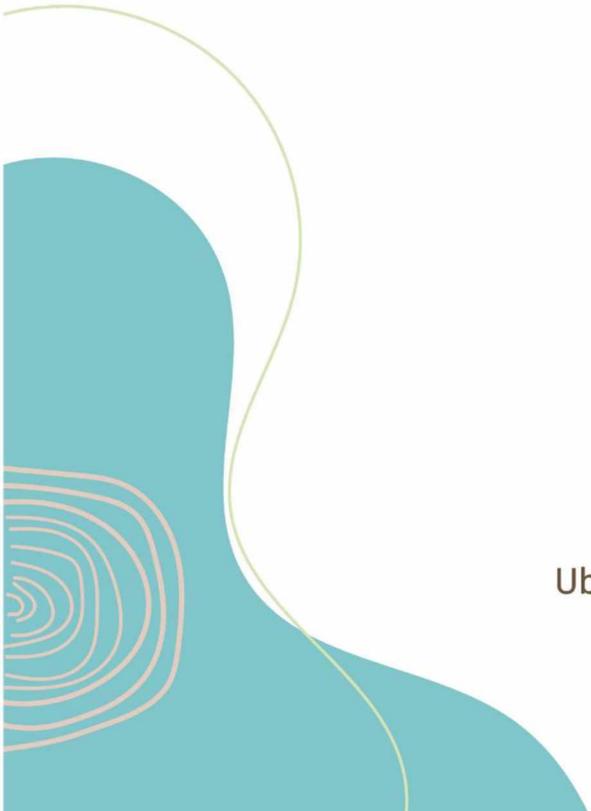
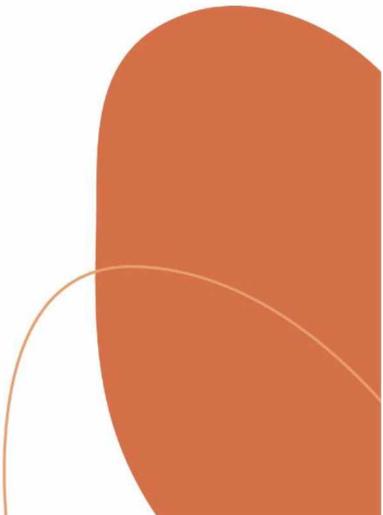


IDENTIDADE VISUAL E SINALIZAÇÃO PARA O
PARQUE MUNICIPAL VICTÓRIO SIQUIEROLLI



Uberlândia/MG
2020



Universidade Federal De Uberlândia
Faculdade De Arquitetura E Urbanismo E Design
Curso De Design

Identidade Visual e Sinalização para o Parque Municipal Victório Siquierolli

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Design apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, a Universidade Federal de Uberlândia.

Aluna: Brenda Galvão Nery

Orientadora: Prof^a. Dr^a Cristiane Alcântara.

Uberlândia/MG

2020

Brenda Galvão Nery

Identidade Visual e Sinalização para o Parque Municipal Victório Siquierolli

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Design apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, a Universidade Federal de Uberlândia.

Aluna: Brenda Galvão Nery

Orientadora: Prof^a. Dr^a Cristiane Alcântara.

Banca examinadora

Prof^a. Dr^a Sabrina Maia Lemos

Prof^o. Dr^o Juscelino Humberto Cunha Machado Junior

Frederico Oliva

Uberlândia/MG

2020

Resumo

O Parque Municipal Victório Siquierolli localizado na cidade de Uberlândia, é um dos principais parques do município, ele possui problemas de sinalização no seu espaço e ausência de uma identidade visual para a identificação da marca. Com o intuito de proporcionar uma solução para esse problema, foram realizadas pesquisas de campo e estudos de metodologias para a melhoria da sinalização do espaço. Na construção do trabalho foi desenvolvida uma identidade visual minimalista que exprimisse os valores do Parque Siquierolli, e na sinalização foi incorporado um design que se comunicasse com o seu público-alvo, buscando suprir as demandas de sinalização do visitante. O projeto resultou na melhoria das placas no espaço físico e a criação de uma marca, condizente com a missão do parque já intrínseca em sua identidade.

Palavras-Chaves: Design gráfico; Sinalização; Comunicação Visual; Design ambiental.

Lista de Figuras

Figura 1: Entrada do Parque Siquierolli. Fonte: Imagem feita pela autora.....	13
Figura 2: Localização Parque Siquieroli. Fonte: Google Maps.....	14
Figura 3: Localização Parque Siquieroli. Fonte: Google Maps.....	15
Figura 4: Área das colmeias. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).	15
Figura 5: Entrada do Parque. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).	16
Figura 6: Parque Siquieroli. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).	16
Figura 7: Área de lazer. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).	17
Figura 8: Fotografia de Victório (o terceiro da esquerda para direita). Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos" p.28	18
Figura 9: Fotografia de Victório.	19
Figura 10: Fotografia de Anália na juventude, Uberlândia – MG.....	20
Figura 11: Fotografia de Anália, Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos". P.65	21
Figura 12: Maquinário da oficina de Victório, Uberlândia – MG.	21
Figura 13: Fotografia: Inauguração do Parque Municipal Victório Siquieroli (2002), Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos". P.102	22
Figura 14: Fotografia de Inauguração da pedra fundamental do Parque Municipal Victório Siquieroli (2002), Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquierolli 90 anos"	22
Figura 15: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.	23
Figura 16: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.	23
Figura 17: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.	24
Figura 18: Fantoches para as atividades infantis. Fonte: imagens feitas pela autora.	24
Figura 19: Gráfico representando as instituições atendidas em 2013. Fonte: Consolidado da agenda de atendimentos monitorados. 2013.....	28
Figura 20: Gráfico representando a quantidade de alunos atendidos por mês em 2013. Fonte: Consolidado da agenda de atendimentos monitorados. 2013.....	29
Figura 21: Vista aérea do Parque Ibirapuera. Fonte: https://parqueibirapuera.org	31

Figura 22: Localização do Parque Ibirapuera na Av. Pedro Álvares Cabral, s/n - Zona Sul. Fonte: http://www.cecgodoy.pro.br	32
Figura 23: Logo do Parque Ibirapuera. Fonte: https://parqueibirapuera.org	32
Figura 24: Pista de corrida do Parque do Sabiá. Fonte: https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2019/01/24/onda-de-assaltos-preocupa-frequentadores-do-parque-do-sabia-em-uberlandia.ghtml	33
Figura 25: Localização do Parque do Sabiá na Avenida Anselmo Alves dos Santos. Fonte: https://www.facebook.com/ParquedoSabiaUberlandia/	33
Figura 26: Logo do Parque do Sabiá Fonte: https://www.facebook.com/ParquedoSabiaUberlandia/photos/d41d8cd9/127095890300592/	34
Figura 27: Base do Projeto Tamar em Florianópolis. Fonte: http://www.tamar.org.br/d41d8cd9/1270958903005922/	35
Figura 28: Base do Projeto Tamar em Praia do Forte - BA Fonte: http://www.tamar.org.br/d41d8cd9/1270958903005922/	35
Figura 29: Localização das bases do Projeto Tamar no litoral brasileiro.	36
Figura 30: Logo Projeto Tamar. Fonte: http://www.tamar.org.br	36
Figura 31: Mapa mental. Fonte: Elaborado pela autora.	41
Figura 32: Mapa mental. Fonte: Elaborado pela autora	42
Figura 33: Mood board. Fonte: Elaborado pela autora.....	43
Figura 34: Imagens que auxiliaram durante o processo de criação do símbolo. Fonte: Organizado pela autora retirado de https://br.pinterest.com	47
Figura 35: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.....	48
Figura 36: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.....	49
Figura 37: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.....	49
Figura 38: Proposta de logo. Fonte: Elaborado pela autora.	50
Figura 39: Proposta de logo. Fonte: Elaborado pela autora.	50
Figura 40: Foto da placa da entrada deteriorada do Parque Siquierolli. Fonte: https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquierolli/	52

Figura 41: Placas existentes no Siquierolli sinalizando o Museu de Biodiversidade. Fonte: Foto da autora.	Fonte:
https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquieroli/	53
Figura 42: Ausência de sinalização indicando os pontos importantes do Parque	
Fonte: https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquieroli/	53
Figura 43: Placa de sinalização.	55
Figura 44: Wayfinding.....	56
Figura 45: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.	59
Figura 46: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.	59
Figura 47: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.	59
Figura 48: Placa de identificação do gramado e placa de recomendação de uso. Fonte: Foto da autora.	60
Figura 49: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.	61
Figura 50: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.	61
Figura 51: Placa de diretório. Fonte: Foto da autora.	62
Figura 52: Placas do Hot Park. Fonte: Foto da autora.	62
Figura 53: Detalhes da placa de diretório. Fonte: Foto da autora.	63
Figura 54: Placas do Hot Park. Fonte: Foto da autora	63
Figura 55: Placa de diretório Parque Ibirapuera. Fonte: Foto da autora	64
Figura 56: Placa de informações gerais do Ibirapuera. Fonte: Foto da autora	65
Figura 57: Placa informativa do Ibirapuera.	65
Figura 58: Placa de orientação.	66
Figura 59: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora	69
Figura 60: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora	69
Figura 61: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora	70
Figura 62: Planta Parque Siquierolli. Fonte: Elaborado pela autora	72
Figura 63: Família Tipográfica. Fonte: https://www.dafontfree.io/glober-font-free/	74
Figura 64: Especificação técnica de cores Fonte: Elaborado pela autora	75
Figura 65: Pictogramas Fonte: Elaborado pela autora	75

Figura 66: Adesivo Vinílico. Fonte: https://www.likegrafica.com.br/produto/adesivo-vinil-s-recorte-tamanho-minimo-s-instalacao-50x50cm-vinil-adesivo-fosco-liso-s-acabamento-4-cores-resolucao-de-impressao-1440-dpi-s6370	76
Figura 67: Madeira de reflorestamento: Fonte: https://rohden.com.br/blog/madeira-reflorestada-o-que-e/	77
Figura 68: Chapa de aço galvanizado. Fonte: https://solucoes.usiminas.com/produto/chapa-galvanizada/2894455-3362820	77
Figura 69: Placas de sinalização Fonte: Elaborada pela autora.....	79
Figura 70: Placas de sinalização. Fonte: Elaborada pela autora.....	80
Figura 71: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora	81
Figura 72: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora	81
Figura 73: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora	82
Figura 74: Placa direcional. Fonte: Elaborada pela autora.....	83
Figura 75: Placa direcional Fonte: Elaborada pela autora.....	83
Figura 76: Placa direcional Fonte: Elaborada pela autora.....	84
Figura 77: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora	85
Figura 78: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora	85
Figura 79: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora	86
Figura 80: Placas de sanitários. Fonte: Elaborada pela autora	86
Figura 81: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora.....	87
Figura 82: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora.....	88
Figura 83: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora.....	88

Lista de Tabelas

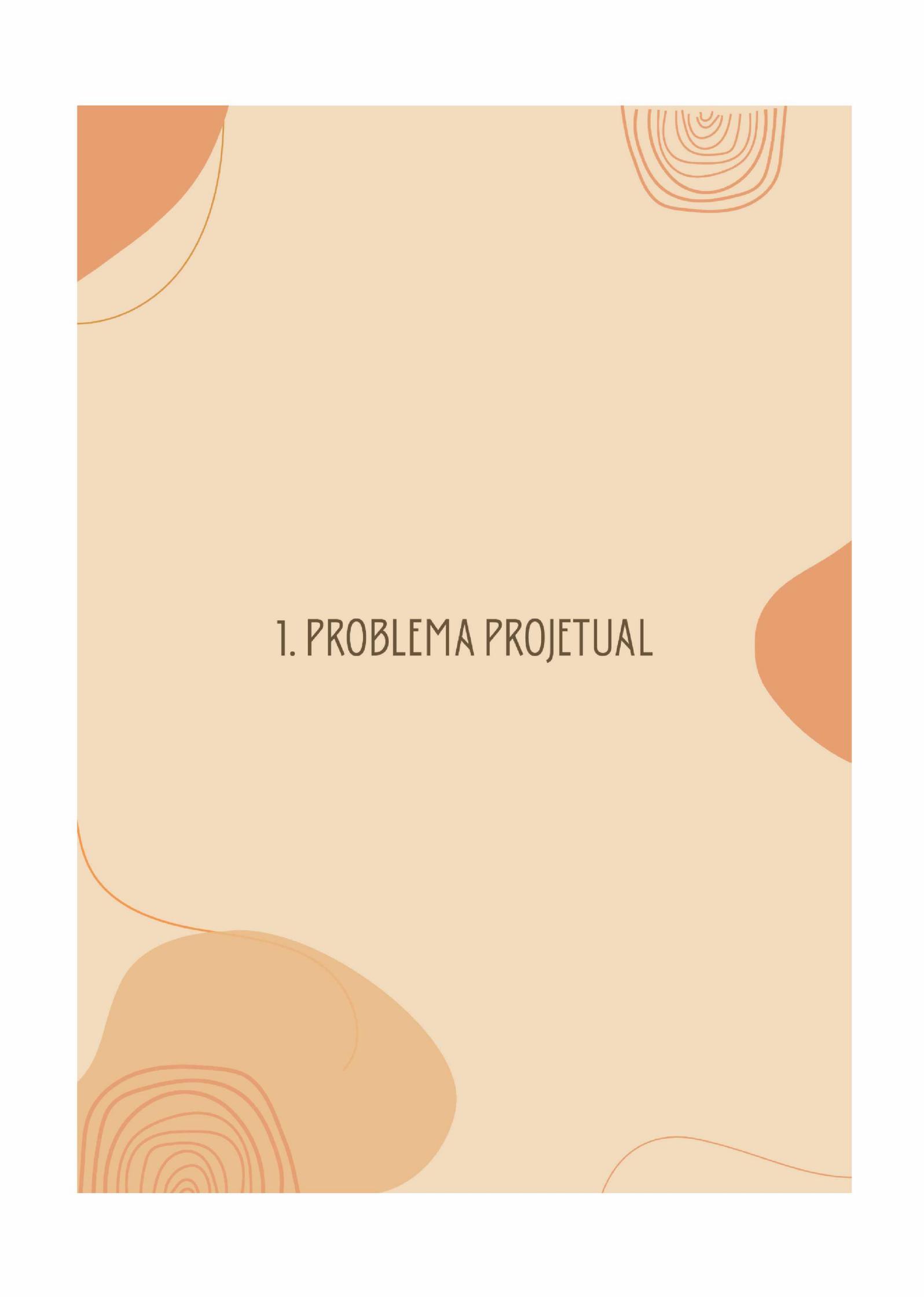
Tabela 1: Pesquisa com usuários. Fonte: Elaborado pela autora.....	69
--	----

Sumário

1. Problema projetual	13
1.1 O Parque Municipal Victório Siquierolli	14
1.2 Ficha Técnica.....	17
1.3 História de Victório Siquieroli	18
1.4 Museu de Biodiversidade do cerrado.....	22
2. Detecção do problema	26
3. Público-alvo.....	28
4. Análise de similares	31
4.1 Parque Ibirapuera	31
4.1.1 História.....	31
4.2 Parque do Sabiá	33
4.2.1 História.....	33
4.3 Projeto Tamar	34
4.3.1 História.....	34
5. Sobre a criação da marca.....	38
5.1 O que é a marca.....	38
5.2 Sistema de identidade visual	39
6. Criatividade.....	41

6.1 Mood board	43
6.2 Concept Design	44
7. Propostas	46
7.1 Construção do símbolo	46
7.1.1 Logotipo	46
7.1.2 Mood board de referências	47
7.1.3 Primeiros estudos	48
7.1.4 Modelos finais	50
8. Identificação do problema	52
9. Definição	55
9.1 Design gráfico-ambiental.....	55
9.1.2 Sinalização	55
9.1.2 Sinalética.....	55
9.1.3 Wayfinding.....	56
10. Análise de similares	58
10.1 Parque do Povo.....	58
10.2 Hot – Park (Rio Quente).....	61
10.3 Parque Ibirapuera	64
11. Pesquisa com os usuários	68
11.1 Resultado da pesquisa	68
12. Análise do espaço	72
13. Conceito.....	74
13.1 Tipografia.....	74
13.2 Cores	74
13.3 Pictogramas	75
13.4 Materiais.....	75
	10

13.4.1 Adesivo vinílico	76
13.4.2 Pinus	76
13.4.3 Chapa de aço galvanizado	77
14. Sistemas de sinalização	79
14.1 Placa de diretório.....	80
14.2 Placa direcional.....	82
14.3 Placa locacional.....	84
14.4 Placa de sanitários	86
14.5 Placas informativas	86

The background is a light beige color with several abstract orange elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. In the top-right corner, there are concentric orange lines forming a semi-circular pattern. On the right side, there is a solid orange shape. In the bottom-left corner, there is a large solid orange shape and a thin orange line. In the bottom-right corner, there is a thin orange line.

1. PROBLEMA PROJETUAL

1. Problema projetual

Como forma de identificar a problemática do Parque foi feito um estudo de Campo para analisar os problemas. O primeiro ponto observado é a necessidade da construção de um Logotipo e uma Identidade Visual, a única logo presente é a do Museu de Biodiversidade do Cerrado que é um espaço da Universidade Federal de Uberlândia e não está vinculado ao Parque. A criação de uma imagem gráfica e a sua identidade visual é a porta de entrada para o maior reconhecimento do local e um convite à população.



Figura 1: Entrada do Parque Siquierolli. Fonte: Imagem feita pela autora

1.1 O Parque Municipal Victório Siquierolli

O Parque Municipal Victório Siquierolli localiza-se na cidade de Uberlândia, no setor norte, possuindo uma área total de 232.300 m², a sua maior parte é constituída por uma área de conservação do cerrado e das águas dos córregos do Liso e do Carvão¹. A maior porcentagem de área do parque foi doada por Victório Siquierolli que visava a preservação desse espaço. O parque é constituído por um parque infantil, trilha interpretativa do Óleo, desenvolvimento de atividades educacionais voltadas para a conscientização ambiental, sala verde, espaço para colmeias e o Museu de Biodiversidade do Cerrado que é destinado a visitação e a pesquisas científicas da Universidade Federal de Uberlândia.



Figura 2: Localização Parque Siquieroli. Fonte: Google Maps.

¹ Todas as informações relacionadas ao Parque, neste item, foram obtidas a partir da fonte: Acesso em junho de 2019 < https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_Municipal_Victorio_Siquierolli >

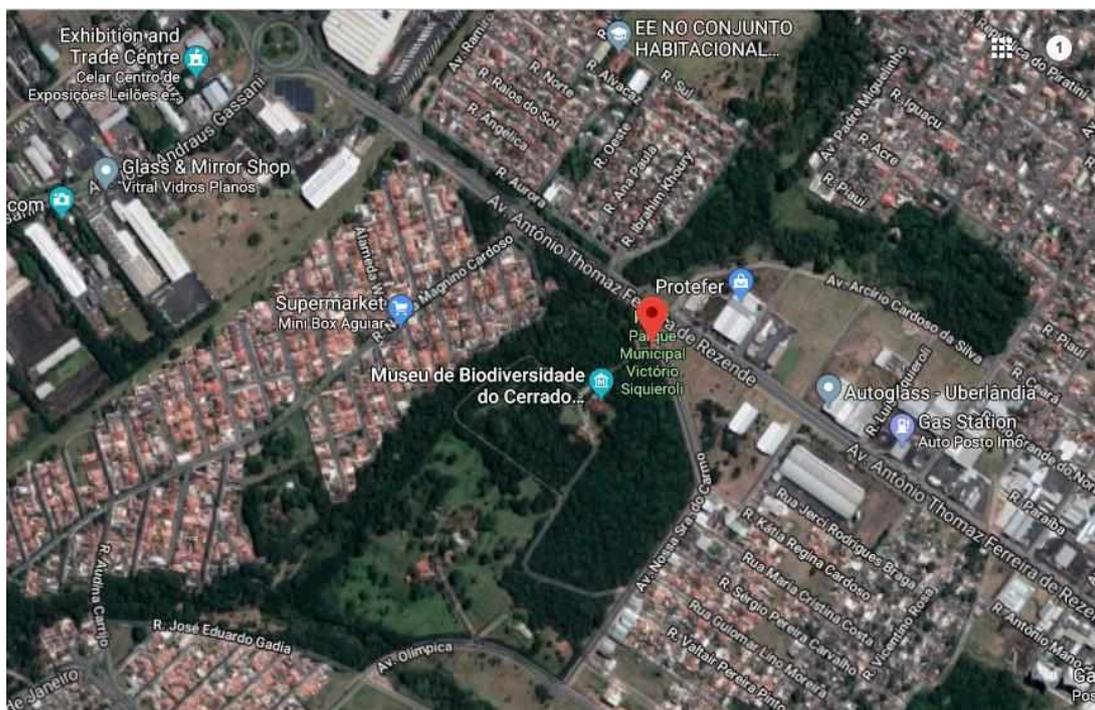


Figura 3: Localização Parque Siquieroli. Fonte: Google Maps.



Figura 4: Área das colmeias. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).



Figura 5: Entrada do Parque. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).



Figura 6: Parque Siquieroli. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).



Figura 7: Área de lazer. Fonte: Imagem feita pela autora (2018).

1.2 Ficha Técnica²

Área total: 237.152,75 m²

Endereço da sede: Avenida Anália Siquieroli e avenida Antônio Tomas Ferreira de Rezende.

Bioma: Cerrado

Educação Ambiental: Escolas e comunidade do entorno

Atividades desenvolvidas: Bem-estar social e contemplação da natureza, educação ambiental e conservação de recursos naturais.

² Fonte: Dados compilados oferecidos pelo diretor Tarcísio de Sousa Medeiros do Parque Siquieroli.

Educação ambiental: Escolas e comunidade do entorno.

Uso público: Lazer, pesquisa científica e educação.

Marcos importantes (limites): Córrego do Liso e do carvão.

1.3 História de Victório Siquieroli

Órfão, Victório e os seus irmãos se mudaram para a casa de seu irmão mais velho João. Com o passar dos meses, Victório e sua família se mudaram novamente para o alto da serra e em seguida para Martinésia, que era governada por Merenciano Cândido da Silva, que resolvia todas as pendências através da bala. A história de Victório Siquieroli iniciou com a vinda de seus pais da Itália para Santos em 1901. Em 06 de agosto de 1910 sua mãe Maria Romanini deu à luz a Victório em uma casa de sapé. Com a recém-chegada João Siquieroli, pai de Victório, foi convidado a trabalhar em uma lavoura de café no município de Uberabinha. Após um ano, a sua mãe veio a falecer devida a falta de assistência médica e três anos depois perdeu o seu pai.



Figura 8: Fotografia de Victório (o terceiro da esquerda para direita). Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos" p.28

A estadia em Martinésia durou três anos. Em seguida, vieram para Uberabinha atual Uberlândia. Chegando aqui foram trabalhar em uma oficina que João adquiriu. Nessa oficina eles

faziam consertos no geral e fabricavam facões. Durante esse tempo eles trabalhavam todos os dias e uma média de dez horas por dia.

Alguns anos depois João mudou-se para Uberaba e Victório com seus 15 anos se encontrava sozinho e prosseguiu consertando bicicletas para manter o seu sustento. Então iniciou as suas economias percebendo que a vida era um pouco rígida, aos poucos o seu dinheiro foi aumentando junto com outras oportunidades de negócios.



Figura 9: Fotografia de Victório.

Fonte: SIQUIEROLI. 2000. 'Narrativas Victório Siquieroli 90 anos" p.48



Figura 10: Fotografia de Anália na juventude, Uberlândia – MG.

Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos". p.65

Em trinta e um de outubro casou-se com Anália, apelidada carinhosamente como Liquinha e se mudaram de Uberlândia passando por algumas cidades. Fixou-se em São Paulo e iniciou novamente negócios com o seu irmão João, investiram em um galpão e produziram facões e conquistaram fregueses e lucro. Mas novamente ele e sua esposa retornaram para a recente Uberlândia devido a problemas de saúde, uma úlcera no estômago.

Eles se mudaram para um antigo sítio da família de Anália e os investimentos na oficina se iniciaram com a ajuda da energia elétrica uma novidade na época, passaram a fabricar armações para arreios e montarias, e com o lucro obtido construíram uma casa e um zoológico, para agrado de Anália. Com o auxílio da energia elétrica a fábrica prosperou e Victório aumentou o tamanho de seu galpão e os seus produtos, facões e foices, tiveram grande aceitação da população e dos comerciantes, com isso a produção se elevou para 3.200 foices por mês.

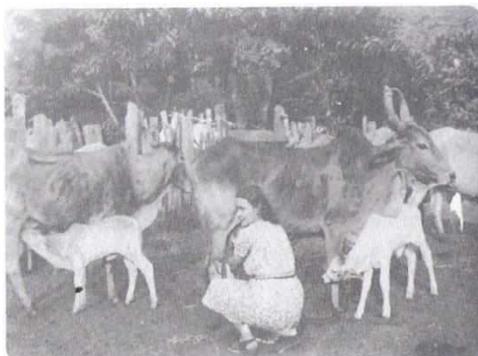


Figura 11: Fotografia de Anália, Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. “Narrativas Victório Siquieroli 90 anos”. P.65



Figura 12: Maquinário da oficina de Victório, Uberlândia – MG.

Fonte: SIQUIEROLI. 2000. “Narrativas Victório Siquieroli 90 anos”. p.90

A família de Victório e Lica cresceram, adotaram cinco crianças e em paralelo o Distrito Industrial também estava crescendo. Eles doaram 32 hectares para a prefeitura urbanizar, reestruturar e dar abrigo para os necessitados e doaram uma área de 300.000 metros de uma reserva nativa, hoje conhecido como Parque Municipal Victório Siquierolli.

“No dia 30 de agosto de 2002, foi inaugurado o parque “Victório Siquierolli”, era uma linda manhã de sexta-feira, Victório acordou animado e feliz, dizia ele “...estou vendo o parque pronto, estou muito feliz.” (NARRATIVAS VICTÓRIO SIQUIEROLI 90 ANOS, p.101).

“Na inauguração estavam presentes autoridades e crianças, Victório observava tudo admirando a linda estrutura feita dentro e fora do parque, e disse, “Hoje realizo mais um sonho, vou deixar um parque onde ficarei eternizado e as crianças terão um lugar para brincar e aprender a cuidar das plantas e dos bichos”. (NARRATIVAS VICTÓRIO SIQUIEROLI 90 ANOS, p.101).



Figura 13: Fotografia: Inauguração do Parque Municipal Victório Siquieroli (2002), Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos". P.102

Victório foi homenageado em 06 de agosto de 2003, pela Cidade de Uberlândia e a Câmara de Vereadores recebendo o título de cidadão Uberlandense e 06 de dezembro de 2003 Victório faleceu e deixou histórias e um legado para as futuras gerações ³.

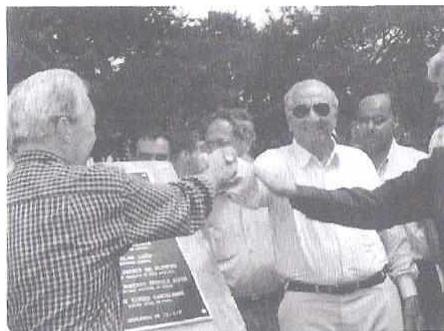


Figura 14: Fotografia de Inauguração da pedra fundamental do Parque Municipal Victório Siquieroli (2002), Uberlândia – MG. Fonte: SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos".

1.4 Museu de Biodiversidade do cerrado

O Museu de Biodiversidade do Cerrado é uma iniciativa do curso de ciências biológicas da Universidade Federal de Uberlândia em parceria com a prefeitura Municipal de Uberlândia, e teve o seu início no ano de 2000 com o intuito de divulgar todo o conhecimento científico sobre a fauna

³ Todas as informações deste item foram compiladas de SIQUIEROLI. 2000. "Narrativas Victório Siquieroli 90 anos".

e a flora do cerrado para a população. O museu se localiza no interior do Parque do Siquierolli e possui um vasto acervo de animais característicos do cerrado, contendo coleções entomológicas, anfíbios, répteis, mamíferos e aves. A coleção desses animais além de serem expositores também servem de apoio para as aulas de graduação e pós-graduação do curso de ciências biológicas. O museu também desenvolve atividades extraclases com professores e alunos sobre meio ambiente e também organiza e desenvolve oficinas abordando a valorização e proteção dos recursos naturais⁴



Figura 15: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.



Figura 16: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.

⁴ As informações deste item foram compiladas a partir das seguintes fontes: Museu de Biodiversidade do cerrado, acesso em junho de 2019 < <http://www.mbc.ib.ufu.br/node/25>> e site do Instituto de Biologia da UFU, acesso em junho de 2019 < <http://www.inbio.ufu.br/unidades/unidade-especial/museu-de-biodiversidade-do-cerrado>>



Figura 17: Museu de biodiversidade do cerrado. Fonte: imagens feitas pela autora.



Figura 18: Fantoches para as atividades infantis. Fonte: imagens feitas pela autora.

2. DETECÇÃO DO PROBLEMA

2. Detecção do problema

Antes de contextualizar o problema, foram analisados dois elementos importantes do parque, o contexto de uso do espaço e o seu público alvo. A partir dessas análises e da detecção do problema o resultado vai delinear o projeto final.

1. Contexto de uso: O parque tem uma grande diversidade de flora e no interior do museu uma grande presença de espécies animais. Possui uma grande quantidade de equipamentos oferecidos ao visitante, como o parque infantil, área de piquenique e trilhas ecológicas. Bastante entretenimento e programas de educação ambiental fornecido pelo Museu do cerrado.

2. Perfil do usuário: Devido à pouca divulgação e reconhecimento do parque não há uma rica diversidade do perfil de usuário, a sua maior parte se concentra no público infantil, o Parque tem um extenso cronograma para atender à procura de escolas.

The background is a solid light orange color. It features several decorative elements: a dark orange curved shape in the top-left corner; a series of concentric, semi-circular lines in the top-right corner; a dark orange semi-circular shape on the right edge; a large, dark orange organic shape in the bottom-left corner with concentric semi-circular lines below it; and a thin, wavy orange line in the bottom-right corner.

3. PÚBLICO-ALVO

3. Público-alvo

Tendo como referência os relatórios extraídos da agenda de atendimentos monitoradas do Parque do Siquierolli do ano de 2013, foi feito um levantamento do total de instituições que foram atendidas em 2013, o maior percentual foi de escolas particulares, estaduais e públicas; tendo um percentual maior que as outras instituições. No segundo gráfico (figura X) é possível visualizar a quantidade de alunos recebidos pelo parque por mês no ano de 2013, tendo alcançado o seu valor máximo em outubro e o menor no mês de janeiro período em que as aulas são suspensas nos colégios.

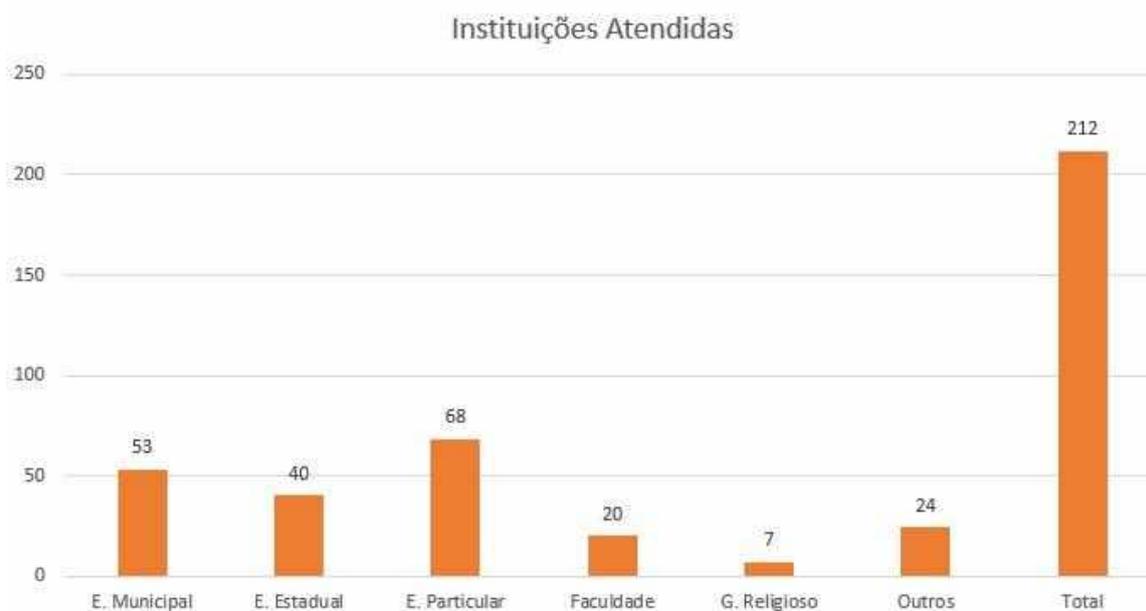


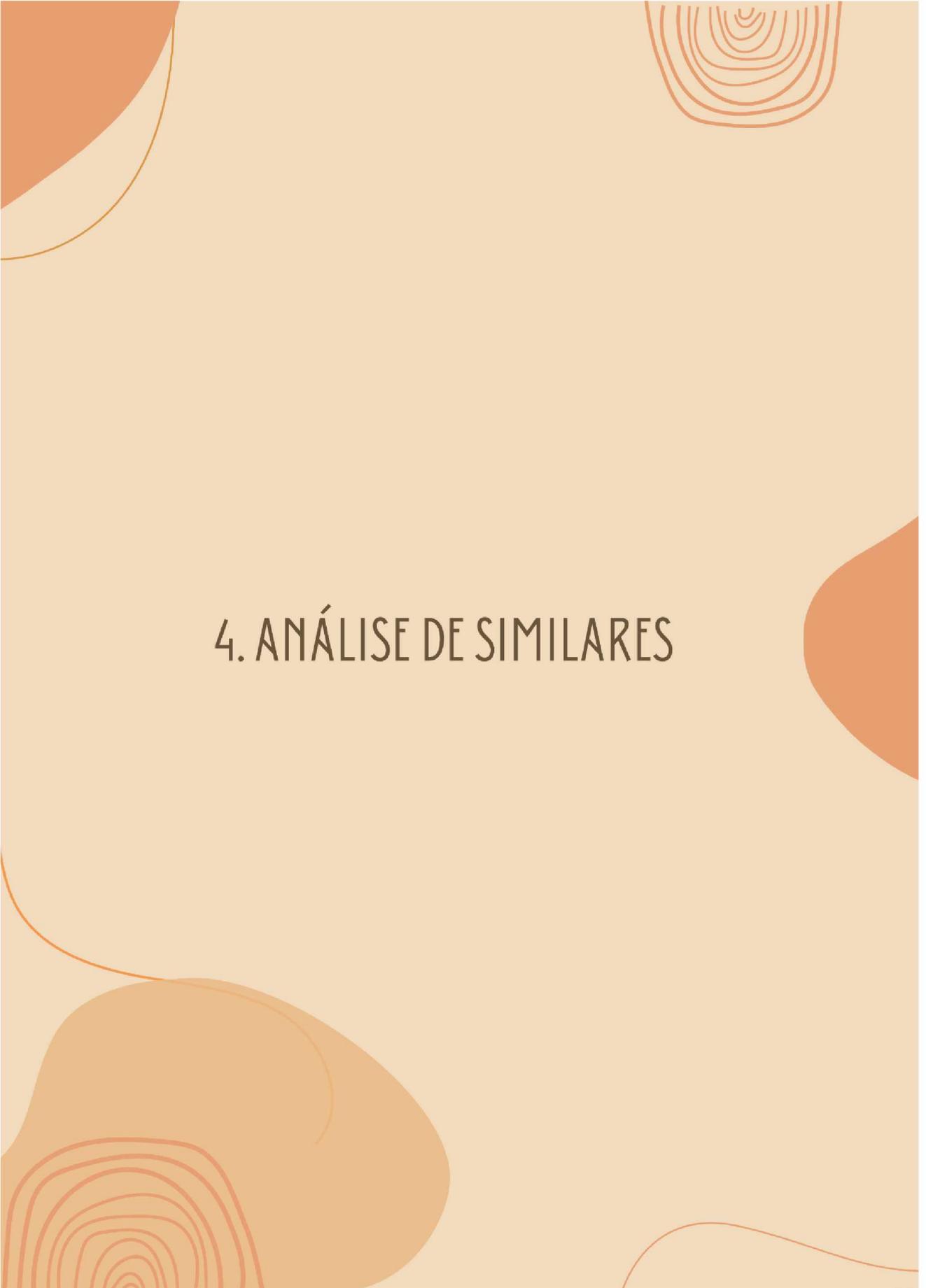
Figura 19: Gráfico representando as instituições atendidas em 2013. Fonte: Consolidado da agenda de atendimentos monitorados. 2013.



Figura 20: Gráfico representando a quantidade de alunos atendidos por mês em 2013. Fonte: Consolidado da agenda de atendimentos monitorados. 2013.

Logo o público-alvo que terá maior relevância no estudo será alunos do ensino fundamental, com a faixa etária entre 4 e 12 anos, intervalo de idade aonde o parque desenvolve atividades de educação ambiental com espaços destinados ao ensino, dão instruções sobre conservação de recursos naturais e dentre outros.

Os outros públicos-alvo que também serão foco da pesquisa, será a própria comunidade que vive entorno do parque, além de estudantes universitários que desenvolvem pesquisas científicas e também famílias que vão desfrutar do espaço para lazer e contemplar a natureza.



4. ANÁLISE DE SIMILARES

4. Análise de similares

Nessa etapa foram analisadas as marcas de dois Parques e um Instituto de conservação, sendo analisado logotipo, símbolo e os pontos fortes de cada marca para serem incorporados, posteriormente, na criação da marca e logotipo do Parque Siquierolli.

4.1 Parque Ibirapuera

4.1.1 História



Figura 21: Vista aérea do Parque Ibirapuera. Fonte: <https://parqueibirapuera.org>.

O território que hoje em dia é o Parque Ibirapuera, inicialmente foi uma propriedade indígena que vivia de constantes alagamentos e que nos anos seguintes se tornou um recanto de chácaras e pastagens. Em 1906, esse espaço se tornou posse territorial da cidade de São Paulo, e o prefeito José Pires do Rio decidiu tornar essas terras em um parque e com o decorrer do tempo foi cultivado em seu solo eucaliptos australianos para reduzir a umidade de seu solo e tornar a área menos alagadiça. O Parque estruturado que se conhece no cenário atual foi resultado dos

4.2 Parque do Sabiá

4.2.1 História

O complexo do Parque do Sábua foi iniciado em 07/07/1977 e inaugurado em 07/07/1977 durante o governo do prefeito Virgílio Galassi, esse complexo abrange a reserva florestal, o zoológico, o estádio e o parque infantil. A criação do Parque contemplava como meta proporcionar a pessoas com condições mais precárias a oportunidade de ter um lugar para praticar esportes e lazer. O Sábua tem uma área de 1.850.000 m², com uma densa vegetação com mais de 300 espécies de árvores ⁶



Figura 24: Pista de corrida do Parque do Sabiá. Fonte: <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2019/01/24/onda-de-assaltos-preocupa-frequentadores-do-parque-do-sabia-em-uberlandia.ghtml>



Figura 25: Localização do Parque do Sabiá na Avenida Anselmo Alves dos Santos. Fonte: <https://www.facebook.com/ParquedoSabiáUberlândia/>

⁶ Informações obtidas a partir de: <https://www.uberlandia.mg.gov.br/parque-do-sabia/>



Figura 26: Logo do Parque do Sabiá Fonte:
<https://www.facebook.com/ParquedoSabiáUberlandia/photos/d41d8cd9/127095890300592/>

A marca Parque do Sabiá possui logotipo e símbolo com uma fonte pré-existente denominada Brainflower e um símbolo abstrato, ou seja, o seu reconhecimento é mais difícil pela sua representação ter sido modificada. O símbolo rememora a imagem de um pássaro utilizando as cores verde, amarelo e azul.

4.3 Projeto Tamar

4.3.1 História

O Projeto Tamar surgiu a partir da ideia de um grupo de estudantes do curso de oceanografia da Universidade Federal do Rio Grande que visualizou a importância da conservação da vida marinha e principalmente das tartarugas-marinhas que estavam sob ameaça de extinção devido a sua caça inapropriada. Com o decorrer dos anos o Projeto Tamar foi responsável pela diminuição da caça das tartarugas, garantindo assim a sua sobrevivência. O projeto possui 24 bases espalhadas pelo litoral brasileiro, e em muitas delas são desenvolvidas pesquisas científicas e possuem um espaço aberto destinado à visitação onde são desenvolvidos trabalhos de conservação e uma sensibilização ambiental com a comunidade local⁷

⁷ Informações obtidas a partir de: <http://www.tamar.org.br>



Figura 27: Base do Projeto Tamar em Florianópolis. Fonte:
<http://www.tamar.org.br/d9/1270958903005922/>



Figura 28: Base do Projeto Tamar em Praia do Forte - BA Fonte:
<http://www.tamar.org.br/d9/1270958903005922/>

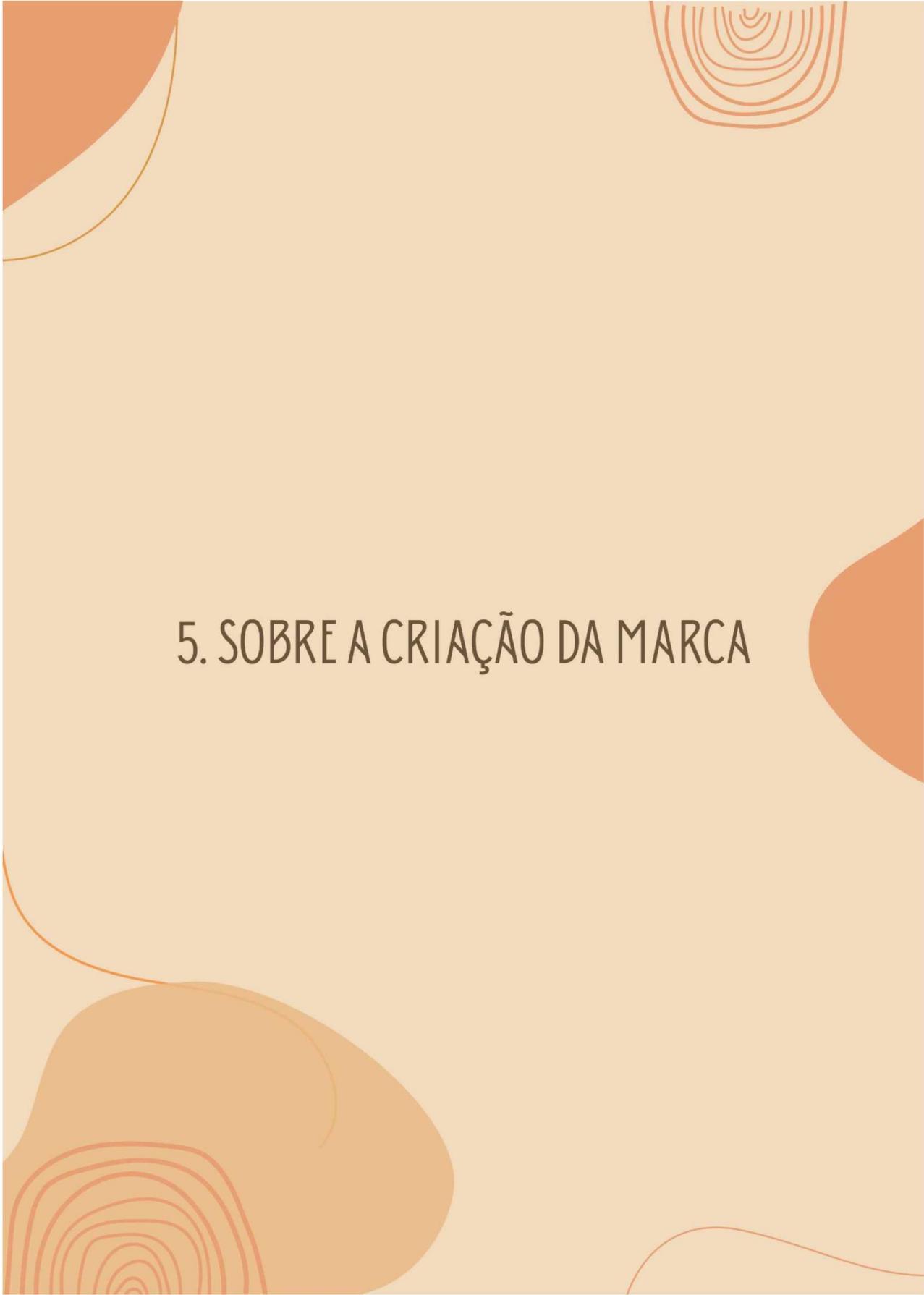


Figura 29: Localização das bases do Projeto Tamar no litoral brasileiro.



Figura 30: Logo Projeto Tamar. Fonte: <http://www.tamar.org.br>

A marca do Projeto também é concebida por logotipo e símbolo, possui o destaque abaixo da assinatura de '30 anos', trazendo como característica um logotipo comemorativo construído por uma fonte pré-existente, Times New Roman, de caráter clássico. O seu signo é figurativo representado por uma tartaruga, que vem a representar a sua principal missão: promover a recuperação de tartarugas-marinhas.

The background is a light orange color with several abstract elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape that curves downwards. In the top-right corner, there are several concentric, semi-circular lines in a slightly darker shade of orange. On the right side, there is a solid orange shape that curves inwards. In the bottom-left corner, there is a large, irregular orange shape with several concentric, semi-circular lines inside it. In the bottom-right corner, there is a thin, curved orange line.

5. SOBRE A CRIAÇÃO DA MARCA

5. Sobre a criação da marca

5.1 O que é a marca

No início do século XIX, foi descoberto que as marcas poderiam ser uma diferenciação dos produtos, com o progresso do capitalismo e o mercado ganhando forças durante a Revolução Industrial, houve uma demanda maior de produtos e, com ela, uma necessidade de criação de imagens que pudessem identifica-las. Para ganhar a fidelidade dos consumidores, Phillip Meggs (2009, p. 523) cita que “a Revolução Industrial, com a sua fabricação e comercialização em massa, aumentou o valor e a importância de marcas registradas para identificação visual (...)”

A marca é aquilo que vai identificar o seu produto e dar uma identidade a sua empresa, se diferenciando de outras. Para Sandra Ribeiro (2013, p.34), em sua tese sobre ‘O Branding e a metodologia de sistemas de identidade visual em conceito de marca’, a autora afirma: “em marketing focam na questão da identificação e diferenciação de bens de serviço”.

David Ogilvy um dos profissionais mais conhecidos na área de marketing e com grande talento para conduzir grandes publicidades define marca como: “ a soma intangível dos atributos de um produto; seu nome, a embalagem e preço, sua história, reputação e a maneira como ele é promovido”. A Interbrand, consultoria global que avalia marcas, publicou um glossário de marcas em 2008, e declarou que:

“ Marca é uma mistura de atributos tangíveis e intangíveis, simbolizados por uma marca registrada que, quando tratada de forma apropriada, cria valor e influência. O “valor” tem diferentes interpretações: na perspectiva do mercado ou do consumidor é a promessa e o cumprimento de uma experiência; na perspectiva empresarial é a segurança de lucros futuros (...) As marcas simplificam as tomadas de decisões, representam uma certeza de qualidade e oferecem alternativas relevantes, diferenciadas e com credibilidades em meio às ofertas da concorrência” (Glossário de Marcas Interbrand, 2008, p.20).

De forma geral as definições de marca, é provida de uma personalidade e um diferencial tangível com seus próprios valores e identidade para se destacar no meio.

No artigo sobre Identidade de Marca: uma análise das identidades visuais de marcas catarinenses de moda voltadas ao público infantil, Carla Janaina Daus e Gisele Baumgarten Rosumek citam que:

“ As marcas têm o propósito de se conectar com as pessoas e gerar diversas experiências. Por isto devem ser fortes o suficiente para serem lembradas e transmitirem confiança através de sua representação gráfica, bem como despertar diferentes emoções e sentimentos diante de quem as consome.” (Identidade de Marca: Uma análise das identidades visuais de marcas catarinense de moda voltadas ao público infantil, p. 1 2016).

5.2 Sistema de identidade visual

O processo criativo de uma identidade visual envolve todos os elementos visuais de uma marca e todos os significados que ela carrega os objetivos e o posicionamento. Cabe destacar o logotipo, tipografia, amostra de cores, sinalizações, impressos, layouts, mídias sociais e todos os meios de comunicação envolvidos.

A identidade visual vai ser materializada e pode ser aplicada de diferentes formas carregando os conceitos citados acima mantendo a sua diferenciação. Segundo Martins (2000, p. 73), “por mais que um nome pareça perfeito e seja exclusivo, ele apenas existirá como marca quando puder ser percebido como um sinal gráfico pelos consumidores”, deste modo, a identidade visual vai ser responsável por toda essa referência visual que vai materializar graficamente a instituição.

Os autores Teixeira; Silva e Bona (2007, p.8) baseado na obra de Strunck definem identidade visual como:

“A Identidade Visual é hoje fundamental para uma empresa, talvez até mais importante que sua presença física, é a sua identidade visual. A identidade visual de uma empresa não se resume a sua marca, mas sim, a tudo que caracteriza a sua identidade; tal como logo, tipografia, cartões de visita, folders, anúncios, produtos, uniformes de funcionários, sinalização, dentre outros. A criação da identidade visual da empresa é baseada em conceitos de marketing, pesquisa de mercado, criatividade, linguagens visuais, estudo de cores, tipografia, formas, etc.”

Uma identidade visual reúne toda a referência visual que leva a identificar uma empresa ou produto vinculando-os em suas diversas variações. Reúne também as informações visuais como os logotipos, os símbolos, as cores, os tipos, as disposições e os arranjos gráficos que devem sempre se manter dentro de um padrão para estabelecer a consolidação de uma marca e de seu produto.



6. CRIATIVIDADE

6. Criatividade

Para dar início ao processo de criação, foi desenvolvido o *Brainstorm* para levantar variadas ideias que sintetizasse o que o parque representa, a partir disso foi selecionado palavras chaves para o processo de criação do logo.



Figura 31: Mapa mental. Fonte: Elaborado pela autora.



Figura 32: Mapa mental. Fonte: Elaborado pela autora

6.1 Mood board

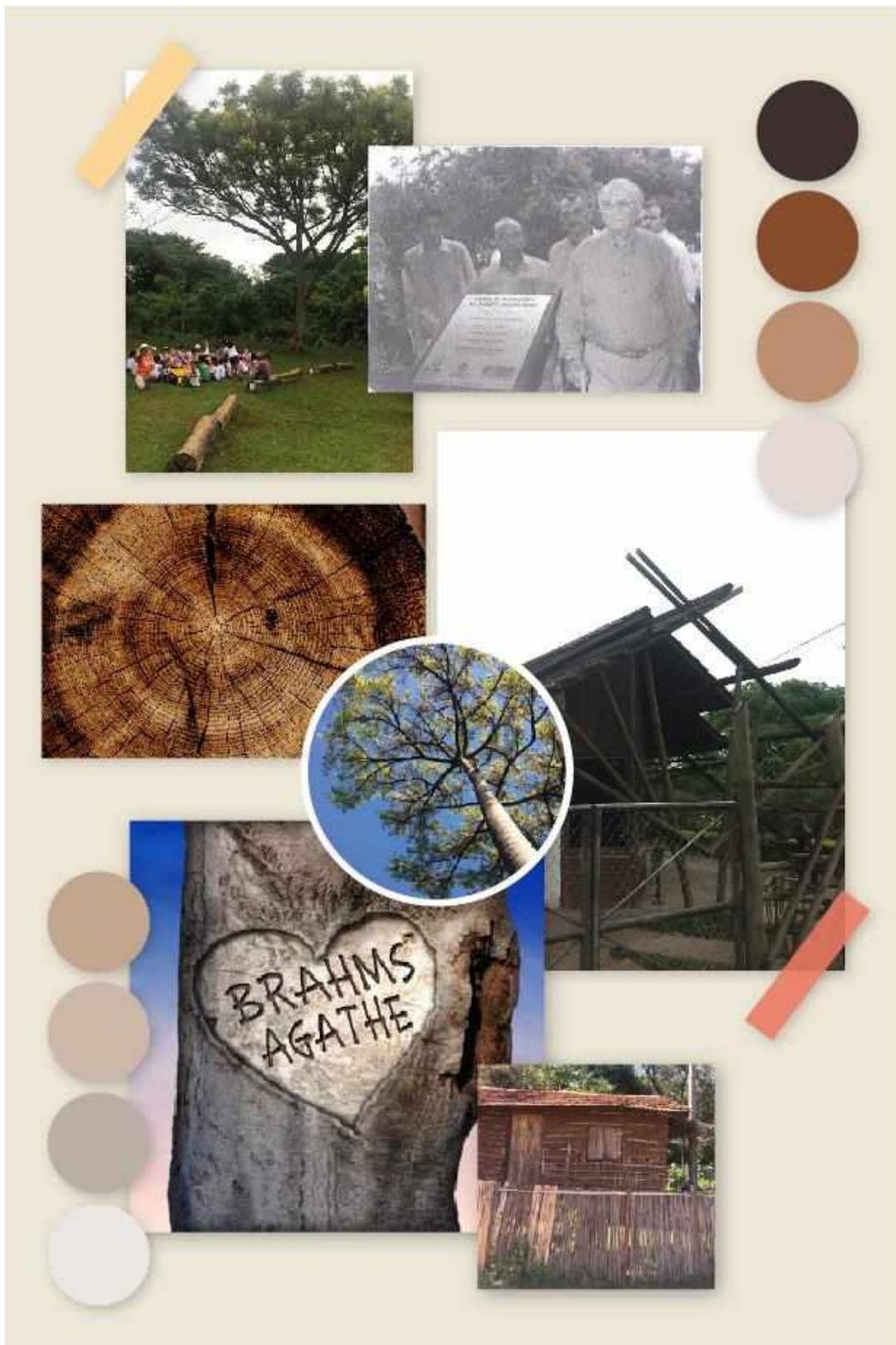


Figura 33: Mood board. Fonte: Elaborado pela autora.

6.2 Concept Design

O Parque do Siquierolli por si só já possui valores agregados ligados ao parque, valores que estão intrínsecos no subconsciente do público. Durante o processo do *brainstorm* foram levantadas várias ideias e a partir disso três palavras chave que sintetizassem os valores e a reflexão desenvolvida através desse processo. Os três valores levantados foram a educação, meio-ambiente e a história, os três traduzem o que o Siquierolli representa: o comprometimento com a educação e a conscientização ambiental com o público. Por meio deles buscou-se trabalhar uma marca que mantivesse a imagem que o Parque possui, mas que exprimisse de modo mais evidente os três valores citados.

The background is a light orange color with several abstract elements: a solid orange shape in the top-left corner, a series of concentric orange lines in the top-right, a solid orange shape on the right side, a large solid orange shape in the bottom-left, and a series of concentric orange lines in the bottom-left. A thin orange line curves across the bottom of the page.

7. PROPOSTAS

7. Propostas

7.1 Construção do símbolo

Para a construção do símbolo foi considerada a missão e os valores do parque já intrínsecos em sua identidade a serem incorporados à marca. Foram pesquisadas referências de formas e cores que pudessem ser utilizadas nessa etapa e tendo como limitante as ideias-chave geradas no *brainstorm*: História, educação e meio-ambiente. Além, claro, de se evidenciar os aspectos já presentes à memória dos usuários, como a tradicional entrada do parque e que tão bem define seu *branding*.

7.1.1 Logotipo

No desenvolvimento do logo buscou-se reafirmar os elementos conceituais tratados na criação do símbolo, deste modo, usamos dois tipos de famílias, ambas demonstrando a ideia de risco, navalha sobre troncos de árvores e rusticidade.

7.1.2 Mood board de referências



Figura 34: Imagens que auxiliaram durante o processo de criação do símbolo. Fonte:

Organizado pela autora retirado de <https://br.pinterest.com>

Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/174866398016841302/>>;
<<https://br.pinterest.com/pin/442549100872799840/>>; <https://br.pinterest.com/pin/298785756525299667/>;
<<https://br.pinterest.com/pin/99290366763242809/>>.

No desenvolvimento do símbolo foi elaborado um compilado de referências a serem usadas como inspiração na criação do logo. Foi utilizado como ideia inicial uma casa para destacar dois valores do parque: a história e a tradição, localizados no telhado da entrada do parque, presente na memória das pessoas. Outro fator decisivo para a escolha da casa como representação do símbolo foi a fácil compreensão do público dominante, o público infantil.

Dentro disso, foi escolhida a seguir uma linha minimalista de representação, com um design simples e fácil de ser lembrado, com formas geométricas que se comuniquem de forma direta com o público. Junto a isso, há a ideia de que desenhar faz parte da infância durante o seu processo de aprendizagem, sendo que as formas geométricas são elementos tradicionalmente utilizados a fim

de se representar uma casa, uma das primeiras formas que a criança encontra para ilustrar a mesma. No artigo da Adriana Torres Máximo Monteiro (2010, p. 44) baseado na obra de Barbosa (2006), ela define o desenho como atividade durante a infância como:

“ (...) desenhar faz parte das atividades que formam o repertório do jardim da infância desde o século XIX e, geralmente, são incorporadas às atividades de artes visuais e/ou psicomotoras.”

7.1.3 Primeiros estudos

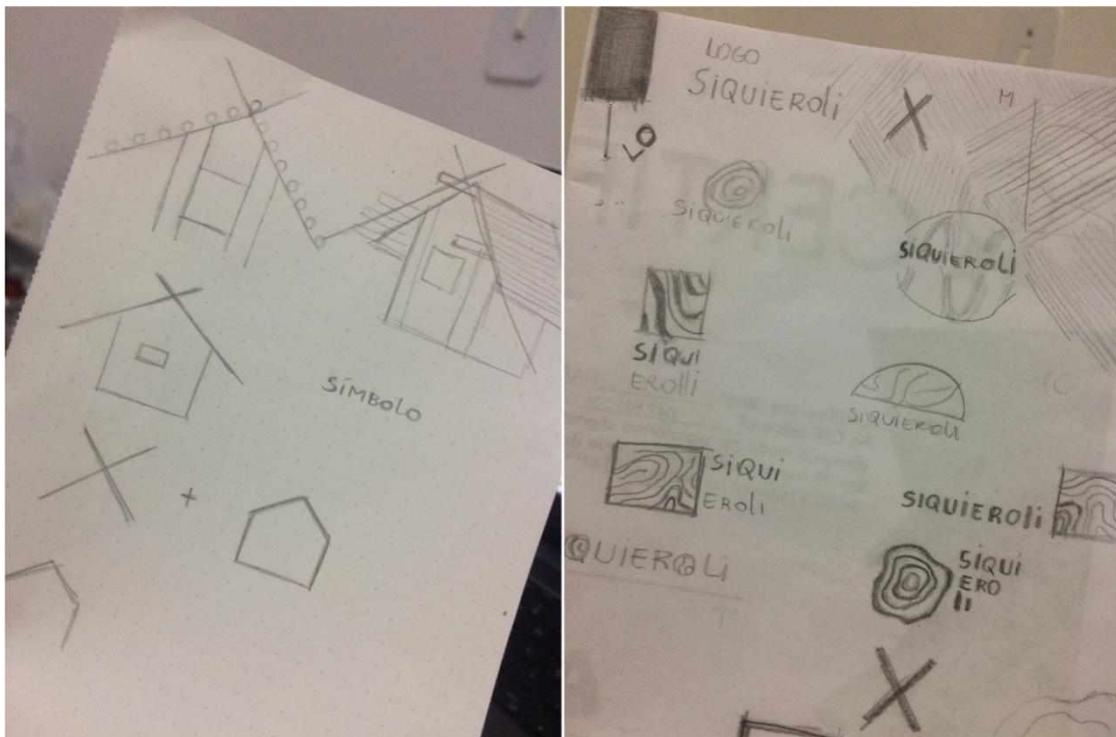


Figura 35: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.



Figura 36: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.



Figura 37: Croquis. Fonte: Elaborado pela autora.

7.1.4 Modelos finais



Figura 38: Proposta de logo. Fonte: Elaborado pela autora.

A marca é concebida por logotipo e símbolo, construído por uma fonte pré-existente, Kano regular, de caráter clean. O seu signo é figurativo representado pela casa da entrada do parque, que vem a representar os seus principais valores: Educação, Meio-ambiente e tradição.

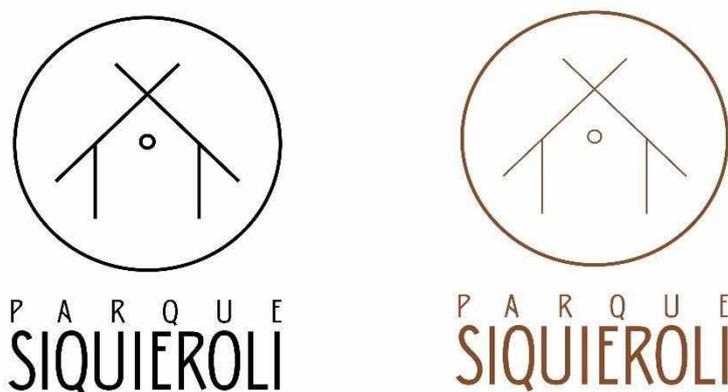
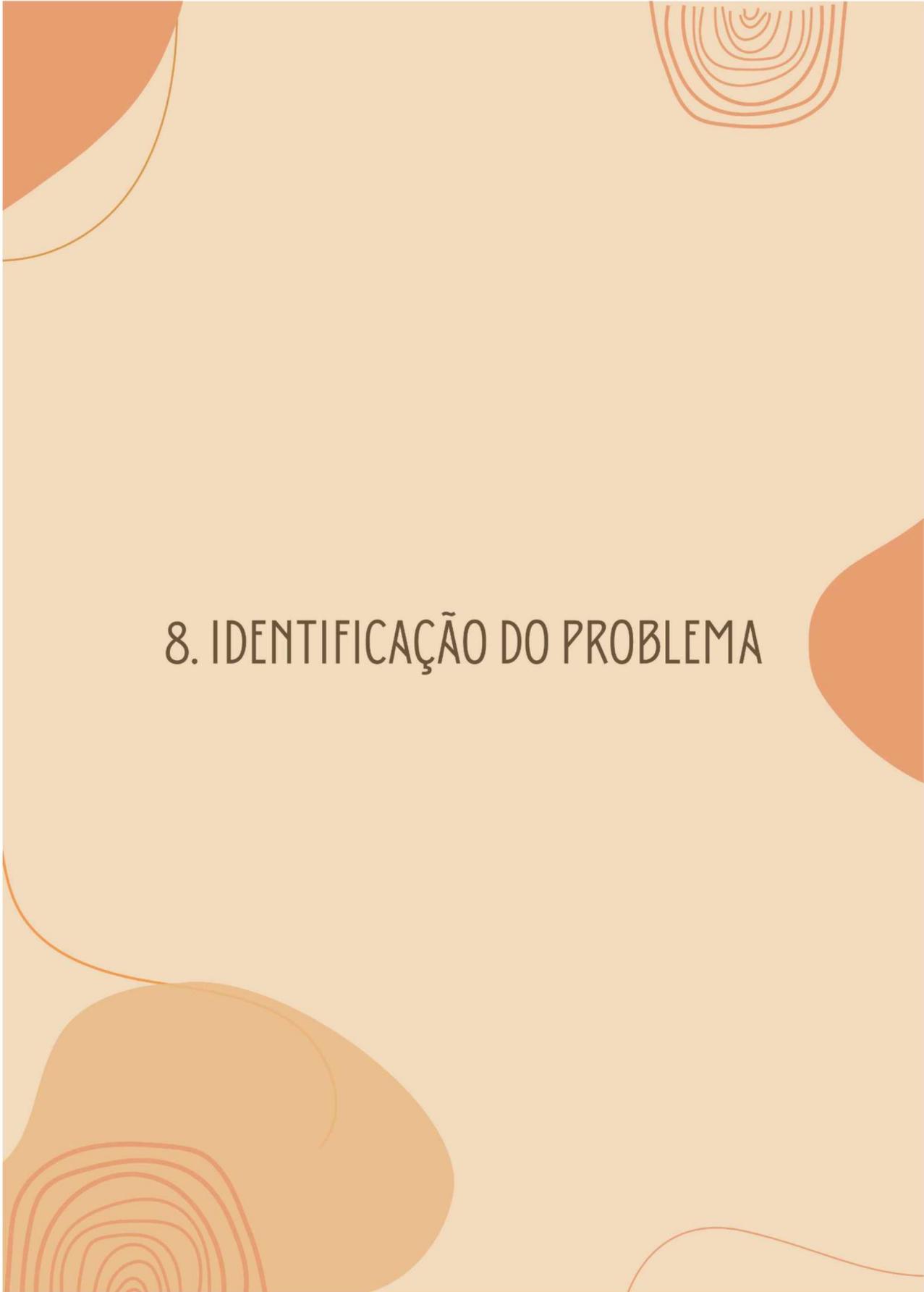


Figura 39: Proposta de logo. Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta proposta o logo também é concebido por logotipo e símbolo, construído por uma fonte pré-existente, Donau Uppercase Neue, de caráter mais rústico que nos traz a memória o traço da navalha marcado em árvores. O seu signo é figurativo representado pela casa da entrada do parque, que vem a representar os seus principais valores: Educação, Meio-ambiente e tradição.

The background is a light orange color with several decorative elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape that curves downwards and to the right. In the top-right corner, there are several concentric, semi-circular lines in a slightly darker shade of orange. In the bottom-left corner, there is a large, irregular orange shape with several concentric, semi-circular lines inside it. In the bottom-right corner, there is a solid orange shape that curves upwards and to the left. The text "8. IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA" is centered in the middle of the page in a dark brown, sans-serif font.

8. IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA

8. Identificação do problema

No estudo de campo realizado no Parque Municipal Victório Siquierolli foi identificada a necessidade da construção de uma sinalização efetiva. Um ambiente grande como o Parque Siquierolli se faz mais do que necessária para o público que o frequenta.



Figura 40: Foto da placa da entrada deteriorada do Parque Siquierolli. Fonte: <https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquierolli/>

Através das visitas e análises realizadas foi confirmado que o sistema atual de sinalização do Siquierolli possui muitas falhas e limitações. Dentre os erros encontrados foram destacados os pontos abaixo:

1. Ausência de sinalização em todo parque: o Parque Siquierolli não possui uma placa de diretório sinalizando os zoneamentos e peças de identificação de serviços;
2. Ausência de padronização: as atuais placas que constituem o Parque não possuem um padrão, algumas estão com o material gasto e com pouca visibilidade para o usuário;
3. Mal posicionamento e distribuição geográfica das placas;
4. Locais dentro do parque que não eram zoneados e nem sinalizados;



Figura 41: Placas existentes no Siquierolli sinalizando o Museu de Biodiversidade. Fonte: Foto da autora.
Fonte: <https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquieroli/>



Figura 42: Ausência de sinalização indicando os pontos importantes do Parque
Fonte: <https://www.google.com/maps/place/Parque+Municipal+Vict%C3%B3rio+Siquieroli/>

Após a análise dos pontos, é possível concluir que a ausência e a má distribuição das placas geram confusão no visitante o que, por sua vez, podem resultar em uma menor frequência de visitas no parque. Considerando também que grande parte do seu público se constitui de crianças e acompanhantes, a criação dessas placas poderia facilitar e enriquecer suas experiências, uma vez que todos os recursos oferecidos pelo parque seriam facilmente identificados por todos. Ademais, a falta de sinalização poderia refletir também um desinteresse do parque em criar e desenvolver a sua identidade visual.

The page features a light orange background with several decorative elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. In the top-right corner, there are concentric orange lines forming a semi-circular pattern. In the bottom-left corner, there is a large, irregular orange shape and a thin orange line. In the bottom-right corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. The text "9. DEFINIÇÃO" is centered on the page.

9. DEFINIÇÃO

9. Definição

Dentro do campo da sinalização existem diversas formas que definem essa área do design. ADG Brasil (2004) define sinalização como ‘programação visual, comunicação visual, design ambiental, design total, ambientação, design da informação, wayfinding design, design gráfico-ambiental, sistemas de sinalização, sinalização interna, identificação de fachadas, etc.’ Durante os próximos capítulos serão analisadas algumas destas definições.

9.1 Design gráfico-ambiental

9.1.2 Sinalização

A sinalização se caracteriza por demandar pouco esforço para sua compreensão, a sua informação é imediata e clara para o usuário, com poucos elementos visuais, ela não recorre a estética, o seu objetivo é atender as demandas informativas dos usuários.



Figura 43: Placa de sinalização.

Fonte: <https://emplaca.com.br/placas-de-sinalizacao-seguranca-do-trabalho.html>

9.1.2 Sinalética

Sinalética é uma área aberta, é um sistema universal que engloba um sistema único. Ela tem como objetivo regulamentar fluxo de pessoas, advertir e alertar. As placas seguem uma

padronização, é indiferente as características do meio que a cercam e a sua linguagem de leitura é conhecido.

9.1.3 Wayfinding

O princípio do wayfinding precisa atender esses quatro pontos: A orientação, a escolha da rota, a observação da rota e o reconhecimento do destino. O wayfinding consiste na ordenação de informações para ajudar o usuário a chegar no seu destino, e para isso utiliza recursos gráficos e visuais para tornar essa experiência agradável.

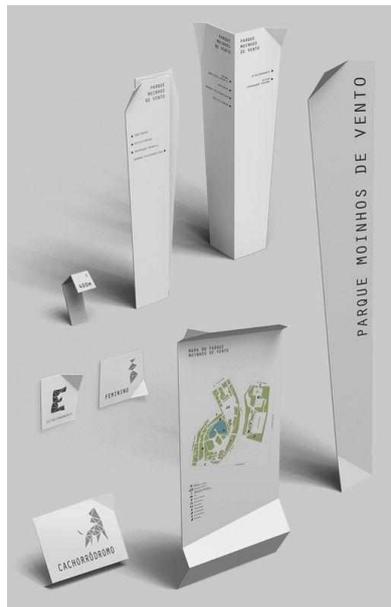
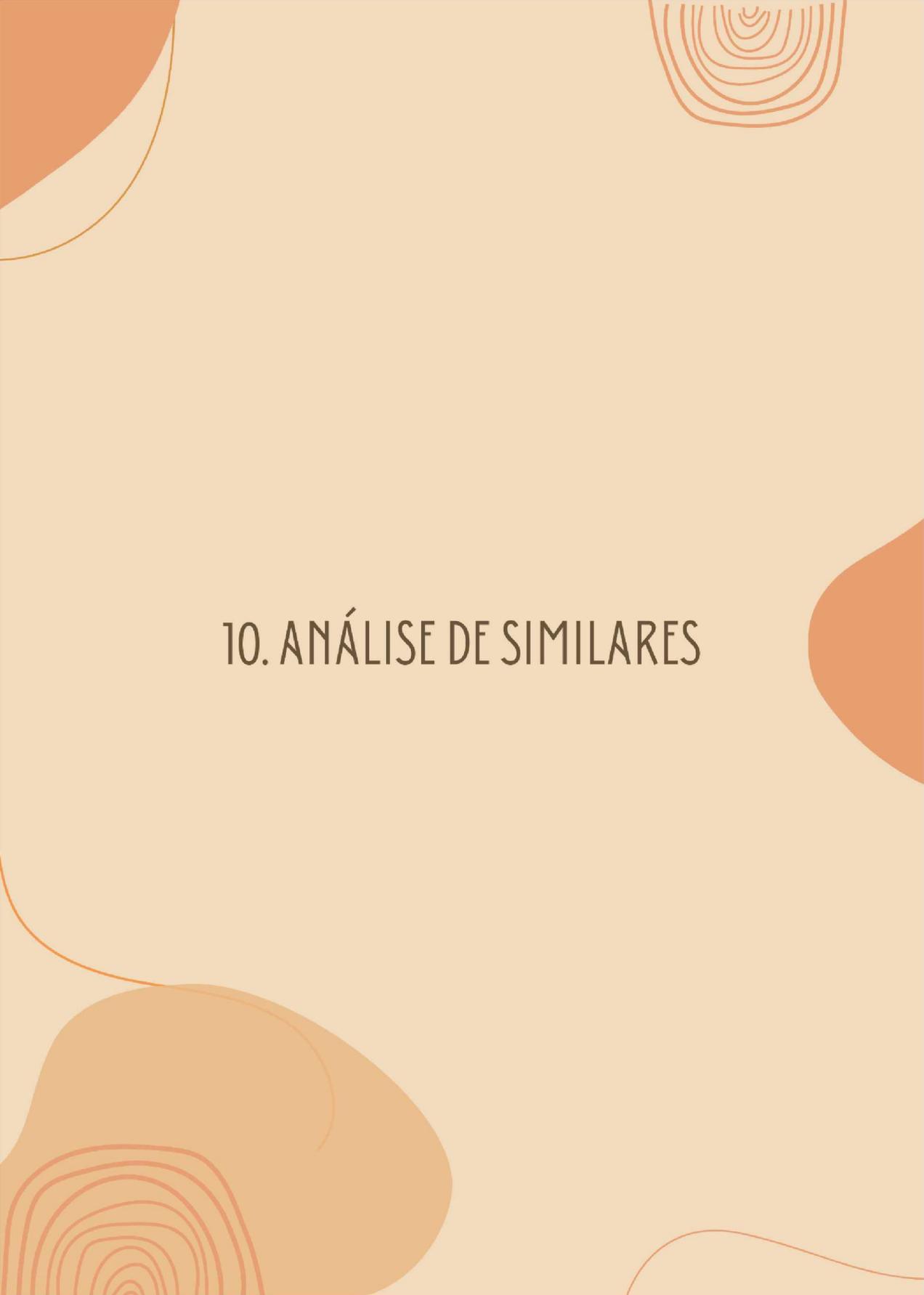


Figura 44: Wayfinding.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/300474606373728076/>

The background is a light orange color with several decorative elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. In the top-right corner, there are several concentric, semi-circular orange lines. In the bottom-left corner, there is a large, irregular orange shape and several concentric, semi-circular orange lines. In the bottom-right corner, there is a solid orange shape and a thin orange line.

10. ANÁLISE DE SIMILARES

10. Análise de similares

Durante esse processo foram analisadas a sinalização de dois parques e um parque aquático, a metodologia utilizada durante essa etapa inclui a análise de padrão visual, uso de ilustração, ícones, do logotipo, gotas de sinalização e também as linhas de fluxo. Em função dessas análises realizadas foram retirados os pontos fortes e positivos de cada sinalização para serem incorporadas na criação das placas do Parque Municipal Victório Siquierolli.

10.1 Parque do Povo

O Parque Povo Mário Pimenta Camargo, mais conhecido como Parque do Povo, está situado na Zona Oeste de São Paulo, no bairro Chácara Itaim e no distrito Itaim Bibi. Ele está situado às margens do Rio Pinheiros, em uma área que pertencia à Caixa Econômica Federal e ao Instituto Nacional do Seguro Social. Durante duas décadas, seu espaço foi utilizado por grêmios esportivos e para campeonatos amadores de futebol e, na medida em que a região foi se desenvolvendo, surgiu a necessidade de garantir uma estrutura mais adequada para prática de esportes e outros tipos de lazer. Em 2006 a Prefeitura de São Paulo adquiriu a cessão do uso do espaço e dois anos depois o parque foi oficialmente aberto para a população. Ele possui um tamanho de 133.547m², que são distribuídos entre um grande gramado central, jardins, quadras poliesportivas, campo de futebol, aparelhos de ginástica de baixo impacto e pistas para caminhada e ciclismo⁸

⁸ Todas as informações relacionadas ao Parque, neste item, foram obtidas a partir da fonte: Acesso em outubro de 2020 <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/meio_ambiente/parques/regiao_centrooeste/index.php?p=22396>



Figura 45: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.



Figura 46: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.



Figura 47: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.

O local possui uma identidade visual bastante característica, com placas padronizadas e bem distribuídas pelo seu território, com duas placas de diretório localizadas na entrada do parque. A sua sinalização torna o espaço auto explicativo e permitem o público usufruir de todos os seus recursos com facilidade. A placa de diretório possui a faixa a esquerda sinalizando o logo, reforçando a sua identidade visual, trabalha com linhas de fluxo e cores em sua legenda para diferenciar as localidades. Conforme relatado acima o parque mostra-se bem sinalizado, mas nota-se um aspecto negativo em uma de suas áreas. O diretório não apresenta a ferramenta da gota da sinalização “Você se encontra aqui”, indicando aonde o usuário está, para facilitar a sua percepção dentro do espaço.



Figura 48: Placa de identificação do gramado e placa de recomendação de uso. Fonte: Foto da autora.

Ao cruzar o portão de acesso observa-se duas placas informativas, conforme as figuras 49 e 50. Elas seguem o mesmo padrão visual que a placa de diretório, com o logotipo localizado a esquerda da placa, trabalha-se informações textuais acerca de regras do parque e faz uso de ilustrações e ícones para comunicar com o seu público. As placas possuem um tamanho e distância adequados, não sobrepondo ao ambiente e fica visível a quem passar pelo local.



Figura 49: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.



Figura 50: Parque do Povo. Fonte: Foto da autora.

Concluindo, o Parque do Povo possui uma marca consistente que busca reforça-la em todas as suas sinalizações, seguindo o mesmo padrão visual e consistência.

10.2 Hot – Park (Rio Quente)

O Hot Park, famoso em meio aos brasileiros, é um parque aquático localizado no Rio Quente, Goiás. Foi criado em 1997, apresentando como atração principal e inicial o Lazy River, caracterizado por suas piscinas aquecidas e relaxantes. Ao longo dos anos, novos projetos foram sendo conquistados, desde caiaques, clubinho da criança até a Praia do Cerrado. Como grande marco do Hot Park, a Praia do Cerrado conta com uma área de 25 mil m², razão pela qual é classificada como a maior piscina artificial (naturalmente quente) do mundo. O parque aquático



Figura 53: Detalhes da placa de diretório. Fonte: Foto da autora.



Figura 54: Placas do Hot Park. Fonte: Foto da autora

O diretório do Hot Park possui um mapa com bastante detalhes e rico em informações, não trazendo uma visualização fácil e rápida para o usuário, porém apresenta um mecanismo bastante utilizado: A gota de sinalização, representando espacialmente aonde o usuário se encontra dentro do parque, ele também destaca os serviços essenciais: banheiro, lojas e alimentação. Em seu contexto geral a sinalização apresenta mapa de diretório, placas de restrições de uso dos brinquedos aquáticos, placas direcionais indicando a direção das atrações e serviços oferecidos pelo parque. O programa de sinalização não possui padrão nos materiais utilizados, nos elementos visuais, na tipografia, cores, ícones. É válido frisar que eles não trabalham a sua identidade visual nas placas, para reforçar o seu branding.

10.3 Parque Ibirapuera

O Parque Ibirapuera reside em São Paulo e atualmente, o Ibirapuera detém um viveiro, chamado de Manequinho Lopes, abrigando variadas plantas e orquídeas, a fim de atrair o público. Presente no Brasil desde 1954, continua sendo bastante frequentado até os dias de hoje, tornando-se um grande referencial cultural, além de assegurar lazer aos visitantes. O parque possui lanchonetes, parquinhos, além de atividades para descontração.

Os famosos criadores desse grande espaço, sendo Oscar Niemeyer o responsável pela arquitetura e o Roberto Burle Marx pelo paisagismo, procuraram implementar o âmagu da urbanização moderna, obtivendo sucesso. São 66 anos de significativo afeto da população ao parque, o que o torna mais belo e aconchegante¹⁰

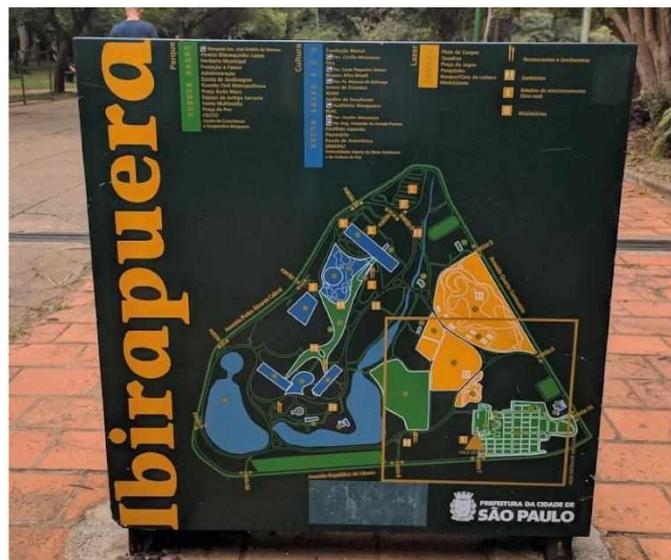


Figura 55: Placa de diretório Parque Ibirapuera. Fonte: Foto da autora

¹⁰ Todas as informações relacionadas ao Parque, neste item, foram obtidas a partir da fonte: Acesso em outubro de 2020 < <https://parqueibirapuera.org/parque-ibirapuera/nome-parque-ibirapuera/>>



Figura 56: Placa de informações gerais do Ibirapuera. Fonte: Foto da autora



Figura 57: Placa informativa do Ibirapuera.

Fonte: <https://parqueibirapuera.org/parque-ibirapuera/achados-e-perdidos/>

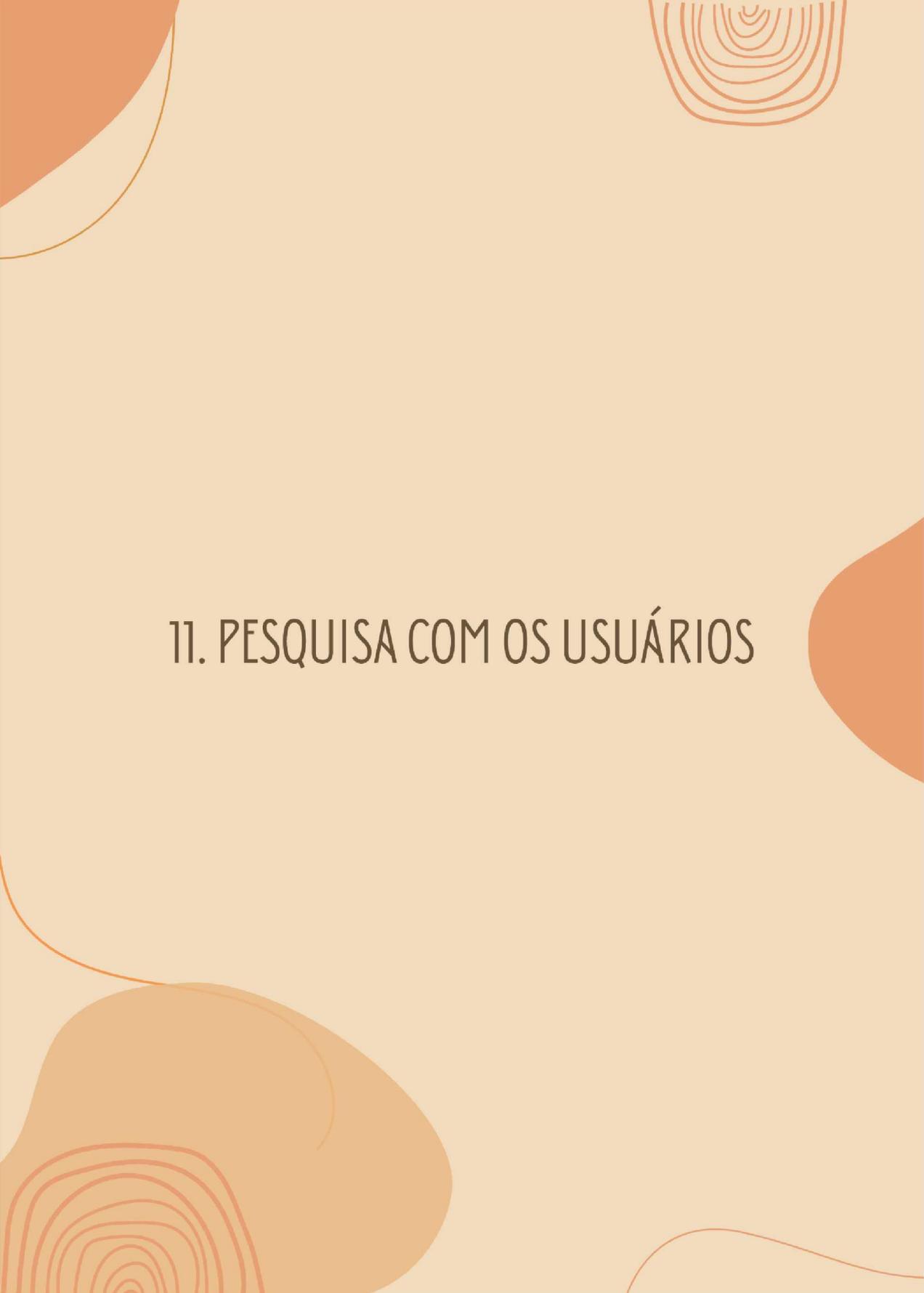


Figura 58: Placa de orientação.

Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Placa_Parque_Ibirapuera.jpg

A comunicação visual geral do Parque Ibirapuera é bastante escassa, considerando toda a extensão dele, tornando-o menos hospitaleiro, muitas de suas placas não apresenta informações pois se deterioraram com o tempo ou foram vandalizadas.

A placa de diretório faz a sua separação do espaço através do zoneamento, separando em zonas de: Parque, Cultura e Lazer, e fazendo a separação dos serviços essenciais (Sanitários, Bicletários, estacionamentos e restaurantes). A padronização no seu design gera a percepção de identidade no público reforçando a sua marca, em todas as suas placas a logo está presente reafirmando a sua identidade. Outro padrão visual seguido pelo Ibirapuera, é o uso de tipografias, cores e elementos visuais.

The background is a solid light orange color. It features several decorative elements: a dark orange curved shape in the top-left corner; a series of concentric, hand-drawn orange lines in the top-right corner; a dark orange curved shape on the right side; a large, dark orange organic shape in the bottom-left corner; and a thin, wavy orange line in the bottom-right corner.

11. PESQUISA COM OS USUÁRIOS

11. Pesquisa com os usuários

Foi realizada uma pesquisa com um grupo de usuários que frequentam o parque a fim de realizar um levantamento a respeito das opiniões para melhorias da sinalização do Siquierolli. Foram criadas três perguntas específicas a respeito da sinalização, que podem ser visualizadas abaixo no quadro comparativo:

Perguntas	Possibilidade de repostas
Durante o passeio no Parque você se sentiu perdido?	Sim ou não
Você acha que faltam placas informando os diferentes espaços do Parque?	Sim ou não
O que você acha da sinalização existente no Parque Siquierolli?	Excelente, boa, ruim, muito ruim ou indiferente.

Tabela 1: Pesquisa com usuários. Fonte: Elaborado pela autora

11.1 Resultado da pesquisa

O resultado para a primeira pergunta revelou que a maioria dos usuários se sentiu perdido durante o passeio no Parque (figura 59)

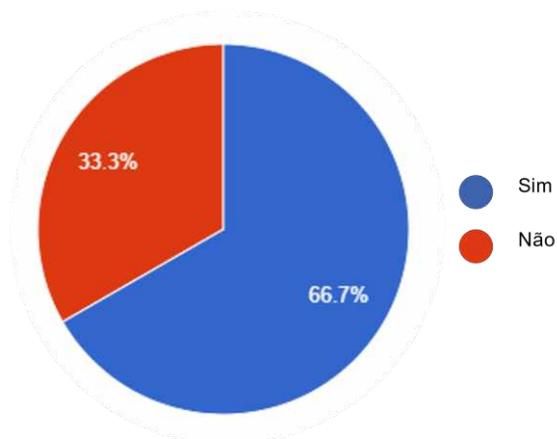


Figura 59: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora

O resultado da segunda pergunta revelou que os usuários acham que faltam placas pelo Parque informando os diferentes espaços (figura 60).

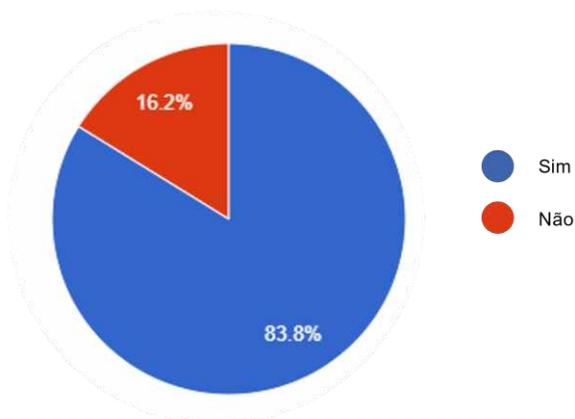


Figura 60: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora

A terceira pergunta nos revelou que a maioria dos entrevistados não está satisfeita com a sinalização, 67,3% demonstraram que acharam a sinalização ruim e apenas 16,3% responderam que acharam a sinalização boa (figura 60).

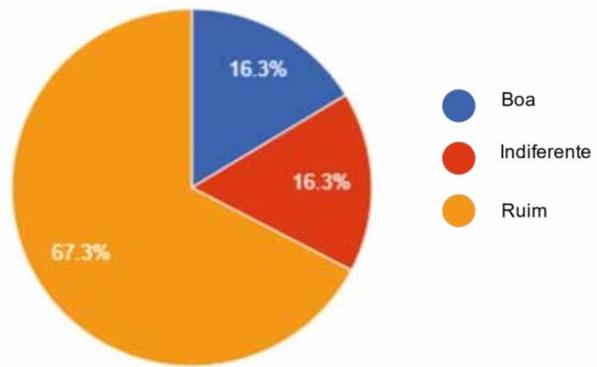


Figura 61: Gráfico de pesquisa. Fonte: Elaborado pela autora



12. ANÁLISE DOS ESPAÇOS

12. Análise do espaço

Devido ao fato de que, já no briefing deste projeto, o Parque Siquierolli não apresentava uma placa de diretório ou algum mapa com orientações dos espaços no interior do Parque, foi proposta a criação da sinalização a partir da placa de diretório. A partir disso, foram feitos estudos de campo e análises com o auxílio da planta arquitetônica. Neste primeiro momento o local foi separado e identificado de acordo com cada área do Parque.

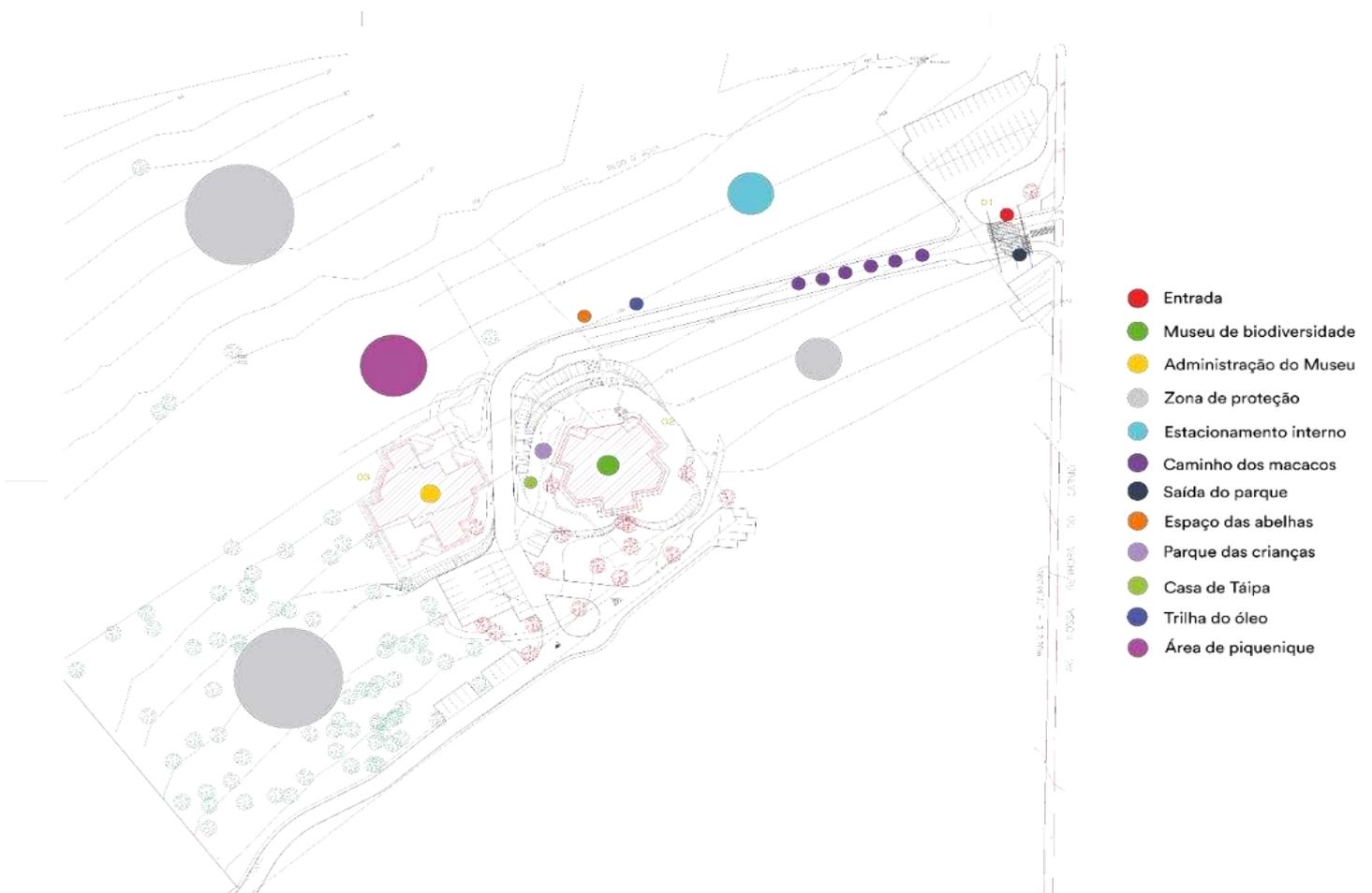
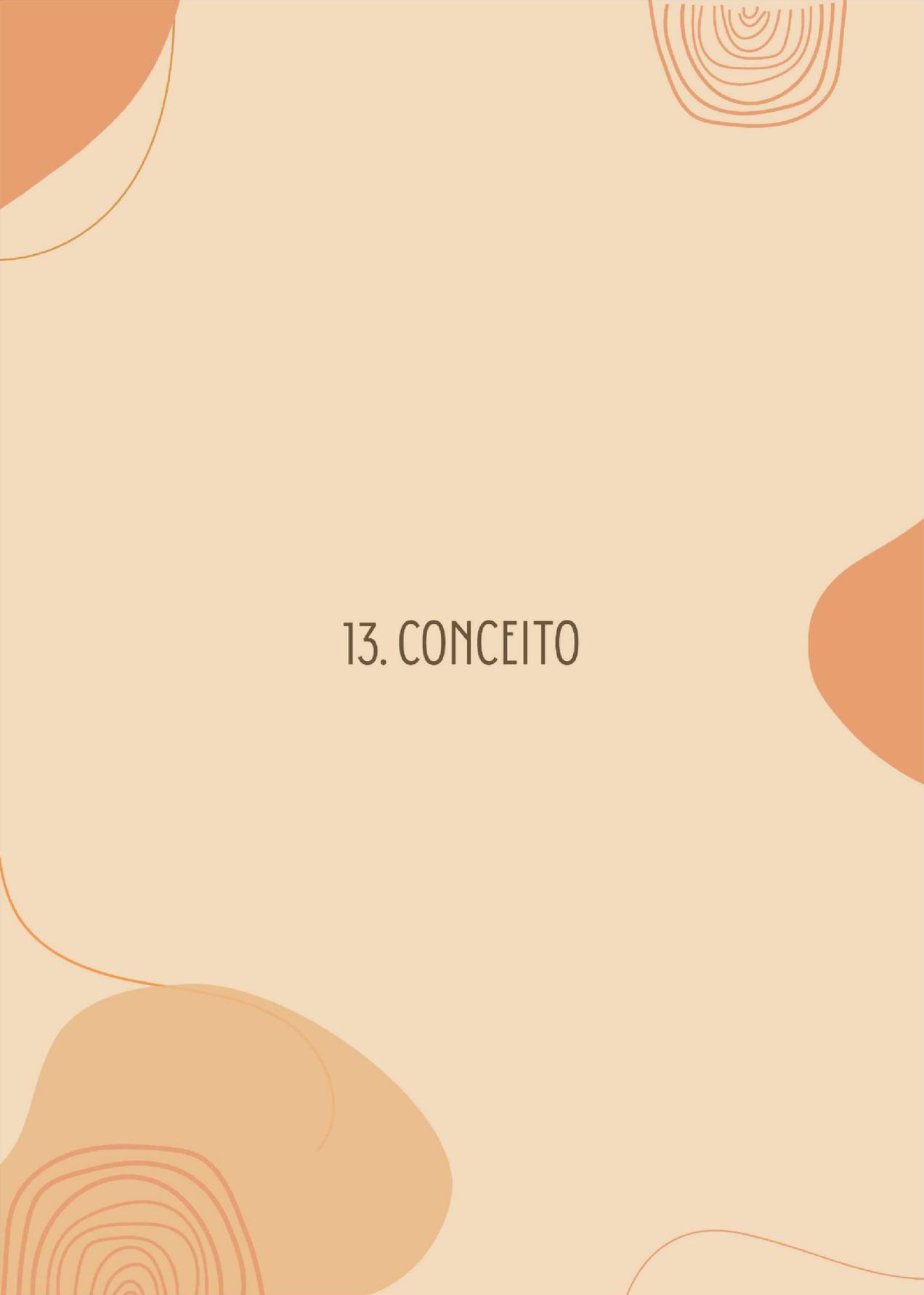


Figura 62: Planta Parque Siquierolli. Fonte: Elaborado pela autora



13. CONCEITO

13. Conceito

Após os estudos de campo, pesquisas feitas sobre sinalização e todo o trabalho de branding já desenvolvido, foi definido o conceito para as placas do Siquierolli. Este foi pensado a partir da ideia de se facilitar a compreensão do público dominante, seguindo um design simples e lúdico, utilizando os cheios e os vazios, explorando as cores na identificação dos espaços e buscando fortalecer a sua identidade, que é de uma relação forte com uma visualidade já presente no parque, portanto de fácil identificação.

13.1 Tipografia

Partindo da regra de que em projetos de sinalização a legibilidade é uma das diretrizes fundamentais, a família tipográfica escolhida para o projeto foi a Globber, uma fonte minimal (sem serifas ou ornamentos), de rápida leitura e de fácil compreensão para o usuário.

Globber
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Figura 63: Família Tipográfica. Fonte: <https://www.dafontfree.io/globber-font-free/>

13.2 Cores

Cada cor selecionada para o projeto de sinalização foi pensada a fim de definir um espaço do Parque, conforme identificadas na **figura 59**. Foram 9 cores selecionadas para os seus respectivos espaços dentro do Siquierolli, as cores foram fortemente exploradas com tonalidades vivas e alegres, visando a facilitação da compreensão do público definido.

	H: 2 R: 231 C: 0 S: 79 G: 59 M: 87 B: 90 B: 48 Y: 81 K: 0	#E73B30		H: 218 R: 78 C: 77 S: 50 G: 106 M: 56 B: 62 B: 160 Y: 15 K: 2	#4E8A40		H: 7 R: 217 C: 11 S: 58 G: 106 M: 69 B: 85 B: 89 Y: 62 K: 2	#C98A69
	H: 282 R: 151 C: 49 S: 38 G: 105 M: 65 B: 66 B: 170 Y: 0 K: 0	#9783AA		H: 40 R: 251 C: 0 S: 82 G: 189 M: 29 B: 98 B: 44 Y: 87 K: 0	#FEE22C		H: 186 R: 135 C: 51 S: 34 G: 197 M: 6 B: 80 B: 206 Y: 20 K: 0	#87C3CE
	H: 77 R: 110 C: 62 S: 68 G: 138 M: 27 B: 54 B: 43 Y: 100 K: 11	#6E842B		H: 21 R: 242 C: 0 S: 63 G: 146 M: 52 B: 94 B: 89 Y: 68 K: 0	#F29259		H: 295 R: 183 C: 32 S: 28 G: 134 M: 54 B: 73 B: 187 Y: 0 K: 0	#E780BB

Figura 64: Especificação técnica de cores Fonte: Elaborado pela autora

13.3 Pictogramas

Atualmente no Parque Siquierolli não existe nenhuma sinalização com pictogramas consolidados, portanto foram desenvolvidos alguns que sejam essenciais a fim de cumprir as suas respectivas necessidades: locacionais e informativas. O design utilizado foi simples e claro para não gerar dificuldade de interpretação do usuário. As setas direcionais seguem o mesmo estilo: a objetividade e a clareza, sendo feitas em apenas três direções (esquerda, direita, frente) objetivando não gerar confusão no usuário.

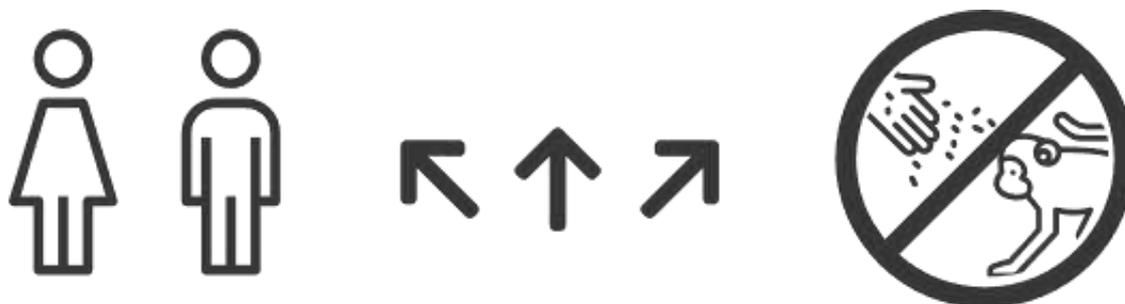


Figura 65: Pictogramas Fonte: Elaborado pela autora

13.4 Materiais

Em relação aos materiais definidos para o projeto de sinalização do Parque Siquierolli foram selecionados aqueles de alta durabilidade, caráter sustentável e que fossem de baixo custo.

13.4.1 Adesivo vinílico

Primeiramente, definimos o Adesivo vinílico para a impressão das placas. A partir de sua já conhecida qualidade para impressão, resistência à exposição externa¹¹ (intempéries) que a placa sofrerá, como por exemplo, fortes chuvas e extrema exposição ao sol, combinando uma fácil aplicabilidade com uma boa resistência para um ambiente aberto. Outra justificativa de seu uso, é a possibilidade de baixo custo para manutenção das impressões e placas, já que seu custo é baixo e possibilita que assim seja feito de tempos em tempos, quando for necessário (como foi observado nos parques usados para a análise de similares).



Figura 66: Adesivo Vinílico. Fonte: <https://www.likegrafica.com.br/produto/adesivo-vinil-s-recorte-tamanho-minimo-s-instalacao-50x50cm-vinil-adesivo-fosco-liso-s-acabamento-4-cores-resolucao-de-impressao-1440-dpi-s6370>

13.4.2 Pinus

O Pinus foi escolhido para ser utilizado como suporte para a sinalização (placa) é um material de madeira de reflorestamento e com o preço acessível, leve, de fácil acabamento e manuseio. O seu ciclo de crescimento é rápido o que torna o seu uso sustentável e quando é tratado quimicamente ele possui forte resistência aos ambientes externos.

¹¹ Informações obtidas a partir de: <https://www.stickermule.com/br/uses/weatherproof-stickers>



Figura 67: Madeira de reflorestamento: Fonte: <https://rohden.com.br/blog/madeira-reflorestada-o-que-e/>

13.4.3 Chapa de aço galvanizado

O aço galvanizado é uma boa solução metálica para as placas, pois garante a durabilidade e resistência de um metal à placa. Esse aço passa por processos químicos com intuito de protegê-lo de ferrugem, fruto de possíveis exposições à água, como chuva ou respingos, reforçando sua aplicabilidade em um ambiente externo.

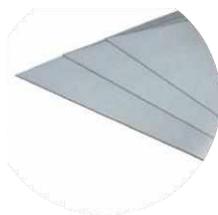


Figura 68: Chapa de aço galvanizado. Fonte: <https://solucoes.usiminas.com/produto/chapa-galvanizada/2894455-3362820>

The background is a solid light orange color. It features several decorative elements: a dark orange curved shape in the top-left corner, a series of concentric orange lines in the top-right corner, a dark orange curved shape on the right side, a large dark orange shape in the bottom-left corner, and a series of concentric orange lines in the bottom-left corner. The text is centered in the middle of the page.

14. SISTEMA DE SINALIZAÇÃO

14. Sistemas de sinalização

Ao total foram planejados seis modelos para as placas de sinalização, da esquerda para a direita de acordo com a **figura 77¹²**:

1. placa de diretório,
2. placa direcional,
3. placa locacional,
4. placas de sanitários,
5. placas informativas.

Como já dito, todas as placas, com exceção das de sanitário, são ter suporte em madeira de reflorestamento de Pinus, composto por uma chapa de aço galvânica e com as suas informações impressas em adesivo vinílico coberto por uma película protetora.



Figura 69: Placas de sinalização Fonte: Elaborada pela autora

¹² Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.



Figura 70: Placas de sinalização. Fonte: Elaborada pela autora

14.1 Placa de diretório

A placa de diretório¹³ planejada para o Siquierolli vai seguir o padrão visual e a consistência estabelecidos para o projeto, trazendo a sua identidade à esquerda da placa, além disso, o mapa segue uma linha de design mais lúdico, apontando ao público alvo, com cores divertidas (presentes em todo o projeto) e de fácil identificação. A legenda carrega as formas e cores dos locais no mapa, o que facilitará na identificação do local. As placas serão dispostas no número de duas (frente e verso), em um mesmo suporte: as placas de diretório ficarão próximas à portaria de acesso ao Parque, sentido saída e entrada.

¹³ Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.



Figura 71: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 72: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 73: Placa de diretório. Fonte: Elaborada pela autora

14.2 Placa direcional

A placa direcional¹⁴ foi criada com o intuito de direcionar o usuário ao seu objetivo final. Ela vai ser implantada em pontos estratégicos do Parque. Cada lugar do parque sinalizado no mapa do diretório vai ocupar um módulo na placa direcional, com a cor de cada módulo respeitando o definido no diretório. O logotipo vai ocupar o primeiro módulo da placa direcional de forma discreta, porém reafirmando a identidade do parque, feito por meio de gravação na madeira e pintura.

¹⁴ Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.



Figura 74: Placa direcional. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 75: Placa direcional. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 76: Placa direcional. Fonte: Elaborada pela autora

14.3 Placa locacional

Essa placa¹⁵ foi criada com o intuito de ajudar o usuário a identificar o seu destino, cada placa locacional é referente aos lugares identificados no mapa, a entrada do parque, saída do parque, Museu da Biodiversidade, Trilha do óleo, Espaço das abelhas, Área de piquenique, Administração do Museu, Parque das crianças e a Casa de taipa.

A sua estrutura é a mesma de todo o sistema de sinalização, o logotipo vai ficar localizado acima da chapa galvanizada, gravada na madeira de reflorestamento. A identificação de cada área precisa ser diferenciada, portanto cada cor de cada placa será a mesma definida pelo diretório. Essas placas vão se localizar próximo ao local indicado, para que o usuário saiba que chegou ao lugar desejado.

¹⁵ Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.



Figura 77: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 78: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 79: Placa locacional. Fonte: Elaborada pela autora

14.4 Placa de sanitários

As placas de sanitário¹⁶ ficarão fixadas nas portas dos banheiros para identificação rápida do usuário, pois dificilmente será mudada a posição destas. Elas seguem o padrão visual e dos materiais utilizados nas sinalizações, com exceção da madeira de reflorestamento. A proposta é que sejam adesivadas nas portas de cada banheiro, nas medidas padrão de 20x20cm.



Figura 80: Placas de sanitários. Fonte: Elaborada pela autora

14.5 Placas informativas

As duas propostas de placas informativas¹⁷ vão seguir o padrão proposto para o sistema de sinalização, porém as cores escolhidas não estão no mapa de diretório, foram cores selecionadas em específicos para estas.

¹⁶ Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.

¹⁷ Maiores detalhes constam do Manual de sinalização.

1. Não alimente os animais:

Este modelo de placa será disposto em pontos estratégicos do parque, a fim de informar e lembrar o usuário de não alimentar os animais com comidas inapropriadas evitando problemas futuros.

2. Descrição das espécies botânicas:

O segundo modelo de placa ficará disposto próximo das árvores a fim de identificar as espécies.



Figura 81: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 82: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora



Figura 83: Placas informativas. Fonte: Elaborada pela autora



15. CONCLUSÃO

15. Conclusão

A presente monografia teve como desafio principal, respeitar a identidade existente e se comunicar com o público alvo do Parque Municipal Victório Siquierolli. A partir disso foi proposta a criação de uma marca para evidenciar tal visualidade já existente no parque e, depois aplica-la à sinalização, para que os usuários do espaço pudessem desfrutar de maneira mais eficiente, segura e confortável todas as possibilidades que o Parque possui. O outro desafio era dialogar com o público infanto-juvenil, que na maioria das vezes busca o parque para uma função educacional a fim de desfrutar das questões pedagógicas do espaço.

The page features a light orange background with several decorative elements. In the top-left corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. In the top-right corner, there are concentric orange lines forming a semi-circular pattern. In the bottom-left corner, there is a large, irregular orange shape and a thin orange line. In the bottom-right corner, there is a solid orange shape and a thin orange line. The text "REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS" is centered in the middle of the page.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referência bibliográfica

SANTANA, Ana Lúcia. **Parque do Ibirapuera**. InfoEscola - Navegando e Aprendendo. 2009. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sao-paulo/parque-do-ibirapuera/>>. Acesso em 20 de jun. de 2019.

PREFEITURA DE UBERLÂNDIA. **Complexo Parque do Sabiá**. Secretarias e órgãos - Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbanístico. 2014. Disponível em: <<http://www.uberlandia.mg.gov.br/2014/secretaria-pagina/51/144/secretaria.html>> Acesso em 20 de Jun, de 2019.

PREFEITURA DE UBERLÂNDIA. **Parque Municipal Victório Siquieroli**. Secretarias e órgãos - Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbanístico. 2014. Disponível em: <<http://www.uberlandia.mg.gov.br/2014/secretaria-pagina/51/138/secretaria.html>> Acesso em 20 de Jun, de 2019.

Universidade Federal de Uberlândia. História | Museu de Biodiversidade do Cerrado. 2011. Disponível em: <http://www.mbc.ib.ufu.br/node/25>. Acesso em: 23 nov. 2020.

WIKIPÉDIA. Parque Municipal Victorio Siquierolli – Wikipédia, a enciclopédia livre. 2019. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_Municipal_Victorio_Siquierolli. Acesso em: 23 nov. 2020.

Projeto Tamar. **PROJETO TAMAR**. 2011. Disponível em: <http://www.tamar.org.br/>. Acesso em: 23 nov. 2020.

PROJETO TAMAR. **História**. 2009. Disponível em: <<https://www.tamar.org.br/interna.php?cod=64>> Acesso em 20 de Jun. de 2019

PROJETO TAMAR. **Mapa Geral**. 2009. Disponível em: <<http://tamar.org.br/interna.php?cod=400>> Acesso em 20 de Jun. de 2019

PARQUE IBIRAPUEIRA CONSERVAÇÃO. **História**. Início-Sobre. 2017. Disponível em: <<https://parqueibirapuera.org/ibiraconservacao/historia/>> Acesso em 20 de jun. de 2019

PARQUE IBIRAPUERA CONSERVAÇÃO. **Sobre o Parque**. Início - Parque Ibirapuera. 2017. Disponível em: <<https://parqueibirapuera.org/parque-ibirapuera/parque-ibirapuera/>> Acesso em 20 de jun. de 2019

ALCANTRA, Cristiane. **Os Elementos da Identidade Visual**. Tumblr da disciplina de Comunicação Visual 2. 2018. Disponível em: <<https://comunicacaovisual2ufu.tumblr.com/>> Acesso em 20 de jun. de 2019

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. **Brading + Design: O branding e a metodologia de sistemas de identidade visual**. Orientador: Marcos da Costa Braga. 2013. 427 p. Dissertação (Mestrado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, São Paulo, 2013.

SIQUIEROLI, Victório. **Narrativas Victório Siquieroli 90 anos**. Uberlândia: [s. n.], 2008.

GLOSSÁRIO de Marcas Interbrand: Inglês - Português. Porto Alegre: Bookman, 2017. 144 p. ISBN 9788577801381.

BUSO, Gregory. **Qual a importância e diferença de Identidade Visual e Marca (Brand)**. 2017. Disponível em: <<https://medium.com/@gregorybuso/qual-a-import%C3%A2ncia-e-diferen%C3%A7a-de-identidade-visual-e-marca-brand-2e492ffc2d0>>

GIELFI, Marcela. **O impacto do design thinking na estratégia de branding aplicado em social media – Parte I (Branding)**. [S. l.], 9 dez. 2013. Disponível em: <http://www.ideiademarketing.com.br/2013/12/09/o-impacto-do-design-thinking-na-estrategia-de-branding-aplicado-em-social-media-parte-i-branding/>. Acesso em: 1 maio 2019.

ALCANTARA, Cristiane. **Anatomia da marca – Etapa 3**. Tumblr da disciplina de Comunicação Visual 2. 2018. Disponível em: <<https://comunicacaovisual2ufu.tumblr.com/>> Acesso em 10 de março de 2019

STICKER MULE. **Adesivos à prova de intempéries**. 2020. Disponível em: <<https://www.stickermule.com/br/uses/weatherproof-stickers>>. Acesso em: 19 nov. 2020.

TEIXEIRA, César Viana *et al.* **Design e Branding: Identidade Visual, emoção e gestão das marcas BIBLIO19 e MOSTRA GOIÁS.** In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE NOVAÇÃO EM MÍDIAS INTERATIVAS, 3., 2014, Goiânia. Estudo [...]. Goiânia: [s. n.], 2014. *E-book*. Tema: Design e Branding, p. 17-28.

SIMACEK, Maffei; ALEXANDRINO, Simone Thereza. **Design emocional e análise observacional: inter-relações entre produto e usuário.** Orientador: Marilda dos Santos Menezes. 2016. 252 p. Tese de Doutorado (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de arquitetura e urbanismo, Bauru, 2016.

SALGADO, Renata. **Projeto de sinalização em parques urbanos: sistematização de elementos estruturadores a partir de exemplos no município de São Paulo.** 2013. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-13082013-144046/publico/dissertacao_renatosalgado.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2020.

PEZZIN, Olivia Chiavareto. **DESIGN DE SINALIZAÇÃO: FEITO PARA OS USUÁRIOS MAS SEM SUA PARTICIPAÇÃO.** Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4. São Paulo: Blucher, 2014.

ALMEIDA, Marcelo Borges. **Sinalização e Identidade Parque Zoológico do Rio Grande do Sul. 2010.** 231 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/27845/000766343.pdf;jsessionid=297595D34BE8B8F9156FEEF9753C92E9?sequence=1>>. Acesso em: 19 nov. 2020

Teixeira, Silva, Bona. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual.** VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul, Passo Fundo, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0187-1.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2020.

MARTINS, José Roberto. **Branding.** São Paulo: Negócio Editora, 2000. 348 p.

ARTHUR, Paul; PASSINI, Romedi. **Wayfinding** People, Signs, and Architecture. New York: McGraw-Hill, 1992.

COSTA, Joan. **Señalética**. Barcelona: CEAC, 1989.

DAUGS, Carla Janaina. **Identidade de Marca: Uma análise das identidades visuais de marcas catarinenses de moda voltadas ao público infantil**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17., 2016, Curitiba. Identidade de Marca: Uma análise das identidades visuais de marcas catarinenses de moda voltadas ao público infantil. Curitiba: Intercom, 2016. p. 1-15. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0623-1.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2020.

TEIXEIRA, César Viana; ROCHA, Cleomar; NEVES, André Roberto Custódio; LUNA, Henryque Resende. **DESIGN E BRANDING: IDENTIDADE VISUAL, EMOÇÃO E GESTÃO DAS MARCAS BIBLIO19 E MOSTRA GOIÁS**. In: SIIMI, 2014., 2014, Goiânia. DESIGN E BRANDING. Goiânia: Media Lab/ufg, 2014. p. 17-28.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W.; KNIPEL, Cid. **História do design gráfico**. Cosac Naify, 2009. 720 p.

TEIXEIRA, Felipe Colvara. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL, 7., 2007, Passo Fundo. O processo de desenvolvimento de uma identidade visual. Passo Fundo: Intercom, 2007. p. 1-14.

CAMARGOS, Marcia; SACCHETTA, Vladimir; COUTO, Fatima. **O VALOR DO DESIGN: GUIA ADG BRASIL DE PRÁTICA PROFISSIONAL DO DESIGNER GRÁFICO**. 5. ed. São Paulo: Senac, 2004.