA FACHADA DA TIPOGRAFIA POPULAR.	86
FIGURA 50 – VINHETAS DO MUSEU E DO SEIXAL.	87
FIGURA 51 – PLANTA DO PROJETO DO PONTÃO	88
FIGURA 52 – VINHETA DO SEIXAL APLICADA NO PONTÃO DO SEIXAL E APLICAÇÃO DE COR NOS BANCOS.	89
FIGURA 53 – PLANIFICAÇÃO E MAQUETIZAÇÃO DO CAMINHO PEDONAL DO SEIXAL	91
FIGURA 54 – VINHETAS ORIGINAIS	92
FIGURA 55 – VILHETAS DIGITAIS	93
FIGURA 56 – RECUPERAÇÃO DAS VINHETA, “LOGOTIPO” E “SEIXAL” E A CRIAÇÃO DE UMA NOVA VINHETA A “BMS”.	94
FIGURA 57 – AGENDA PENSADA COM VINHETAS E VÁRIOS SACOS PUBLICITÁRIOS DO SEIXAL.	95
FIGURA 58 – “MINI DO TEJO” CRIADO PARA O CONCURSO MIM ART GALLERY.	96
FIGURA 59 – ELEMENTOS FLORAIS DAS EMBARCAÇÕES DO SEIXAL.	96
FIGURA 60 – PLANIFICAÇÃO DOS DOIS MODELOS CRIADOS.	97

FIGURA 61 – CHAVENA DE CAFÉ	98
FIGURA 62 – ALFABETO TIPOGRÁFICO DAS EMBARCAÇÕES DO “TEJO”	99
FIGURA 63 – DESCONSTRUÇÃO DO TOTEM EM 3D E VETOR.	100
FIGURA 64 – EXEMPLO DA 1ª PROPOSTA DE T-SHIRT.	101
FIGURA 65 – EXEMPLO DA 1ª PROPOSTA VARIANTE HOMEM, MULHER	102
FIGURA 66 – EXEMPLO DA 2ª PROPOSTA DE T-SHIRT.	103
FIGURA 67 – CONJUNTO DE 12 POSTAIS, (PART 1 DE 2)	104
FIGURA 68 – CONJUNTO DE 12 POSTAIS (PART 2 DE 2)	105
FIGURA 69 – UM DOS DOZE POSTAIS CRIADOS, FRENTE E VERSO.	106
FIGURA 70 – LIVROS HISTÓRICOS REPRODUZIDOS EM E-BOOK	107

SIGLARIO

EMS – ECOMUSEU MUNICIPAL DO SEIXAL

CDI – CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO

CMS – CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL

CAMAJ – CENTRO DE APOIO AO MOVIMENTO ASSOCIATIVO JUVENIL

IFMA – INSTITUIÇÃO DE FEIRAS DE MADRID

IPPUC – INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEAMENTO URBANO DE CURITIBA

“DESENHAR PARA
OS OLHOS É DESENHAR
PARA O CÉREBRO.”

COSTA, 2011

1 - INTRODUÇÃO

No final do primeiro ano de mestrado foi-nos proposto pensarmos num tema para a realização da nossa futura tese, onde surgiu a ideia e a oportunidade de poder retribuir com quem contribuiu no meu percurso académico, levando-me à escolha do Seixal, zona onde vivo e onde estudei até ao 9º ano.

Pensei num local onde o design fosse útil para melhorar a qualidade de vida dos habitantes bem como a dos seus visitantes e resolver algum problema ou problemas que por ventura pudessem existir. O local que mais se destacou foi a zona ribeirinha do Seixal, pois foi também esta zona que contribuiu e continua a cooperar para a criação e inspiração de novos projetos. Com o processo de investigação e pesquisa deparei-me em paralelo com um novo projeto que a Câmara Municipal do Seixal deu a conhecer de reabilitar a zona urbana antiga, continuando assim a proporcionar uma vida saudável bem como o convívio entre os seus habitantes, dando-me um maior incentivo para a elaboração de ideias mais criativas para esta tese projeto.

Ao estudar a zona ribeirinha encontrei um grave problema, o esquecimento e o abandono, não só da biblioteca, mas também de alguns espaços públicos que eram bastante frequentados há relativamente poucos anos atrás. Este último facto foi crucial para o processo de investigação deste projeto, que tem como objetivo recuperar os espaços públicos que outrora viam neles famílias inteiras a desfrutarem de momentos de lazer. Um facto relevante que depressa se tornou evidente foi que todas as obras que tinham sido feitas ao longo destes últimos anos, inclusive as da zona ribeirinha, tinham ficado degradadas e esquecidas no tempo, ou seja, existiram elevados investimentos, mas não verifica a manutenção adequada, o que levou à atual degradação destes espaços públicos. Depois da constatação dos factos descritos, tentou-se perceber se por ventura a recuperação destes espaços não seria mais dispendiosa do que as próprias obras em si, visto o elevado grau de degradação existente. Porém, o design consegue dar vida a novos espaços de modo criativo, sem avultados custos desnecessários.

Como sociedade, somos culturalmente dominados pelo mercado e pelas marcas, é urgente perceber como chegámos a este ponto e o que podemos fazer, para voltarmos a sair e desfrutar do “nosso tempo”, mudar esta realidade individualista e consumista. O slogan da Nike “JUST DO IT” (Dan Wieden,1988) foi e continua a ser uma frase que faz acreditar que podemos ser bem-sucedidos, para a revista Campaign este foi “*sem dúvida*

o melhor slogan do SÉCULO XX". Fazer a diferença é uma atitude normal no ser Humano, pois cada um de nós deseja de alguma forma deixar a sua marca no que faz, mostrar o quanto pode contribuir numa determinada situação. As pessoas que nos rodeiam valorizam o que cada um de nós faz e a diferença que marca, sejam os nossos colegas de trabalho, chefe, família, amigos, entre outros. Ao tentarmos fazer a diferença, saímos da nossa zona de conforto, fazer diferente é dar o melhor de nós. Quando não queremos ou não podemos fazer a diferença, quando nos sentimos desmotivados, impotentes, quando existe a postura do "TANTO FAZ", quando nos sentimos vítimas, de certeza que há algo errado, é como se houvesse uma doença e não procurássemos a cura. Fazer a diferença é surpreender positivamente o público, fazendo algo mais, algo novo que não era esperado e de algum modo superar as expectativas. Fazer a diferença significa "marcar" as pessoas, criar aquele ambiente mágico em que as pessoas podem dizer: "para mim aquele momento fez a diferença!".

Este projeto de investigação tem como compromisso tentar fazer a diferença para que os outros não fiquem indiferentes aos problemas que vemos diariamente, e nos são indiferentes, tentando despertar uma consciência sociocultural que defenda as gerações futuras.

1.1. JUSTIFICAÇÃO E PERTINÊNCIA DO ESTUDO

“O Design não é tudo. As formas da vida não são a mesma coisa que a vida das formas. No entanto, o design – na medida em que é projeto, ideia, plano, criatividade e cultura” (Costa, 2011, p158) está em tudo, por vezes de modo mais perceptível ou subjacente, mas tem um papel fulcral na sociedade. O Design pode e deve despertar consciências e este projeto pretende despertar essa consciência aos moradores, demonstrando os aspetos positivos e negativos que existem atualmente para que em co-criação exista um projeto mais coeso de modo a melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes.

Colocar o “Seixal no mapa” é fundamental para a afirmação de um espaço que conta com uma vasta zona ribeirinha como principal local de lazer e turismo, sendo igualmente importante a partilha da sua história e do seu património às novas gerações. A atividade e a vida de um espaço são fundamentais para que este não caia no esquecimento, pois o que nos parece abandonado e desleixado não nos convida a explorar, *“quanto mais um espaço atende às necessidades de uma pessoa, mais essa pessoa criará laços afetivos com o local”* (CMS, 2016). Os fatores mencionados são evidentes quando se fala de abandono e desinteresse (pelo desconhecimento dos nomes destes locais¹) da população em frequentar espaços públicos de lazer, sendo a MUNICIPALIDADE uma das primeiras instituições a preocupar-se com os espaços verdes, em prol do bem-estar, contudo continuam a ser feitas novas obras tentando dinamizar a zona ribeirinha e não só. A manutenção do espaço existente é esquecida, factor que se pode comprovar ao longo deste trabalho.

O projeto tornou-se mais pertinente quando percebi que a CMS estava a dar um novo rumo à antiga zona urbana histórica com o projeto “Passeio Ribeirinho do Seixal” (concurso publico ganho pela RISCO, SA. datado de 2009), divulgado no *Boletim Municipal*, nº 650, de 30 de outubro de 2015 (edição quinzenal da Câmara Municipal do Seixal, de distribuição gratuita), reforçando assim o meu foco para uma intervenção através do Design nos espaços públicos.

A arte aliada ao design tem o poder de unir uma comunidade e fazê-la trabalhar em grupo conforme aconteceu no Projeto Bairro de Pachuca, caso de estudo usado como

¹ Ao recolher informações sobre a Quinta dos Franceses deparei-me com elementos dos serviços centrais da CMS não saberem a que espaço me referia, porém todos o reconheceram como o jardim da biblioteca Municipal.

referência no presente trabalho. Para um problema existem sempre varias soluções, pois as soluções que são apresentadas ao longo deste projeto de investigação foram concebidas através de co-criação com outros designers e com os trabalhadores onde as ideias pretendem ser implementadas. Este projeto tem como principal objetivo voltar a unir famílias em torno de espaços emblemáticos e reforçar o orgulho de se habitar no Concelho do Seixal.

Cada um de nós tem o poder de preservar e de fazer a diferença, não deixando cair a história e o património no esquecimento.

“O tempo
Tudo cala
Nada lhe escapa
Nunca tarda
Nunca falha

Autor do esquecimento
Refrigério do sofrimento
Tristeza dos que tiveram contentamento
Não pode ser revivido

Medo de se esquecer
Mas não se preocupe
Se foi bom e real, nenhuma dessas lembranças
O tempo irá deixar se perder”

(Lana,2016)

1.2. OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO

“O Design e a criatividade são hoje cruciais para a conceção de serviços mais eficazes e distintos, ao converter as necessidades das pessoas em oportunidades de mercado, a par do desenvolvimento de novos produtos ou serviços a partir de novas ideias... A criatividade tem como efeito a flexibilidade de pensamento, a originalidade das ideias e a fluidez de expressão, potenciando, simultaneamente, a comunicação e a expressão pessoal, ao despertar a curiosidade e o espírito crítico e ao valorizar as manifestações lúdicas. Estes “benefícios” transformam-se em ativos fundamentais no desenvolvimento da economia nacional nas suas múltiplas vertentes.” (Duarte, 2016)

O objetivo do design é resolver problemas de modo a poder contribuir com a sociedade, para que esta possa ter uma melhor qualidade de vida e de serviços. A expressão *“um olhar vale mais que mil palavras”* é exatamente o que o designer deseja ouvir quando realiza qualquer trabalho, pois através do olhar podemos proporcionar sensações que o observador não espera. E estas experiências deixam “marca”, uma recordação, este é um dos maiores desafios deste projeto.

Este projeto pretende cumprir os seguintes objetivos de investigação:

- Tirar o melhor proveito da zona ribeirinha, adaptando novas ideias aos projetos em curso;
- Compreender o papel social e cultural do designer numa sociedade cada vez mais visual;
- Reconhecer o impacto do trabalho dos designers na produção da cultura visual;
- Entender o poder do design e a possibilidade que tem de despertar e mudar consciências;
- Demonstrar que o designer é um profissional com a capacidade técnica e mental para

modelar mensagens de forma mais envolvente;

- Alertar para a necessidade de cada designer colocar as suas capacidades em projetos não apenas comerciais, mas que tenham uma consciência social coletiva;

- Demonstrar que a criação de valor imaterial pode ser uma resposta visual a vários tipos de necessidades sociais e culturais.

1.3. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

Antes de se iniciar a pesquisa e a análise bibliográfica, surgem três questões fundamentais no âmbito deste projeto e às quais se pretende ir respondendo, ao longo dos próximos capítulos:

1-Como o Design pode ser útil na revitalização de um local/população?

2-Em que zonas o design foi útil nessa mesma revitalização?

3-Qual a importância dos projetos em co-criação na revitalização dos locais?

2.2 - PROBLEMÁTICA

“O graffiti parte o cinzentismo da cidade”²

Cruzou-se hoje com algum espaço ou edifício abandonado? Agradou-lhe o seu impacto na rua? As fachadas, os muros, deixados no esquecimento, à espera que ninguém repare ou se importe, com todo um mundo por redescobrir e voltar a erguer.

“Portugal está a deixar cair os seus monumentos mais emblemáticos. Um terço do Património Mundial precisa de obras urgentes.”³

Atualmente, este problema parece agora estar a ser visto de modo diferente, pois pretende-se recuperar o património histórico em alguns locais, inclusive no Seixal. Porém, este problema está posto de lado e de parte pela sociedade, através de uma certa camuflagem que foi criada com a *street art*. Esta arte é bastante controversa e criticada pelo público em geral, apesar de ter uma enorme força expressiva na sociedade moderna, o concelho do Seixal promove todos os anos esta arte tão notável e universal no mundo.



Figura 1 - Luta pela tua Liberdade sempre, Foto de SKRAN, Skran fez a cara do lado esquerdo, o Bugster as letras e o Ketam a cara do lado direito, projeto Marco-Jovem-2015¹

Os novos artistas são prova que o concelho tem sempre a porta aberta para os ouvir, e tem tentado uma aproximação cada vez maior aos jovens, tendo criado um departamento específico para tal. Seixal é cidade amiga da juventude⁴

Devemos exprimir e expressar e até questionar o que nos rodeia, o porquê das coisas. Porquê o abandono de espaços públicos? Outrora, com importância, ao promoverem o convívio tanto com as famílias como com os amigos.

² Alexandre Farto Aka Vhils, March 2008 / Portugal L+Arte 18.11.2015

³ Texto publicado na edição do Expresso de dia 3 de Janeiro de 2009.

⁴ Edição quinzenal da Câmara do Seixal > N.º 637 > 2 de Abril de 2015

Desde o início deste século, podemos ver grandes mudanças em diferentes e diversas coisas, impulsionadas na sua maioria pelo galopante avanço tecnológico com profundas alterações socioculturais, porém o mais relevante e o que despertou o interesse do candidato foi o não me resignar com o abandono de certos locais públicos. A este fator agravou-se ao ver as famílias que se deslocavam frequentemente a estes locais, inclusive aos jardins para desfrutarem de um momento em família de qualidade, o que atualmente está bastante condicionado pelo facto do desleixo e descuido destes mesmos locais.

No caso particular dos jardins, fazem-se os mínimos para agradar ao nosso olhar e ao senso comum, cortando-se a relva regularmente e trocando-se algumas lâmpadas fundidas, o que faz parte do pressuposto de uma manutenção. Percebemos que o Mundo e essencialmente o nosso país atravessam uma crise económica grave, mas acima de tudo uma grave crise de valores.⁵ Pois o dinheiro está a ser esbanjado noutros locais (A Câmara do Seixal, uma das sete autarquias do país onde o endividamento mais tem crescido),⁶ o que por sua vez não atrai nem melhora a qualidade de vida da população em geral, o que o bom senso não entende, depois de ouvirmos a desculpa fácil de *“estamos em crise, temos que apertar o cinto”*.

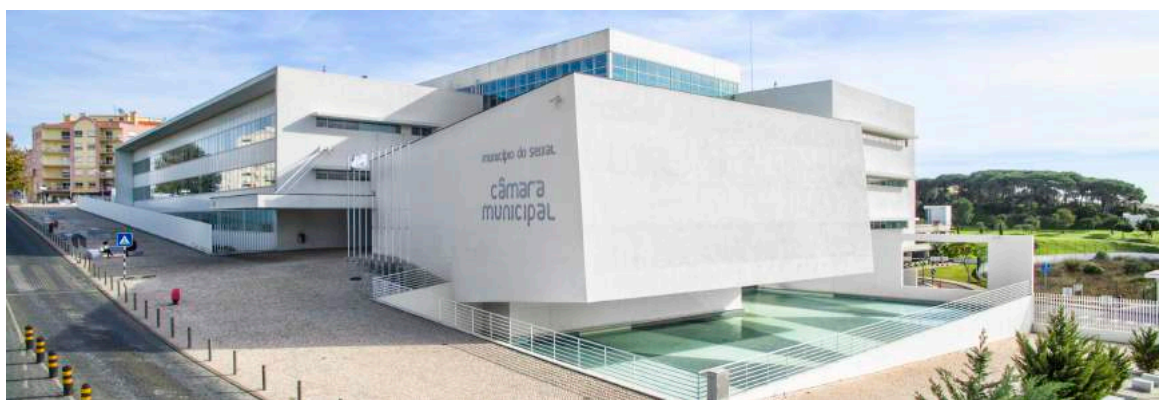


Figura 2 - Foto de autor, Edifício dos serviços centrais custa 240 mil euros/mês, Fábio Teixeira

O impacto desta crise continua a ser enorme e não deixa ninguém indiferente, as famílias fecharam-se e isolaram-se, sendo um dos principais fatores a elevada taxa de desemprego, os juros altos, os endividamentos à banca e atualmente as novas tecnologias que cada vez mais isolam a sociedade do mundo.

O Designer tem o dever de não ficar indiferente aos problemas que o rodeia, e criar soluções que se adequem as necessidades de cada problema ou situação. Não pode-

⁵ Taxa média de equipamentos em Portugal e superior à média Europeia de 21 para 19 segundo o estudo da Samsung

⁶ Notícia do jornal Público, Nuno Perestrelo 03/07/2011

mos olhar e ignorar este problema, temos que enfrentá-lo de frente, a arte pode e deve ser um motor fundamental para a recuperação da identidade destes espaços, contudo parte de cada um de nós individualmente perceber os problemas que nos rodeiam e perguntarmo-nos o “PORQUÊ?”.

Dinheiros públicos foram usados na criação destes locais de lazer e de saber, o que melhorou consideravelmente a qualidade de vida dos habitantes do Seixal, porém a não manutenção destes espaços e em concreto da Quinta dos Franceses (conhecida pelo Jardim do Seixal ou Jardim da Biblioteca), deixaram irrecuperáveis algumas das obras feitas, como por exemplo o corte da água da fonte que percorria todo o jardim, fator que o tornava *“tão belo e único”*. Mais uma vez esse abandono foi camuflado com a implementação de algumas máquinas de exercício físico, o que levou ao preenchimento de um dos lagos, fator que inviabiliza a sua recuperação. Porém a beleza de um espaço deve ser sempre preservada, pensando a longo prazo nos custos inerentes da sua manutenção.

Os espaços públicos sempre tiveram uma enorme importância na sociedade, pois incentivam ao convívio em família e contacto real entre as pessoas, mais importância têm ainda os espaços ao ar livre, que cada vez mais atraem o público em geral, devido a uma maior preocupação atual numa vida cada vez mais saudável e não sedentária.

Nesse aspeto, o Seixal tem tentado estar atualizado e demonstra prioridade ao combater esta necessidade real que era o sedentarismo e a obesidade, prova disso foi a criação e desenvolvimento de uma zona pedonal ao longo de grande parte da marginal da Baía do Seixal. Existem ainda notícias e maquetes de uma continuação destas obras.⁷

O objetivo deste projeto é principalmente, poder interagir com a população de modo a melhorar a qualidade de vida, fazendo-as sorrir e sonhar. A conceção de uma ideia bem como o seu conceito nesta perspetiva de designer só faz sentido se as pessoas puderem interagir e intervir nos objetos que ao longo deste trabalho vão sendo propostos.

A criatividade é o ponto-chave de tudo na vida, bem como conseguirmos surpreender o espectador e que de certa forma possa marcar o dia a dia desse indivíduo. Para combater o facto NOVIDADE, o que desperta sempre o interesse, foi pensado previamente que algumas obras pudessem ser mudadas e atualizadas acompanhando a atualidade, já que sabemos que a novidade de hoje é o obsoleto do amanhã.⁸

A sociedade está cada vez mais fechada nas suas casas ou nas grandes superfícies comerciais, o que à partida não pode ser criticado pois saem em família, o problema

⁷ Edição quinzenal da Câmara do Seixal > N.º 650 > 30 de Outubro de 2015
⁸ Raphael Michael, informação retirado do site pensador 23/11/2015

que me assola e a especialistas é o fator de as pessoas não falarem cara a cara e não aproveitarem estes momentos. As tecnologias são o grande causador deste problema, o que se torna irónico, pois vivendo numa crise económica, os valores e os principais interesses mudaram radicalmente, *“é mais importante parecer que ser”*. As pessoas fecharam-se e vivem num mundo virtual, mas parte de nós criamos novas atrações e pontos de interesses públicos para combater este grave problema.

O intuito deste projeto é reverter esta situação e, através do design, proporcionar bons momentos para que os visitantes e as famílias consigam sair novamente do seu “refúgio” e tenham locais públicos onde possam sentir-se bem, proporcionando-lhes um bom momento de lazer.

Cada proposta foi pensada tendo em conta a melhoria da qualidade de vida dos habitantes, tendo como base uma vasta pesquisa em diversos países, em situações semelhantes.

2.3 - METODOLOGIA

Como qualquer questão, temos que perceber se ela existe somente no nosso imaginário ou se os outros indivíduos também se questionam e interrogam, pois o designer não cria problemas, mas sim resolve-os. Seguindo esta linha de pensamento dirigi-me a diversos edifícios pertencentes à Câmara Municipal do Seixal e em todos foram feitas as mesmas questões, o porquê do abandono dos espaços públicos? E o porquê, especificamente, do abandono da Quinta dos Franceses, mais conhecido pelo jardim da biblioteca (que muitos não sabiam o seu verdadeiro nome) e ninguém me soube responder a esta questão. Porém foi notório que todas essas pessoas que passam praticamente todos os dias pelo jardim, começaram a questionarem-se, nomeadamente pessoas que abordei no Arquivo Histórico do Seixal, depois de lhes ter solicitado algumas imagens referentes à Quinta, afirmaram *“já não me lembrava o quanto tão belo era este jardim”*, quando percebi que as pessoas vivem num mundo tão cheio de informação e cheio de *Stress*, que mesmo passando diariamente pelos locais e que estes estejam em constante mudança, não se apercebem.

Solicitação de documentos oficiais sobre os assuntos a abordar na tese, tanto por email como feitos pessoalmente, tanto à própria Câmara Municipal do Seixal como ao Ponto de Turismo e ao Arquivo histórico (MUNDET).

Questionários informais à população sobre o estado atual do jardim, em confronto com as fotos em arquivo do local sem quaisquer alterações ao projeto original.

Tentar perceber, junto do Posto de Turismo, o porquê de diversos espaços públicos importantes não estarem assinalados como atrações turísticas no site da Câmara, tentando perceber as incongruências entre a informação existente no site oficial da Câmara e os folhetos que estão nos diversos departamentos, como o do Turismo.

Elaboração de maquetes das propostas, de modo a perceber a sua viabilidade e impacto nos locais, nunca esquecendo a opinião dos habitantes e utilizadores dos espaços.

Apresentação do Projeto final ao Presidente da Câmara, de modo a entender se existe interesse ou viabilidade em algumas das propostas apresentadas, visto que o Gabinete da presidência demonstrou bastante interesse inicialmente em algumas das propostas faladas.

3.1. SEIXAL DO PASSADO AO PRESENTE

O território do concelho do Seixal era, à data da sua desanexação do Termo de Almada (1836), composto pelas povoações de Corroios, Amora, Paio Pires, Arrentela e o Seixal (Fig.3). O Seixal sempre foi uma enorme referência histórica, devido a sua localização privilegiada no Tejo, com fácil acesso marítimo e terras aráveis, prova disso é o facto dos Romanos se terem fixado nesta zona fértil (outrora habitada por habitantes pré-históricos e com alguns vestígios deixados por estes nossos antepassados), junto à baía, o que os abrigava de possíveis ataques encontrando-se bastante perto de “Olisipo”, atual Lisboa (Silva,2004).



Figura 3 - Mapa do Território do concelho do Seixal antes de 1836.

Fonte: Livro História do Concelho do Seixal.

Os Romanos tiraram o melhor partido das condições naturais deste local, desenvolvendo a pesca, a agricultura e a olaria, como se pode observar nos fornos cerâmicos (Quinta do Rouxinol em Corroios), ou nos achados arqueológicos da Quinta do S. João, na Arrentela. Após a queda do Império Romano, os Mouros (Árabes) continuaram a perpetuar a agricultura e a pesca, deixando um enorme legado até ao final do Sec. XX, materializando-se na paisagem com as árvores de frutos (citrinos, oliveira, figueira) e os cereais, e vários sistemas de rega, nomeadamente com a introdução da “cegonha”.

Durante vários séculos, foram a pesca e a agricultura as principais atividades económicas destas populações. Contudo, a partir do início do século XV, verifica-se um grande incremento na moagem, com a construção de moinhos de maré nos esteiros do Tejo (desde Corroios até Coina), e na construção naval, com a instalação dos Estabelecimentos de Construção Naval do Seixal e da Feitoria da Telha do Arsenal Real de Lisboa, numa íntima união com o rio. Era através deste que produtos como o peixe, cereais, sal, azeite, vinho, fruta e outras matérias-primas eram levadas para a capital, ganhando uma enorme importância associada, também, à qualidade dos produtos, reconhecida por ilustres escritores como Gil Vicente: *“Item me levarão mais/Um grã círio pascoal, Ao glorioso Sei-*

xal/Senhor de outros Seixais” (Pranto de Maria Parda) ou Gaspar Frutuoso “É d’além Tejo, a vila do Seixal, onde há os melhores vinhos do reino. (...) O Seixal, chamado também Arrentela, onde se dão muitos bons vinhos de carregação para a Índia”.

Das muitas quintas outrora pertencentes a Ordens Religiosas (Trinos, Jerónimos de Belém, Carmelitas e Paulistas) e à Nobreza (Quinta do Conde, atual Paivas, Quinta de Cheira Ventos, Quinta da Princesa, entre outras) poucas restam, ainda assim a Quinta da Fidalga, da família Gama Lobo Salema, atualmente propriedade municipal, com uma enorme imponência, conta com uma habitação principal, um vasto e arranjado jardim, uma vinha, um pomar, uma horta e um lago de maré. Para abastecer e regar estes enormes espaços ricos e férteis esta quinta contava com um Tanque de rega que se enche consoante as marés do rio Judeu (chamado o tanque da maré pelas suas peculiares características construído no séc. XVI). Desta Quinta diz-nos o Pe. Luís Cardoso, no início do séc. XVIII, no *Dicionário Geográfico*: “... Tem mais no dito pomar um grande tanque, ou viveiro de água salgada com peixe, em que entra, e sai água do mar com a maré por um esteiro com ralos de bronze, ficando-lhe o bom de três palmos de água depois da maré vazia, sendo todo em redondo de cantaria, e grades de ferro...”.

A par das atividades tradicionais mais significativas (agricultura, pesca, moagem, construção naval) e de pequenos fabricos, no século XIX, a paisagem do concelho recebe instalações fabris de grandes dimensões, como é o caso da Companhia de Lanifícios da Arrentela (1855), localizada no fundo do esteiro do Tejo, tendo por companhia o moinho de maré da Raposa, onde séculos antes se extraía sal e na 1ª metade do século funcionou um pisão, um lavadouro de lã e, em tempos de D. Miguel, se estabeleceu uma fábrica de mantas para o exército. Esta fábrica, medalhada no Porto (1861), Viena de Áustria (1873) e Paris (1878), empregava, na década de 60 do século XIX, 226 homens, 215 mulheres e 67 crianças, «...O fabrico, mercê do aperfeiçoamento dos processos, é dos melhores, e os artefactos da Companhia aparecem em todos os mercados do país, havendo depósitos especiais no Porto e em Mangualde para o mais pronto fornecimento das respetivas regiões. (...) As máquinas que funcionam na Arrentela, estrangeiras algumas, bem como as caldeiras, portuguesas outras, dispõem da força total de 375 cav. Vap., e alimentam 96 teares mecânicos e 118 aparelhos diversos. Há também 39 teares manuais. O número de fusos ascende a 4770...» (Seixal ecomuseu: catálogo guia, 1987, p. 26). Acompanhando as inovações técnicas e tecnológicas do seu tempo, a 5 de julho de 1892, o rei D. Carlos e a rainha D. Amélia inauguram a nova casa das máquinas. Trindade Coelho, que acompa-

nhou a visita real, escreve: «...a casa das machinas: alta, alcatifada, aceadissima. Entra-se aqui como n'um templo: respeitosa, submissamente. Parece que entra a gente no cérebro d'um gigante... Que serenidade religiosa, a do jogo d'aquelles êmbolos que parecem feitos de prata! Que força valente e risonha, a d'aquelles músculos, a d'aquelle ferro, a d'aquelle aço! No ar, os volantes cruzam-se, lembrando grossos nervos, vibrando... A grande roda não para, como o jogo da circulação. Os êmbolos não param. Viva o trabalho! a paz! o movimento! a força (...). Ali, a'quelle manómetro marca o fervor d'aquella paixão... (...) Sinto-me tão pequenino!...» (Revista Illustrada, nº 52, 1892, p. 111-113).

Na margem direita do braço do Tejo, que banha a área do Seixal surge uma nova indústria: a vidreira. Situada na Quinta dos Lobatos, inicia, em setembro de 1889, a Companhia da Fábrica de Vidros na Amora, a produção de garrafas e garrafões. Junto da fábrica (encerrada em 1926) foi construído um bairro operário, ainda existente, para os operários e mestres vindos, num 1º momento, de Inglaterra substituídos após o «Ultimatum» por operários alemães.

Ainda nesta freguesia, mas no interior, dada a natureza das matérias a manipular, é fundada em 1895, por Libânio Augusto de Oliveira, a Fábrica da Pólvora de Vale de Mi-lhaços (esta área pertence, desde 1976, à freguesia de Corroios), desativada em 2001. Contudo, ainda é mantida em funcionamento uma máquina a vapor de 1900.

A paisagem industrial continua a expandir-se no século XX. Em 1905 a empresa L. Mundet & Sons., oriunda da Catalunha e sediada nos Estados Unidos da América, compra uma área de cerca de 20.000m², com edificações industriais (1861) da empresa H. Pardel & Comp^a (produtos químicos), sediada em Paris, e de Henri Borguet (1867), produtor de sabão, da Quinta vulgarmente conhecida por dos Franceses, Seixal, a José de Sousa Cipriano, para instalação de uma unidade de preparação e transformação de cortiça, empregando 200 operários. Esta fábrica cresceu, ao longo da 1ª metade do século, de poente para nascente integrando três quintas: dos Franceses (parcialmente); da Estalagem e do Bravo⁹. No âmbito da sua atividade foi considerada a maior do país e, mesmo, da Europa. Encerrou definitivamente no ano de 1988 e, em 1996, foi adquirida pela CMS, servindo os serviços centrais do Ecomuseu Municipal, instalados na antiga Casa da Infância (inaugurada em 1943), assim como a divulgação do património industrial do concelho através de

⁹ Assim conhecida por ter sido adquirida, em 1757, por José Bravo, escudeiro e cavaleiro fidalgo da Casa Real, filho de Luís Bravo, Carpinteiro do Mar e neto paterno de Manuel Bravo, Feitor das Matas Reais, após ter sido Mestre da Ribeira das Naus

exposições em diversos espaços oficiais, tal como o Pólo do Seixal do Conservatório de Música de Lisboa, estabelecido no edifício da antiga Creche (datada de 1939).

A nascente desta fábrica, e na Quinta de D. Maria, Seixal, nasce em 1913 outra firma corticeira, de capital sueco, designada C. G. Wicander (fechou no início da década de 90); em 1917, é edificada a 2ª unidade da MUNDET neste concelho, junto à margem do rio, na Amora (encerrada em 1964). Em 1928, no Cabo da Marinha, Amora, é fundada a fábrica da Sociedade Portuguesa de Explosivos (deslocalizada para Santa Marta de Corroios depois do acidente que ali ocorreu, em 1948, provocando a morte de vários operários). Ainda na Amora (no antigo lugar da fábrica de vidros), abre as portas, em 1935, a empresa Produtos Corticeiros Portugueses e, em 1941, a Queimado e Pampolim, Ldš, também da indústria corticeira (fechou, e nos seus terrenos foi construída uma superfície comercial). Na margem oposta do rio (freguesia de Arrentela), no ano de 1943, inicia a sua atividade na produção de materiais para a construção civil a empresa A. Silva & Silva (inexistente na atualidade, deu parcialmente lugar a uma nova urbanização). Em 1961, é inaugurada a Siderurgia Nacional, construída na Quinta da Palmeira, em Paio Pires, também ela banhada por um braço do rio Tejo, vulgarmente conhecido por rio Coina.

Fiquemos por aqui, neste breve levantamento de grandes unidades industriais localizadas no concelho do Seixal antes da construção da ponte 25 de Abril (anterior Ponte Salazar), para melhor compreendermos a importância do rio também na ligação entre as localidades concelhias e o exterior, nomeadamente com Lisboa.

Na Amora, segundo o Pe. Luís Cardoso «...navegam barcos e o frequentam mais de duzentos e pode admitir mais. Tem dois portos principais, um a que chamam Raposa, e outro Carrasco onde se carrega lenhas, madeiras que vêm para a Corte. Tem mais os portos da Qta. dos Lobatos, da Prata, dos Formosos, do Minhoto, Cabo da Marinha, Barroca e Talaminho (...). O porto da Arrentela recebe trinte e sete barcos de pescar, muletas e alguns de quilha...», já o Seixal colhia «...todo o ano iates do Rei, embarcações de alto e navios com maré...». Para além dos acima referidos, existiam cais em todos os moinhos de maré, e as fábricas que se foram instalando, para além de deterem embarcações (fragatas, botes de fragatas, faluas, varinos, etc.), possuíam os seus próprios cais, construídos de novo ou reaproveitando os existentes.

Todo este movimento fluvial, acrescido pela «...preparação dos Descobrimentos e durante a Expansão Portuguesa, o rio do Seixal e as suas praias tornaram-se locais importantes para o desenvolvimento da construção naval. O rio do Seixal (Judeu) e o rio da

Telha eram abrigados das tempestades do Inverno e permitiam acabar as embarcações iniciadas no Verão. As matas da região ofereciam boa madeira para a construção naval, em especial, de pinho e sobreiro. Na Azinheira, próximo do Seixal, construíram-se grandes armazéns para arrecadação de vigamento, de vergame, de madeira e das galeotas reais. No mesmo local, quatro grandes praias, (...) serviam para enterrar as madeiras e para conservar e salgar devidamente (...). Nas praias do SEIXAL, onde se ergueram os estaleiros navais, colocaram-se em prática os avanços técnicos nos transportes náuticos...» (Seixal ecomuseu: catálogo guia, 1987, p. 17).

É como memória desta intensa atividade, e do que dela está a montante, que a Câmara Municipal, através do seu Ecomuseu, abre ao público, em 1984, o estaleiro naval da Arrentela¹⁰, com uma exposição dedicada à construção naval e às profissões associadas (carpinteiro naval – também conhecido por carpinteiro de machado - calafate, pintor e construtor de velame) contando com a presença diária de um seixalense oriundo de famílias ligadas à construção naval, ele próprio carpinteiro de machado, para, à escala, construir modelos das embarcações que durante séculos sulcaram as águas do Tejo, transportando pessoas, bens e mercadorias num constante vaivém, entre margens.

Ainda durante a década de 80 do século XX, e na mesma lógica de preservação, estudo e divulgação do património (material e imaterial), neste caso fluvial, a autarquia seixalense adquire três embarcações típicas do Tejo: dois botes de fragata e um varino. Sob gestão do Ecomuseu, após obras de recuperação é dada uma nova vida, em 1982, ao bote de fragata «Gaivotas»¹¹, destinado, agora, a visitas de estudo ou simplesmente de lazer. Numa época em que o ensino oficial e obrigatório era inexistente, a municipalidade seixalense candidatou-se a dinheiros provenientes do testamento do Conde de Ferreira (Joaquim Ferreira dos Santos, 1782-1866) para construção de uma escola primária na sede do concelho, edifício que recebe atualmente o posto de Turismo e o Centro de Apoio ao Movimento Associativo Juvenil (CAMAJ).

¹⁰ Localizado nas imediações da Quinta da Fidalga

¹¹ Seguir-se-lhe-ão as outras duas embarcações: «Baía do Seixal» (1989) e «Amoroso»

O Seixal segue a tendência da capital e moderniza-se instalando em 1878 a estação telégrafo-postal, estava agora mais “perto” do restante país e através da construção do ramal ferroviário Barreiro – Seixal vê chegar ao seu território a primeira locomotiva em 1923¹².

Mesmo antes do fim da Monarquia a 5 de Outubro de 1910, fortemente festejada no concelho, vários republicanos fixaram-se em diversas localidades fundando Centros Republicanos, locais de encontros políticos, mas também de alfabetização, promovendo o ensino das letras entre a população analfabeta. Também não lhes é alheia a imprensa local que vai surgindo (Fig.4): “Sul do Tejo” (1901), “O SEIXALENSE” (1902), e em 1916, 6 anos após a implementação da República, inicia-se a publicação do “A Voz d’Amora”.

Quem fala de jornais fala de tipógrafos e, no presente caso, de Augusto Palaio, proveniente da Figueira da Foz, que se instalou com a família no Seixal e abriu na Rua Cândido dos Reis a «Tipografia Popular A. Palaio», deslocalizada, posteriormente, para a Praça Luís de Camões, nº 39-41.

Os filhos seguiram os passos do pai nos processos técnicos da composição e da impressão. Quando o espaço ficou pequeno, os trabalhadores, as tecnologias e os novos meios de produção partiram. Na Praça Luís de Camões ficou o improdutivo integrado no Espaço Memória – Tipografia Popular, que abriu ao público, com novas funções, a 27 de novembro de 2010.

Com a chegada dos caminhos-de-ferro a Portugal em 1856 não tardou para o Seixal seguir esta nova tendência, acabando por inaugurar em 1923 o ramal Barreiro-Seixal.



Figura 4 - Quatro décadas de jornais, após a implementação da república.

Fonte: Livro História do Concelho do Seixal.

¹² A ponte (elevadiça) que atravessava o Tejo (no canal de Coia) para servir o comboio foi derrubada, em 1969, por um barco que se dirigia à Siderurgia Nacional. Desde essa altura deixou de existir este meio de transporte entre o Barreiro e o Seixal

Os investidores estrangeiros começam a ter interesse pelo Seixal (as instalações fabris transformaram um concelho maioritariamente rural num concelho industrial) e sugue em 1906 a corticeira “L.MUNDET & SINS” (Fábrica que começou nos finais do século XIX e tornou-se a maior fábrica de cortiça da Margem Sul) numa antiga fabrica de sabão, empregando logo centenas de operários. Esta fábrica produzia um vasto número de produtos, dizendo-se que ali se fabricava tudo em cortiça (Fig.5) tal não era a sua importância e escala (Fig.6). Contudo este enorme império de cortiça teve vários concorrentes chegando a existir 12 fábricas no concelho, porém sobreviveu a esta concorrência direta, mas em 1955 perde grande parte das suas receitas devido ao aparecimento de novos produtos como o plástico. Com centenas de postos de trabalho em risco, os operários lutaram para erguer novamente a empresa e contaram com a ajuda do Estado que participou na fábrica, dando-lhe um novo folgo, chegando a ganhar uma medalha de ouro na “Feira Internacional de Plovdiv¹³” e um diploma devido à grande qualidade dos seus produtos. Nem mesmo esta distinção salvou esta gigante empresa que acabou por encerrar em 1987, sendo adquirida pela CMS. Nove anos depois, foi este espaço foi transformado na sede dos ecomuseus do Seixal, preservando nela todas as máquinas e história da empresa MUNDET. Graças à Revolução Industrial, a vida melhorou consideravelmente, mas em 1928 ainda como ministro das Finanças, Oliveira Salazar depressa se destacou e tornou-se Primeiro-Ministro, tomando as rédeas da Nação, impondo durante vá-



Figura 5 - Chafariz e Varino executados em cortiça. Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.



Figura 6 – Promenor de uma peça em cortiça.

Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

¹³ Feira Internacional de Plovdiv em Plovdiv na Bulgária.

rias décadas um regime ditatorial, o Estado Novo, que a pretexto de salvar o País e o povo, os condicionou e amedrontou.

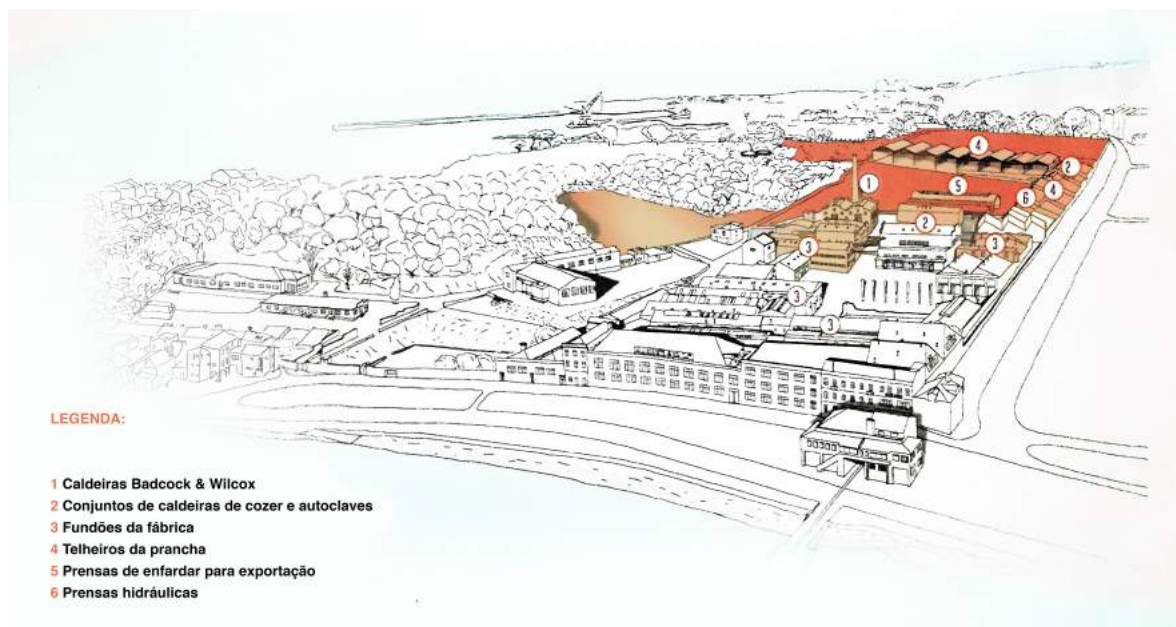


Figura 7 - Ilustração da fábrica Mundet. Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

MUNDET & C.^a L.^{da}
 PLANTA DA FABRICA DO SEIXAL

ESCALA - 1:500

LEGENDA

1. -	2. -	3. -	4. -	5. -	6. -	7. -	8. -	9. -	10. -	11. -	12. -	13. -	14. -	15. -	16. -	17. -	18. -	19. -	20. -	21. -	22. -	23. -	24. -	25. -	26. -	27. -	28. -	29. -	30. -	31. -	32. -	33. -	34. -	35. -	36. -	37. -	38. -	39. -	40. -	41. -	42. -	43. -	44. -	45. -	46. -	47. -	48. -	49. -	50. -	51. -	52. -	53. -	54. -	55. -	56. -	57. -	58. -	59. -	60. -	61. -	62. -	63. -	64. -	65. -	66. -	67. -	68. -	69. -	70. -	71. -	72. -	73. -	74. -	75. -	76. -	77. -	78. -	79. -	80. -	81. -	82. -	83. -	84. -	85. -	86. -	87. -	88. -	89. -	90. -	91. -	92. -	93. -	94. -	95. -	96. -	97. -	98. -	99. -	100. -
------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------



1. -	2. -	3. -	4. -	5. -	6. -	7. -	8. -	9. -	10. -	11. -	12. -	13. -	14. -	15. -	16. -	17. -	18. -	19. -	20. -	21. -	22. -	23. -	24. -	25. -	26. -	27. -	28. -	29. -	30. -	31. -	32. -	33. -	34. -	35. -	36. -	37. -	38. -	39. -	40. -	41. -	42. -	43. -	44. -	45. -	46. -	47. -	48. -	49. -	50. -	51. -	52. -	53. -	54. -	55. -	56. -	57. -	58. -	59. -	60. -	61. -	62. -	63. -	64. -	65. -	66. -	67. -	68. -	69. -	70. -	71. -	72. -	73. -	74. -	75. -	76. -	77. -	78. -	79. -	80. -	81. -	82. -	83. -	84. -	85. -	86. -	87. -	88. -	89. -	90. -	91. -	92. -	93. -	94. -	95. -	96. -	97. -	98. -	99. -	100. -
------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

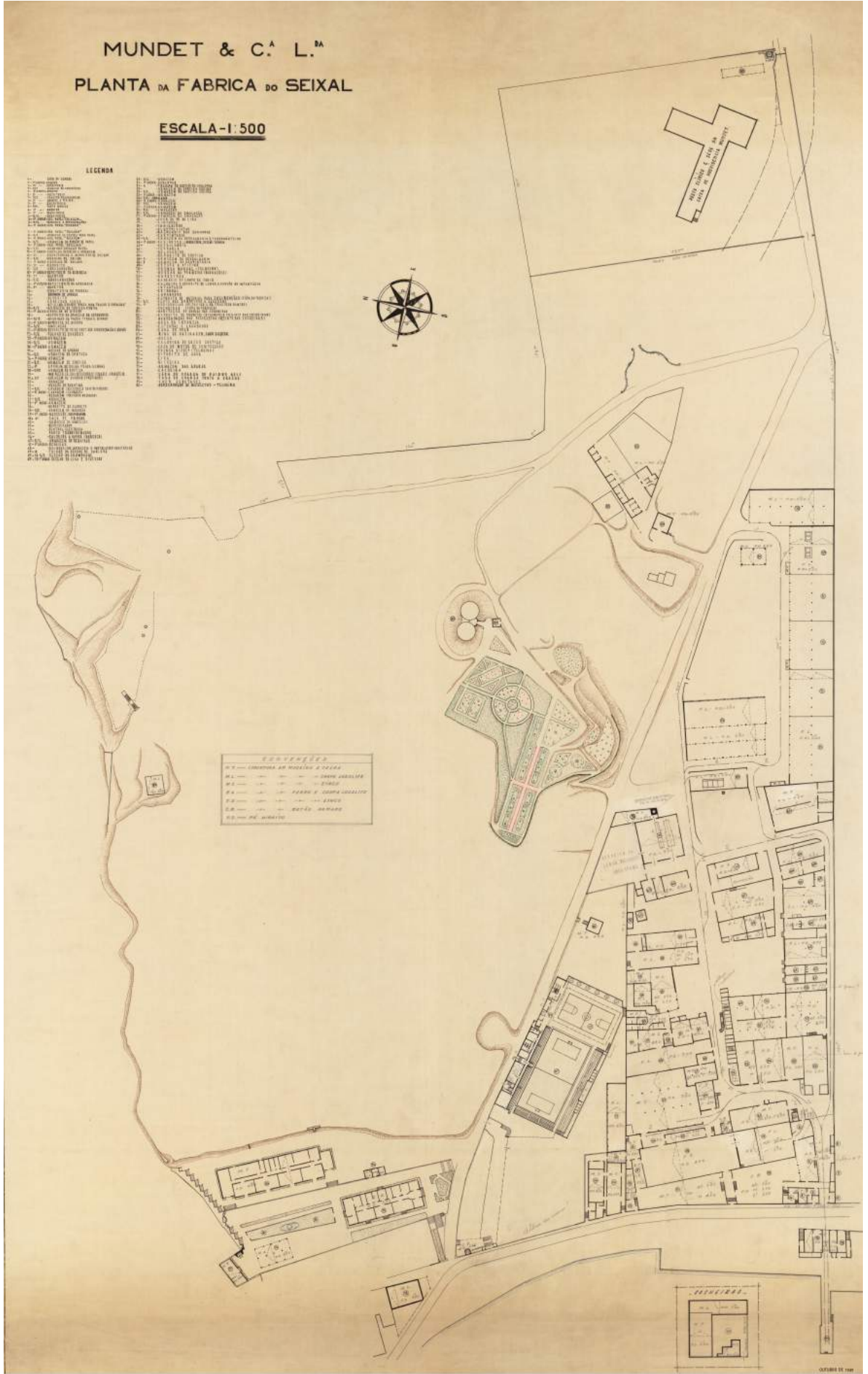


Figura 8 - Desenho técnico da MUNDET em 1949 Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

Com a industrialização do concelho, em finais do século XIX e início do século XX, desapareceram algumas quintas agrícolas, contudo o seu desaparecimento, tal como o das embarcações tradicionais e, conseqüentemente, dos estaleiros de construção naval em madeira, fica-se a dever em grande parte à inauguração da ponte sobre o Tejo, em 1966, à construção da auto estrada Lisboa Algarve, ambas associadas ao incremento do automóvel e à utilização de novas energias.

As quintas que, durante séculos, alimentaram a capital dão lugar a urbanizações, de mau gosto e de má qualidade em muitos dos casos, ocupadas por populações que, na expectativa de melhoria de vida, se concentram em redor de Lisboa.

Não deixa de haver alguma ironia, se tivermos em conta os símbolos do brasão de armas do concelho (aprovado em 1940): com fundo vermelho, uma muleta realçada a ouro sobre 3 faixas onduladas de azul e prata e com seixos de prata. A ouro, representando o trabalho dos estaleiros, uma enxó cruzada com um machado sobre o macete e na Coroa mural, quatro torres de prata contam ainda com um listel branco com a legenda “VILA DO SEIXAL” (Fig.9). Esta bandeira é içada a 30 de Junho desse mesmo ano, no edifício da Câmara Municipal do Seixal que já era concelho rural de 1ª ordem. A origem do nome Seixal é atribuída popularmente aos seixos¹⁴ abundantes nas suas praias. Os solos desta área da «Outra Banda», constituídos por rochas sedimentares, principalmente argilas, areias e conglomerados foram transportados pelo rio Tejo (origem fluvial) ou depositados pelo mar (origem marinha), quando este por aqui habitava¹⁵, e utilizados pelas populações locais para lastro das embarcações, mas também para decoração (embrechados) de espaços de lazer, como os existentes nos jardins da Quinta da Fidalga.



Figura 9 - Brasão aprovado em 1940.

Fonte: Livro História do Concelho do Seixal.

¹⁴ Seixos são pedras de formas arredondadas de pequena dimensão de cor branca
¹⁵ Há cerca de 3 milhões de anos

Com este novo rumo várias obras foram feitas desde a primeira estátua, em comemoração ao 25 de Abril em 1982 (Fig.10) como também a criação da Associação dos Bombeiros Voluntários do concelho do Seixal em 1997. Neste ano, foi inaugurado o terminal fluvial ainda ativo que contribuiu para o crescimento demográfico. O saber e o lazer também foram uma preocupação evidente com a construção do Fórum Cultural do Seixal, inaugurado a 26 de Novembro de 1993, a construção do parque das Paivas e posteriormente a Quinta dos Franceses, em frente ao fórum cultural, atual biblioteca. Nos dias de hoje, o concelho tem cerca de 160 mil habitantes (CMS,2016), é constituído pelas freguesias de Aldeia de Paio Pires, Amora, Arrentela, Corroios, Fernão Ferro e Seixal e possui dos valores mais elevados do país, relativamente ao progresso educativo, cultural, social e económico. Faz parte da política do concelho preservar e manter viva a tradição, grande parte dos edifícios mais relevantes historicamente foram adquiridos pela Câmara e transformados em Ecomuseus do Seixal. Estes estão abertos ao público desde 1992, possuem vários núcleos museológicos associados ao património industrial e fluvial.



Figura 10 - Estátua comemorativa do 25 de Abril na Praça 1º de Maio, na zona ribeirinha do Seixal.

Fonte: Foto de autor

3.2. Presente e Futuro

A história é um ciclo que se repete constantemente e o passado deve ser preservado e partilhado com as novas gerações, de modo a transmitir não só o conhecimento, mas também como formas diferentes de pensar.

Património Cultural é o conjunto de todos os bens, manifestações populares, tradições, cultos e outros, tanto materiais ou imateriais (intangíveis), que, reconhecidamente, dada a sua ancestralidade, importância e relevâncias históricas e culturais, ao país, região, localidade, ou comunidade, adquirem um valor único e intemporal. Assim sendo, impõem-se a sua salvaguarda, para garantir a continuidade, divulgação e preservação, sendo oficializada como Património Cultural, na intenção de assegurar, para as gerações futuras, conhecerem o seu passado, as suas tradições, bem como a sua história, costumes, cultura e a identidade de seu povo. (Lei nº 13/85, de 6 de Julho de 1999, Património Cultural Português)

Neste caminho, “Seixal é um mar de oportunidades” (Fig11) representou o slogan e o mote para a realização de um filme promocional realizado pela autarquia que marcou presença no SIL – Salão Imobiliário de Lisboa 2015, de 7 a 11 de Outubro, na Feira Internacional de Lisboa. Esta tem sido a mensagem transmitida aos habitantes do concelho, tendo em conta o potencial do lugar e os recursos naturais que oferece, conforme o gabinete da presidência afirma, *“o rio¹⁶ é o recurso natural mais valioso do concelho e, desde há várias gerações, o polo de desenvolvimento económico, social e ambiental do concelho”* (Dados fornecidos pelo gabinete da presidência da Câmara Municipal do Seixal em resposta a um email datado de 02-02-2016¹⁷), mas também pelo largo investimento na zona ribeirinha tanto no Seixal como na Amora, que se verifica atualmente. O prolongamento do caminho pedonal tem como objetivo uma reaproximação entre os populares e as duas margens do rio, prova disso é o avultado investimento que se prevê para o ano de 2016 na zona ribeirinha. *“Trata-se de uma intervenção com reduzido impacto ambiental e alto*

¹⁶ Rio Judeu é um pequeno rio que nasce em Fernão Ferro (Seixal) e desagua na Baía do Seixal, atravessando assim todo o concelho até chegar ao Rio Tejo.

¹⁷ Todos os emails trocados com a Câmara Municipal do Seixal têm um Aviso de Confidencialidade

valor paisagístico, que irá qualificar o acesso rodoviário entre as duas margens da Baía do Seixal” (Câmara Municipal do Seixal, 12-02-2016)



Figura 11 - Slogan e mote de objetivos para os próximos anos- Fonte: <http://www.cm-seixal.pt/investir-no-seixal/investir-no-seixal>.

Num panorama geral, este novo investimento pretende atrair cada vez mais turistas (em 2016: perspectiva-se um aumento significativo, tendo em conta os projetos em curso), visto que os números falam por si (em 2014 - 3753 visitantes em comparação com o ano de 2015 - 4848 visitantes, dados fornecidos pelo gabinete da presidência da Câmara Municipal do Seixal em resposta a um email). Ano após ano, o número de visitantes e turistas tem aumentado gradualmente e consistentemente, contudo estas obras abrangem também os ciclistas que poderão contar agora com uma ciclovia, tendência existente já na europa e nos países mais desenvolvidos.

Os Núcleos da zona ribeirinha estão divididos em diversos ecomuseus, com sede numa antiga fábrica de cortiça, MUNDET, com um enorme património, porém nem sempre a sua divulgação é a mais eficaz bem como nem todo o seu espólio é de aceso público. Este problema de divulgação acentuou-se e foi claramente evidente quando em contato direto com a população de modo imparcial entre diversas faixas etárias, residentes no Seixal e ou frequentadores habituais e conhecedores da zona em estudo, grande parte destas pessoas não conheciam mais de 50% dos locais históricos de acesso públicos e gratuitos, o que raramente acontece noutros locais, não só em Portugal como também no resto do Mundo.



Figura 12 - Cortiça em todas as suas aplicações. Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

Ao longo de largos anos, a zona ribeirinha teve diversas atividades económicas, mas a mais importante e que se destacava claramente era a produção de cortiça na Fábrica da MUNDENT (Empresa centenária produtora de cortiça que operava em diversas zonas do País como no Barreiro, na Amora entre outras). Esta fábrica também se fixou em 1905 no Seixal e foi sofrendo diversas expansões com a compra dos terrenos circundantes às infraestruturas já existentes. O número de produtores de cortiça foi aumentando gradualmente no concelho do Seixal, desde o início do século XIX, tendo tido até um máximo de 12 fábricas na década de 40 e 50 (Fig.13) ¹⁸.

Evolução de unidades de indústria corticeira no concelho do Seixal

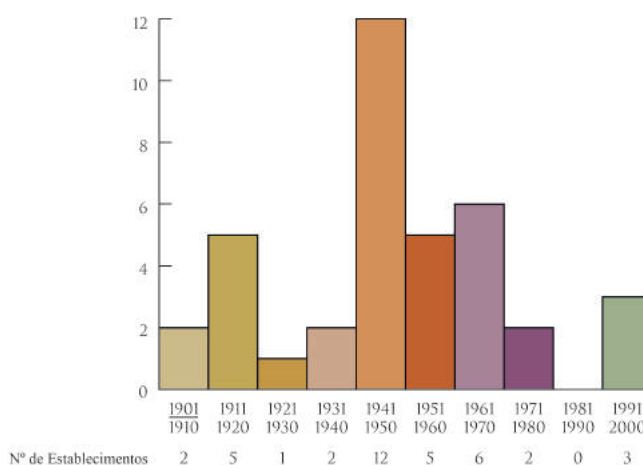


Figura 13 - Evolução de unidades de indústria corticeira no concelho do Seixal. Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

Nesta empresa, trabalhavam maioritariamente mulheres (Fig.14)¹⁹, na produção de cortiça, empregando um vasto número de operários, gerando um enorme fluxo de atividades e pessoas ao redor de toda a zona da MUNDENT. Atualmente, este espaço pode ser visitado por qualquer pessoa gratuitamente, dando a conhecer as infraestruturas centenárias onde outrora operavam os trabalhadores, bem como a robusta e enorme maquinaria que esta empresa tinha e que foi preservada até à atualidade.

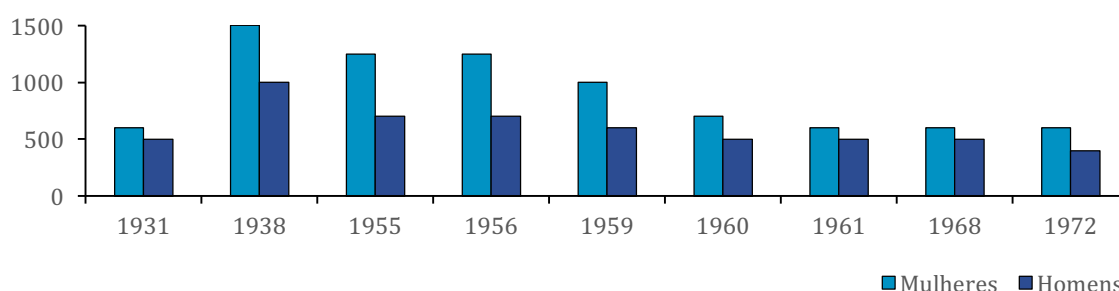


Figura 14 - Trabalhadores da MUNDENT - Seixal entre 1931 e 72 Fonte: Câmara Municipal do Seixal, Ecomuseu.

¹⁸ CAMARA MUNICIPAL DO SEIXAL 2002 (Org.). Água, Fogo, Ar, Cortiça: : Exposição temática sobre a Mundet. Edição das Caldeiras Babcock, Seixal, p.10, 2002.

¹⁹ CAMARA MUNICIPAL DO SEIXAL 2002 (Org.). Água, Fogo, Ar, Cortiça: : Exposição temática sobre a Mundet. Edição das Caldeiras Babcock, Seixal, p.23, 2002.

Tem existido uma enorme preocupação na preservação dos espaços históricos e emblemáticos que representam o Património Histórico do Concelho, através da aquisição de edifícios por parte da Câmara Municipal, o que tem permitido fazer o inventário do espólio em cada edifício. Porém, nem todos esses espaços foram recuperados na totalidade, devido aos elevados custos e ao grave estado de degradação das estruturas, exemplo disso é a Quinta da Trindade que atualmente está em risco eminente de ruir. Contudo, a Câmara tem tentado manter vivo este pensamento de preservar e conservar não só os edifícios e as máquinas, como também as profissões esquecidas pelo tempo, prova disso é o “Espaço Memória – Tipografia Popular do Seixal”, que foi inaugurado há 5 anos e que é possível visitar e onde se pode experienciar o funcionamento das antigas máquinas e os métodos por traz da arte da Tipografia e brevemente este espaço contará com uma rara réplica da primeira prensa criada por Johannes Gutenberg. O atual funcionário presente no local é filho do Fundador (Sr. Palaio) da Tipografia que “herdou” a profissão do Pai, como era frequente na época. Porém este espaço embora tenha tido um crescimento gradual de visitantes de ano para ano, continua a poder suportar um fluxo bastante maior e destacar-se como um ponto turístico obrigatório de paragem para quem visita o Seixal.

Da tradição e herança histórica de um espaço repleto de conhecimento, passamos para o exterior e o que de bom pode trazer a natureza e o ar livre para o bem-estar do Homem. Esta ligação remonta à tradição deixada pela cultura Grega que foi difundida e divulgada pelo Império Romano. Esta ligação entre Homem e Natureza é bem visível quando o homem soube aproveitar os recursos naturais da terra através da agricultura e se torna sedentário. Transpondo para a atualidade existe uma grande falta de tempo na sociedade, o que leva as famílias a terem menos momentos de lazer, devido aos fatores económicos e sociais este facto começou a acentuar-se na viragem do século com o avanço da tecnologia.

Vivemos numa sociedade cada vez mais de consumo, um consumo extremo e esquecemo-nos o quanto é importante termos o nosso próprio tempo e retirarmos o melhor proveito dele. Este afastamento também acontece devido às rotinas e aos largos horários já preenchidos pelo trabalho que existe não só por parte dos pais, mas também pelos largos horários escolares dos seus filhos.

A Quinta dos Franceses é um jardim público que outrora viu sobre ele inúmeras famílias em momentos de lazer, sendo essas vivências passadas às gerações futuras, de forma a manter o espírito de partilha familiar e social. (Fig.15)



Figura 15 - Quinta do Franceses em 2005. Fonte: imagem cedida pela arquiteta responsável pelo projeto Isabel Benito

Este espaço, que vive com o saber e o conhecimento visto, está implementado á frente da Biblioteca Municipal do Seixal que é um símbolo do saber, neste caso para além do simbolismo cultural temos o simbolismo arquitetónico que o edifício apresenta, um livro aberto virado para a marginal, com o intuito do conhecimento ser aberto a todos os moradores do Concelho e não só; diversas pessoas que estudavam em Lisboa deslocavam-se propositadamente à biblioteca do Seixal para estudar e recolher dados, inclusive alguns professores que lecionam atualmente no IADE (instituto de Arte, Design e Empresa).

Jardim que fez e ainda faz sorrir várias famílias em menor número, é certo, devido ao abandono e degradação de um espaço que foi desenhado ao pormenor pela Arquiteta Isabel Benito, que no momento de esboçar cada zona do jardim, tentou trazer o melhor que se fazia na Europa e mais especificamente na capital da arte em Paris, o PARQUE DE LA VILLETTE que foi a sua inspiração. A estrutura e a interação que o parque tinha com as

peças foi transportado para a Quinta dos Franceses e cada elemento não era apenas funcional, mas estético, parte de um todo que se completava e complementava sem que nenhum elemento se destacasse, mas sim o próprio jardim num único todo. Com o tempo, alguns elementos fundamentais foram sendo retirados como o encerramento da água e alguns candeeiros retirados alterando assim toda a dinâmica que existia neste local. A maior alteração feita neste espaço foi taparem um pequeno lago onde a água se mantinha como atração, onde foram implementadas máquinas de fitness e pedra da calçada, com a desculpa de uma vida saudável visto que em frente a este local já existiam várias outras máquinas para os mesmos fins.

A erosão criada pelo tempo também foi e continua a ser um elemento bastante evidente em todo o jardim inclusive na fachada da biblioteca. Sabemos a importância e a facilidade que a internet trouxe para o acesso a dados, que levou a uma diminuição drástica da procura a estes espaços culturais de conhecimento, porém não podem ser deixados ao abandono, pois são património e neles podemos encontrar livros históricos únicos e insubstituíveis. A erosão evidente no exterior transporta-se para o interior que em alguns locais são bastante visíveis, a falta de uma manutenção contínua faz com que os custos sejam cada vez maiores e quando se pensa em fazer reparações os custos são mais elevados e os orçamentos de ano para ano são menores.

De um local público de fácil acesso, passamos para um local que poucos conhecem mesmo sendo público, os robustos e imponentes altos muros brancos deixam os visitantes longe de imaginar que aqueles muros os separa de um espaço repleto de beleza e história, espaço este denominado de Quinta da Fidalga desde o Sex. XVIII.

Por fim, o último espaço emblemático que se encontra e pode também ser visitado gratuitamente na zona ribeirinha, e do qual não faria sentido não falar, é o Núcleo Naval cujo elemento e recurso natural mais importante é a água, como o gabinete da presidência afirma, é uma enorme mais valia poder contar com este recurso natural em prol de diversas atividades de lazer e económicas as quais atraem cada vez mais visitantes e turistas. Este ecomuseu, outrora, foi um antigo estaleiro naval que abriu ao público em 1984 e esteve ativo até ao final da década dos anos 70 do sex. XX, e viu sobre o estuário do Tejo inúmeras embarcações históricas que através de réplicas em miniatura podemos ver a imponência das mesmas. Ao longo do ecomuseu, podem ser vistas várias fotografias e vídeos que registaram a história de modo a poder ser partilhada com os amantes náuti-

cos e os turistas que queiram visitar este espaço. E os mais curiosos podem ainda ver como são feitas as réplicas presentes no museu, num pequeno ateliê que existe ainda usando os métodos artesanais da época em que o estaleiro estava ativo.

É visível a perda de identidade em grande parte do mundo devido à globalização, mas temos visto que é possível combater este fator, começando pelas coisas mais pequenas por mais insignificantes que possam parecer superficiais para a maior parte das pessoas. Com esta globalização, tem-se vindo a perder o orgulho de se morar num certo local, inclusive esta tendência também se verificou no Seixal, daí achar o âmbito da escolha da tese e todo o projeto em si pertinente, que visa não só a criação de soluções, como também a interação que existiu entre os vários organismos da Câmara, tal como com outros Designers e artistas que colaboraram.

A existência do logótipo do Seixal (Fig. 16), enquanto marca de um povo, deve estar difundida e divulgada não só ao longo da zona ribeirinha como por todo o país e até pelo mundo. O Seixal, outrora com uma importância histórica elevada (como podemos ver no livro elaborado por Eugénio Silva, “História do concelho do Seixal” para a CMS, (Fig. 17), perdeu grande parte da sua importância para a capital, não só por esta ter uma maior oferta, mas também pelo envelhecimento da população e do património que nem sempre se preservou assertivamente.



Figura 16 - Marca Seixal fonte: <http://www.cm-seixal.pt/sites/default/files/documents/13manualnormas.pdf>



Figura 17 - Capa do livro da história do Seixal.

fonte: http://biblioteca.cm-seixal.pt/Lists/Edioes%20CM%20Seixal/DispForm_Seixal.aspx?List=3371a03c%2D445e%2D463c%2D94c4%2Dca42420e8c5c&ID=26

3.3. O PODER DO DESIGN

“O design é 99% de trabalho e 1% de inspiração” (Thomas Edison). Para percebermos o poder do Design, temos primeiro que perceber o que é o Design. Infelizmente, para a maioria das pessoas fora da área, o design resume-se a saber mexer nuns quantos programas de computador, incluindo o Photoshop que é o mais conhecido do público, contudo, o design é muito mais do que um computador e um ecrã. Design vai muito além de um software e do desenho, design é projeto, pesquisa, criatividade, comunicação visual, uma enorme teoria que culmina na resolução de problemas. O design é uma metodologia, com diversas etapas, todavia a paixão é um fator fundamental que como em qualquer profissão torna tudo mais fácil, muito mais quando se fala numa área criativa. *“Escolhe um trabalho que ames e não terás de trabalhar um único dia da tua vida.”* (Confúcio).

O design é atualmente considerado uma ferramenta fundamental pela sua força e eficiência no que toca à notoriedade de uma marca, de facto o design tem o poder de mudar consciências e tornar virais certos “movimentos”. Esta ferramenta extremamente útil, tem o poder de transmitir mensagens e contar a vida de uma marca de um modo eficiente e pensada a longo prazo, criando um elo de ligações com os observadores.

Marcar a diferença é importante e todos sabemos a importância em ser diferente para poder sobressair, ser diferente começa por pensar diferente, ver o que nos rodeia, o que o design melhorou ou pode ainda vir a melhorar mudando a cor ou as formas. Um objeto para além de funcional pode ser estético, apelando a novas sensações. O estranho pode ser belo, e o belo pode ser simples ao mesmo tempo. Com panoramas que mudam diariamente devido a globalização, as marcas têm que ter estratégias bem definidas.

“De acordo com os dados publicados em Dezembro de 2015 pelo Instituto Nacional de Estatística, Portugal dispõe de quase 50 mil empresas cuja atividade principal se situa na área da economia criativa. Aliás, num momento adverso, em consequência do resgate a que o país se sujeitou, gerou em 2013 um volume de negócios de 4,4 mil milhões de euros, em que as agências de publicidade se evidenciam ao faturarem 18,6% do total do setor cultural e criativo, com destaque também para as atividades de televisão(10,6%), edição de livros (7,7%), atividades de

arquitetura (6,4%), produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão (6,3%), e ainda a edição de revistas e outras publicações periódicas (5,7%).”(Duarte, 2016, Publico)

A co-criação tem-se revelado um método bastante eficaz pois, em conjunto desenvolvem-se soluções para as quais são feitos testes e são ouvidas as opiniões dos futuros consumidores. O Fórum de Design Urbano do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) do Smart City Business América 2016, mediado pelo presidente do instituto, Sérgio Pires, discutiu a importância da inserção do design em políticas públicas, sendo este um diferencial competitivo para as cidades inteligentes.



“Uma cidade inteligente é aquela que coloca as pessoas no centro do desenvolvimento, incorpora tecnologias da informação e comunicação na gestão urbana e utiliza esses elementos como ferramentas que estimulam a formação de um governo eficiente, que engloba o planejamento colaborativo e a participação cidadã. Smart Cities favorecem o desenvolvimento integrado e sustentável tornando-se mais inovadoras, competitivas, atrativas e resilientes, melhorando vidas.”

Hugo Flórez Timorán - Representante do BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento no Brasil

Figura 18 - Conferência sobre as cidades inteligentes no Brasil. Fonte: <http://www.smartcitybusiness.com.br/2016pt/>

“A inserção do design do Plano Diretor das cidades pode envolver tanto a fomentação do turismo, quanto tratar de assuntos como saúde, segurança e educação”, afirma Tulio Filho, diretor da Prodesign PR em 2016.

3.3.1 O PAPEL DA MARCA

Numa primeira abordagem, a marca é referenciada como a essência do produto, o seu significado só é definido pela sua identidade. A marca não é um produto Kapferer, (1992, p. 11).

Mas para Healey (2009) “A marca reside principalmente na mente dos consumidores e é em geral sinónimo de reputação.” Sobrepõe-se o poder de persuasão, pois “a marca é aquilo que o consumidor pensa que é”. Contudo, a marca salta á vista do consumidor por toda a envolvente que faz o produto, seja pela marca, pela qualidade do produto, pela embalagem e até mesmo pela publicidade. Mollerup (2005)

Em concordância com a AMA (2013), o conceito de marca segue a seguinte definição: “Uma marca é definida por nome, termo, símbolo ou uma combinação desses elementos, cujo o seu objetivo é identificar os produtos e serviços de uma empresa e, principalmente, diferenciá-los dos produtos da concorrência.” Consideram também que a marca resulta na experiência que o consumidor usufrui dela, através de ideias, imagens, símbolos, e o próprio nome ou do slogan, tornando-o capaz de a identificar, por essas muitas experiências que a marca lhe proporciona durante a sua utilização. “Uma marca, por vezes, inclui um logótipo explícito, fontes, esquemas de cores, símbolos, sons que podem ser desenvolvidos para representar valores implícitos, ideias, e até personalidades.” AMA(2013)

Para Healey (2009), quando referimos a palavra marca (brand), “(...) falamos de todos os atributos de um produto que deixam uma impressão duradoura na memória de um cliente. (...). Uma marca é uma promessa de satisfação”. Cada cliente cria uma relação sentimental e pessoal com uma marca, contudo concorda que o marketing pode influenciar bastante na hora da compra do produto, seja pelo vendedor ou por ser um ambiente favorável á aquisição do mesmo. (Healey, 2009). Refere que os consumidores estabelecem sentimentos e ligações pessoais para com uma determinada marca, sendo que concorda que podem sempre ser influenciados pelo marketing, por um determinado vendedor ou por um ambiente propicio á compra. Contudo na opinião de Martín, o marketing visa obter o benefício máximo das vendas dos produtos através de estudos de mercado. (Martín, 2009).

Um dos fatores mais importantes para a maioria das empresas é associar à marca um determinado valor que a torne sustentável. “Uma marca é um ativo intangível; a identidade da marca é o que inclui todas as expressões tangíveis, dos sites à embalagem, defendem esse valor”. (Wheeler, 2012)

Em concordância com Mollerup (2005), é importante definir a identidade visual da marca como parte integrante da identidade corporativa da empresa. Um dos pontos que a maior parte das empresas menospreza é a identidade visual, em contrapartida com outras que idealizam a sua marca consoante o seu projeto, a sua empresa e interligam tudo através de uma harmonia visual.

O conceito do papel da marca vai de encontro com a mais valia que a marca transmite através do produto/serviço que representa, consoante a estratégia de marketing que escolhe para interagir entre o produto e consumidor, fazendo com que escolha este produto e não outro.

Para Louro (2000, p. 27) a marca é considerada como um objeto vivo que se interrelaciona diretamente com o consumidor por isso, a marca deverá ser compreendida como uma promessa de um conjunto de valores gerenciais de satisfação.

Nota-se, que neste sentido, é realmente necessário que exista uma coerência gráfica de comunicação em qualquer a marca, para que transmita de facto o seu real propósito e as suas principais diretrizes. Por isso, torna-se fundamental os profissionais de design serem parte integrante neste gerenciamento da marca.

Seguindo esta linha de pensamento para Mozota (2011, p. 97), o design é parte essencial para adquirir uma total conformidade gráfica de uma marca, visto que dispõe de inúmeros componentes que suportam todo o marketing e comunicação que o produto/serviço precisa, seja empresa física ou digital. Por conseguinte, o design promove a identidade da empresa/produto e tem como objetivo definir os aspetos visuais da empresa, ao criar símbolos e peças gráficas que consigam transmitir ao consumidor a política da empresa que, por sua vez, culmina na gestão da marca como peça fundamental de marketing.

Segundo Martín (2009), todos estes componentes que foram referidos pelos vários autores, são elementos que identificam a marca e que estão diretamente ligados ao *branding*, pois ajudam a perceber como a marca funciona no seu todo.

As marcas influenciam diretamente o consumidor geralmente quando o próprio tem que optar entre duas, prevalece sempre experiências anteriores com a mesma. Uma marca

pode ser um bem precioso para uma empresa, se a mesma souber aproveitar o que de melhor o design tem para lhe oferecer.

Quando falamos de uma marca, temos que falar da sua cor pois, é parte fulcral que ajuda a passar a mensagem e o segmento em que se enquadra o produto/serviço.

Goethe (1982) defende que o olhar é sempre crítico. Apenas olhar não é considerado um estímulo, um estímulo é uma experiência que vai para

além de observar, tirando as suas próprias conclusões. (Doutrina das Cores. Esboço de uma Doutrina das Cores – Goethe). Para Goethe (1982)

a sensibilidade não é apenas recetividade é também impulsividade. As cores devem ser interpretadas duplamente como paixão e como ação da luz.

A teoria das cores não envolve apenas "cor X com significado Y". Lidar com uma paleta cromática implica ter noção de vários aspetos físicos, psicológicos e culturais de maneira simultânea. Todas essas áreas têm teorias divergentes, e prevalece usar sempre o bom senso, a quando da sua utilização. Podemos considerar que a cor influencia todo o estado de espírito do cliente e alguma indecisão no momento da compra. Vida, cor, dinâmica e uma maior união entre a comunidade.



Figura 19 – Paleta cromática.

Fonte:http://www.jpaltamirano.com/site/images/stories/paleta_cromatica.jpg

3.3.2 GESTÃO DA MARCA

Em primeiro lugar é importante perceber que o conceito gerenciador de marcas remete para os anos 30, proveniente de uma empresa com características de bens de consumo. Schmitt e Simonson (2002)

Segundo Cobra, (2007 p.45) nos anos 90, o marketing era essencialmente interligado somente com a construção da marca, em nada relacionado com o fator simbólico. Nos dias de hoje este fator é um dos que tem mais relevância e o que é mais desenvolvido visto que, a marca já é considerada o maior elo de ligação entre o consumidor e a mesma, pois “mais que um produto, a marca vende um estilo de vida.”

A gestão de marcas, também chamada de branding, é um processo disciplinado para desenvolver a consciencialização e ampliar a fidelidade do cliente, exigindo determinação superior e disposição para investir no futuro. A ideia da gestão de marcas é aproveitar todas as oportunidades para expressar por que as pessoas deveriam escolher uma marca e não outra. O desejo de liderar, de superar a concorrência e de dar aos colaboradores as melhores ferramentas para se comunicarem com os clientes é o motivo pelo qual as empresas utilizam a gestão de marcas. Wheeler (2012)

Na opinião de Healey (2009), é com o *branding* que uma marca chega ao consumidor final, vem reforçar a *“boa reputação; estimular a lealdade; garantir qualidade; veicular uma percepção de maior valor, permitindo que o produto seja vendido a um preço superior; garantir ao comprador uma sensação de afirmação e de entrada numa comunidade imaginária de valores partilhados.”* (Healey, 2009)

Por outro lado, Tom Peters (1982, citado em Travis, 2004, p.6) define o conceito de uma forma diferente: *“Branding é, por fim, nada mais (e nada menos) do que coração. É paixão.... Aquilo que nos preocupamos. É o que está dentro – o que está dentro de nós, o que está dentro de uma empresa.”* Perante isto, percebe-se que quando existe uma favorável estratégia de *branding*, as marcas conseguem transmitir um mundo novo, diferente e entusiasmante.

Interligando a gestão da marca com o design, é possível transmitir novas mensagens para

os consumidores, mantendo ou inovando a sua imagem gráfica, produzindo novas sensações e interesses para com público-alvo final.

3. Revisão da literatura

3.3.2 MARCA GRÁFICA DO SEIXAL

O Município do Seixal conta com uma nova imagem institucional desde o dia 1 de Abril de 2010. A nova imagem corporativa tem uma fácil leitura, destacando "Seixal, Câmara Municipal", identificando de imediata a identidade de CMS. Este novo logótipo tem como características a Modernidade, assente numa imagem minimalista, conceptual, dinâmica e simbólica, a Versatilidade, que liga a tradição cultural à contemporaneidade a Modernidade, saliente na simplicidade das formas aliada às cores apelativas e contrastantes (o vermelho, o azul e o preto), que facilitam a leitura e o imediato reconhecimento. Na sua forma é visível a proa de um varino, embarcação tradicional ligada ao trabalho, à indústria e à água, presentes na identidade ribeirinha do município, sustentando o seu passado, presente e futuro. O símbolo pode ser dividido em duas partes, a parte superior representa uma folha, a asa de uma ave e uma telha, remetendo para os ecossistemas naturais, para a fauna e flora e o património, a parte inferior, transmite a identidade ribeirinha, a tradição e os valores duradouros da instituição, proporcionando estabilidade, sensibilidade, seriedade, conhecimento e confiança. O vermelho ilustra a vida, a força, o dinamismo, a coragem, e o património. A tipografia foi criada de raiz, numa base geométrica sem serifas, indo de encontro às formas do símbolo (CMS,2014).



Figura 20 – Marca Seixal.

Fonte: http://www.cm-seixal.pt/sites/default/files/documents/13manual_normas.pdf



Figura 21 – Comportamento de cor da Marca Seixal. Fonte: <http://www.cm-seixal.pt/sites/default/files/documents/13manualnormas.pdf>

3.4. Estudo de Casos

Boa Mistura

Boa Mistura é um grupo de artistas urbanos, que nasceu em Madrid, Espanha, no final de 2001. São cinco profissionais de várias áreas, com foco no design e arte urbana. *“Conhecemo-nos aos 15 anos quando pintávamos as paredes do nosso bairro e desde então somos amigos.”* (boa mistura, 2016) já realizaram projetos um pouco por toda a Europa, o que lhes deu notoriedade. Mais recentemente tiveram projetos em países/zonas com carências a vários níveis, destes destacam-se Argélia, Brasil e México.

Nestes casos, os projetos apresentam uma forte vertente social que identificam as necessidades numa comunidade, sejam elas quais forem recorrendo às suas capacidades visuais para que melhorem a qualidade de vida dos locais intervencionados. É notória a importância em trazer alegria e vivacidade a esses locais, criando assim vínculos com as pessoas, envolvendo-as e ativando as suas consciências e mais importante, tornando-as parte ativa das suas intervenções. Estes cinco artistas acreditam que da diversidade dos seus talentos e formas de ver o mundo, resulta uma boa mistura. *“Nós amamos o que fazemos. Entendemos o nosso trabalho como uma ferramenta que transforma a rua e cria laços entre as pessoas.”* (boa mistura, 2016)



Figura 22 – Boa Mistura. Fonte: <http://www.boamistura.com/pdf/boamistura-portfolio.pdf>

LUZ NAS VIELAS

É o nome da intervenção realizada, por este grupo, na favela Vila Brasilândia, em São Paulo, durante o mês de Janeiro de 2012. O coletivo esteve durante um mês nesta favela onde conviveu com a comunidade e se inspirou nos seus moradores, em especial nas crianças, para criar poderosas mensagens verbais e visuais.

NECESSIDADE

São conhecidos os problemas das favelas brasileiras, controladas por gangues organizadas que vivem do tráfico de droga e da violência. Mas neste tipo de ambiente nascem também pessoas genuínas e inspiradoras. A Vila Brasilândia é uma grande mistura cultural, onde a própria geografia do local faz com que toda a gente viva muito próxima, o que acaba por influenciar a forma como as pessoas se relacionam. Existem muitos atritos entre moradores e, ao mesmo tempo, relações muito afetuosas e intensas. Os poucos recursos acabam por fazer com que o espaço comum se vá degradando, o que provoca marginalização por parte das pessoas do exterior e pouco orgulho e até revolta nas pessoas que lá vivem.

RESPOSTA VISUAL

Inspirados pela genuinidade das pessoas, especialmente das muitas crianças que os seguiram para todo o lado, o coletivo encontrou na geografia super-povoada das estreitas e sinuosas ruas da favela o local ideal para responder visualmente às necessidades daquela comunidade. Para os moradores locais, estas ruas chamam-se “vuelas, becos”. Tendo como ponto de partida esta complexidade de relevos, decidiram pintar cada “viela” de uma única cor, com uma única palavra colocada de forma a que apenas seja totalmente visível de um único ponto estratégico da “viela”. Esta técnica, inspirada na anamorfose, tem real fundamento dada a geografia do local, que permite que as pessoas, ao descerem e subirem as inúmeras escadarias, atinjam um certo momento onde a mensagem ganha forma e consegue ser vista de forma perfeita. É como se a palavra estivesse escondida e se revelasse a certa altura.

Paralelamente, na intervenção, foi possível a partilha de sentimentos e emoções com a comunidade local, a vivência com as pessoas e a sua participação ativa. A alegria e genuinidade das crianças, sendo elas ao mesmo tempo a inspiração e o grande destinatário destas mensagens de esperança.



Figura 23 - Imagens do projeto “Luz nas vielas” Fonte: <http://www.boamistura.com/pdf/boamistura-portfolio.pdf>



Figura 24 - Imagens do projeto "Luz nas vielas" Fonte: <http://www.boamistura.com/pdf/boamistura-portfolio.pdf>

TAPETE GEOMÉTRICO

É o nome da intervenção realizada, por este grupo, para a MULAFES (IFEMA) em Madrid, Espanha, durante o mês de Junho de 2013 sendo o festival compreendido nos dias de 27 a 30 desse mês corrente. Quando se imagina algo grande como um quadro não se imagina uma tela com 2400 m² onde se possa explorar a criatividade, a verdade é que os BOAMISTURA tiveram a oportunidade de gravar no chão o seu trabalho através da geometria e a sua metamorfose.

NECESSIDADE

Um corredor entre os pavilhões 12 e 14 da exposição, com cerca de 300 metros de comprimento por 8 de largura, encontrava-se em asfalto e sem o espírito que o festival precisava, o coletivo de artistas teve a proposta de deixar a sua marca no chão, pretendia-se que fossem capazes de criar uma obra que servisse de fundo a todas as atividades presentes na IFMA.

RESPOSTA VISUAL

Pela primeira vez na história da IFMA, uma intervenção torna-se permanente e dá uma nova vida ao espaço, o chão foi a tela escolhida para dar vida este projeto, que explora a geometria e a sua metamorfose, gerando uma sequência que muda através de operações simples como a escala, cor e forma ao longo de 2400 m². Esta foi uma das maiores obras feitas em Espanha e o grupo quis fugir da sua zona de conforto, deixando assim o recurso à escrita, o que é visível na maioria das intervenções dos BOAMISTURA. A IFEMA é uma entidade que esta sempre em mudança, cada feira apresenta conteúdos diferentes, não se limitando. Esta foi a visão que o grupo quis passar ao fazer esta intervenção usando a geometria, um padrão que se altera, mas que não perde a sua identidade como a IFEMA (RUBEN MARTIN). Para além desta intervenção, tiveram um stand aberto ao público, que abordava o Graffiti durante o fim de semana em que decorreu esta convenção, no total foram mais de 55 artistas num só espaço aberto ao público, onde puderam mostrar os seus trabalhos.



Figura 25 - Boa mistura a pintar o "Tapete geométrico" Fonte: <http://www.boamistura.com/pdf/boamistura-portfolio.pdf>



Figura 26 - Promenor do "Tapete geométrico" Fonte: <http://www.boamistura.com/pdf/boamistura-portfolio.pdf>

3.4. Estudo de Casos

Germen Crew

A "*Germen Crew*" é um grupo de artistas urbanos que se especializou nos últimos 13 anos a usar formas alternativas de comunicação com o *Graffiti*, pintura mural, pesquisa social e documentação audiovisual. Este grupo defende a recuperação dos espaços públicos, promovendo a interação entre os habitantes nos Murais que concebem em conjunto com os mesmos, regenerando assim o tecido social desgastado, através da construção e re-interpretação da identidade do cidadão atual, fortalecendo a história e a cultura. Fazendo obras vistosas, tentando pôr o México novamente nas bocas do mundo como produtor de arte mural. Este conceito é a base para a criação dos seus projetos, juntamente com a dinâmica e a criação de elos de ligação entre a população e os seus bens, preocupando-se assim com o património cultural.



Figura 27 - Germen Crew. Fonte: <https://www.facebook.com/muralismogermen/>

Macro-mural “ Pachuca Se Pinta”

É o nome da intervenção realizada, por este grupo, no bairro de Palmitas, em Pachuca, no México. Em quinze meses, as paredes de mais de 209 casas, habitadas por 452 famílias, foram cobertas com 190 cores²⁰, passando cada uma a ser uma pequena parte do mosaico que constitui o macro-mural, com cerca de 20 mil metros quadrados.

NECESSIDADE

O governo mexicano sentiu a necessidade de reabilitar a imagem do bairro de Palmitas, em Pachuca, no México, integrado no projeto “WE MOVE”, para tentar combater a violência e a delinquência que existia nos bairros e especificamente neste bairro. A necessidade de olhar para um problema fez a diferença no modo da resolução do mesmo, convidando o grupo mexicano Germen Crew para tentar resolver os fatores que preocupavam o governo.

RESPOSTA VISUAL

Um esforço sem precedentes foi feito entre os Germen Crew e o governo do México para reabilitar e embelezar o distrito de Palmitas em Pachuca, este projeto engloba 20 mil metros quadrados de superfícies pintadas (e contou com a colaboração de uma casa de tintas a COMEX²¹), beneficiando diretamente 452 famílias e 1808 pessoas! O projeto macro-mural não se limitou a tornar o bairro mais bonito, foi também noticiado em alguns países “Um "arco-íris" de cor cobriu as paredes de um bairro degradado do México”, mas também alavancou uma transformação social positiva; para tal as famílias foram envolvidas no processo, promovendo união e o convívio, criando uma herança cultural e também uma atração turística. Como resultado, de acordo com o Ministério de Planeamento e Avaliação da cidade de Pachuca, a taxa de criminalidade diminuiu durante o desenvolvimento do mural, de acordo com as suas estatísticas de 56 acidentes em 2012, passaram para 44 em 2013, 34 em 2014 e só 12 no período de janeiro a junho de 2015;

²⁰ Martínez Brooks, Darío (1 de septiembre de 2015). “Macromural de Palmitas: con pintura también se combate la violencia”. CNN México. Consultado el 8 de octubre de 2015.

²¹ Lara, Ivonne (27 de julio de 2015). “El asombroso macromural de Palmitas en México”.

enquanto o furto ou roubo passou de 42 a 38, 31 e 11, respetivamente, para cada ano mencionado.^{22; 23} Vários postos de trabalho foram criados, o que também ajudou para estes resultados.

Esta obra foi noticiada em vários países, Reino Unido, EUA, Espanha, Grécia, Colômbia, França e Nova York, através de vídeos e fotos que encheram as redes sociais.²⁴ Este projeto continua ainda hoje a ser notícia como sendo um sucesso para o povo deste estado e também para aqueles que a visitam.

Com a dimensão desta obra, era de facto fácil destacar-se como sendo o maior mural da América Latina, a intervenção ocupa 20 mil M2 e durou 15 meses para ficar concluída. O poder Executivo federal do México publicou, na sua conta do Twitter, que *"as cores e a transformação de Palmitas são o resultado da integração e intervenção comunitária: À procura de uma transformação física e social"*.²⁵



Figura 28 – Projeto Pachuca Se Pinta. Fonte: <https://www.facebook.com/muralismogermen/>

²² "Peña Nieto inaugura el macromural 'Pachuca se pinta' ". Consultado a 31 de agosto de 2015.

²³ "Un colectivo pinta 209 casas para crear un mural urbano". Notimex. Consultado a 18 de agosto de 2015.

²⁴ "Qué es el macromural que hoy inaugura Peña Nieto en Pachuca? ". Puntofinal.mx. Consultado a 31 de agosto de 2015.

²⁵ Aranda, Jesús (3 de agosto de 2015). "Mural Pachuca se pinta, resultado de integración comunitaria: Peña". La Jornada. Consultado a 19 de outubro de 2015.

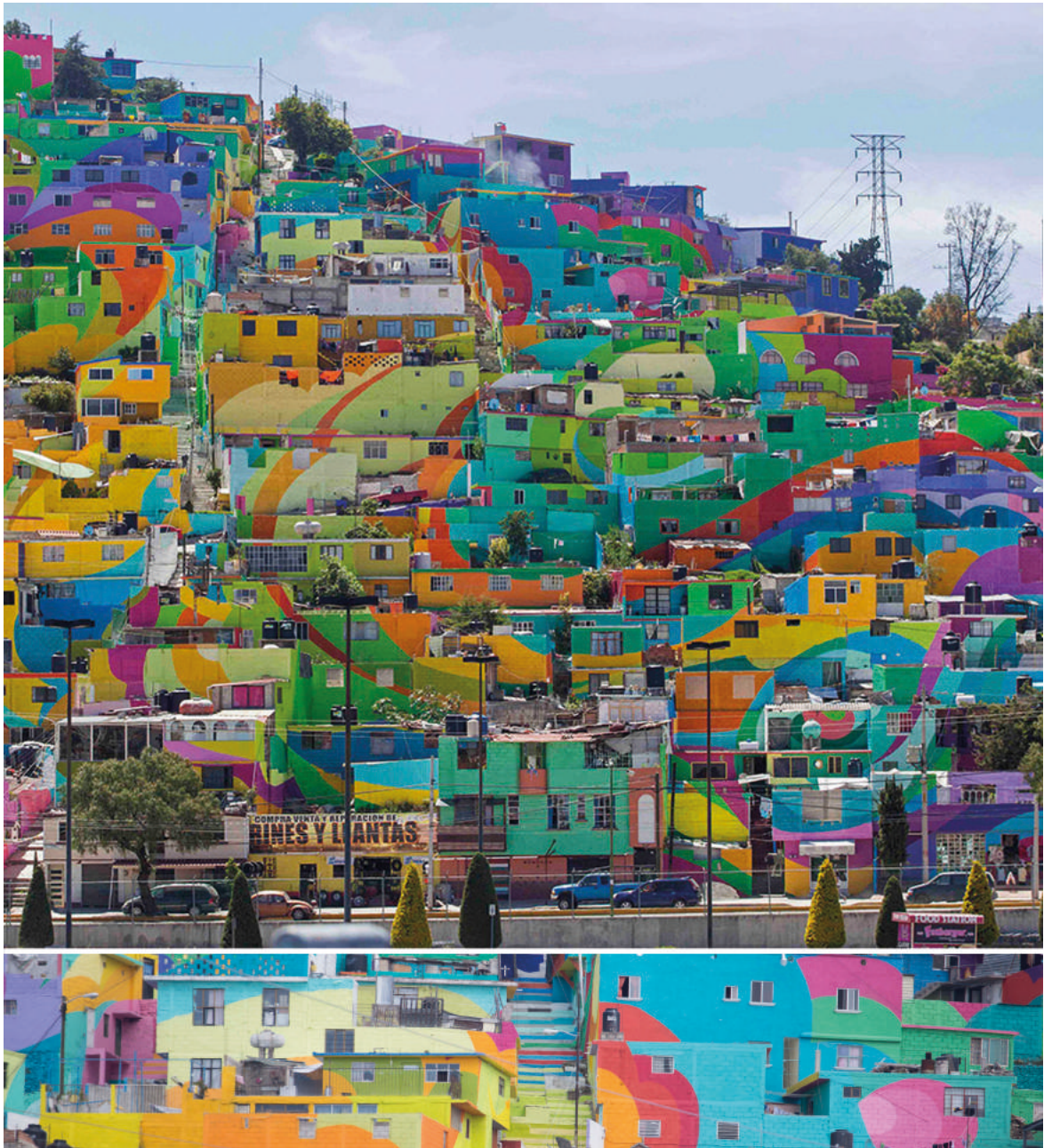


Figura 29 - Pachaca Se Pinta vários pormenores. Fonte: <https://www.facebook.com/muralismogermen/>



Figura 30 - Pachuca Se Pinta vários pormenores. Fonte: <https://www.facebook.com/muralismogermen/>

4. HIPÓTESE

Depois de estudar e analisar-se cada estudo de caso, podemos concluir que cada solução é o resultado da Diversidade Cultural de cada espaço, e complementam-se mutuamente, acrescentando valor cultural e visual aos espaços intervencionados.

Vivemos rodeados de cores e marcas, mensagens publicitárias agressivas, num tempo que não tem tempo e tudo corre ao nosso redor, não nos deixando aproveitar a beleza de cada lugar. Esta falta de tempo remete-nos para um isolamento e por consequência não desfrutamos das melhores coisas que nos rodeiam, como os espaços públicos ao ar livre. Ao longo desta investigação percebeu-se o porquê de as famílias não usufruírem destes espaços públicos que existem ao longo de toda a marginal do Seixal. A reformulação da imagem visual e corporativa do Seixal deixa ao descoberto um novo rumo que o concelho pretende tomar, uma imagem de esperança e orgulho em ser habitante do concelho.

Indo de encontro com esta visão que o concelho segue, este projeto proporciona diversas soluções que se inspiram em panoramas semelhantes que foram bem-sucedidos e onde o design e a arte urbana foram fulcrais para o sucesso da reabilitação urbana. O design através da co-criação é uma ferramenta eficaz perceber as carências da uma população fazendo-a parte ativa do projeto é essencial para se ser bem sucedido. A interligação e cooperação entre diversas áreas artísticas foi crucial nesta investigação, os casos de estudo deram um suporte teórico e visual onde se vê o processo e metodologias que foram usadas. O design foi um veículo que proporcionou às comunidades debaterem sobre todos os aspetos negativos presentes em cada zona a ser intervencionada.

Seguindo o fio condutor dado pelos casos de estudo, foi importante perceber os problemas que existiam ao longo da zona ribeirinha do Seixal, falando com os populares, os núcleos museológicos e a própria CMS, de modo a poder responder às necessidades da uma comunidade, preservando o património e toda a riqueza histórica. O ponto de ligação entre os casos de estudo é a cor, cor essa que transmite os valores que a CMS quer voltar a ativar na sua população. A rua pode e deve ser uma galeria de arte aberta ao público.

5. PROJETO

A rua pode e deve ser uma galeria aberta ao público, e mesmo quando algo belo se esconde do público, o público tem que perceber o que se esconde por de trás de cada muro ou fachada. Baseado no pensamento “as aparências iludem”, o mesmo acontece nos núcleos museológicos da zona ribeirinha do Seixal, o seu exterior imponente ou simplesmente minimalista esconde a história e os recantos não só do concelho, mas também de cada local em si... Sendo a falta de informação um fator chave para que estes espaços não sejam visitados, mesmo estando à vista de todos, a abordagem teria que ser forte e não fugisse ao olhar dos visitantes. Despertar o interesse revelando o que se poderá ver no interior de cada espaço intervencionado, trazendo a história do interior para o exterior, tentando criar alguma emoção com o espectador, quer seja pela surpresa ou pela curiosidade. O projeto começou com

um conceito simples, voltar a unir a população e fazê-la olhar para o que de melhor existe, preservado para a posteridade, de forma a manter a identidade do Seixal para que esta não se perca. Sendo uma das premissas do projeto dinamizar a frente ribeirinha através da cor e da interligação entre os vários artistas do concelho com a comunidade, conceito semelhante aos estudos de caso com resultados notáveis e comprovados, como podemos ver no caso de Pachuca pelo próprio governo. A “vida é cor” segundo Gianni Versace, a cor influencia o modo como encaramos o mundo, o nosso estado de espírito é influenciado por tudo o que nos rodeia, sendo a cor um elemento constante no dia a dia. Todas as propostas foram pensadas de modo a recuperar o património, dinamizando os espaços, mantendo e evidenciando a Identidade do Seixal tanto através da cor, como através de conceitos ou de referências históricas.



Figura 31 - Zona ribeirinha fonte: <http://boletim.cm-seixal.pt>

5.1. QUINTA DOS FRANCESES

Em concordância com os dados anteriores, pensou-se numa peça, quer pelo seu tamanho, quer pelo local e as suas características próprias, se destacasse de modo irrefutável. Mais que criar um ícone, pretendia-se criar algo que fosse diferente, mais que a palavra “Seixal” colocada em frente da Biblioteca Municipal do Seixal era poder ler-se e ter-se a perceção da palavra, independentemente da posição do observador. Mais que um ícone, queria um totem²⁶ que pelo seu conceito ía de encontro com a toda a ideologia do projeto, um objeto simbólico que era capaz de unir uma população ou comunidade em torno de si mesmo.

A grande particularidade desta peça (Fig.33) deve-se ao facto de se ter a perceção da “palavra”, independentemente do ângulo de visão do observador (exceto vista aérea). Foram redesenhadas as letras 4D Type²⁷ (Fig.32) atendendo que as originais não se adequavam ao local, nem a uma construção vertical. Para acentuar o significado desta obra, foi pensada a sua colocação em frente a uma instituição que representa todo o conhecimento científico, a Biblio-



Figura 32 - letras 4D TYPE criadas pelo Estúdio Lo Siento de Barcelona 20/05/2014. Fonte: <http://www.losiento.net/entry/4d-type>

teca Municipal do Seixal. Um espaço bastante importante culturalmente, que foi caindo no esquecimento desde o início do século XXI, pelos avanços das novas tecnologias que têm sido gigantescas desde a viragem do século e com o fácil acesso da informação digital. O mundo ficou bastante mais pequeno e à disposição de um simples clique.



Figura 33- Totem Seixal Fonte: Foto de autor

²⁶ Definição – “animal, vegetal ou (raramente) objeto, considerado como antepassado ou protetor de um clã, que simboliza a unidade do grupo e atualiza algumas das características com que os membros do grupo sentem afinidade, e ao qual se vinculam ainda por deveres e tabus sociais e religiosos”

²⁷ Letras criadas pelo Estúdio Lo Siento de Barcelona 20/05/2014 Fonte: <http://www.losiento.net/entry/4d-type>



Figura 34 - Totem Seixal, com a implementação de cores nos bancos e recuperação e reparação das cores e azulejos originais da biblioteca. Fonte: Foto de autor

A vida é cheia de cores, basta olharmos ao nosso redor e tudo tem cor, por vezes esquecemo-nos da importância e do impacto que elas podem ter em nós e no nosso dia a dia. Hoje, sabemos a importância da cor, não só em nós enquanto indivíduos, como na sociedade em que vivemos, e prova disso é o caso de estudo do bairro de Pachuca. Um projeto que pretendia aproximar as famílias, diminuir a criminalidade e fazer com que os seus habitantes se sentissem orgulhosos de serem moradores daquele bairro específico, o que outrora não acontecia, visto que era considerado um bairro bastante problemático. Perante o sucesso do Bairro de Pachuca (Fig. 35), na recuperação social através da arte, trazendo uma nova vida não só ao bairro como ao estado espírito dos moradores, a Quinta dos Franceses revelou-se o local ideal para explorar este conceito.



Figura 35 - Projeto de reabilitação social em Pachuca no México, fotos retiradas do vídeo oficial do projeto.

A degradação é evidente num jardim que ficou esquecido no tempo. Existe uma elevada afluência dos habitantes, ao caminho pedonal, porém passam de cabisbaixo, ao lado de um dos espaços mais emblemáticos que o seixal já teve, uma vista ampla de um espaço verde que culmina com uma paisagem sobre a baía, do alto da Biblioteca Municipal. São poucas as famílias que atualmente têm, de facto, como referência este jardim público para desfrutar de momentos familiares ao ar livre.



Figura 36 – Vista sobre a baía a partir da biblioteca Municipal do Seixal **Fonte: Foto de autor**



Figura 37 - Quinta dos franceses em 2005 vs 2016, foto cedida pela Isabel benito e foto de autor.

Mantendo a mesma linguagem geométrica e cromática já existente em alguns pontos da QUINTA DOS FRANCESES, foi essencial dar vida a um muro que se encontrava até então sem qualquer aproveitamento e ao abandono. Com este muro, a ideia era mostrar que é possível enriquecer um espaço, mesmo quando se pensa abandonado, e com este pormenor fazer toda a diferença. A grande particularidade deste padrão são as cores irem mudando sempre que a parede necessite de manutenção, sendo esta prevista duas vez por ano, fazendo com que as cores deste padrão sejam alteradas com o tempo, o que permitiria a criação de um *gif* ao fim de relativamente pouco tempo.



Figura 38 – Proposta de padrão, aplicado ao longo de todo o muro lateral do jardim **Fonte: Foto de autor**

Existem obras que se destacam pelo seu tamanho ou imponência, pela irreverência do autor ou pelo seu minimalismo. Ao projetar e esboçar ideias, a dimensão pode ser decisiva, quando se pretende rigor e explorar a geometria dos espaços.

Podemos perceber o quanto a cor pode influenciar o estado de espírito de uma população, devolvendo-lhes a luz e a alegria que existe em cada indivíduo, que culmina no orgulho em ser morador de um determinado local. Podemos ver este panorama nos estudos de caso, tanto em Pachuca como no projeto “luz Nas Vieas”.

Explorar as cores que existem na QUINTA DOS FRANCESES, as quais correspondem ao espírito naval e as embarcações tradicionais presentes na baía do Seixal, que são o vermelho, azul, verde e amarelo as cores mais usadas nas mesmas. Mais do que aplicar cor, pretendia-se que esta tivesse um conceito e que unisse toda a zona ribeirinha, sendo através de cor, em formas geométricas ou aplicada em tipografia e mensagens positivas e apelativas. Mais que escrever Seixal nas escadas que vão ao encontro da Biblioteca municipal do Seixal, na QUINTA DOS FRANCESES, pretendeu-se criar uma mensagem subjacente não só para os moradores como para os turistas, existindo alternativas diferentes como a já apresentada em cima através do “TOTE M SEIXAL”. Também foi criada a mensagem, “ÉS TU”(Fig. 39) - um slogan que deixa em aberto a interpretação, sendo que existindo o totem, esta frase ficaria “SEIXAL ÉS TU” ou lido de baixo para cima “TU ÉS SEIXAL”, sem esta peça a mensagem torna-se mais simbólica sendo que a biblioteca culmina no fim desta escadaria, “o CONHECIMENTO ÉS TU” ou “ TU ÉS O CONHECIMENTO”, que pretende transmitir uma mensagem para que o observador se desafie a utilizar o caminho pedonal e usufrua e desfrute das condições naturais da baía.



Figura 39 – Maquete das escadas “És tu” Fonte: Foto de autor



Figura 40 - Restauro das cores originais da escadaria com a inserção de "ÉS TU". Fonte: Foto de autor

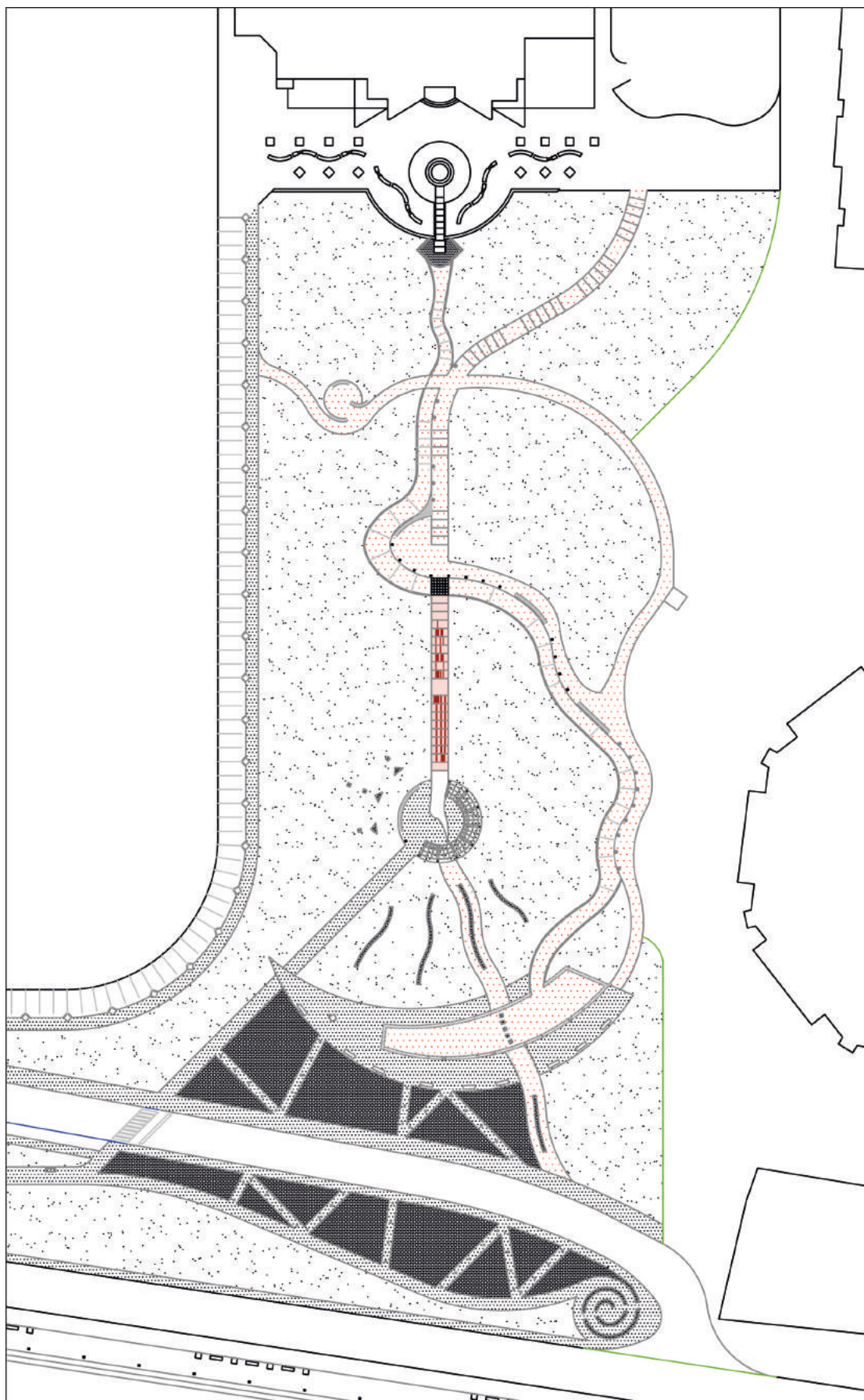


Figura 41 - Planta da Quinta dos Franceses Fonte: Foto de autor

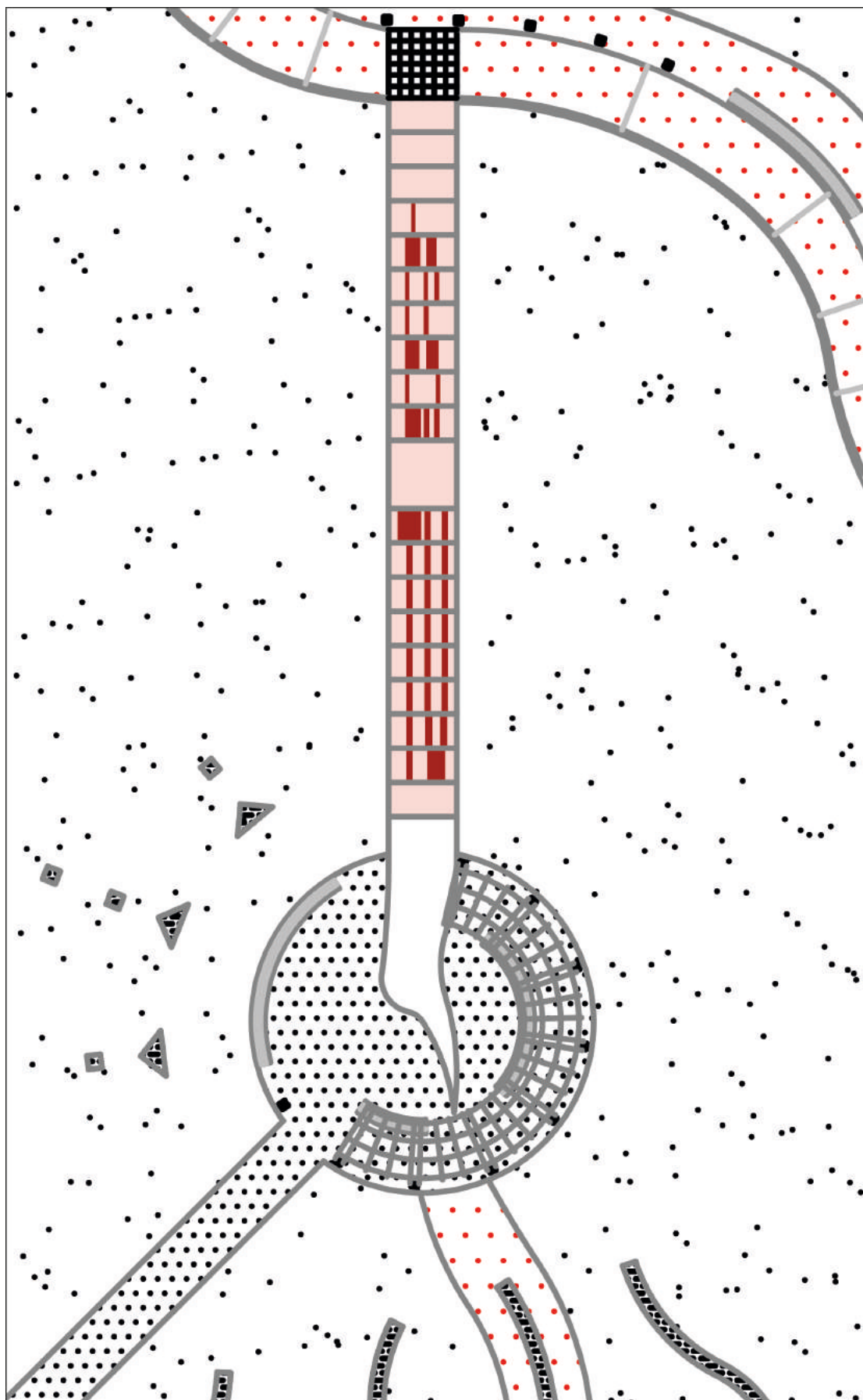


Figura 42 – Pormenor das estadas “És tu” em planta Fonte: Foto de autor

5.2. QUINTA DOS FRANCESES; MUNDET E TIPOGRAFIA POPULAR

Temos espaços belos, escondidos ao longo de toda a zona ribeirinha e um dos fatores é a imponência dos muros que separam o visitante destes espaços, exemplo disso é a QUINTA DA FIDALGA, que para muitos continua a ser desconhecida; a solução que foi concebida para os três espaços (QUINTA DA FIDALGA, a MUNDET e a TIPOGRAFIA POPULAR fig. 43) partindo do mesmo pressuposto, tentando despertar a curiosidade no observador, transpondo a essência do interior para o exterior do espaço.



Figura 43 – Fachadas dos espaços a intrevencionar. Fonte: Foto de autor

Por vezes recuperando a história e o património, outras a essência do espaço para o exterior. Nestes três casos, foi conseguida essa transposição direta com elementos conceptuais que proporcionassem ao observador o que poderia encontrar no interior destes espaços. Para a QUINTA DA FIDALGA foi criado um *lettering* inspirado em elementos que existiam na exposição presente na MUNDET “Cortiça ao milímetro” (fig. 44)

Quinta da Fidalga



Figura 44 - Lettering criado para a fachada e a sua inspiração. Fonte: Foto de autor

A grande particularidade deste *lettering* é ser aplicado em relva na fachada, proporcionando-lhe uma nova vida e um novo destaque, juntamente com o *lettering*, foi criada uma placa informativa que seria colocada à entrada, como podemos ver na figura abaixo (fig. 45).

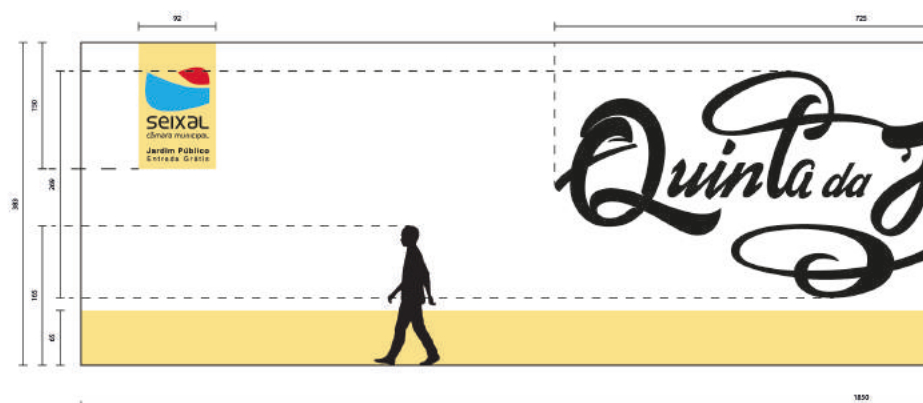


Figura 45 - Proposta de aplicação na fachada da Quinta da Fidalga. Fonte: Foto de autor

Na MUNDET, pretendeu-se recuperar a história, proporcionando aos visitantes e aos turistas um pouco do património e da importância desta fábrica que, como já foi referido, tinha o orgulho de dizer que “ali se produzia tudo em cortiça”, deste modo tudo o que pudesse ser criado, seria com o intuito de ser em cortiça e colocado na sua fachada que sofre do mesmo problema que a QUINTA DA FIDALGA, imponentes muros brancos, que não convidam a entrar, e a falta de informação indicando que aquele espaço é de aceso público. Foi recuperado o antigo logotipo da MUNDET e redesenhadas as letras presentes no logotipo para escrever ECOMUSEU, de modo a aplicar também na fachada, completando assim esta intervenção.



Figura 47 - Processo de recuperação do antigo logotipo da MUNDET e criação das letras ecomuseu. Fonte: Foto de autor



Figura 46 - Proposta de aplicação na fachada da Mundet. Fonte: Foto de autor

Um espaço repleto de história passa despercebido num dos bairros mais populares e movimentado,s derivado à existência de diversos bares. A sua fachada minimalista é um dos principais fatores para este espaço não ser mais visitado. Porém, existe novamente uma falta de cuidado com a comunicação ou a sinalização que é inexistente. Remetendo o interior para o exterior, foi criado um arco com vários *typs* de modo a destacar-se nesta rua. Esta proposta agradou bastante o Srº Palaio.



Figura 48 – Vários “Tipos” Fonte: Foto de autor



Figura 49 – Proposta de aplicação na fachada da Tipografia Popular. Fonte: Foto de autor

5.3. Caminho Pedonal

O pontão é um ponto de encontro entre moradores e visitantes, devido à sua localização estratégica, pois encontra-se entre a QUINTA DA FIDALGA e o MUSEU NÚCLEO NAVAL, o que lhe dá uma enorme afluência. A Câmara Municipal do Seixal viu também as potencialidades deste local, colocando máquinas de *fitness* e alguns bancos de repouso que melhoram significativamente a zona. Sendo este um ponto estratégico, seria ideal para a criação de uma obra que, para além da vertente visual, teria como finalidade a divulgação do ESPAÇO MEMÓRIA TIPOGRAFIA POPULAR, visto que a ideia seria reproduzir uma das vinhetas criadas pelo Sr. Palaio que podem ser observadas no museu.

Esta vinheta (Fig. 50) em particular, tem como elemento a palavra “SEIXAL”, daí achar pertinente a sua colocação no pontão, preservando a história e o património. Juntamente com esta vinheta foi colocado o elemento identificativo da tipografia que se encontrava também nessa vinheta, e agora aproveitado em contexto digital. Estes dois elementos dão a conhecer a existência desta tipografia - museu.



Figura 50 – Vinhetas do Museu e do Seixal. Fonte: Foto de autor



Figura 51 – Planta do projeto do Pontão Fonte: Foto de autor



Figura 52 – Vinheta do Seixal aplicada no Pontão do seixal e aplicação de cor nos bancos. Fonte: Foto de autor

5.3. Caminho Pedonal

Com o aumento constante de práticas de uma vida saudável, cada vez mais presente na sociedade portuguesa, o Seixal não é exceção. A zona ribeirinha é utilizada todos os dias por inúmeras pessoas para a prática de corridas, caminhadas e atualmente conta também com uma ciclovia, fruto das novas obras de requalificação da Baía.

São poucas as pessoas que conhecem o mapa de todo o caminho pedonal, pois esse mapa só se encontra no início e no fim. Existia então a necessidade de difundir o mapa pelos frequentadores ou visitantes deste espaço. Associado a este fator, verificou-se também que não existe referência a nenhum dos bebedouros existentes ao longo do percurso, elemento essencial, tendo em conta que o número de praticantes de desporto aumentou neste espaço.

Decidiu-se então conjugar estas duas falhas e torná-las em mais valias para o concelho, sendo que existem seis bebedouros que poderiam ser pontos de referência não só para os praticantes ou desportistas, mas também para os turistas, servindo assim de ponto de apoio alternativo de referência. Optou-se então por colocar nos bebedouros uma simplificação do mapa pedonal, juntamente com a identidade corporativa do Seixal, pretendendo assim reforçar o orgulho em ser seixalense e dar a conhecer aos turistas o Seixal enquanto marca.

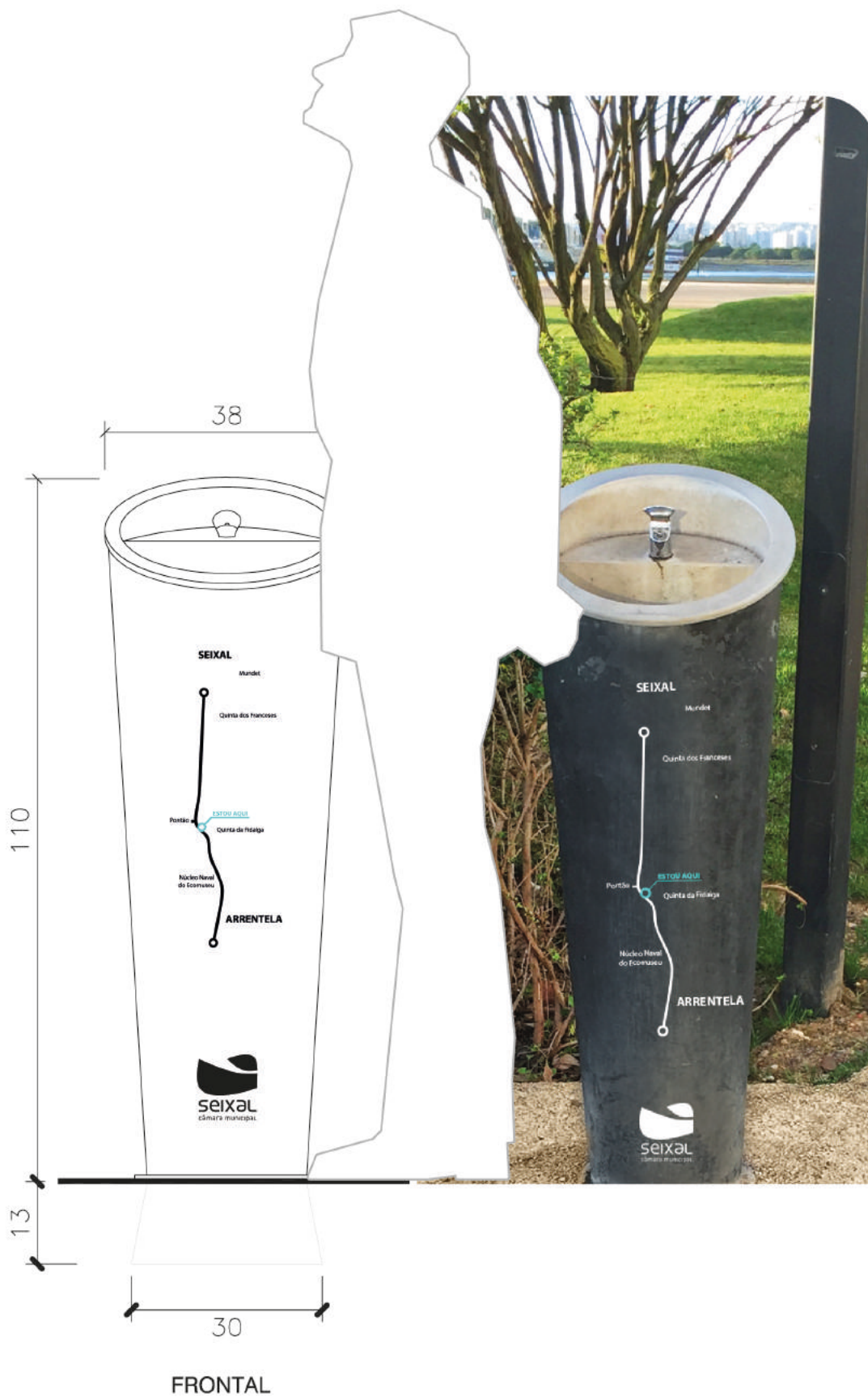


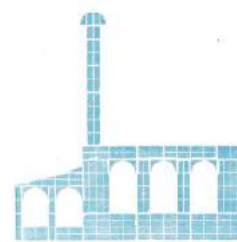
Figura 53 - Planificação e maquetização do caminho pedonal do Seixal. Fonte: Foto de autor

5.4. Tipografia Popular

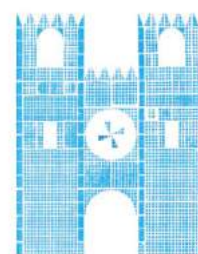
Através da elaboração de vários projetos paralelos que se complementam com o objetivo de recuperar a alegria e orgulho dos habitantes do Seixal, este projeto de investigação propõe possíveis soluções que contrariem e recuperem esta perda de identidade cultural.

A tradição tem que conviver com a tecnologia de modo equilibrado, pois sem a história não haveria o presente, e todo o conhecimento que advém da experiência. Pretendia mostrar que este conceito é possível, com a criação das vinhetas em formato digital, não só pela sua divulgação (história e conhecimento) que seria mais fácil, eficaz, ecológica e rentável. O MUSEU ESPAÇO MEMÓRIA TIPOGRAFIA POPULAR, foi o espaço perfeito para ter um contacto diferente com a tipografia bem com a história, e perceber que os antigos tipógrafos/designer, com muito pouco faziam muito e este foi o modo de pensar que mais me chamou a atenção, pois os “Tipos” não passavam de um módulo onde eram aplicados movimentos simples como rotação, translação e repetição. Conceitos simples que todos nós Designers conhecemos, mas que têm sido perdidos com o tempo, pelo facilitismo que toda as novas tecnologias nos proporcionam.

Ao recriar as vinhetas em formato digital, consegui perceber a técnica manual por de trás da criação das figuras (Fig. 54), e a importância da recuperação do processo de concessão e da sua re-adaptação para o presente em formato digital (fig. 55), possibilitando



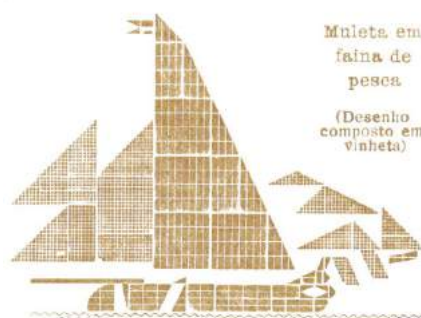
Feito em vinheta
(Fábrica da Pólvora)



Feito em vinheta

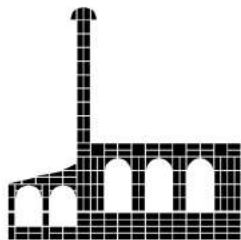


Pescador do Seixal
(Desenho composto em vinheta)

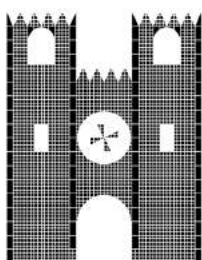


Muleta em
faina de
pesca
(Desenho
composto em
vinheta)

Figura 54 - Vinhetas originais Fonte: Tipografia do Seixal



Fábrica da Pólvora



Santa Sé



Pescador do Seixal



assim a criação de novas vinhetas.

Figuras essas que representassem e fossem ícones na zona ribeirinha como por exemplo a biblioteca municipal, mas também outros espaços facilmente reconhecidos pelos habitantes como também pelos turistas.

Podemos comparar dois conceitos que seguem a mesma linha de simplificação de um objeto ou conceito, porém um continua a ser feito e convive com qualquer pessoa constantemente - os pictogramas, contudo as vinhetas perderam o seu impacto e os Designers deixaram cair no esquecimento esta técnica.

Tive a oportunidade de ver e perceber que, mesmos com poucos recursos, era possível realizar diversos trabalhos, o caso concreto que me surpreendeu mais foi o facto de vários *letterings* serem feitos de um ou dois “módulos” a criatividade era o limite, tudo era possível, mesmo com recursos reduzidos

A antiga gráfica do Seixal está agora transformada neste museu, onde existe um espólio considerável de “tipos” e de máquinas com valor histórico ainda operacionais, para que os visitantes percebam um pouco mais sobre a arte de imprimir.

Várias foram as ideias depois de recolher e reproduzir as vinhetas, desde a criação de agendas a pequenos livros descritivos dos monumentos. Mas porque não pensar de forma diferente e partilhar com os utilizadores e marcar a história no chão? Desta vez o pensamento foi não só em partilhar e difundir o património, mas também pensar numa grande escala, utilizando a Palavra SEIXAL de umas

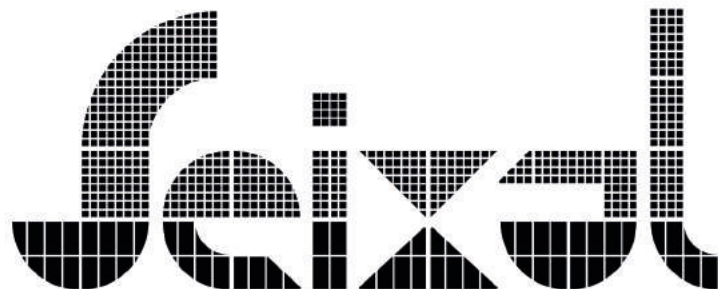
Figura 55 – Vilhetas digitais Fonte: Foto de autor

das vinhetas existentes, ampliada e aplicada no chão do pontão da zona ribeirinha, o que se poderia tornar, de certa forma, uma atração e motivo de curiosidade para novos visitantes conhecerem um pouco da história do concelho.

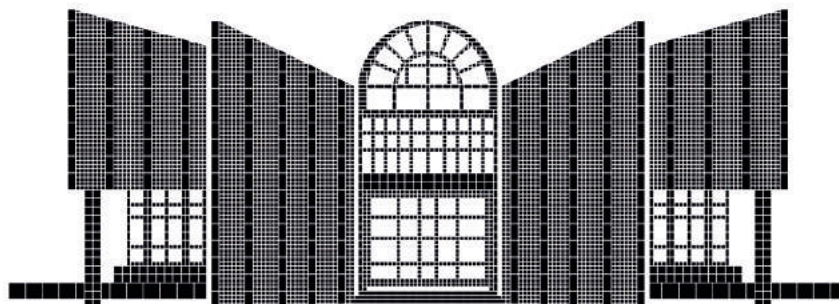
4. Projeto



Vinheta Logotipo em digital



Vinheta Seixal em digital



Biblioteca Municipal do Seixal

Figura 56 – Recuperação das vinhetas, “logotipo” e “Seixal” e a criação de uma nova vinheta a “BMS”. Fonte: Foto de autor

5.5. Merchandising



Figura 57 - Agenda prensada com vinhetas e vários sacos publicitários do seixal. Fonte: Foto de autor

Sendo o design um processo criativo e dinâmico, proporcionaram-se parcerias entre outros designers, fotógrafos e artistas de arte urbana, de modo a interagir e integrar novas e diversas visões, dando uma maior coesão à identidade visual do Seixal. Uma terra cheia de cor que transparece para os seus barcos elementos florais e cores garridas (Fig. 59).



Figura 58 – Elementos florais das embarcações do Seixal.

Tirando proveito destes elementos florais, existiu uma parceria com o Nuno Alves que participou no concurso MINI ART GALLERY e ficou num dos 10 primeiros lugares com o Mini do Tejo (Fig. 58).



Figura 59 – “Mini do tejo” criado para o concurso MIM ART GALLERY. Fonte: Nuno Alves

De seguida, foi pensada uma linha de *merchandising* que acompanhasse o mesmo conceito e que surpreendesse tanto os populares quanto os turistas. Tentar juntar novos elementos a um ADN tão próprio não é fácil sem perder a sua identidade, porém foram criadas duas linhas de pensamento, uma mais tradicional e uma que juntasse dois ADN’s diferentes, mas que representassem igualmente o Seixal e a sua tradição, bem como o seu património. Este conceito materializou-se numa linha que servisse a frente ribeirinha como os restaurantes e cafés, de forma a proporcionar aos utilizadores do espaço uma maior coesão entre a hotelaria e reforçar a imagem de marca do Seixal. (Fig. 59)



Figura 60 – Planificação dos dois modelos criados. Fonte: Foto de autor



Figura 61 – Chávena de café Fonte: Foto de autor

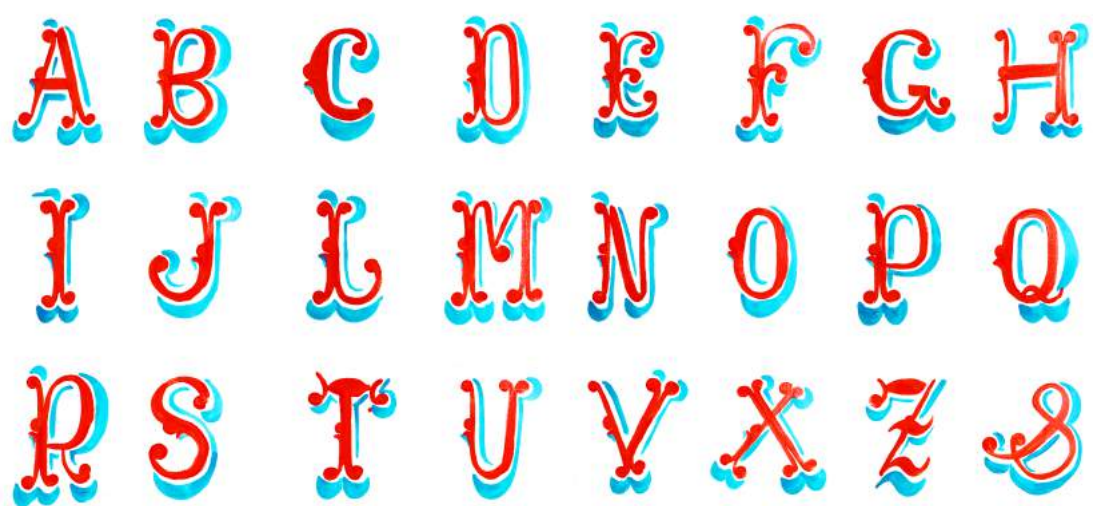


Figura 62 - Alfabeto Tipográfico das embarcações do “TEJO” Fonte: Foto de autor

T-shirt

A criação de uma linha de t-shirts que levasse o nome do Seixal além do Tejo era importante, não querendo escrever SEIXAL de modo explícito, foi utilizado o TOTEM SEIXAL como ponto de partida. O limite da legibilidade foi o aspecto que mais se enquadrava com o propósito da primeira proposta de T-shirt, desconstruir o totem criando algo apelativo visualmente, mas que não fosse para além do limite da legibilidade.

Para ajudar na realização deste modelo, foram criadas em 3D várias letras que serviram de base para o totem (maquete), facilitando assim a criação do desenho em digital (Fig. 63). O desenho é aplicado somente na parte da frente da t-shirt.

A segunda alternativa é dedicada ao totem original e aplicada só no verso, o desenho foi redesenhado de modo a ficar ao longo de toda a t-shirt representando a coluna vertebral e de modo a que os dois modelos ficassem com a mesma coerência visual. Optou-se por utilizar cores neutras de modo a valorizar o desenho, para que a cor não se tornasse uma influência na altura da compra, como temos vindo a observar ao longo do projeto. É importante salientar o interesse que vários comerciantes revelaram por este produto, de fácil comercialização na zona, que cria, por conseguinte, uma identidade visual para todo o local, visto que atualmente não existe esta oferta.

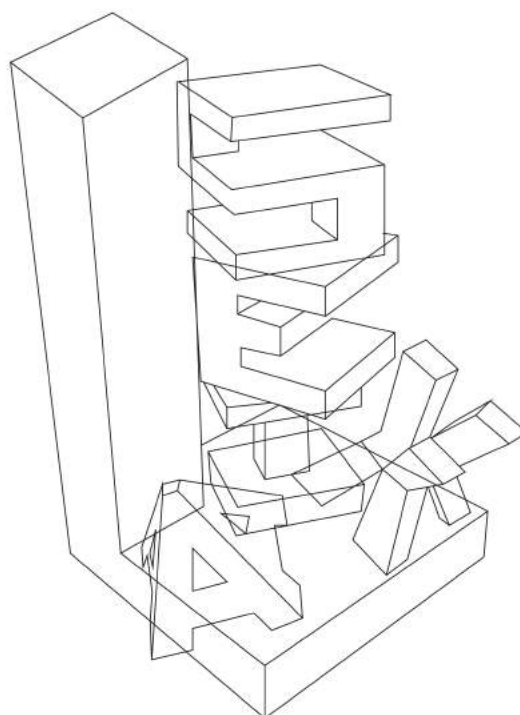


Figura 63 – Desconstrução do totem em 3d e vetor.
Fonte: Foto de autor



Figura 64 - exemplo da 1ª proposta de t-shirt. Fonte: Foto de autor



Figura 65 - exemplo da 1ª proposta variante homem, mulher. Fonte: Foto de autor



Figura 66 – exemplo da 2º proposta de t-shirt. Fonte: Foto de autor

5.6. Postais

Ao longo de todo o projeto, deparei-me com falhas de comunicação e de informação. Para combater este fator e tendo em vista o melhor que existe na zona ribeirinha, foram criados 12 Postais que demonstrassem a riqueza e o vasto património que existe nesta terra, que tem o privilégio de ter um forte recurso natural, o rio. Oferecer uma nova perspetiva era essencial para por o “Seixal no Mapa” proporcionado uma nova visão da zona ribeirinha que só foi possível pela aquisição de um drone (phantom 3 professional).



Figura 67 – Conjunto de 12 postais, (part 1 de 2) Fonte: Foto de autor



Figura 68 - Conjunto de 12 postais (part 2 de 2) Fonte: Foto de autor

Este conjunto de imagem foi mostrado a várias entidades como a CMS, a Mundet e ao restaurante “Lisboa a Vista”, todas as entidades gostaram das imagens pela diferença e originalidade. A Fotografia onde surge o cacilheiro “Lisboa a vista” teve uma enorme aceitação pelos donos “As Fotos inspiram!!! Acho que qualquer Português devia sentir-se orgulhoso por ter uma Baía assim...”, tendo sido cedida e utilizada num jornal Norueguês.



Figura 69 - Um dos doze postais criados, frente e verso. Fonte: Foto de autor

5.7. E-books

Com este projeto, existiu também a necessidade de preservar alguns dos elementos históricos e culturais que foram encontrados e serviram de apoio para esta investigação. Estes dados encontravam-se somente em formato físico (livros), e em estado degradado, existindo poucos exemplares dos mesmos, optou-se por transformá-los em materiais digitais, possibilitando assim o seu acesso em qualquer parte do mundo, preservando a história, dando a conhecer os valores culturais e o concelho a outras comunidades.



Figura 70 – Livros históricos reproduzidos em E-book. Fonte: Foto de autor

6. Reflexões, contributos e limitações

No início desta investigação, o apercebi-me de alguns erros tanto de comunicação como de carências de vários locais públicos, que outrora repletos de vida, viram sobre eles numerosas famílias a desfrutar, não só do espaço como da bela vista que o estuário do tejo proporciona ao Seixal. A fim de perceber o porquê da carência destes locais, houve uma reunião com o departamento da Juventude de modo a transmitir a visão do projeto e se existiria interesse, por parte deste departamento, em colaborar ativamente no decorrer da investigação. Após várias trocas de ideias, percebi que não seria o único a detetar as carências nos locais de estudo, porém o departamento não correspondeu às minhas expectativas. Daí surgiram várias visitas aos núcleos museológicos incluindo o núcleo naval, o centro de documentação e informação (antiga MUNET), extensão do espaço memória-tipografia popular do seixal e posto de turismo que foram deveras atenciosos e demonstraram grande estima pelo projeto, fazendo-me lutar, ainda com mais afinco, contra as adversidades que acabaram por surgir. Quando existe uma elevada exigência burocrática, quer na recolha de documentação quer na tentativa de falar com responsáveis que pudessem ajudar em algumas dúvidas em relação às obras que se encontram a decorrer, inclusive as que foram feitas, é desmotivante, porém compreensível, pois os serviços centrais contam com cerca de 700 trabalhadores, mas a organização e correlação entre os serviços demoram, sendo que prova disso foi a demora á resposta de um email enviado para o CMS que só obtive resposta passado mais de 2 meses e com uma insistência semanal para saber como se encontrava o processo de resposta ao email, a burocracia foi de tal modo que após 8 departamentos não existia ainda uma resposta ao email enviado. Superado este fator existiram outros obstáculos como a falta de informação ou a inexistência de dados públicos relativamente as obras tuteladas pela cms, contudo o projeto foi avançando de modo coerente.

Nas deslocações aos núcleos museológicos foi conseguido ultrapassar os fatores acima mencionados em conversas informais, onde obtive dados fulcrais para o projeto como por exemplo a existência de um livro ilustrado por Eugénio Silva sobre a história do concelho que em muito contribuiu para um melhor conhecimento sobre o local de estudo. O maior contributo neste projeto foi poder partilhar e ter o *feedback* das pessoas onde as intervenções foram pensadas, acreditando que o Seixal pode ser muito mais do que é, existindo todas as potencialidades para colocando o “SEIXAL NO MAPA”.

7. Conclusão

Este projeto de investigação pretende demonstrar que é possível realizar diversas intervenções com reduzidos custos como podemos comprovar nos três casos de estudo apresentados, onde o único custo que existiu foi na aquisição de tintas, o que também pode ter um impacto económico menor, com a criação de parcerias estratégicas.

Estas parcerias podem ser benéficas na hotelaria, de modo a poderem vender e difundir a marca Seixal com toda a linha de *merchandising* que é apresentada ao longo do projeto, pois seria bem aceite por alguns dos restaurantes na zona ribeirinha, porém teria que ser a CMS a servir de mediador.

Ao longo da criação dos conceitos para cada intervenção, exploraram-se vários espaços e foram realizadas diversas entrevistas informais a moradores e a trabalhadores que prontamente reagiram de forma positiva a todo o projeto, querendo de imediato colaborar. É gratificante sentir que no fim, esta investigação é o culminar de diversas interações entre artistas e moradores, existindo dois momentos que se destacaram: Ouvir as palavras do Sr. Palaio em relação à vinheta realizada da Biblioteca Municipal do Seixal e sentir o entusiasmo de querer reproduzi-la manualmente, o que demonstra que o design pode conviver com o saber artesanal e vice-versa; O outro momento marcante foi saber que uma das imagens pertencentes ao conjunto de postais saiu num jornal da Noruega, o que culmina com o objetivo desta projeto que é pôr o “Seixal no Mapa”. Todos os contactos pretendem ser mantidos de modo a tornar este projeto real.

8. BIBLIOGRAFIA

- Costa, Joan. (2011). *Design para os olhos: marca, cor, identidade, sinalética*. Dinalivro
- Galeria de arte urbana. (2014) *Street art lisbon zest* – 1ed. – Zest, Lisboa
- Goethe, J.W. von (1982) *Theory of Colours (Trans. Charles Lock)*, Eastlake, Cambridge
- Healey, M. (2009). *O que é o Branding?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- KAPFERER, J.N., (1991). “*Marcas - capital de empresa*”, Lisboa: Edições CETOP
- LOURO, Maria João Soares. (2000) *Modelos de avaliação de marca*. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v 40.nº2,p.37
- Martín, M. S. (2009). *Field guide: How to be a fashion designer*. Beverly: Rockport Publishers.
- Mollerup, P. (2005). *Marks of excellence - The history and taxonomy of trademarks* . Switzerland: Lars Muller Publishers.
- Mozota, Brigitte Borja de. (2003) *Gestão do Design: usando design para construir valor de marca e inovação empresarial*. Porto Alegre: Bookman,
- SILVA, Eugénio. (2004). *História do concelho do Seixal*: Câmara municipal do Seixal
- Travis, L. (2004). *Visibilidade e reconhecimento para os programas de educação corporativa*. Branding Learning, pp. 1-6.
- Wheeler, Alina (2012). *Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas*- Tradução: Francisco Araújo da Costa,- 3.ed. – Porto Alegre: Bookman 320 p.

8. NETOGRAFIA

AMA - American Marketing Association. (2013). - Disponível em MarketingPower:

http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B

[acedido a 15/02/2016]

Boamistura interviene en ifema - Disponível em <http://mulafest.com/2013/boamistura-interviene-en-ifema/>

[acedido a 27/04/2016]

Câmara municipal do Seixal, Espaços Verdes (2016) Disponível em www.cm-seixal.pt/espacos-verdes.

[acedido a 02/05/2016]

Câmara municipal do Seixal, História (2016) Disponível em www.cm-seixal.pt/historia.

[acedido a 20/04/2016]

Carita, ALEXANDRA. (2009). Portugal deixa morrer património- Disponível em

<http://expresso.sapo.pt/actualidade/portugal-deixa-morrer-patrimonio=f489824> [acedido a

22/11/2015]

Confúcio – Disponível em <http://quemdisse.com.br/frase.asp?frase=50223> [acedido a

16/05/2016]

Definição de Totem – Disponível em <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/totem>

[acedido a 24/11/2015]

Duarte, Carlos. (2016) *O design, a criatividade e a economia nacional*. Disponível em

www.publico.pt/economia/noticia/o-design-a-criatividade-e-a-economia-nacional-1730188

[acedido a 02/05/2016]

Germen crew creates a giant piece in Pachuca, Mexico - Disponível em

<http://www.streetartnews.net/2015/07/germen-crew-creates-giant-piece-in.html> [acedido a

23/05/2016]

Luz nas vielas – Disponível em http://www.boamistura.com/luz_nas_vielas.html [acedido a 27/04/2016]

México usa arte urbana para combater a violência e gerar emprego – Disponível em <http://www.tsf.pt/multimedia/galeria/vida/interior/mexico-usa-arte-urbana-para-combater-a-violencia-e-gerar-emprego-4703407.html> [acedido a 10/04/2016]

Náutica de recreio- Disponível em <http://www.cm-seixal.pt/nautica/nautica-de-recreio> [acedido a 16/05/2016]

Nova imagem institucional – Disponível em http://www.cm-seixal.pt/CMSEIXAL/CAMARA/PROJECTOS/10CAM_Pro_NovoLogotipo.htm [acedido a 01/06/2016]

Quinta da Fidalga – Disponível em <http://www.cm-seixal.pt/equipamento/quinta-da-fidalga> [acedido a 15/05/2016]

Thomas A Edison- Disponível em <http://quemdisse.com.br/frase.asp?frase=7180> [acedido a 16/05/2016]

Una alfombra geométrica de 2400m2- Disponível em <http://www.boamistura.com/ifema.html> [acedido a 27/04/2016]

Vídeo do bairro de Pachuca - Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=aTcJe2Pf_DU [acedido a 23/11/2015]

9. Anexos:

ANEXO 1

PROJECTO DE LEI N.º 583/XII/3.^a

Criação da Freguesia do Seixal, no Concelho do Seixal, Distrito de Setúbal

24 Abril 2014

Exposição de motivos

Esta é uma das freguesias mais antigas do município, confirmada quando da constituição do mesmo, em 1836, no âmbito da Reforma Administrativa implementada pelo então jovem Regime Liberal. Tal como Amora, Arrentela e Aldeia de Paio Pires, já era sede de freguesia no Termo de Almada, que até à supra referida data incluía o atual território do Município do Seixal.

A predominância da povoação do Seixal sobre as restantes, em termos demográficos, económicos, de equipamentos públicos, influência política, associativa e administrativa era evidente no território do futuro Município, pelo que não foi estranha a escolha para sede do mesmo.

Para se ter uma ideia da predominância demográfica e económica do Seixal dentro do seu território municipal, basta atentar, por exemplo, na diferença do número de pontos de abastecimento público de água nas várias localidades: antes de 1950, ano em que começou a ser instalada no concelho a rede pública de distribuição, o Seixal dispunha de seis, dois na zona mais antiga, três na zona mais moderna e um no Bairro Novo; a Arrentela dispunha de três; a Torre da Marinha de dois; a Cruz de Pau de um; Corroios de um; a Aldeia de Paio Pires de um; e a Amora de três.

O nome da localidade parece ter origem nos numerosos seixos que existiam na frente ribeirinha, que eram usados como lastro para equilíbrio das embarcações. Literalmente, seixal designa um local onde abundam seixos.

Segundo refere Frei Joseph Pereira de Santa Anna em 1745, D. João I doou Almada e o seu Termo que, à data incluía a quase totalidade do atual Município do Seixal, a D. Nuno Álvares Pereira, em 1385.

Em 1483, D. Brites Pereira, sobrinha do Condestável D. Nuno Álvares Pereira, doou a (desde então denominada) Quinta da Trindade à Ordem da Santíssima Trindade. De acordo

com uma inscrição existente num marco cadastral lítico daquela propriedade, os frades daquela Ordem, conhecidos por Frades Trinos, já administravam a propriedade em 1585.

No primeiro livro de Baptizados da Freguesia de Arrentela, o Seixal é denominado Vila, já em 1583.

No seu Livro das Grandezas de Lisboa, 1620, Frei Nicolau de Oliveira menciona as muletas, embarcações típicas do Seixal.

Na obra que elaborou de 1703 a 1723, Frei Agostinho de Santa Maria cita documentos que referem a construção da Ermida do Seixal, em honra de Nossa Senhora da Conceição, no início do século XVI. Afirma ainda que quase todos os moradores daquela povoação são marítimos e pescadores. Refere também que o Seixal era, à data, o maior e mais populoso lugar da Freguesia de Arrentela, contando aproximadamente cem vizinhos (expressão que na altura designava uma família ou uma casa habitada) e cerca de quatrocentos habitantes.

Em 1726, o Patriarca de Lisboa, D. Tomás de Almeida, concede licença para a edificação da Igreja Matriz do Seixal. A escritura para a construção data de 29 de Dezembro do mesmo ano. A Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Conceição do Seixal, que visava resolver a escassez de espaço na Ermida com a mesma invocação, foi inaugurada no Dia de Natal de 1728.

A população estaria em franco crescimento e, por volta de 1727, já contaria com mais de 300 vizinhos (ver nota supra) e cerca de 1.200 moradores.

A Paróquia de Nossa Senhora da Conceição do Seixal e, em simultâneo, a Freguesia do Seixal, foi fundada em 1734, tornando-se independente da de Arrentela. Datam dos mesmos anos os primeiros assentos de Baptismos, Casamentos e óbitos lavrados na nova paróquia.

Afirmava o Pe. Luís Cardoso que, em 1736, existia um hospital no Seixal.

Em 1744 foi fundada a Irmandade de S. Jesus dos Marianes do Seixal da Freguesia de N.ª Sra. da Conceição.

Em 1 de Novembro de 1755, o terramoto que afetou a Região de Lisboa provocou grandes estragos na Seixal, registando-se numerosas vítimas. A Igreja Paroquial ficou muito danificada, sendo as obras de reconstrução apenas sido concluídas em 1776, ano em que foi acabada a torre sineira.

Desde pelo menos o Período dito Pombalino, que a Armada Portuguesa tem instalações na Azinheira. As valências foram muitas ao longo dos séculos: armazéns das galeotas

reais, cemitério de madeiras, depósitos de mastros e velas, depósito de minas e, finalmente, as instalações do Instituto Hidrográfico da Marinha.

Devido a uma epidemia de cólera-morbo, os defuntos deixaram de ser inumados na Igreja Paroquial, tendo sido criado um Cemitério (que se crê ficaria próximo, a Poente, da atual Sede da Sociedade Filarmónica União Seixalense).

O ano de 1848 assinala um marco importante no movimento associativo, com a fundação da Sociedade Filarmónica Democrática Timbre Seixalense uma das mais antigas do país, formada por operários da construção naval. Em 1871, uma discordância sobre os estatutos e, curiosamente, o aparecimento de duas fações apoiantes, respetivamente, da França e da Prússia, no conflito que opôs aquelas duas nações entre 1870 e 1871, levou a uma cisão, que esteve na origem da fundação da Sociedade Filarmónica União Seixalense. A rivalidade entre as duas coletividades chegou a ser enorme, tendo-se registado alguns conflitos durante décadas.

Uma década mais tarde, Manuel Xavier da Gama Lobo Salema de Oliveira Sousa, da família proprietária da Quinta da Fidalga, e J. I. D'Araújo, publicam a obra Recordações do Seixal em 1857.

O antigo edifício dos Paços do Concelho, que conheceu diversas valências, tal como a cadeia da localidade, foi adquirido pela Câmara Municipal em 1859 e é hoje o edifício sede da Assembleia Municipal.

Se está documentada, pelo menos desde 1838, a existência de um professor primário no Seixal, a Escola do Sexo Feminino apenas seria criada em 1862. A Escola Conde de Ferreira seria inaugurada alguns anos mais tarde. Em 1878, novo marco no progresso da terra, com a inauguração da estação telégrafo-postal.

Em 1895, o Concelho do Seixal foi extinto e o seu território dividido pelos de Almada e Barreiro mas a contestação da população foi tal que seria restaurado três anos depois e, em 1899, foi criada a Comarca do Seixal.

Numa zona de população operária, mas também de fixação de intelectuais defensores dos direitos dos trabalhadores, não é de estranhar o aparecimento de associações de classes profissionais, paralelamente a movimentos políticos e sociais.

Ao nível das classes profissionais, destacam-se a Associação da Classe Piscatória da Vila do Seixal, fundada em 1896 e a Cooperativa Operária de Consumo 31 de Janeiro de 1911.

No início do século XX, o Regime Monárquico agonizava lenta mas inexoravelmente. A incapacidade de fazer valer os direitos de Portugal no território que se estende entre An-

gola e Moçambique, reclamado pela Grã-Bretanha através do Ultimato de 1890, afetou de forma irreversível a opinião pública sobre o Regime Monárquico. O país fervilhava e o Concelho do Seixal contava alguns dos mais fervorosos apoiantes da causa republicana. De tal modo que a bandeira republicana foi hasteada no concelho e na freguesia a 4 de Outubro, ou seja, um dia antes da Revolução!

De entre os republicanos do Seixal notabilizaram-se Alfredo dos Reis Silveira, construtor naval que seria, entre inúmeras funções a que se dedicou de corpo e alma, Presidente da Câmara e dirigente associativo; Joaquim Santos “Boga”, que chegou a ser preso por dar vivas à República e morras à monarquia, tendo sido defendido em tribunal por Afonso Costa, figura de destaque da 1ª república, e que também foi Presidente da Câmara; Fernando de Sousa, outro Presidente da Câmara, assassinado em Lisboa no período conturbado da chamada Primeira República; e António Augusto Louro, farmacêutico, pedagogo e humanista, que fundou a primeira escola gratuita para educação de adultos no Seixal, impulsionou a realização de cursos livres nas Escolas Móveis ou Escolas Oficina (com assumida influência maçónica), fundou o Centro Republicano Seixalense e foi preponderante na realização da primeira Festa da Árvore realizada em Portugal, em 1907, que teve lugar na Praça Luís de Camões, em plena Vila do Seixal.

Em 1914, a Cruz Vermelha Portuguesa abriu uma delegação no Seixal, com instalações na Praça Luís de Camões.

No ano de 1923 foi inaugurado o ramal ferroviário entre o Barreiro e o Seixal, que funcionaria até 1969.

Na primeira metade da década de 20 do século XX surge o associativismo desportivo, que tantas alegrias viria a dar ao Concelho. O Seixal Futebol Clube atingiria o escalão máximo do futebol português em 1963, após sagrar-se Campeão Nacional da 2ª. Divisão. Os êxitos no basquetebol e hóquei em patins viriam no final do século.

Em 1960, o Grupo Desportivo da Mundet sagrou-se campeão Nacional da 2ª. Divisão de Hóquei em Patins. Um dos mais destacados jogadores, Leonel Pereira Fernandes (“Nhéu”) viria a ser o primeiro operário a integrar a Seleção Nacional de um desporto tido até aí como feudo de empregados de escritório e bancários, sagrando-se Campeão Europeu e Mundial.

Até meados do século XX, a paisagem rural imperava na freguesia. A produção de azeite e principalmente, de vinho, atingiram qualidade e quantidade notáveis. Os vinhos da região foram elogiados, por exemplo, em obras de Gil Vicente (Exortação da Guerra, de 1513, e

Pranto de Maria Parda, c. 1522), de Garcia de Resende (Miscelânea, c. 1530-1533) e de Gaspar Frutuoso (Saudades da Terra, 1522-1592).

Embora tenham sido identificados vestígios de ocupação humana na freguesia remontando à Pré-História, na zona da Quinta da Trindade, a povoação de Seixal denota três grandes fases de desenvolvimento urbanístico, até aos anos 50 do século XX.

A parte mais antiga situa-se nas imediações da Igreja Paroquial, entre as Praças 1.º de Maio e da República. A malha orgânica, com ruas estreitas e tortuosas, indicia origens medievais.

Segue-se a área compreendida entre a Praça da República e o Largo dos Restauradores, que apresenta uma malha urbana tendente para a ortogonalidade, denotando preocupações de planeamento. Esta parte da localidade ter-se-á desenvolvido, genericamente, do século XVI até ao século XIX.

Finalmente, o Bairro Novo, que evidencia planeamento urbanístico, com arruamentos de traçado perfeitamente geométrico, e que se desenvolveu na primeira metade do século XX. A população do Seixal foi, até ao século XIX, essencialmente constituída por pessoas ligadas às atividades náuticas. Além de numerosos marítimos, abundavam os operários da construção e reparação naval. Até às primeiras décadas do século XX, o panorama ribeirinho era dominado pelas embarcações e pelos estaleiros, estes localizados na atual Praça 1.º de Maio (a antiga Praia de Trás da Ponte) e no atual Largo dos Restauradores.

Além da construção e reparação naval, a Freguesia do Seixal viu surgirem e, muitas vezes, desaparecerem, muitas e variadas indústrias. De entre estas, destacou-se o sector corticeiro, primeiro com a Mundet & C^a., Lda., que se instalou no Seixal em 1906, conheceu sucessivas ampliações até aos anos 50 e laborou até 1989 e, depois com a Wicander, que laborou entre 1913 e c. 1990. Além de inúmeros pequenos estabelecimentos, demasiado numerosos para aqui serem todos nomeados, merecem relevância a serração da empresa A. Silva & Silva (no topo Poente do Núcleo Urbano Antigo), a fábrica de sabões (à entrada da atual Avenida MUD Juvenil), contígua à fábrica de produtos plásticos da Unisotra (que começou a laborar em 1949 e que, mais tarde, teve instalações em Vale de Gatos, Freguesia de Amora) e à supra mencionada Wicander, a Companhia de Agricultura de Portugal, empresa agro-pecuária-industrial, que teve sede e instalações na Quinta da Trindade, e a Fábrica de Conservas Pólvora, Lda., que funcionou no edifício posteriormente adquirido pela Câmara Municipal para instalar a Esquadra da Polícia de Segurança Pública e a Repartição de Finanças.

A zona da Azinheira foi palco de experiências aeronáuticas pioneiras. Em 1912, era instalado o Campo do Seixal, aeródromo improvisado, composto por um barracão que fazia de hangar e um terreno mais ou menos plano como pista, que serviu de palco para as experiências do cientista João Gouveia e o seu monoplano, financiado pelo então Ministério da Guerra. Em Junho do ano seguinte, o aviador D. Luís de Noronha realizou na mesma zona voos de ensaio com um monoplano Voisin, de fabrico francês, que lhe fora cedido pelo Ministério da Guerra para participar num festival aéreo. O aparelho fora adquirido por subscrição pública entre os leitores do jornal O Século e oferecido ao Ministério. Os ensaios correram mal, D. Luís de Noronha despenhou-se entre as Pontas do Mato e dos Corvos, vindo a falecer cerca de um mês depois, em consequência das sequelas do acidente.

Após duas ou três décadas de relativa estabilização da área urbana, a Freguesia do Seixal conheceu um forte impulso na última década do século XX, com as urbanizações da Quinta de Santa Teresinha e da Quinta D. Maria (onde anteriormente se localizara a fábrica corticeira Wicander). O início do século XXI trouxe o loteamento urbano da Quinta da Trindade e a instalação do Centro de Estágios do Sport Lisboa e Benfica.

Esta freguesia, cidade e sede de concelho, com cerca de 3.000 habitantes, apresenta um tecido económico relacionado essencialmente com o setor terciário, nomeadamente ao nível de serviços à população, como são o tribunal, a conservatória, entre outras, e todos os que advêm da existência deste tipo de serviços públicos.

A dinâmica económica da freguesia centra-se nas áreas do lazer, turismo, serviços, desporto e cultura, quer pelo seu posicionamento nas ligações fluviais a Lisboa, como pelos equipamentos já instalados, como o Centro de Estágios de Sport Lisboa e Benfica, o Tribunal, o Fórum Cultural do Seixal, e o património existente, como por exemplo a antiga fábrica da Mundet e mais recentemente, a Estação Náutica Baía do Seixal.

Quer a traça histórica de antiga vila piscatória do estuário do Tejo, como os investimentos preconizados para o local, garantem a esta freguesia um potencial de desenvolvimento económico relacionado com o turismo e lazer (restauração, hotelaria, animação turística e marítimo-turística), o desporto amador e profissional (enfocando-se as atividades relacionadas com a água), assim como as indústrias criativas e seu inter-relacionamento com novas tecnologias, sendo neste aspeto importante salientar a instalação, a curto prazo, da incubadora de empresas pela Câmara Municipal do Seixal e Junta de Freguesia do Seixal. Ao nível do setor primário são observáveis pequenos núcleos de atividades piscatórias profissionais, assim como a indústria naval ao nível de estaleiros, como é o Caso da Na-

valtagus do Grupo ETE. Importa ainda referir o plano de pormenor Baía Sul como estratégia fundamental para o desenvolvimento turístico, cultural e social da freguesia e do próprio concelho.

A Freguesia do Seixal tem uma relação muito próxima com a cultura e a música em particular, muitos músicos aprenderam as primeiras notas no Seixal, embora seja a menos populosa das freguesias conta com duas históricas bandas filarmónicas, as centenárias Sociedade Filarmónica Democrática Timbre Seixalense, a Sociedade Filarmónica União Seixalense onde muitos músicos oriundos das suas escolas de musica, constituem parte integrante das grandes bandas e orquestras mais relevantes a nível nacional, e mais recentemente passou a ser sede também de um projeto que é uma referência em Portugal, os Tocá Rufar. Estas e outras instituições do vivo movimento associativo cultural do Seixal em colaboração com as autarquias promovem uma intensa atividade cultural de que se destacam o Seixal Jazz, as seculares Festas Populares do Seixal que se realizam de forma ininterrupta desde 1736, os Encontros de Bandas, Teatro Amador ou o Dia do Bombo.

Na área social a Associação de Reformados do Seixal, Associação Portuguesa de Deficientes ou Santa Casa da Misericórdia são algumas das instituições que trabalham em parceria com a Câmara Municipal e a Junta de Freguesia de modo a encontrar soluções para os graves problemas sociais existentes a que a Administração Central não dá resposta. O recente Lar, Centro de dia e Creche Social da Associação de Reformados do Seixal é um bom exemplo do trabalho conjunto realizado, assim como a remodelação do Centro de Dia no núcleo antigo do Seixal, obras que não seriam possíveis sem o trabalho das instituições e das autarquias.

Merecem uma especial referência, a Associação Humanitária de Bombeiros Mistos do Concelho do Seixal, a 3ª corporação do país, assim como a delegação do Seixal da Cruz Vermelha portuguesa pelo trabalho fundamental desenvolvido em prol das populações.

As Juntas de Freguesia integram a rede social municipal onde neste momento participam cerca de 200 entidades e instituições e que se desmultiplicam pelas freguesias de origem constituindo as Comissões Sociais de Freguesia onde se identificam os problemas existentes, se procuram e dão respostas céleres aos problemas identificados.

O Seixal tem sido um terra de prestígio no desporto nacional, campeões nas mais diversas modalidades e internacionais pelas seleções nacionais, como foram o caso de Cândido Tavares, jogador e treinador do Sport Lisboa e Benfica, Leonel no Hóquei em Patins, o Albano (um dos 5 Violinos do Sporting), o Joel uma referência no Basquetebol e no Futebol,

Fernando Nunes no Andebol, Jorge Coelho no Basquetebol ou atualmente Pedro Belo jovem basquetebolista internacional do Sport Lisboa e Benfica. O Seixal Futebol Clube, a Associação Náutica do Seixal ou Clube de Campismo Luz e Vida ou a recente Academia de Atletismo do Seixal são alguns dos exemplos do movimento associativo desportivo da freguesia que fomenta o desporto para todos ao longo do ano, sendo exemplo desse trabalho as 24 Horas a Nadar, a Jogária, as manhãs desportivas na Quinta dos Franceses, ou a Légua Noturna de S. Pedro. O movimento associativo desportivo está também organizado a partir das comissões desportivas de freguesia, onde se definem estratégias e planos para a melhoria da prática desportiva na freguesia e no concelho, onde se reúnem coletividades, associações, comunidade escolar e poder local.

No quadro de um protocolo de descentralização de competências celebrado com a Câmara Municipal do Seixal, são muitas e diversas as áreas em que a Junta de Freguesia do Seixal intervém contribuindo de forma decisiva para uma melhor resposta às populações e rentabilização dos dinheiros públicos, sendo de destacar a conservação e limpeza de valetas, bermas e caminhos e conservação, calcetamento e limpeza de ruas e passeios, a conservação e reparação de escolas do 1.º ciclo do ensino básico, reparação e manutenção regular dos polidesportivos descobertos de gestão municipal, gestão e conservação de espaços verdes, gestão, conservação, reparação e limpeza de mercados municipais, gestão, conservação, reparação e limpeza de cemitérios e animação de espaços públicos.

A junta de freguesia tem ainda um papel essencial na articulação com as forças de segurança, a comunidade educativa, incluindo as associações de pais e encarregados de educação, o movimento associativo juvenil e associações ambientais, o tecido empresarial local, associações de moradores e demais instituições locais, pois são o órgão de poder mais próximo da população e quem melhor conhece os problemas ou potencialidades do seu território e das suas populações, sendo por isso indispensável a freguesia do Seixal para o desenvolvimento futuro da sua população.

A extinção de freguesias protagonizada pelo Governo e por PSD e CDS-PP assenta no empobrecimento do nosso regime democrático. Envolto em falsos argumentos como a eficiência e coesão territorial, a extinção de freguesias conduziu à perda de proximidade, à redução de milhares de eleitos de freguesia e à redução da capacidade de intervenção. E contrariamente ao prometido, o Governo reduziu ainda a participação das freguesias nos recursos públicos do Estado.

O Grupo Parlamentar do PCP propõe a reposição das freguesias, garantindo a proximidade do Poder Local Democrático e melhores serviços públicos às populações. Assim, propomos a reposição da Freguesia do Seixal no Concelho do Seixal.

Nestes termos, ao abrigo da alínea n) do artigo 164.º da Constituição da República e da alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º do Regimento da Assembleia da República, os Deputados abaixo-assinados, do Grupo Parlamentar do PCP, apresentam o seguinte Projeto de Lei:

Artigo 1.º

Criação

É criada, no concelho do Seixal a Freguesia do Seixal, com sede no Seixal.

Artigo 2.º

Limites territoriais

Os limites da nova freguesia coincidem com os da Freguesia do Seixal até à entrada em vigor da Lei n.º 11-A/2013, de 28 de janeiro.

Artigo 3.º

Comissão instaladora

1- A fim de promover as ações necessárias à instalação dos órgãos autárquicos da nova freguesia, será nomeada uma comissão instaladora, que funcionará no período de seis meses que antecedem o termo do mandato autárquico em curso.

2- Para o efeito consignado no número anterior, cabe à comissão instaladora preparar a realização das eleições para os órgãos autárquicos e executar todos os demais atos preparatórios estritamente necessários ao funcionamento da discriminação dos bens, universalidades, direitos e obrigações da freguesia de origem a transferir para a nova freguesia.

1- A comissão instaladora é nomeada pela Câmara Municipal do Seixal com a antecedência mínima de 30 dias sobre o início de funções nos termos do n.º 1 do presente artigo, devendo integrar:

- a) Um representante da Assembleia Municipal do Seixal;
- b) Um representante da Câmara Municipal do Seixal;
- c) Um representante da Assembleia de Freguesia da União das Freguesias do Seixal, Arrentela e Aldeia de Paio Pires;

d) Um representante da Junta de Freguesia da União das Freguesias do Seixal, Arrentela e Aldeia de Paio Pires;

e) Cinco cidadãos eleitores da área da nova Freguesia do Seixal, designados tendo em conta os resultados das últimas eleições na área territorial correspondente à nova freguesia.

Artigo 4.º

Exercício de funções da comissão instaladora

A comissão instaladora exercerá as suas funções até à tomada de posse dos órgãos autárquicos da nova freguesia.

Artigo 5.º

Partilha de direitos e obrigações

Na repartição de direitos e obrigações existentes à data da criação da nova freguesia entre esta e a de origem, considera-se como critério orientador a situação vigente até à entrada em vigor da Lei n.º 11-A/2013, de 28 de janeiro.

Artigo 6.º

Extinção da União das Freguesias do Seixal, Arrentela e Aldeia de Paio Pires

É extinta a União das Freguesias do Seixal, Arrentela e Aldeia de Paio Pires por efeito da desanexação da área que passa a integrar a nova Freguesia do Seixal criada em conformidade com a presente lei.

Assembleia da República, 24 de abril de 2014

Fonte: www.pcp.pt/criação-da-freguesia-do-seixal-no-concelho-do-seixal-distrito-de-setúbal

CÂMARA DO SEIXAL PAGA 370 MIL EUROS DE RENDA POR DOIS EDIFÍCIOS

A Câmara do Seixal, uma das sete autarquias do país onde o endividamento mais tem crescido, gasta todos os meses 370 mil euros (4,4 milhões por ano) com as rendas de dois edifícios.

Um deles, o dos serviços centrais, foi inaugurado há menos de um ano, e outro, o dos serviços operacionais, está concluído há seis anos.

Toda a oposição (PS, PSD e BE) considera ruinosos os contratos celebrados com a empresa que construiu os edifícios, a Assimec, do grupo A. Silva & Silva, e defende a sua renegociação.

Alfredo Monteiro, o presidente da autarquia, de maioria comunista, admitiu ao PÚBLICO que o momento é difícil, mas garantiu que a câmara não só tem assegurado os seus compromissos como está em condições de o fazer no futuro. As rendas pagas, afirmou, consomem cerca de oito por cento do orçamento camarário.

Argumentos contrários esgrime a oposição, segundo a qual os dois edifícios têm sido um dos factores que mais pesam nas contas da autarquia. O vereador social-democrata Edson Cunha considera-os mesmo um "desastre financeiro" que condenará os executivos dos próximos 20 anos.

Os dois imóveis, construídos de acordo com as especificações da autarquia, somam uma área de pavimento de 46 mil metros quadrados, albergam 1500 funcionários e custaram à Assimec 47 milhões de euros - 17 milhões dos quais relativos ao edifício dos serviços operacionais.

Este último foi objecto de um contrato de arrendamento, subscrito pelo presidente da câmara e por José Tavares da Silva, administrador da Assimec, que obriga o município ao pagamento de uma renda mensal de quase 130 mil euros, actualizável nos termos da lei, desde Janeiro de 2005 até 31 de Dezembro de 2024. A partir daí, o contrato é automaticamente renovado a cada três anos.

A autarquia tem, no entanto, a possibilidade de comprar o imóvel. Se o quiser fazer, terá de desembolsar 19,6 milhões de euros. Teoricamente tem também a possibilidade de denunciar o contrato, mas este exclui, na prática, essa hipótese: "Atendendo às expectativas

legítimas da Assimec quanto à duração do arrendamento para recuperação do investimento, a inquilina desde já aceita, com carácter definitivo, prescindir da faculdade de revogação unilateral", lê-se no documento. No caso de o município não cumprir esta cláusula, terá de pagar uma indemnização correspondente a todas as rendas em falta até Dezembro de 2024. Ou seja: mesmo que queira denunciar o contrato e deixar o edifício, terá de pagar até ao fim.

Um ano depois, em Dezembro de 2006, a empresa e a câmara assinaram um contrato de promessa relativo à construção e arrendamento de um novo complexo destinado à instalação da presidência, vereação e serviços centrais. A obra custou perto de 30 milhões de euros à Assimec (que não quis falar ao PÚBLICO) e as novas instalações foram inauguradas em 12 de Setembro do ano passado.

Trinta e oito edifícios que acolhiam os serviços camarários no centro histórico do Seixal foram desocupados e 700 funcionários foram deslocados. O contrato inicial foi depois alterado, tendo as partes negociado a construção de um parque de estacionamento de três pisos e 500 lugares. Esta alteração custa ao município mais 43 mil euros por mês, subindo para 240 mil o valor da renda do complexo.

Tal como no caso dos serviços operacionais, também aqui ficou estabelecido que, se a câmara quiser pôr fim ao contrato, renovável de dois em dois anos após o seu termo, em 2029, terá de pagar à empresa o equivalente às rendas devidas até ao fim. Se o município optar pela compra, coisa que só pode fazer no mês de Setembro dos anos ímpares, o preço será de 28,9 milhões de euros, a pagar por inteiro, de uma só vez.

Se a câmara não comprar nenhum dos imóveis cuja construção custou cerca de 47 milhões à Assimec, o valor das rendas pagas só nos 20 anos iniciais dos contratos rondará os 88,8 milhões de euros, sem contar com as actualizações previstas na lei.

Há anos que todos os vereadores da oposição criticam o modelo destes contratos e defendem a sua renegociação, aproveitando as "relações privilegiadas" que, afirmam, a autarquia tem com o grupo A. Silva & Silva. O socialista Fonseca Gil defende mesmo a "responsabilização financeira" de Alfredo Monteiro.

"Não há relações especiais com ninguém", responde o presidente da câmara, garantindo que a autarquia sempre procurou as melhores soluções, pelo melhor preço, ainda que considere "todas as possibilidades em cima da mesa". Para o eleito da CDU, os contratos são "financeiramente sustentáveis" e referem-se a edifícios que "prestam um serviço público de enorme importância para o concelho". A centralização dos serviços permitiu ga-

nhos "enormes e inegáveis", afirma. Só com os serviços centrais, acrescenta, poupou-se metade da renda mensal - o que equivale a 120 mil euros mensais.

O endividamento líquido da Câmara do Seixal cresceu mais de 70 por cento de 2008 para 2009 (segundo a Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas), rondando agora os 49,8 milhões de euros e colocando o município na lista dos 35 mais endividados. Para pagar as dívidas de curto prazo, a autarquia contraiu no mês passado um empréstimo de quatro milhões de euros que quase esgota a sua capacidade de endividamento.

Fonte: www.publico.pt/local/noticia/camara-do-seixal-paga-370-mil-euros-de-renda-por-dois-edificios-1501273

COMPRA E UTILIZAÇÃO DE TECNOLOGIA CRESCE NA EUROPA, REVELA ESTUDO DA SAMSUNG

Samsung, no seu estudo com o maior âmbito de sempre, o Techonomics Index, analisou a forma como os Europeus, incluindo os portugueses, se estão a relacionar com a tecnologia e conclui que a grande maioria dos lares (98[1]%) tem pelo menos um telemóvel, um PC ou portátil, uma televisão e um eletrodoméstico.

Neste momento, a penetração do mercado de tablets é de 64%, acusando um crescimento de 11% em 2014[2]. De um modo geral, o estudo mostra que em 2015 as casas estão mais ricas em tecnologia e que o número de equipamentos que detemos tipicamente aumentou para 19, mais um que em 2014[3]. E não é apenas o número de dispositivos em casa que aumentou, mas também o tempo total que passamos a usar estes equipamentos. Os consumidores usam dispositivos eletrónicos durante 8 horas por dia, um valor acima das 7,7 horas registadas em 2014[4].

Relativamente a Portugal, os resultados a que se chegou quanto à penetração dos tablets não é muito diferente do valor apurado a nível europeu, tendo-se concluído existir 69% de penetração, enquanto que o número médio de equipamentos nas casas dos Portugueses é de 21, superior aos 19 que correspondem à média Europeia. Complementarmente, a média de utilização diária dos equipamentos domésticos é de 16 horas.

Inês Costa, da área de Consumer and Marketing Insights da Samsung Portugal, explica que “Existem padrões claros sobre a forma como os dispositivos estão a ser usados. E cada vez mais tempo é gasto na utilização de dispositivos conectados que enriquecem o nosso dia-a-dia. Assim, as mudanças no comportamento dos consumidores estão a alimentar a inovação e são a razão pela qual tantas empresas de tecnologia, como a Samsung, estão a trabalhar arduamente para tornar a Internet das Coisas (Internet of Things – IoT) uma realidade. No ano passado, a Samsung vendeu 665 milhões de equipamentos, muitos dos quais com ligação à Net. Estamos decididos em investir na IoT e até 2017 90% dos nossos dispositivos serão compatíveis com a IoT, número que chegará aos 100% em cinco anos”

As razões para este plano de investimento na IoT prende-se precisamente com o facto deste estudo indicar que a funcionalidade é um fator essencial para o consumidor. Quase

um quarto dos consumidores europeus está a substituir um computador ou um portátil estragado (23%), sendo esse valor acima dos 21% quando se olha apenas para os dados de Portugal. Praticamente um terço (dos consumidores que querem comprar um novo telemóvel ou portátil (32%) no próximo trimestre deseja um produto com um desempenho superior, valor muito próximo do valor registado para o caso português (33%).

Inês Costa sublinha que “Os consumidores estão claramente a investir em gadgets e tecnologia em sua casa. Com a questão do 4G em particular, pensamos que as vendas de smartphones com suporte para esta rede irão aumentar de 65% do número total de smartphones vendidos este ano para 95% em 2019. Os nossos próprios estudos mostram que o aumento do número de dispositivos conectados por pessoa representa o aumento de apetite dos consumidores por outros serviços avançados, como vídeo online e streaming (transmissão em directo) de música, armazenamento na cloud e sincronização de vários dispositivos. Estas tendências apontam para um mercado em crescimento de casas inteligentes, baseado na Internet das Coisas”.

[1] Na Europa, 99% dos lares têm pelo menos um telemóvel. 96,1% contam com menos um PC/portátil; 97% pelo menos um televisor; 97,6% têm pelo menos um eletrodoméstico de cozinha (i.e. micro-ondas, forno); e 98,4% têm pelo menos um eletrodoméstico de limpeza (i.e. máquina de roupa ou de loiça, aspirador)

[2] Na Europa, 64% dos lares têm pelo menos um tablet, um aumento dos 53% em comparação a 2014

[3] A média significativa de produtos ou equipamentos em casa dos inquiridos é de 19,3. Este valor baseia-se na seguinte lista de produtos: telemóveis, tablets, PC/portáteis, impressoras, câmaras, TV, leitor de vídeo, eletrodomésticos de cozinha, eletrodomésticos de limpeza, consolas de jogos, sistemas áudio/Hi-fi. Em 2014, o valor foi de 17,85

[4] Os inquiridos gastam uma média de 8 horas por dia a usar equipamentos tecnológicos e eletrodomésticos cobertos pelo estudo (telemóveis, tablets, PC/portáteis, impressoras, câmaras, TV, leitor de vídeo, eletrodomésticos de cozinha, eletrodomésticos de limpeza, consolas de jogos, sistemas áudio/Hi-fi). Este é o número médio de horas por dia para todos os equipamentos e há sobreposição entre dispositivos (i.e. as pessoas podem estar a usar o telemóvel enquanto estão a ver televisão). Calculado usando pontos médios para atribuir um número total de horas por semana de utilização de equipamentos técnicos (média por dia multiplicada pelo número médio de utilização nos dias por semana), divi-

dido depois pelos dias da semana (7). Este número assume uma sobreposição de equipamentos, conforme explicado acima.

Fonte: www.techenet.com/2015/07/compra-e-utilizacao-de-tecnologia-cresce-na-europa-revela-estudo-da-samsung/

 <p>Praça das Geminações, na Torre da Marinha Trabalhos no pavimento 2</p>	<p>Congresso da Associação Nacional de Municípios Portugueses: Mais meios para exercer mais competências 3</p>	<p>Câmara Municipal do Seixal toma posição Pelo direito das populações ao transporte público e à mobilidade 5</p>	 <p>De 10 de abril a 3 de maio, no Jardim do Fogueteiro O Livro em Festa - Festa do Livro 11</p>
--	---	--	--



cm-seixal.pt

SEIXAL

BOLETIM MUNICIPAL

Deposito legal 171.11/97. ISSN 0871.2094

Edição quinzenal da Câmara Municipal do Seixal - N.º 637 - 2 de abril de 2015 - Distribuição gratuita

Câmara Municipal do Seixal distinguida

Seixal é Cidade Amiga da Juventude



Noite de 24 para 25 de abril
Espectáculo com Paulo de Carvalho e Buraka Som Sistema



Jornal do seixal edição nº 367 incentiva a arte urbana



cm-seixal.pt

SEIXAL

BOLETIM MUNICIPAL

Depósito legal 17113/97 - ISSN 0875-3294

Edição quinzenal da Câmara Municipal do Seixal > N.º 650 > 30 de outubro de 2015 > Distribuição gratuita

Fórum Seixal debate questões estratégicas para o concelho

Requalificação do núcleo urbano antigo do Seixal avança até ao final do ano



PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO DESPORTIVO

30 OUTUBRO - 18 HORAS

CASA DO POVO DE CORROIOS

Hasta pública para arrendamento de imóvel municipal
Cafetaria do Parque Urbano das Palvas 8



SeixalJazz 2015
A confirmação de um festival internacional de qualidade 12, 13

De 13 de novembro a 12 de dezembro
32.º Festival de Teatro do Seixal 15



COLOQUE O LIXO NO LOCAL CERTO
SEJA RESPONSÁVEL

Jornal do seixal edição nº 650 informações sobre as novas obras

Email enviado à cms:

Bom dia.

O meu nome é Leonardo Viegas e estou a realizar a minha tese em Design e cultura visual, no IADE, e o Seixal foi a minha escolha para abordar, e visa tentar melhorar a qualidade dos espaços públicos através de intervenções artísticas de modo a ter uma nova visibilidade. Já me deslocuei a Camara Municipal do Seixal para saber algumas informações, mas foi-me dito para enviar um email.

1 - Queria saber se seria possível enviarem-me as Edições digitais do jornal 2 de abril e 30 de Outubro de 2015? Ou eventualmente se não tiverem, os formatos físicos onde os poderia encontrar?

2 - Seria possível saber os projetos futuros referentes a Baía do Seixal e ter acesso as imagens digitais das maquetes?

3 - Qual o arquiteto da Quinta dos Franceses, e se existe algum documento sobre o seu conceito, visto que é bastante geométrico;

4 - Dados demográficos do Seixal,

4.1 - Numero médio estimado de turistas que visitaram o Seixal em 2014 e 2015 e perspectivas para 2016?

4.2 - Existe algum mapa turístico do Seixal (sem ser no site do Seixal e se sera possível a sua disponibilização em formato digital)

Aguardo atentamente a nossa resposta

Cumprimentos

Leonardo Viegas

(23-11-2015)



A capa do livro «Rol dos Livros que neste Reyno se Prohibem», foi reproduzida com bastante aproximação ao desenho de letra usado no original, sendo a ortografia a correcta ao tempo. A disposição gráfica e o uso dos filetes é conforme o original, e bem assim a gravura. A impressão e a composição tipográficas foram feitas no «Espaço Memória Tipografia Popular do Seixal», e bem como a gravura (xilografia).

Este *Rol dos Livros que se prohibem neste Reyno*, de Outubro de 1564, foi o sexto índice de livros proibidos impresso em Portugal ao tempo do rei D. Sebastião, sob responsabilidade do seu tio Cardeal-Infante Dom Henrique (futuro rei 1578/1580).



Algumas datas:

- 1536 — Ano da estabelecimento, em Portugal da Inquisição (reinado de D. João III).
- 1537 — Primeiro rol de livros proibidos, por provisão de 28 de Outubro do Cardeal-Infante Dom Henrique, Inquisidor Geral (... em virtude de obediência e sob pena de excomunhão que daqui em diante non tenham em seu poder nem leão pelos livros abaixo declarados).
- 1539 — Ano em que há noticia de um livro ter sido sujeito a censura póstera. O seu título: «Ensino Cristiano», de autor anónimo.
- 1547 — Publicação em Portugal, de um rol onde se prohibem os *novos testamentos, os evangelhos, epistolas e prophetas em linguaem* (ou seja em linguaem vulgar, em vez de latim).
- 1559 — Na sequência do Concílio de Trento foi publicado o primeiro índice romano (*index Librorum Prohibitorum*) por ordem do pontífice Paulo IV. Este *index* viria a servir de modelo para os índices que a partir desta data foram publicados no mundo católico, sendo o reino de Portugal o mais rigoroso.
- 1598 — Ano da 32.ª e última edição da *Index Librorum Prohibitorum*.
- 1566 — O papa Paulo VI decreta a abolição do *index*, que contemplava quatro mil títulos.



Impresso no «Espaço Memória - Tipografia Popular do Seixal»
Barragem do Ecomuseu Municipal - Câmara Municipal do Seixal




**Ora pro nobis sancta dei genetrix. Ut mereamur
peste epydimie illesi transire & promissionem
christi optinree**

(Roga por nós, Santa Mãe de Deus, para que
Mereçamos passar ileso a epidemia de peste e
Obter a promessa de Cristo)

PARA DIVULGAÇÃO DA HISTÓRIA DA TIPOGRAFIA EM PORTUGAL
IMPRESSÃO FEITA NO "ESPAÇO MEMÓRIA TIPOGRAFIA POPULAR
DO SEIXAL" EXTENSÃO DO ECOMUSEU MUNICIPAL DO SEIXAL ...
CÂMARA MUNICIPAL

... **A** Arte de escrever
supre ordina-
riamente a falta da presença
dos que vivem, e a Arte de
imprimir resuscita os que já
não existem, conservando-lhes
o nome, e a fama, que he
uma vida mais perdurável.

Jean Villeneuve - 1732



Impresso no «Espaço Memória - Tipografia Popu-
lar do Seixal» Extensão do Ecomuseu M. do Seixal
CÂMARA MUNICIPAL

MARÇO
MARÇO
JOVEM
Jovem

Esta publicação ficaria conhecida por:

Gazeta da
NOVEMBRO
MDCXLI
Restauração **o**



O Escarredor
*Es maci com esse objecto
(o escarredor),
sempre presente, que
lembra até ty para a
traga de yonitar: nas
tabernas de chito mal
coberto de serradura,
em illuminados cafés,
em todos os lugares
públicos, até nos
consulários.*

Reprodução por um espreço gráfico
seixalense.

IMPRESSÃO GRÁFICA E
REPRODUÇÃO DE TEXTO
MUNICIPAL DO SEIXAL
EXTENSÃO DO ECOMUSEU
MUNICIPAL DO SEIXAL
CÂMARA MUNICIPAL



Alemão = Protestante = Bom = Fraktur

LATINO = PAPISTA = MAU = Letra Romana

Em plena «Reforma», séc. XVI, os povos
que se intitulavam seguidores das leses
de Martin Lutero, usavam o tipo de letra
do estilo conhecido por «gótico», co-
mo é o caso do «fraktur», por oposição
ao «romano» que era o desenho de le-
tra preferencialmente usado nas nações
que permaneceram fiéis a Roma.
Acima dá-se conta, em duas linhas, da
destinção feita, ao tempo, pelos «pro-
testantes».

SÓ PARA PREVENIR

Numa Bíblia impressa em Wittenberg,
em 1534, por Hans Luff, os textos inicia-
dos (só iniciados) por letra romana indi-
cavam ao leitor que o que se seguia
dizia respeito ao MAL ...



Impresso no «Espaço Memória — Tipografia Popular
do Seixal» - Extensão do Ecomuseu Municipal do Seixal
CÂMARA MUNICIPAL

Espaço Memória - Tipografia Popular
do

SEIXAL

Visite!

Praça Luís de Camões, 37 e 41 — Seixal
Aberto aos Sábados, Domingos, 4.ª, 5.ª e sextas-feiras
das 10h às 12.30h e das 14.30h às 17.30h

Horário das visitas guiadas: às 10h30

11h30

14h30

15h30

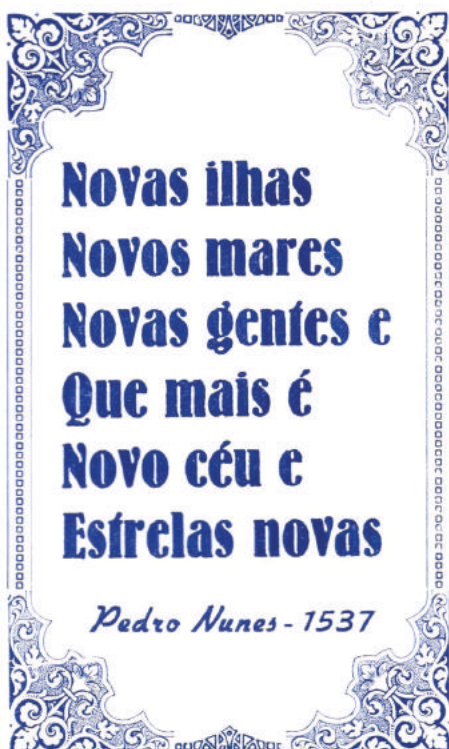
16h30

myseu
OFICINA
TIPOGRAFIA - SEIXAL

Seixal

Extensão do Ecomuseu Municipal do Seixal

CÂMARA MUNICIPAL



Seixal, 15 de Maio de 2015



*«E agora quase cinco séculos depois,
caminhos novos serão percorridos»*

João Esperança, anónimo do séc. XXI

Impresso no «Espaço Memória — Tipografia Popular do Seixal»
Extensão do Ecomuseu Municipal do Seixal



Seixal, 1900, vista parcial (nascente). Observe-se a antiga fábrica de conservas, no centro, e o último edifício colateral a seguir ao qual haveria de ser, um século depois, construída a actual agência da C. G. Depósitos. No lado oposto vê-se o cemitério de então, transferido do adro da igreja. As águas do rio chegavam junto das casas

Gravura feita e impressa no «Espaço Memória — Tipografia Popular do Seixal» — Extensão do Ecomuseu Municipal do Seixal
CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL



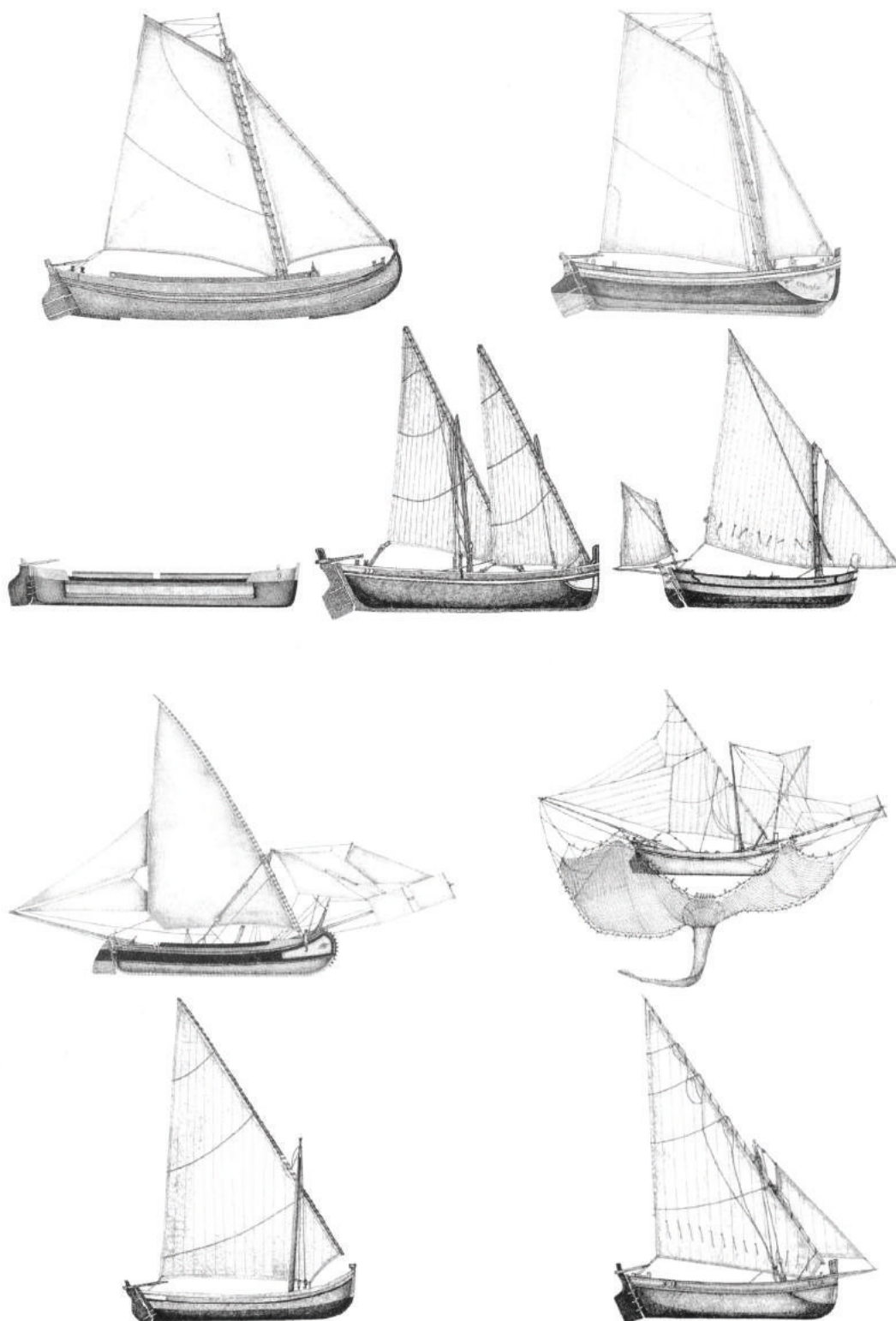
Espolio Mundet



Espolio Mundet



Espolio Mundet



ilustrações com os vários tipos de embarcações



Fotografias de Nuno Perestrelo, Impérios Perdidos



Postal 1 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



SEIXAL
NO MAPA



SEIXAL
câmara municipal

Património Cultural do Concelho do Seixal
Design de Rua

Ecomuseu Municipal do Seixal

Núcleo Naval da Arrentela.
Instalado num antigo estaleiro
de construção e reparação na-
val, abriu ao público com no-
vas funções em 1984.

Câmara Municipal do Seixal

Fotografia de Leonardo Viegas 2016 | Edição: Câmara Municipal do Seixal - 2016

Postal 2 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Postal 3 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Postal 4 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



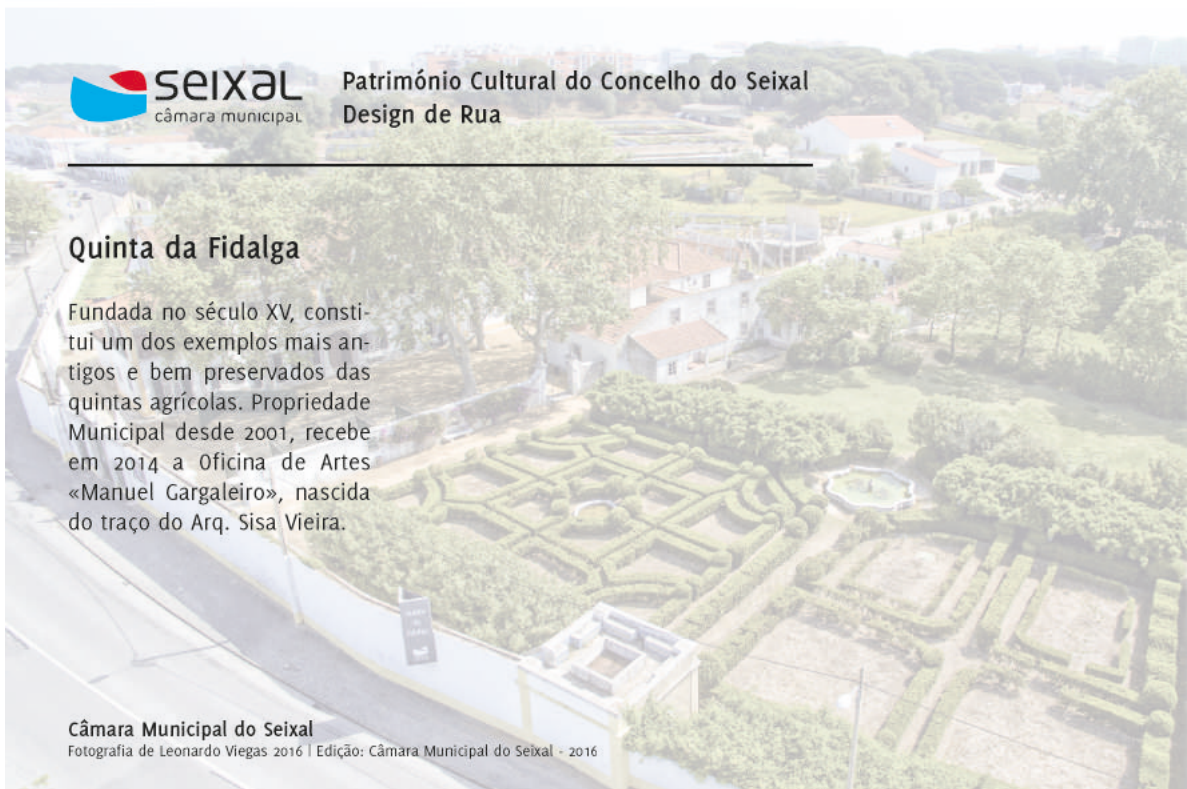
Postal 5 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Postal 6 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Postal 7 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Postal 8 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Património Cultural do Concelho do Seixal
Design de Rua

Centro de Estágios Sport Lisboa e Benfica

22 de Setembro de 2006 ficará para sempre marcado na memória de todos os benfiquistas como sendo aquele dia que viu nascer, o Caixa Futebol Campus. Com uma localização privilegiada no Seixal, bem junto ao Rio Tejo com nobre vista sobre Lisboa.

Câmara Municipal do Seixal
Fotografia de Leonardo Viegas 2016 | Edição: Câmara Municipal do Seixal - 2016

Postal 9 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Património Cultural do Concelho do Seixal
Design de Rua

Quinta dos Franceses

Desenhada pela arquiteta Isabel Benito, inspirada nos jardins de Paris "Parc. de la Villette", inaugurado a



Câmara Municipal do Seixal

Fotografia de Leonardo Viegas 2016 | Edição: Câmara Municipal do Seixal - 2016

Postal 10 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



 **seixal**
câmara municipal

Património Cultural do Concelho do Seixal
Design de Rua

Veleiro “SOU DO TEJO”

Embarcação Tradicional do Seixal

Câmara Municipal do Seixal
Fotografia de Leonardo Viegas 2016 | Edição: Câmara Municipal do Seixal - 2016

Postal 11 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)



Património Cultural do Concelho do Seixal
Design de Rua

Estação Náutica da Baía do Seixal

22 de Setembro de 2006 ficará para sempre marcado na memória de todos os benfiquistas como sendo aquele dia que viu nascer, o Caixa Futebol Campus. Com uma localização privilegiada no Seixal, bem junto ao Rio Tejo com nobre vista sobre Lisboa.

Câmara Municipal do Seixal

Fotografia de Leonardo Viegas 2016 | Edição: Câmara Municipal do Seixal - 2016

Postal 12 de 12 – SEIXAL NO MAPA (foto de autor)