



VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

() **Resumo** () **Relato de Experiência** () **Relato de Caso**

DIRETRIZES PROJETAIS PARA A CRIAÇÃO DE SINALIZAÇÃO BASEADA NA MARCA

AUTOR PRINCIPAL: Alisson Dias Lorena

ORIENTADOR: Prof. Me. Daniel de Salles Canfield

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

Sinalização é uma área do design de grande importância que, muitas vezes, é deixada de lado. Geralmente empresas investem apenas em sua marca ou no máximo em uma identidade visual que possua papelaria. Nesses casos, perdem uma grande oportunidade de imergir seus clientes no ambiente da marca. Para Wheeler (2008) os sistemas de sinalização são uma ótima oportunidade de construção de marca.

A fim de mudar a perspectiva de empresas que utilizam sinalizações padrões ou improvisadas, o presente estudo visa desenvolver diretrizes projetuais que auxiliem e facilitem o trabalho de designers na criação de sinalizações baseadas em marcas existentes. O desenvolvimento das diretrizes pretende facilitar o trabalho de designers ao elaborar sinalizações, dando-lhes passos a seguir para que ao final do processo, tenham uma sinalização condizente com o universo da marca.

DESENVOLVIMENTO:

Procedimentos metodológicos

Em prol da identificação das diretrizes projetuais, é necessário entender os elementos das marcas, das sinalizações e a correlação que ambos possuem. Para tal, houve a procura na literatura sobre os temas e reconhecidos os principais tópicos a serem levados em consideração na hora da pesquisa.

Pela especificidade do tema, tratou-se de uma pesquisa qualitativa, pois necessitava de dados aprofundados a serem fornecidos por profissionais que possuam domínio do assunto em questão. Foram entrevistados três designers da região de Passo Fundo, que possuíam mais de sete anos de experiência nos ramos pesquisados.

Um roteiro estruturado, de dez questões abertas, foi aplicado nos dias 20 e 21 de novembro de 2018. A entrevista iniciou com perguntas mais pessoais a fim de identificar a familiaridade do questionado com o assunto da pesquisa, tendo um fluxo indo das gerais até as específicas.

Era importante compreender os hábitos de quem lida diariamente com clientes e comparar a maneira que trabalham com a teoria presente sobre design. Então, foi realizada uma triagem nas respostas obtidas dos três entrevistados para gerar um raciocínio único em cada pergunta (ver Anexo). Houve também, a criação de quadros comparativos, onde as respostas e o referencial teórico foram relacionados.

Como afirma Hsuan-an (2017, p.280) “a preferência pela praticidade significa a valorização dos critérios básicos do design de comunicação, que são: atratividade, simplicidade, legibilidade, visibilidade, limpeza visual, conforto e fixação na memória”. Esses conceitos foram citados inúmeras vezes pelos entrevistados, onde afirmam que sempre utilizam na elaboração de sinalizações.

Resultados e discussões

É importante compreender os hábitos de quem diariamente lida com clientes e comparar a maneira que trabalham com a teoria presente na literatura sobre design. Portanto, após o término das análises e ponderações, as diretrizes projetuais que devem ser consideradas pelos designers na criação de sinalizações baseadas em uma marca foram, três etapas, com doze passos ao todo.

Ao receber a marca:

1. Analisar a marca e cores, se houver IDV se ater a ele.
2. Observar se há tipografia auxiliar. Caso não haja, designar uma fonte de fácil leitura.

Ao planejar:

3. Conhecer o local, sinalização deve somar a arquitetura.
4. Certificar-se da visibilidade das peças.

Ao executar:

5. Não alterar sinalização de segurança.
6. Priorizar fundo de cor sólida e utilizar as cores da marca.
7. Se utilizar fundo escuro, utilizar os elementos em cores claras e vice-versa.
8. Priorizar textos em caixa baixa.
9. Se possível, utilizar um símbolo junto ao texto.
10. Uso da marca é dispensável em internas e recomendado em externas.
11. Pode ousar no formato das aplicações.
12. Manter simples, focar na mensagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Os tópicos a serem levados em consideração pelos designers para agilizar a criação de sinalizações vieram da correlação da literatura e da prática do dia a dia de profissionais. A concordância de ambos, deu origem às doze diretrizes apresentadas. O estudo foi uma pequena contribuição a fim de valorizar a sinalização como instrumento de design.

REFERÊNCIAS

- HSUAN-AN, Tai. **Design**: conceitos e métodos. São Paulo: Blucher, 2017.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. Tradução de Joaquim da Fonseca. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

ANEXOS

1. Você é designer há quanto tempo, e há quanto tempo você trabalha com sinalização?	
Entrevistado 1	Designer em uma empresa de a 7 anos, trabalha diariamente com sinalização.
Entrevistado 2	Designer a 21 anos, leciona e atua nas áreas de marca e ergonomia, já colaborou no desenvolvimento de sinalizações.
Entrevistado 3	Designer a 30 anos, leciona e atua nas mais diversas áreas, dentre criação de marca, editoração, produção gráfica e sinalização.
2. O que você acha de sinalização como agente reforçador da marca? Considera importante fazer parte de um SIV?	
Entrevistado 1	Acredito que a sinalização é um dos principais aliados da IDV da marca. Todavia, por questões orçamentárias, na região onde atuo, poucas empresas investem em um MIV mais completo.
Entrevistado 2	A sinalização é importante, mas depende do porte do projeto. Geralmente é cobrado um valor a parte para fazê-lo, e nem sempre é considerado importante pelo cliente.
Entrevistado 3	Com certeza, a sinalização reforça a marca se usada junto da identidade visual, como elementos gráficos, cores e formas.
3. Você costuma utilizar a fonte principal ou auxiliar da marca na elaboração de sinalizações? Ou que estilo de fonte costuma utilizar?	
Entrevistado 1	Normalmente é dada uma fonte auxiliar com uma forma mais reta, justamente para ser utilizada nesse tipo de trabalho. Dificilmente utilizo a fonte principal da marca.
Entrevistado 2	Geralmente uso a tipografia institucional determinada pelo manual de identidade visual, na qual, já é pensada para utilização em demais demandas que irão surgir, como a própria sinalização.
Entrevistado 3	Quando a principal não tem visibilidade boa, tem que se trabalhar com a auxiliar.
4. O que acha sobre a questão de usar texto em caixa alta ou caixa baixa nas sinalizações? Qual é mais eficiente?	
Entrevistado 1	É indicado fontes em caixa baixa, por acreditar-se que a compreensão da mensagem seja mais rápida e clara.
Entrevistado 2	A utilização da sinalização em caixa-baixa, facilita a leitura à distância, já que as palavras desenharam forma que dinamizam a leitura.
Entrevistado 3	umas funcionam bem com caixa alta e outras com caixa baixa. É necessário fazer testes de visibilidade.
5. No aspecto cores, quais cores você prioriza em sinalizações? Costuma levar em consideração as cores da marca?	
Entrevistado 1	Prioriza-se as cores da marca. Com exceção das sinalizações de emergência, que é necessária nos estabelecimentos.
Entrevistado 2	Considero a padrão cromático da identidade visual.
Entrevistado 3	As cores da marca fazem parte da identidade, elas têm que ser utilizadas, porém depende do tipo de sinalização será feita. Algumas sinalizações precisam de uma cor específica para destacar.
6. Qual tipo de fundo para sinalização você considera melhor de trabalhar, o mais prático, fundos com cores sólidas, gradiente ou imagens?	
Entrevistado 1	O ideal são cores sólidas.
Entrevistado 2	Geralmente fundo negativo, com o texto em branco, para ter uma melhor legibilidade.
Entrevistado 3	As cores sólidas são melhores. Prefiro sempre o minimalismo das cores sólidas.
7. Como garantir um bom contraste entre os elementos da sinalização para maior legibilidade?	
Entrevistado 1	É necessário utilizar cores distintas entre o fundo e os elementos. Se utilizo cores claras no fundo, uso cores escuras nos elementos, e vice-versa.
Entrevistado 2	Respeitando regras ergonômicas de leitura, como tamanho adequado das tipografias e elementos visuais harmonizando com a sinalização.
Entrevistado 3	Negativo ou positivo nas cores da marca, num fundo branco e cores da marca. Sempre com tons que não interfiram na leitura.
8. Na utilização de símbolos, considera mais importante evidenciar o texto ou o símbolo?	
Entrevistado 1	Sabe-se que a maioria do público tem preguiça de ler, desta forma, é quase indispensável a utilização de pictogramas/símbolos. Desse modo, é necessário conhecer bem o ambiente onde será aplicado a sinalização e qual o público que irá frequentá-lo, assim saberá o que priorizar. Mas acredito que ambos tenham a mesma importância, texto e símbolo.
Entrevistado 2	Creio que depende do projeto, mas geralmente que ambos tenham a mesma equivalência.
Entrevistado 3	Muitas vezes o símbolo substitui o texto. Outras vezes, o símbolo pode não passar uma leitura rápida então, você precisa colocar o texto.
9. Utilizar a marca da empresa nas peças da sinalização ou não? Se sim, em quais casos?	
Entrevistado 1	Se utilizada as cores características da marca, não há necessidade do logo, as cores já são registros do mesmo. A marca é indicada em sinalizações externas.
Entrevistado 2	Em sinalizações externas é importante, para elementos de sinalização interna, não vejo muita importância.
Entrevistado 3	Externamente se utiliza a marca. Internamente pode ser utilizado, mas depende do tamanho da aplicação.
10. Em sua opinião, como é uma sinalização bonita e eficiente?	
Entrevistado 1	Sinalização bonita se comunica com estilo e praticidade ao seu público, caracteriza o local sem perder a identidade da marca. Peças clean.
Entrevistado 2	Nem sempre a sinalização bonita é eficiente, pode até se tornar confusa. Uma sinalização deve respeitar a identidade, o perfil, legibilidade.
Entrevistado 3	Deve levar em consideração a identidade, a proporção, o tamanho e as cores e a leitura tem que ser eficiente.