

Cíntia da Costa

**PROJETO DE
PROGRAMAÇÃO VISUAL
PARA EMPRESA**

**HOTSOFT
INFORMÁTICA**

TRABALHO DE GRADUAÇÃO Apresentado
aos cursos de Comunicação Visual e Desenho
Industrial, do Setor de Ciências Humanas, Letras
e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Curitiba

1990

TERMO DE APROVAÇÃO



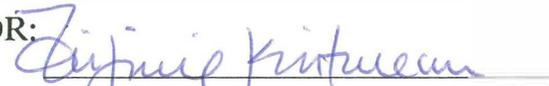
**PROJETO DE PROGRAMAÇÃO VISUAL PARA
EMPRESA HOTSOFT INFORMÁTICA**

por

CÍNTHIA DA COSTA

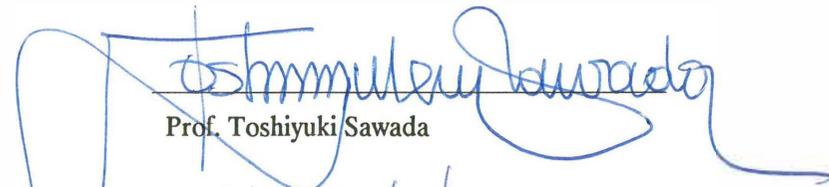
TRABALHO DE GRADUAÇÃO _Tese profissional para obtenção do grau de Bacharel no curso de Comunicação Visual, aprovado pela comissão formada pelos professores:

ORIENTADOR:



Profs. Virgínia B. Kistmann

Ivens J. da Fontoura

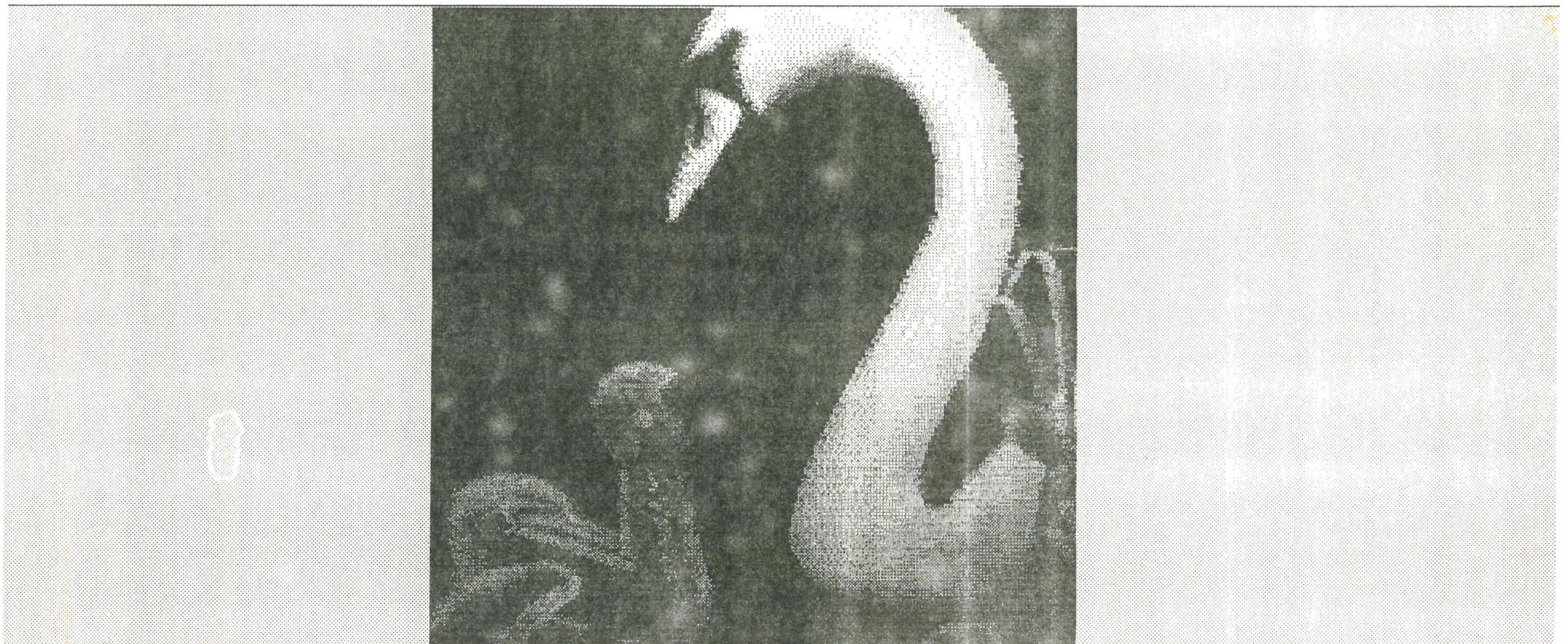


Prof. Toshiyuki Sawada



Prof. Sílvia Silva Júnior

PENSAMENTO.



REFLEXÃO

Quando assumimos uma profissão envolvente e gratificante, o lento murmúrio das horas se torna uma melodia gostosa de se ouvir.

Queiramos ou não, vida e trabalho se entrelaçam e se confundem através do tempo, já que somente trabalhando, temos condições de melhorar nossas vidas, e até mesmo gerar outras.

Pode estar certo de que muitas vezes, aqueles que reclamam da vida constantemente, como se nascer tivesse sido um castigo insuportável, reverteriam esta situação amarga, com o simples suor de seus rostos.

Amado uma profissão, e desempenhando-a bem, estaremos dando a nossa importante parcela de contribuição para a melhoria do conjunto global de que fazemos parte.

“ Nunca devemos temer mudanças. Devemos, sim, mudar os que temem. E aos que por acaso faltam coragem, o próprio tempo se encarregará disto.”

Walter Longo

DEDICATÓRIA

Ao “CARA LÁ DE CIMA” que me carregou nos braços nos momentos mais difíceis.

E a minha família que “viveu” todos os passos deste projeto, junto comigo.

AGRADECIMENTOS

Todo o meu amor aos meus pais e irmãos por acreditarem e me ajudarem de todas as formas possíveis. (Valeu César!)

À Virgínia Kistmann pelos primeiros passos deste projeto.

Ao mestre Luiz Pavão e Cia Ltda: Paulinho e Luiz Renato; adoro vocês; por tudo que vocês fizeram sem pedir nada em troca!

Ao batalhador Ivens Fontoura pelo seu amor à loucura.

E a todos que, direta ou indiretamente, ajudaram neste projeto.

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	01
RESUMO.....	04
SUMMARY.....	06
INTRODUÇÃO.....	08
HISTÓRICO.....	11
APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA.....	16
Apresentação do problema.....	17
Usuário.....	20
Estudos dos antecedentes.....	21
Conclusão.....	27
PESQUISA DOS CONCORRENTES.....	28
DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA.....	37
GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	40
Explicação das alternativas.....	45
Estudos da alternativa escolhida.....	46
Seleção definitiva.....	48

DESENVOLVIMENTO DA LOGOMARCA.....	50
Desenvolvimento da marca.....	51
Estruturação e modulação da marca.....	53
Escalas de redução.....	55
Positivo e negativo.....	58
Aplicação de texturas.....	60
Tipografia institucional.....	63
Programas da empresa.....	66
Aplicação da assinatura.....	68
Utilização de gravuras.....	70
Cores institucionais.....	79
APLICAÇÃO DA MARCA.....	81
Aplicação da marca.....	82
Papéis administrativos.....	83
Produtos da empresa.....	86
Sinalização externa e veículos.....	88
Material publicitário.....	91
CONCLUSÃO.....	94
ANEXOS.....	97
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	105
CITAÇÕES.....	109

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fig. 01 Fotografia da construção de quatro disquetes, feitos com o programa Sculpt 4D Animate, próprio para animações em 3 dimensões; no computador Amiga Commodore 2500.

Fig. 02 Construção de uma marca aleatória para estudo do programa De Luxe Paint.

Fig. 03 Construção de um sorvete pelo programa Deluxe Paint.

Fig. 04 Construção de uma forma cilíndrica, feita pelo programa Sculpt 4D Animate, para animação posterior.

Fig. 05 Construção de um disquete e uma esfera para animação em 3 dimensões, feito pelo programa Sculpt 4D Animate.

Fig. 06 Construção aleatória de um logotipo para a empresa HOTSOFTE Informática.

Figs. 07, 08 & 09 Construção de alternativas para o logotipo da empresa em questão, feitos pelos programas De Luxe Paint e Sculpt 4D Animate.

Figs. 10 e 11 Construção pelo programa Sculpt 4D Animate e impresso numa impressora HP LaserJet Séries II.

Figs. 12, 13, 14 e 16 Construção pelos programas Sculpt 4D Animate e De Luxe Paint; impressos numa impressora HP PrintJet Color.

Fig. 15 Construção pelo programa De Luxe Paint e impresso numa impressora HP LaserJet Séries II com comando para texturização.

Fig. 17 Imóveis; criação de Alex Murawski.

Fig. 18 A natureza da tecnologia; criação de Ron Fleming.

Fig. 19 Van Gogh; criação de Barbara Kelley.

Fig. 20 Lucros?; criação de James Forman.

Fig. 21 Asas a tecnologia; criação de Michael Carroll.

Fig. 22 Ferramenta; criação de Doug Struthers.

Fig. 23 A informática na ponta do lápis; criação de Gary Eldridge.

Fig. 24 Preservação dos dentes e do tempo; criação de Jeffrey Seaver.

Fig. 25 Sem título; criação de Mark Braught.

Fig. 26 Sem título; criação de Philip Howe.

Fig. 27 Nero; criação de Balvis Rubess.

Fig. 28 Informática; criação de Mark Moscavillo.

Fig. 29 Sem título; criação de Pamela Korn.

RESUMO

O ambiente atual vem obrigando as empresas a valorizar a qualidade de seus produtos e serviços assim como exige uma identidade própria para haver, por parte do público, um reconhecimento e assimilação da postura utilizada por cada empresa.

Dar a uma empresa, produto ou serviço, uma personalidade própria e diferenciada, exige bem mais do que conhecimentos técnicos e racionais, principalmente quando se está ciente de que milhares de produtos nascem e morrem sem chegar a se tornarem conhecidos nos seus respectivos mercados de atuação, devido a falta de uma imagem bem elaborada, estruturada e objetiva.

Por isto, a Programação Visual tem um papel extremamente importante em cada empresa, onde o número de informações que se precisa transmitir é grande e a necessidade do reconhecimento correto destas informações, por parte do público alvo, é de caráter primordial; sendo essencial que se venda não só o produto, mas também a imagem da empresa.

Este projeto trata-se do desenvolvimento da Programação Visual da empresa HOTSOFTE Informática, comprovando a necessidade de ter-se uma imagem própria e de realmente implantá-la e institucionalizá-la, não só na empresa como nos seus produtos.

Neste projeto será apresentada uma nova técnica de trabalho que demonstrará a facilidade do Designer projetar e conceber imagens gráficas e de viabilizá-las; a Computação Gráfica.

SUMMARY

The actual environment has obliged enterprises to value the quality of its products and services as much as it demands a stabilised identity to make possible, from the public's side, a recognition and assimilation of the attitude used by each company.

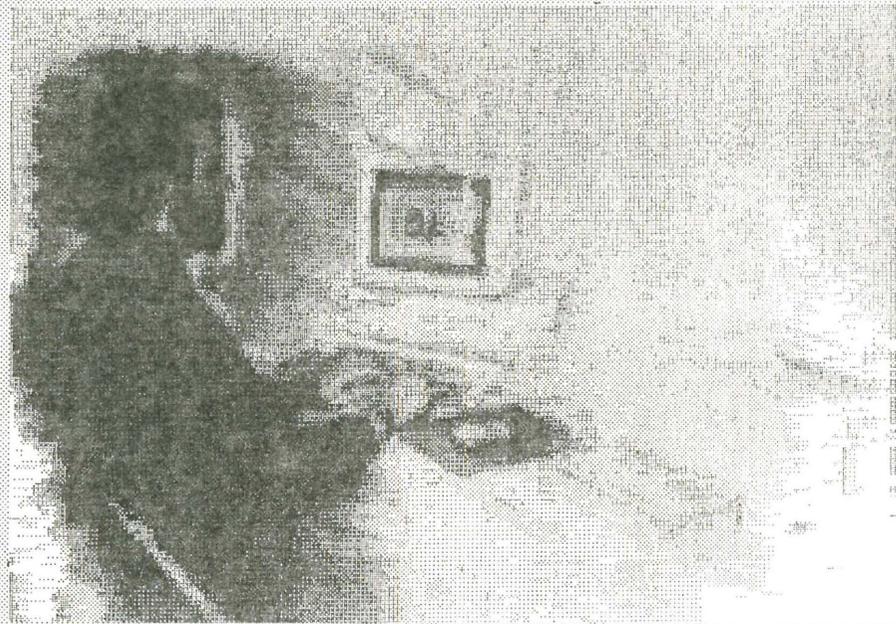
Providing the enterprise, product or service, a stabilised and distinguished personality, requires much more than technical and rational knowledge, mainly when it's well known that thousands of products rise and fall before being acquainted in its own acting markets, due to a lack of a well-elaborate, structured and objective image.

For this reason Graphic Design has an extremely important role in each enterprise, where the number of information that must be transmitted is great and the need of a correct recognition of this information, from the aimed public's side, is primordial, making it essential to sell not only the product, but the company's image.

This project stands for the development of the Graphic Design of the company HOTSOFI Informática, proving the importance of having a distinguished image of the company by itself and really establish this image, not only in the company, but also in its products.

In this project a new work technique will be presented, that will demonstrate the designer's facility to project and conceive graphic images and make them real; Graphic Computation.

INTRODUÇÃO



INTRODUÇÃO

A metodologia utilizada, no decorrer do projeto, teve embasamento nas matérias projetuais dos anos anteriores do respectivo curso. Criando, assim, etapas ordenadas que vão facilitar a compreensão do projeto em sua forma estrutural.

Como primeira etapa, tem-se o Histórico da Computação Gráfica; introduzindo-a como ferramenta de trabalho na criação e desenvolvimento do projeto de identidade corporativa. Colocando definição e conclusão da utilização desta técnica; onde é desenvolvida praticamente durante toda a evolução do projeto.

Numa segunda etapa, fica a Apresentação do Problema; onde são citadas estrutura, características e necessidades da empresa HOTSOFTE Informática. Fazendo uma análise das aplicações de identidade visual utilizadas anteriormente, suas deficiências e consequências para a empresa. A partir daqui, começa a utilização da Computação Gráfica.

Na Pesquisa dos Concorrentes, encontra-se uma análise completa das características de cada empresa e de seus logotipos

concluindo-se de modo global a atuação dos concorrentes no mercado.

Como quarta etapa, a Geração de Alternativas seleciona as informações obtidas até então, processando imagens objetivas com função de mensagem visual consistente e de estabilidade temporal.

Após a geração de alternativas, chega-se a Seleção Definitiva, que por sua vez implica numa série de justificativas de caráter psicológico, sociológico e estético. Demonstrando, assim, o desenvolvimento da logotipia, que se caracteriza pela estruturação, modulação, positivo & negativo, escala de redução para a análise de legibilidade da forma, tipologia institucional, assinatura definitiva e alternativas de cores do logotipo.

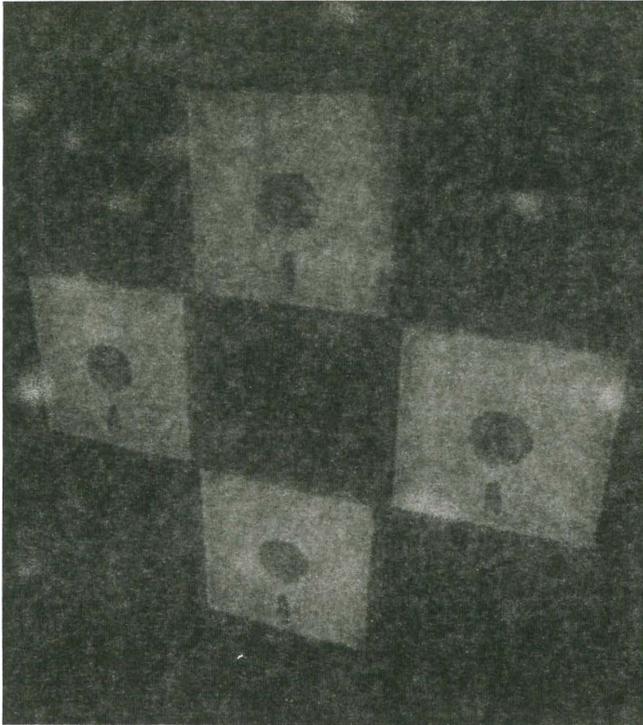
A seguir se dá a execução da aplicação do logotipo na papelaria e desenvolvimento do material publicitário.

HISTÓRICO.



HISTÓRICO

Fig.01



Até pouco tempo atrás, o uso de computadores destinava-se principalmente a aplicações administrativas.

Hoje, devido à uma grande Revolução Industrial, os campos de aplicação da computação são extensos e cada vez mais aprimorados.

A Computação Gráfica tomou seu espaço físico entre os Designers e Projetistas do mundo inteiro. No Brasil está se tornando indispensável o conhecimento desta técnica no meio profissional bem como a necessidade de material sobre o assunto.

A grande disseminação dos microcomputadores, permitiu o acesso de muitos profissionais da área aos instrumentos básicos para inicializar trabalhos, devido ao baixo custo em comparação aos sistemas até então existentes.

“ Um desenho vale mais que mil palavras.” Esta frase indica a importância da Computação Gráfica, onde o uso do design para transmitir idéias, é uma prática muito natural para o ser humano, por ter noção da realidade através das imagens que o cercam.

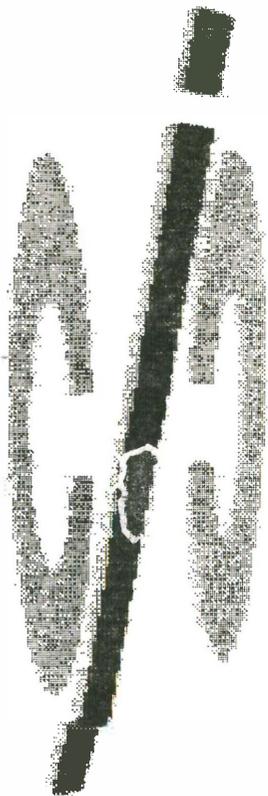


Fig.02

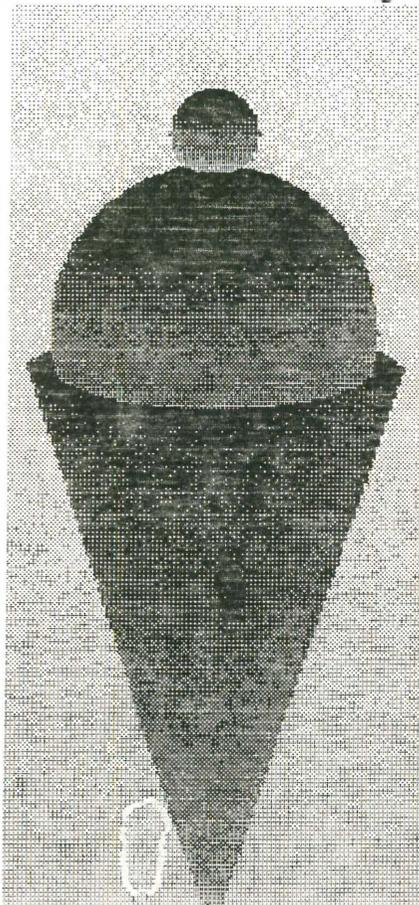
Desde a pré-história, o homem procurou reproduzir cenas de seu interesse através de designs, assim como os cientistas antigos procuraram sintetizar os dados de seus experimentos através de gráficos e designs, visando facilitar sua análise e conclusões.

Mas só em 1950, é que se utilizou pela primeira vez um display controlado pelo computador, para gerar imagens gráficas simples, surgindo assim, um novo ramo na História, tanto para a ciência da computação como para a ciência da engenharia eletrônica; a Computação Gráfica.

Na Computação Gráfica, as imagens são a forma usual de comunicação para o ser humano em diversas áreas, onde existe uma facilidade incrível na geração de formas; substitui-se extensos relatórios e tabelas por gráficos de fácil interpretação; tem-se a facilidade na alteração de imagens previamente geradas, sem a necessidade de refazê-las devido a pequenas ou grandes modificações; a produção de designs é de melhor qualidade e em menor tempo do que pelos processos manuais; e tem-se a possibilidade de solucionar problemas cuja viabilidade seria impossível pelos processos tradicionais.

A Computação Gráfica pode ser utilizada em praticamente todas as áreas de trabalho; como na produção de gráficos gerenciais e científicos, para a representação de funções matemáticas e de dados laboratoriais; na cartografia e em mapeamento, para a produção de mapas de diversas naturezas com a finalidade de planejamento urbano, levantamento de áreas cultivadas e mapeamento fiscal; na engenharia e arquitetura, para a criação das formas e análise de esforços referentes às estruturas a serem

Fig.03



construídas, para preparação de plantas e designs à nível de projeto, e para concepção e análise dos objetos, peças e sistemas complexos a serem fabricados; na publicidade, arte e animação, para geração de imagens diretamente em filmes ou telas, para posterior exibição de forma estática ou dinâmica.

Na área da propaganda, nota-se ultimamente, uma infinidade de comerciais (vinhetas) veiculados diariamente nos canais de televisão.

Com o aumento vertiginoso das áreas de utilização da Computação Gráfica, ocorreu e está ocorrendo uma diminuição dos custos e melhoria do nível técnico dos recursos envolvidos.

Numa tentativa de melhor compreendermos a Computação Gráfica, tem-se como metodologia básica na atividade de projetar, a decomposição hierárquica, utilizada também na solução de problemas complexos. Segundo este critério, o problema inicial é decomposto em subproblemas, que por sua vez, podem ser novamente decompostos, até que o problema original seja reduzido a um conjunto de problemas primitivos de solução simples.

Para a resolução de cada parte do projeto, seguem-se quatro passos:

1. Concepção, que é a criação preliminar do objeto ou imagem, para um primeiro contacto com a forma em si;
2. Análise, onde o projeto é submetido a testes analíticos que irão comprovar ou não sua adequação;

3. Detalhamento, o projeto é aprovado e completamente especificado em relação aos elementos que o constituem;
4. Representação, onde o detalhamento é colocado em um meio de comunicação direto ou indireto, com o usuário, através da linguagem gráfica.

Os que trabalham com Computação Gráfica, em sua maioria, preocupam-se em imitar o mundo real e em simplificar ao máximo as imagens, onde com uma certa facilidade manipulam a fantasia.

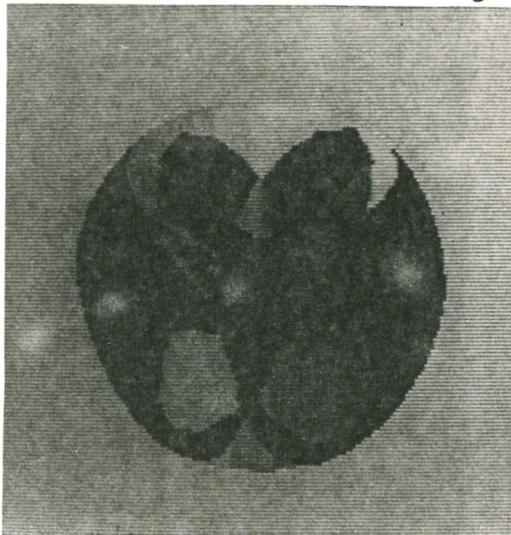
Neste projeto para a empresa HOTSOFTE Informática, utilizou-se o equipamento batizado de AMIGA 2500, que é fabricado pela empresa canadense COMMODORE.

Este equipamento possui flexibilidade de operação do micro, feita através de “mouse” (comando manual de mesa); à biblioteca de programas gráficos disponíveis; e ao coração do equipamento, a CPU (Unidade Central de Processamento – placa que concentra os componentes básicos do micro), que permite um desempenho gráfico e sonoro admirável.

Os softwares (programas) utilizados foram: Sculpt 4D Animate, Digiview, Ventura, Facil e DeluxePaint.

Trabalhando durante oito horas semanais, no ano letivo, foi possível desenvolver, por Computação Gráfica, não só criação, modificação, digitalização, animação mas muitos outros comandos que facilitaram a execução deste projeto.

Fig.04



APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA.



APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA

O nome HOTSOFTE caracteriza-se pela fusão de duas empresas distintas, a HOTCAMP e a SOFTWARE Informática, com o objetivo de ampliarem seus horizontes trabalhando em conjunto na criação de programas inicialmente dirigidos à área médica, onde incluem-se laboratórios de análises clínicas, farmácias, hospitais, médicos e bioquímicos; depois dirigidos à imobiliárias e cartórios. Esta empresa é registrada oficialmente à um ano e meio, mas atua no mercado já à seis anos.

É caracterizada como uma micro-empresa, com apenas dois funcionários, que uma vez contratados por outra empresa, criam programas “sob medida” para o respectivo cliente; e além de implantarem o programa na empresa, também dão assistência técnica durante um ano.

Tem-se necessidade de atualização frequente na área tecnológica, de âmbito ferramental, afim de obterem maiores possibilidades de criar programas modernos e de qualidade.

O objetivo primordial da empresa é a criação de programas com soluções prontas para facilitar consulta de arquivos, resultados de testes bioquímicos, eliminar papéis “engavetados” e proporcionar um fácil acesso aos documentos arquivados na memória do computador, como na organização de dados de clientes e na melhor utilização do tempo.

A HOTSOFTE, pretende criar “pacotes” que contenham especificamente os programas desenvolvidos gravados em disquetes, com os manuais dos programas, além de folha de impressora e folders contendo especificações da empresa e dos outros programas que a empresa cria.

Ela é a única empresa de informática do Sul do país que vende os programas antes de criá-los e que os cria de acordo com as necessidades da empresa. O que não ocorre com seus concorrentes, que possuem programas prontos que vão ou não satisfazer a todas as empresas, criando assim, um grau de impessoalidade entre empresa e cliente.

É uma empresa jovem e de contexto positivo, com muito dinamismo e disposição; caracterizada por suas inovações frequentes dos programas criados.

Na intenção de se implantar um programa de identidade visual, onde há uma preocupação da HOTSOFIT no sentido de estabelecer uma confirmação e consolidação de seu contexto corporativo, chega-se a conclusão de que é realmente necessário que a empresa se promova, através de sua filosofia e atuação, de seus recursos, produtos e serviços; e que se apresente diante do público alvo, para uma melhor assimilação e reconhecimento da empresa.

USUÁRIO

São laboratórios de pequeno porte ou unidades remotas de laboratórios maiores, que dispõem de equipamentos de informática, necessitados de uma organização administrativa e funcional de seus encargos, ou seja, vêem a necessidade um sistema que facilite o acesso de fichas cadastrais dos pacientes, os resultados de exames e estudos de materiais utilizados, para os quais ocupa-se muito tempo executando-os manualmente.

Também são usuários os Pronto-Socorros, unidades de tratamento intensivo, clínicas de traumatologia, farmácias e médicos, que desejam sistemas que lhes permitam saber rapidamente as informações acima.

Nas áreas de cartórios e empresas imobiliárias, o usuário é aquele que procura modernizar-se dentro de seu campo de trabalho de forma evolutiva. Necessitando assim, de sistemas que armazenem todos os documentos e “papeladas” que ocupam espaço e que são pouco utilizados, trazendo um giro de informações muito maior.

Concluindo que, os usuários destes sistemas são empresários de um poder aquisitivo médio à superior, que sentem a necessidade de aprimoração de suas empresas.

ESTUDO DOS ANTECEDENTES

Através de uma pesquisa referente aos modos de comunicação da empresa para o público direcionado, pode-se notar o descomprometimento das formas utilizadas em relação a personalidade da empresa. Onde utilizaram-se sinais ausentes de um alicerce estrutural e portanto suscetíveis à desatualização, contradição entre empresa e sinal, e conseqüente modificação dos sinais por outros, sem chegar ao fundo do problema apresentado.

É claro que a comunicação visual de uma empresa é o principal meio de identificá-la dentre as demais, mas se não for corretamente estudado, entendido e assumido, compromete sensivelmente a imagem da empresa e ao invés de servir como forma de assimilação, se transforma em interferência visual.

No caso da HOTSOFTE Informática, nota-se a utilização de materiais diversificados, desde a grafia utilizada até a impressão e tipo de papel.

A fim de arquivar os dados dos materiais antecedentes, fez-se a digitalização destas imagens, podendo utilizá-la para demonstrações futuras.

CARTÃO DE VISITA

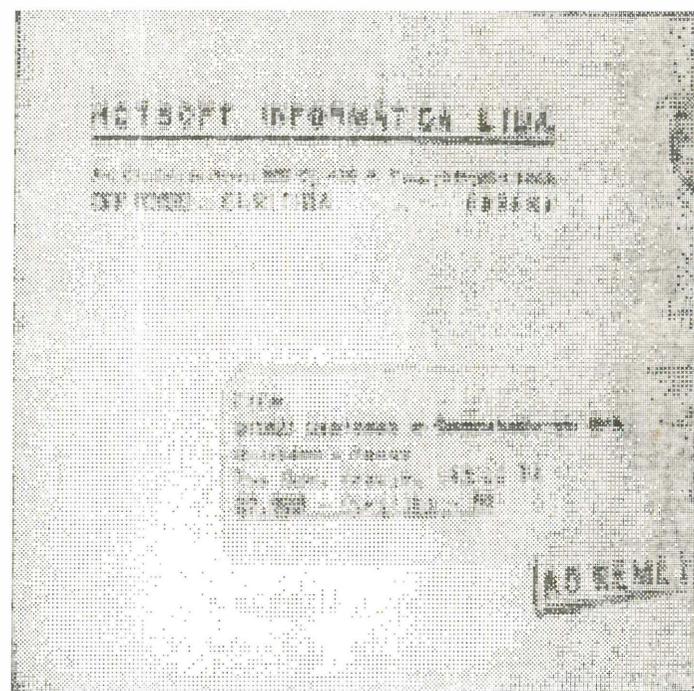
No cartão de visita, o nome da empresa é apenas composto convencionalmente com letras da família Helvética Light Condensed, todo em caixa alta, sem haver uma preocupação com espaçamento entre as letras, proporção e harmonia. Este texto é justificado à esquerda superior do cartão. O nome do funcionário, é centralizado no cartão, em italic manuscrito na família tipológica Palace Script Bold, em caixa alta e baixa. E o endereço, se encontra na parte inferior horizontal do cartão, também em Helvética Light Condensed, todo em caixa alta. A técnica de impressão utilizada, foi a serigrafia, sendo a tinta preta e papel branco; o papel escolhido foi o Alta-alvura 120 gramas.

ENVELOPE CARTÃO & COM JANELA

No envelope janelado foi utilizado um carimbo, na cor azul, contendo o nome da empresa em caixa alta, com espaçamento exagerado, sublinhado por uma tarja logo a baixo; separando o endereço do nome da empresa. Esta unidade é “posicionada” no canto superior esquerdo do envelope em questão. Quanto ao envelope cartão, este não possui nenhuma identificação da empresa; obrigando o escrito manual ou por máquina de escrever do nome da empresa.



**CARTAO
ANTECEDENTE**



**ENVELOPE
ANTECEDENTE**

PAPEL DE CARTA & DE IMPRESSORA

O papel de carta foi feito por um programa em computação, que possibilita a diagramação e alternativas de fontes tipológicas, e impresso por uma impressora de baixa qualidade, onde aparece levemente o serrilhado do papel e as imperfeições da impressão.

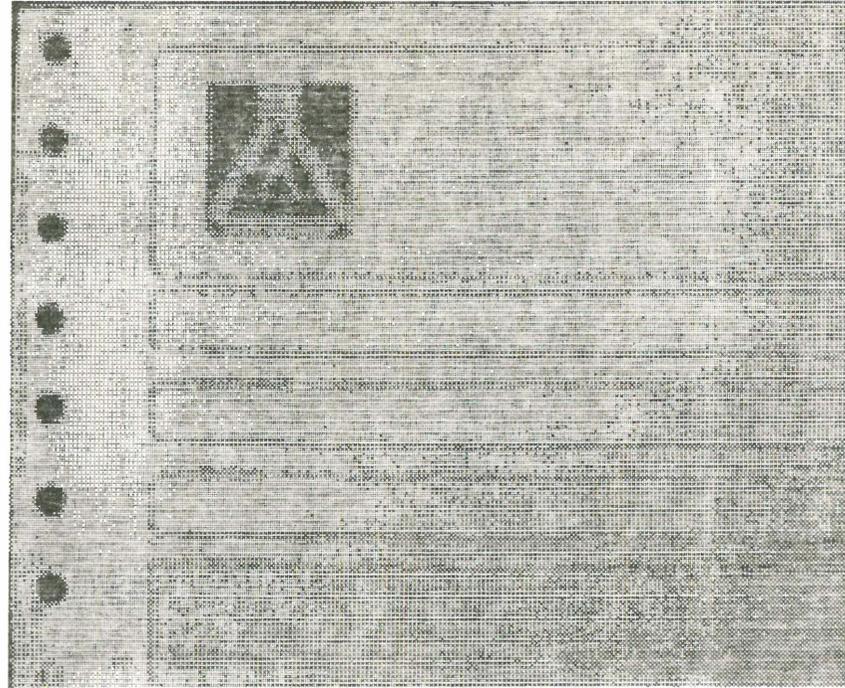
As letras empregadas, são de fonte de computador, onde o nome da empresa constitui o cabeçalho; e o endereço fica centralizado no final da folha, sem nenhum detalhe específico.

Já para o papel de impressora; foi aproveitado o fotolito de um dos cliente da empresa, onde modificou-se apenas o nome da empresa e a cor utilizada no papel. No caso, a cor escolhida para substituir a original, foi a verde.

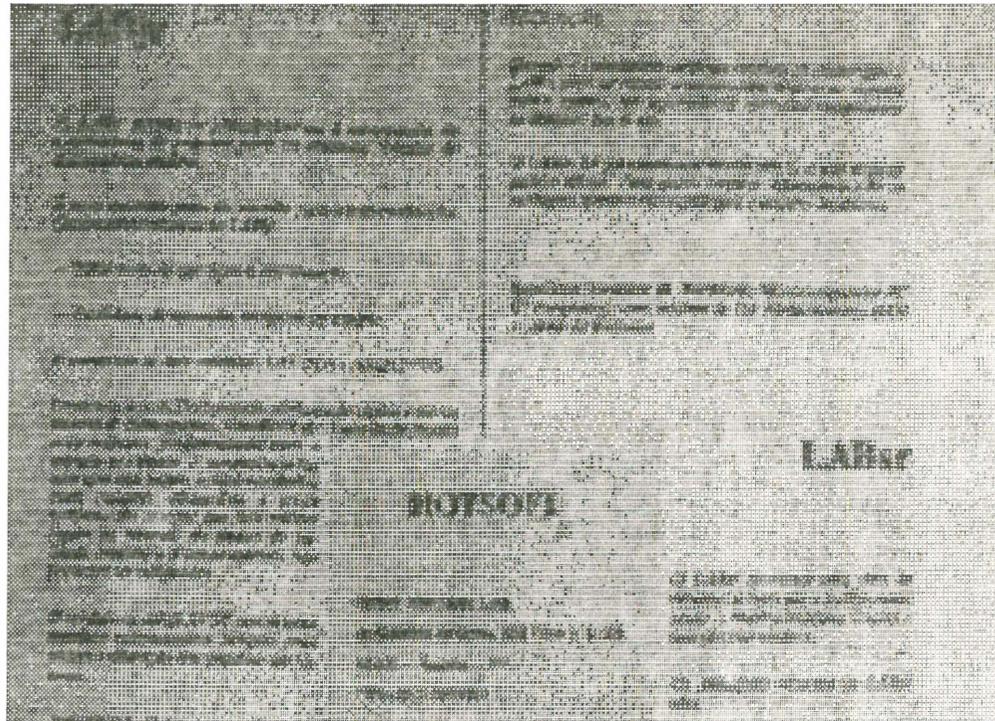
MATERIAL PUBLICITÁRIO

Na parte de material publicitário, foram feitas várias tentativas de produzir uma mala direta pela própria empresa, onde os textos são extensos, não obedecem nenhuma diagramação e não possuem harmonia de espaço e forma.

Foram utilizados programas em computação; onde nenhum dos materiais publicitários falam a respeito da empresa HOTSOFTE Informática, apenas descrevem detalhadamente os programas feitos pela empresa. E não possuem uma linguagem de fácil entendimento, mesmo para o público direcionado.



**PAPEL DE IMPRESSORA
ANTECEDENTE**



MALA DIRETA ANTECEDENTE

CONCLUSÃO

Apartir desta análise, nota-se a interferência visual que a empresa sofre, prejudicando seriamente a imagem e assimilação desta, junto aos clientes e ao próprio mercado concorrente. Exigindo, assim, urgência na modificação desta comunicação, implantando e institucionalizando uma identidade corporativa que venha a ser caráter irrevogável dentro da empresa além da rápida assimilação pelo público.

PESQUISA DOS CONCORRENTES.

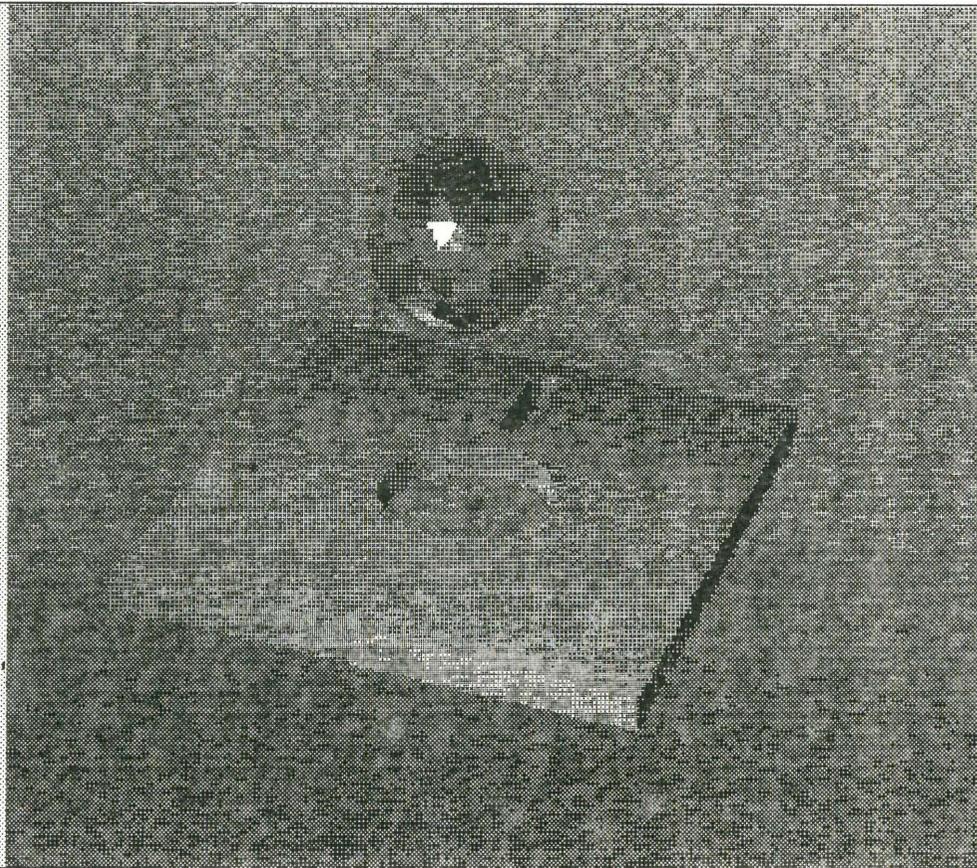


Fig.05

PESQUISA DOS CONCORRENTES

Para o desenvolvimento da programação visual e identidade corporativa da empresa HOTSOFTE, foi necessário fazer-se uma análise detalhada dos concorrentes mercadológicos.

Na pesquisa dos concorrentes, levou-se em conta, apenas as empresas com mesmas características e finalidades às da HOTSOFTE, visto que na área da informática existem diversos campos de atuação e que seria desnecessário um estudo aprofundado de cada um destes. Foram estudados os perfis da empresa e de seu logotipo, além de uma análise dos logotipos dos programas destas respectivas empresas.

Notou-se primeiramente, a existência de apenas uma empresa brasileira de informática que atua na mesma área da HOTSOFTE. As outras são praticamente todas norte-americanas.

Todas possuem comunicação visual própria e identidade corporativa, refletindo em todos os casos seus graus de organização e seriedade.

Usou-se a digitalização de imagens para se ter um arquivo de dados gráficos dos concorrentes.

Empresa: MEDSTAR Synaps Corporation.(fig.1)

Localização: Victoria, Texas.

Tempo de Existência: Estabelecida e atuando desde 1982.

Programas Executados: The Cure X.(fig.2)

Perfil da Empresa: É especializada na criação de softwares na área médica. Possui uma equipe de quinze profissionais que simplificam ao máximo a vida dos médicos, criando programas extremamente evoluídos.

Imagem da Empresa: Logotipo em azul marinho, com tipologia da família Futura Demi Special, toda em caixa alta, e sem serifa. Com uma forma estrelar interligando-se a primeira perna do “M”, sem chegar a fechar a estrela. O espaçamento entre uma letra e outra é imperceptível; a nomenclatura vem logo a baixo e é justificada à direita, também em caixa alta e sem serifa, da família Helvética.

Imagem dos Programas: The Cure X, cada palavra é alinhada uma acima da outra, justificada à direita, em preto e branco, com serifa e em caixa alta. A perna do “R” de Cure é prolongada até se unir à perna superior esquerda do “X”.

Empresa: CALYX Corporation.(fig.3)

Localização: Brookfield, U.S.A.

Tempo de Existência: Desde 1982.

Perfil da Empresa: É uma corporação formada por dezessete empresas de diversas áreas da informática; que auxiliam de várias maneiras na criação de programas para a odontologia e a física.

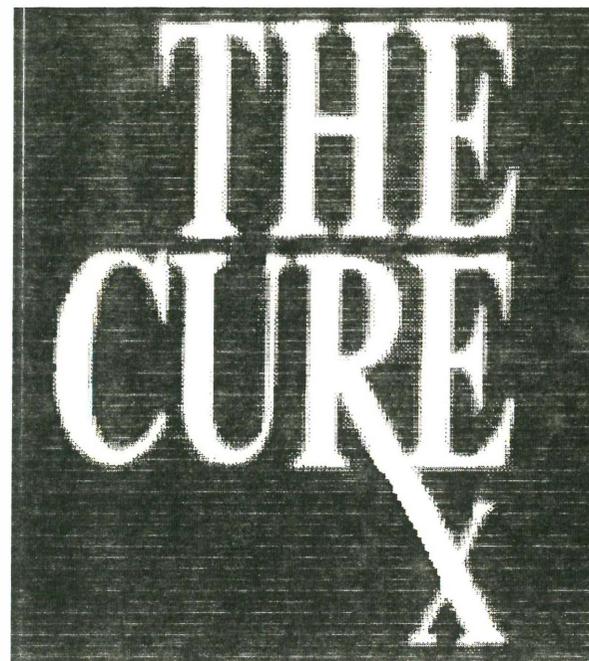
Programas Executados: DDX e MDX.(fig.4 e 5)

Imagem da Empresa: Se caracteriza por uma logomarca, com visibilidade perfeita, utilizando espaçamento. A marca é um quadrado em perspectiva de 45 graus para o lado esquerdo. É evidenciada a forma de uma exclamação dentro do quadrado, onde se destaca o ponto da mesma, por uma cor diferente das demais. A nomenclatura é da família Friz Quadrata, em caixa alta; sem espaçamento entre as letras “C” & “A” e “Y” & “X”. A cor utilizada é azul.

Imagem dos Programas: Tanto o DDX (Dental Data Xenix), quanto o MDX (Module Data Xenix) possuem as mesmas cores: branco e azul. Ambos em caixa alta com a característica principal de terem a mesma unidade formal, que é o “X” trabalhado em hachuras até dois quintos da altura da letra.



CONCORRENTE 1

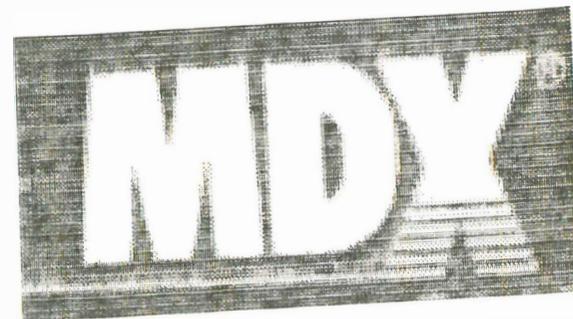


PROGRAMA 1.1



CONCORRENTE 2

PROGRAMA 2.1



PROGRAMA 2.2

Empresa: MATRIX Sistemas e Serviços Ltda.(fig.6)

Localização: São Paulo, BRASIL.

Tempo de Existência: Desde 1981.

Programas Executados: MXM e MXM/Lab.(fig.7 e 8)

Perfil da Empresa: Reune uma equipe de especialistas de reconhecimento internacional; cria programas médicos e laboratoriais. A tecnologia da empresa garante aos usuários dos sistemas médicos, privilegiada relação homem/máquina e ambiente de segura e rápida manutenção.

Imagem da Empresa: Se caracteriza por ser uma logomarca. Não possui um trabalho específico de leitura visual. A cor utilizada é o cinza esverdeado. É da família tipográfica Clarendon Bold; toda em caixa baixa, com alteração na letra “X”, onde se trabalha a faixa iniciada na parte inferior esquerda do “X”. Um logotipo fraco, sem expressão visual, mas com muito tempo de mercado.

Imagem dos Programas: Tanto o MXM quanto o MXM/Lab., não possuem programação visual; onde são escritos da mesma forma que os seus respectivos textos, em preto, caixa alta e baixa; e sem uma diferenciação entre ambos.

Empresa: ARTICULATE Incorporation.(fig.9)

Localização: Los Angeles, California.

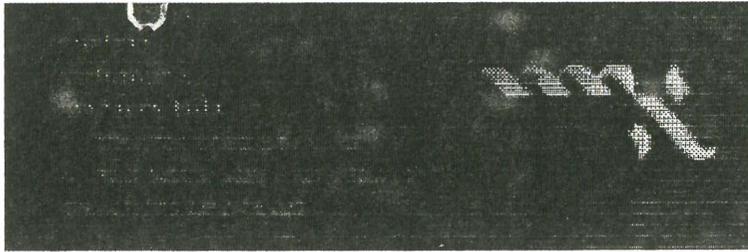
Tempo de Existência: Desde 1982.

Programas Executados: Dentalis System VI.(fig.10)

Perfil da Empresa: É uma empresa voltada à criação de programas para a área odontológica. Foi a empresa pioneira na implantação de programas nesta área, tendo hoje uma clientela de mais de dois mil médicos. A empresa promove cursos de aprendizado dos programas, além de fazer seminários para atualização na área. Possuem cerca de 120 diferentes programas odontológicos criados pela empresa até então.

Imagem da Empresa: A Articulate utiliza uma logomarca, onde se apresenta um “A” trabalhado com hachuras. As cores utilizadas são azul e branco. O texto institucional fica centralizado abaixo da marca, em caixa alta e com serifa; na família da American Classic.

Imagem dos Programas: Para o programa Dentalis, a cor utilizada é o branco com fundo azul marinho. Também é da família America Classic, todo em caixa alta e com serifa. Ao lado, é utilizado um pictograma que identifica o programa como sendo da área odontológica.



CONCORRENTE 3



CONCORRENTE 4



PROGRAMA 4.1

Empresa: SYSTEMS PLUS Incorporation.(fig.11)

Localização: Mountain View, Califórnia.

Tempo de Existência: Sem dados.

Programas Executados: The Landlord, The Landmaster, Accounting Plus e The Medical Manager.(fig. 12)

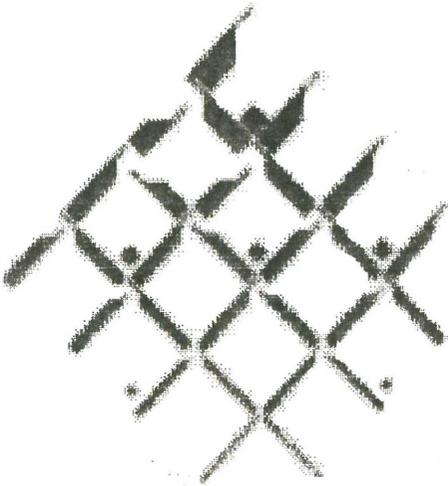
Perfil da Empresa: Uma empresa de grande porte empresarial, já com um alicerce bem estruturado no mercado, com identidade corporativa bem aplicada e institucionalizada, com uma base de 5000 mil clientes fixos, especializada não só na área médica como também na área imobiliária, na área de cartórios e na área de contabilidade.

Imagem da Empresa: SYSTEMS PLUS se caracteriza pela aplicação da marca quase sempre só, sem necessidade da identidade institucional, onde a marca é tão forte que é assimilada em pouco tempo. A marca significa objetivo, meta a ser alcançada, dando a sensação de dinamismo. Ela tem a forma de um quadrado em pé, formado por várias setas, que aumentam suas proporções a medida que avançam para a esquerda. A cor empregada é azul num fundo branco. O logotipo é simples, caracterizado por uma mesma família tipográfica, a Helvética Bold, com mesmo corpo. As setas têm a proporção de um quadrado.

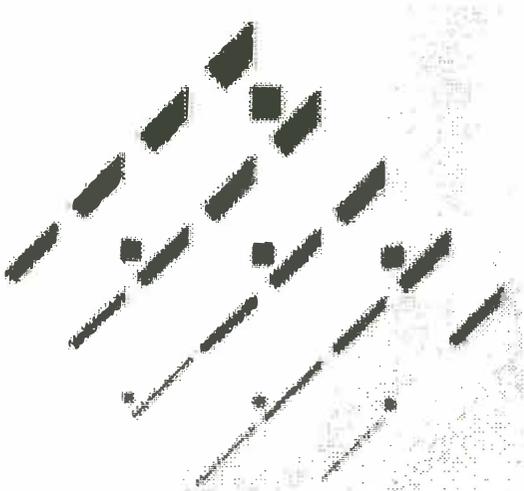
Imagem dos Produtos: Medical Manager é desenvolvido com a família tipográfica Palatino Italic, assim como os outros programas; o que os diferencia entre si é a mudança de cor para cada programa, onde o programa para a área médica vem em azul com fundo branco; para a área imobiliária e de cartório, utiliza-se o verde; e para a área de contabilidade, emprega-se o bordô. Comprovando assim, a simbologia de cada cor empregada. Além das cores, o que também se diferencia são os pictogramas de cada programa; sendo que estes são decodificações da marca da empresa, desenvolvendo em cada um, efeitos diferentes. E todos estão posicionados no centro de seus manuais, com o mesmo tamanho.



CONCORRENTE 5



PROGRAMA 5.3

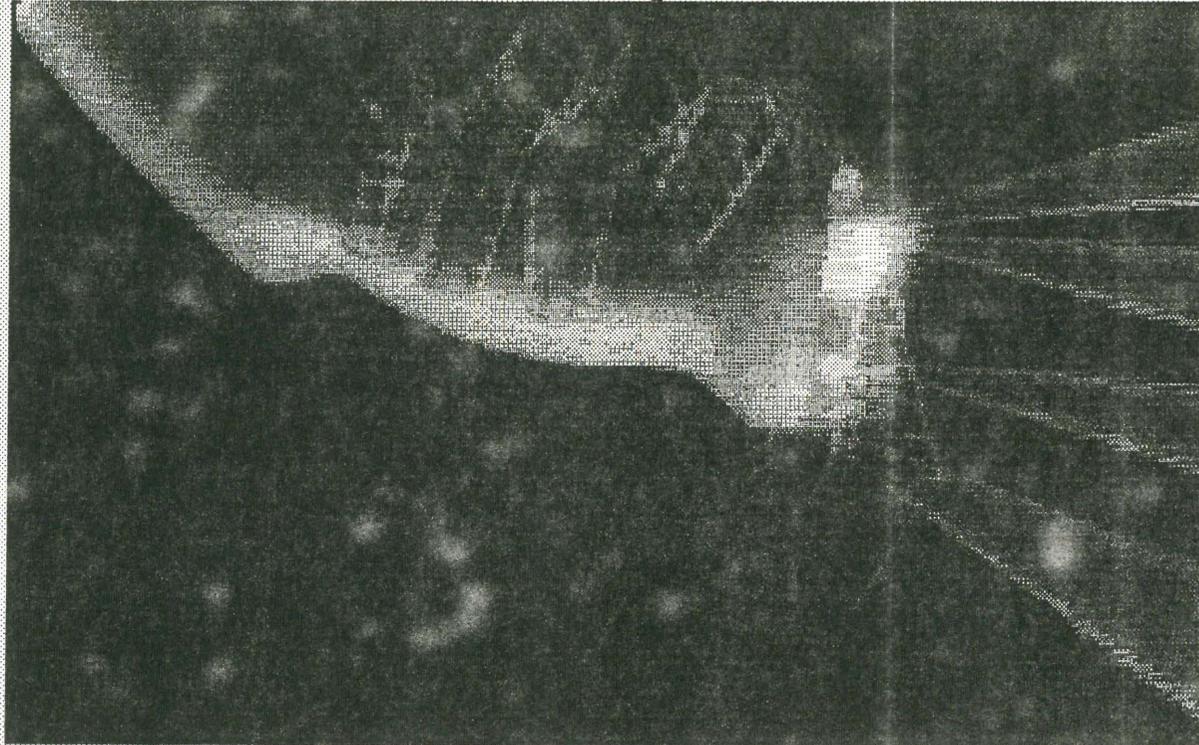


PROGRAMA 5.1 & 5.2



PROGRAMA 5.4

DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA



DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

Partindo da pesquisa feita com relação à empresa HOTSOFTE Informática, seus antecedentes, usuários e concorrentes; pôde-se limitar as possibilidades de alternativas do logotipo, devido à uma série de critérios que foram adotados.

A princípio, foram estudados modos diferentes de se trabalhar somente com o nome da empresa, sem a preocupação com uma marca ou símbolo próprios. Foram construídas, no computador, famílias tipográficas; modificando suas formas, expandindo-as, utilizando ou não serifa, condensando, escrevendo em caixa alta e baixa; só em caixa alta ou só em caixa baixa. Foram estudadas maneiras de explorar o grafismo junto com as famílias tipográficas; a representação dos sons na pronúncia do nome da empresa; entre outras muitas alternativas.

Mas definiu-se que o nome deve marcar pelo lado visual, ou seja, deve existir uma marca ou símbolo que identifique a empresa e que seja caráter principal no todo do logotipo.

Esta necessidade se dá, pelo fato de que a empresa em questão irá concorrer com empresas de um nível excelente e com domínio bastante caracterizado no mercado estrangeiro e que já estão entrando no mercado nacional; mas que possuem linguagem visual muito parecida entre elas. Portanto é imprescindível criar

HOTSOFT

HOTSOFT

hotsoft

um vocabulário diferenciado e ao mesmo tempo com formas simples, para uma assimilação melhor e mais rápida por parte dos clientes e concorrentes.

Conclue-se então, que deve ser criada uma marca seguida do nome da empresa. Nenhuma das duas deve interferir ou concorrer com a outra. Há a necessidade de que se crie uma marca que possa ser utilizada sozinha, com o mérito de que se identifique normalmente sua razão social e sua posição no mercado.

Para fechar o cone de interrogações com relação ao que se vai fazer e implantar na empresa, delimitou-se a criação dos papéis administrativos à: cartão de visitas, papel timbrado, envelope cartão, papel para impressora e para fax. Com relação aos produtos da empresa: etiqueta para disquetes, capa para manual dos programas e capa para caixa dos produtos. E nas aplicações diversas: sinalização externa, sinalização em veículos e material publicitário (folder e vinheta para mídia).

hotsoft

hotsoft

GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.



GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.

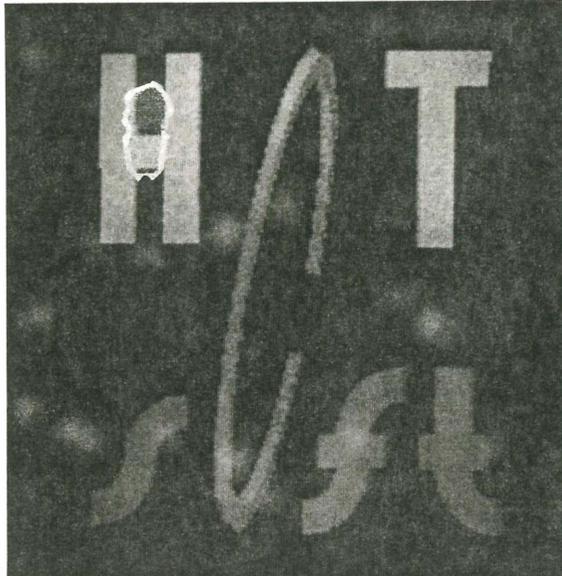


Fig.06

Baseado nas informações obtidas das empresas concorrentes, dos usuários e história da empresa em questão; chega-se a conclusão de que:

– HOTSOFTE é a união da HOTCAMP e SOFTWARE INFORMÁTICA. Onde nenhuma das marcas possui identidade visual;

– É uma empresa voltada ao desenvolvimento e venda de Softwares, e assessoria em informática;

– Os Softwares são criados principalmente para a área médico-laboratório-hospitalar; mas também para cartórios e empresas imobiliárias;

– O nome HOTSOFTE é forte e de caráter decisivo, onde estudando a percepção para o reconhecimento de “programas de última geração”;

– O caráter da identidade visual deve ser dinâmico, pressupondo revisões e reciclagens periódicas, para adequação não somente da linguagem gráfica e visual, como dos meios e recursos de comunicação e renovações que possam ocorrer na própria empresa.

Logo a seguir é apresentado, a geração de alternativas para identidade visual da empresa:

Fig.07

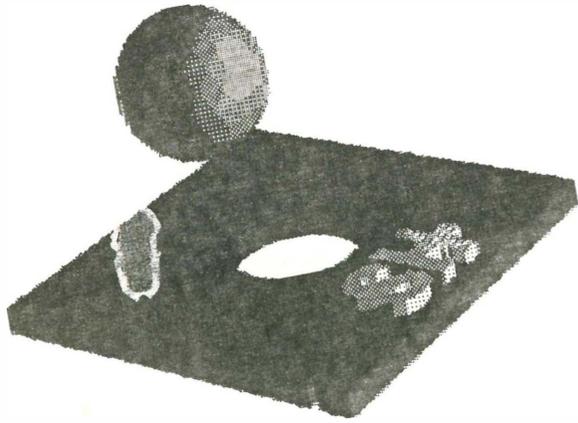
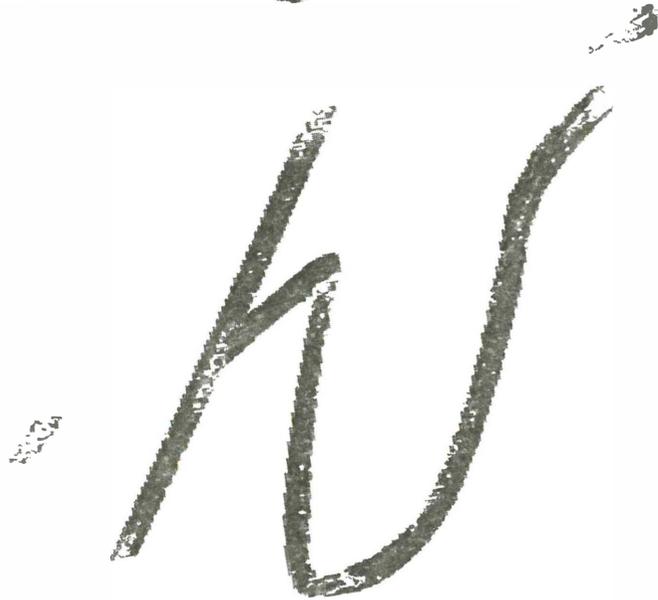


Fig.08



ALTERNATIVA 1

Fig.09



ALTERNATIVA 2

Fig.10

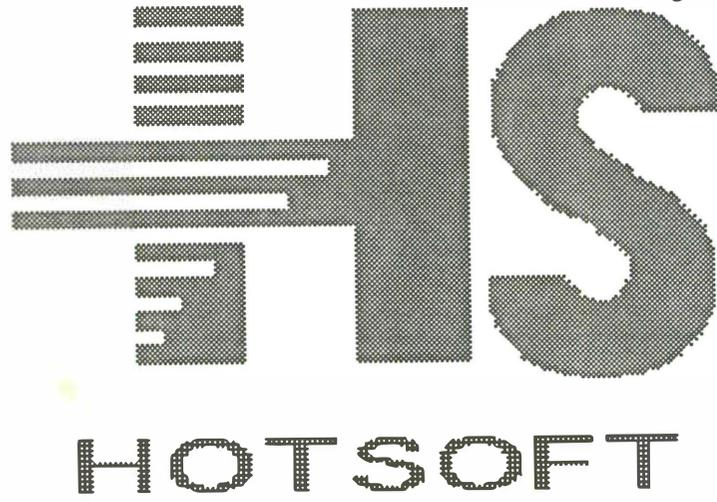


Fig.11

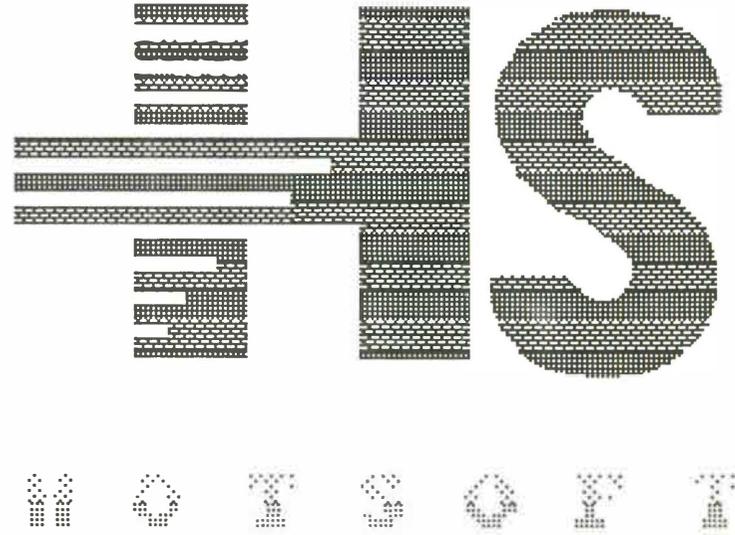


Fig.12

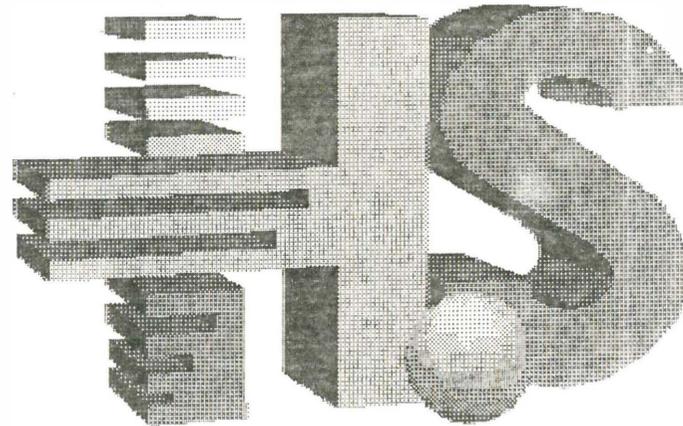


Fig.13

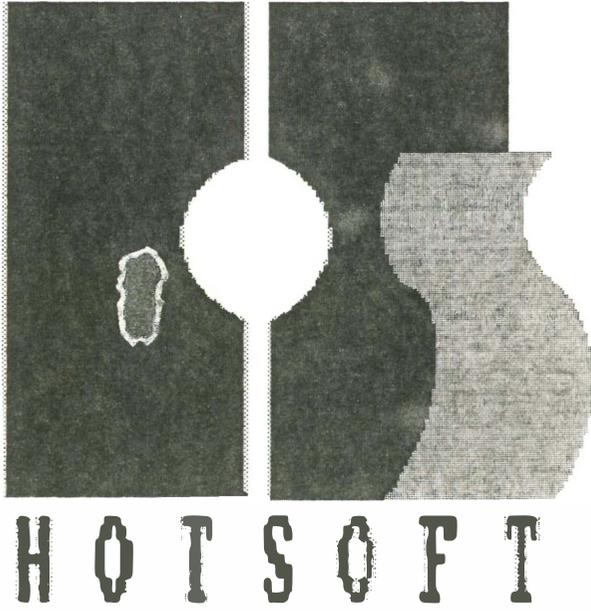
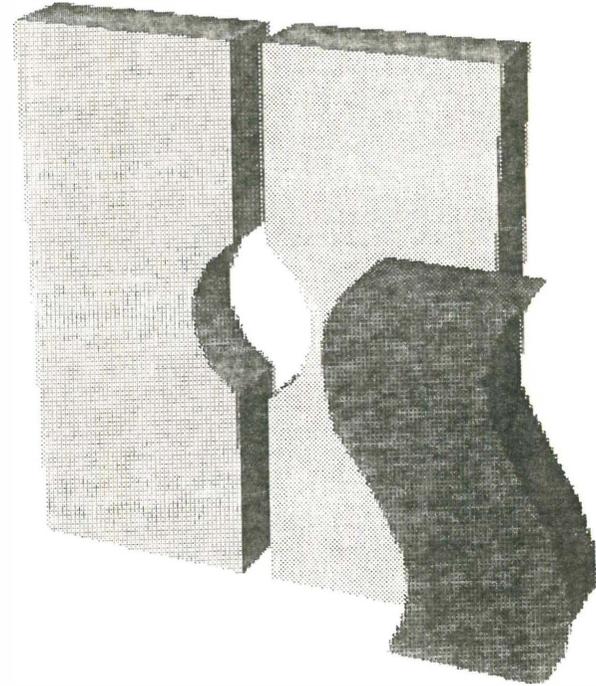


Fig.14



EXPLICAÇÃO DAS ALTERNATIVAS

Das alternativas vistas anteriormente; nas três primeiras, foram criadas formas que possibilitassem a visualização apenas de uma das características da empresa; a informática (na fig.07) e o HS numa forma gestual solta e ao mesmo tempo ordenada. (nas figs. 08 e 09)

A partir daí houve a preocupação na junção das características principais da empresa formando uma só; trazendo ou não o nome da empresa. (figs. 10, 11, 12, 13 e 14)

De acordo com a delimitação do problema, apenas as marcas das figuras 12 e 14 trazem as características propostas. Onde a figura 14, além de evidenciar a área de atuação da empresa (que é a informática), traz uma forma simples e de fácil leitura; e não limita o mercado de atuação da empresa para um tipo de programa apenas. Afinal, esta empresa faz e vende outros tipos de programas fora da área laboratório-médico-hospitalar.

ESTUDOS DA ALTERNATIVA ESCOLHIDA

A preocupação em manter o disquete (lê-se “ H ”) na marca, é indiscutível, devido a necessidade em reconhecer a área de atuação da empresa; mas existe também a importância do aprimoramento da marca no todo, para obter-se um resultado 100% satisfatório.

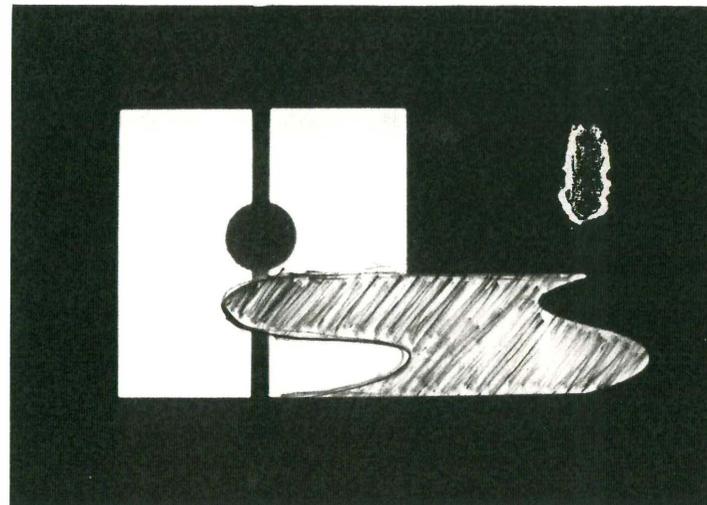
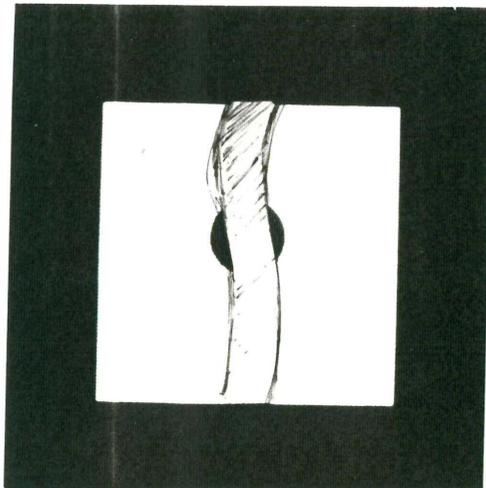
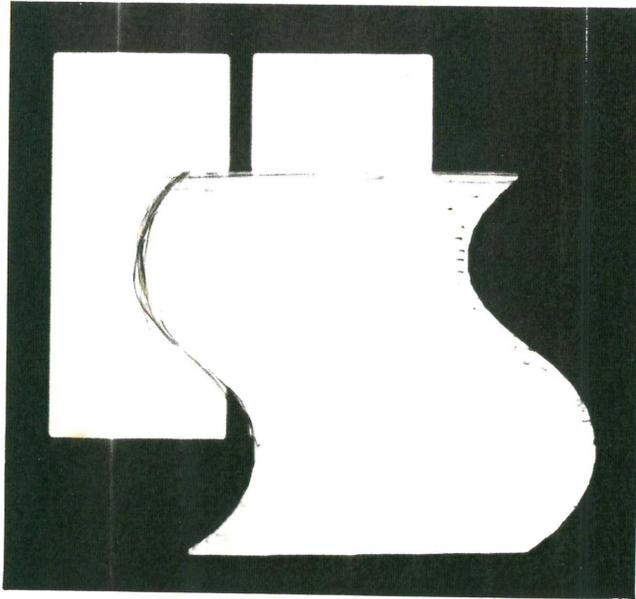
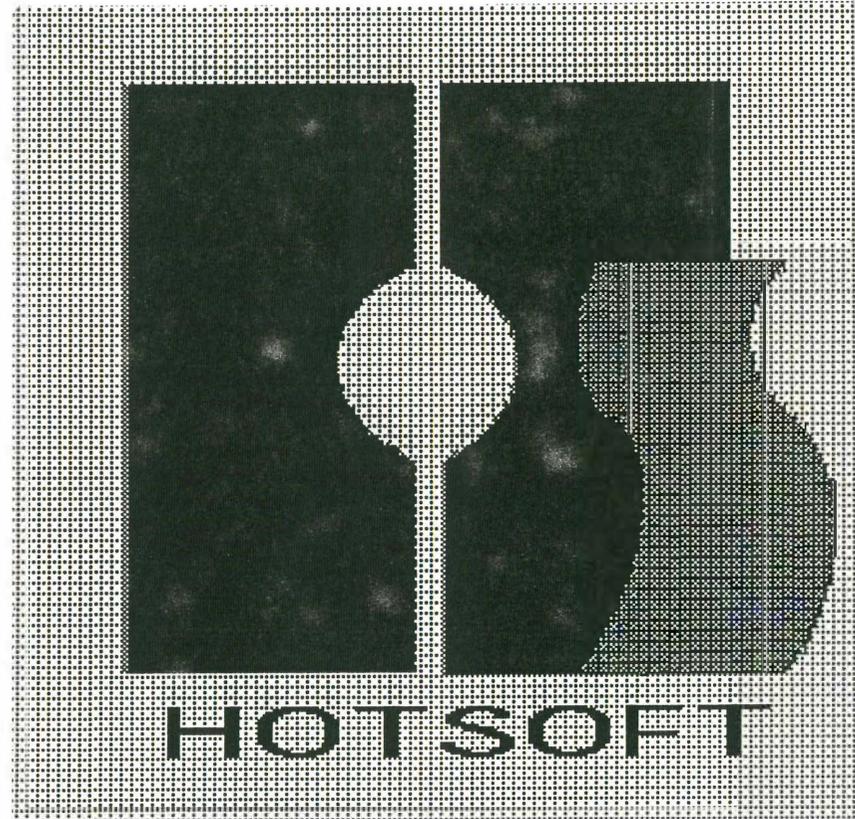
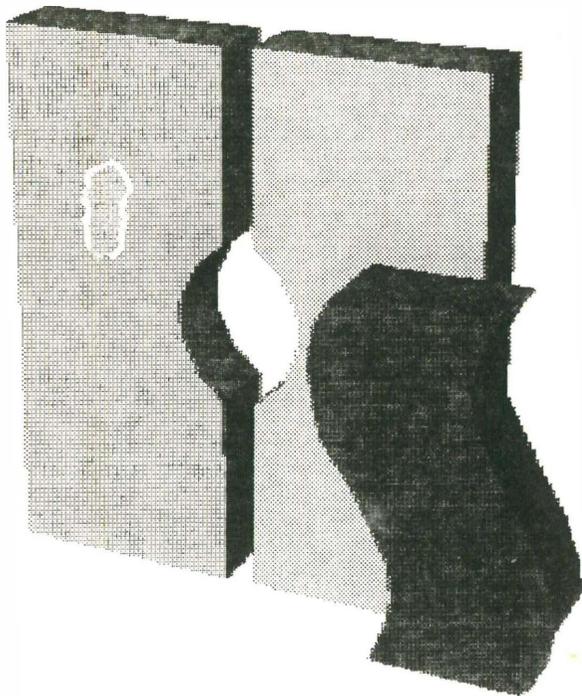


Fig. 15



SELEÇÃO DEFINITIVA

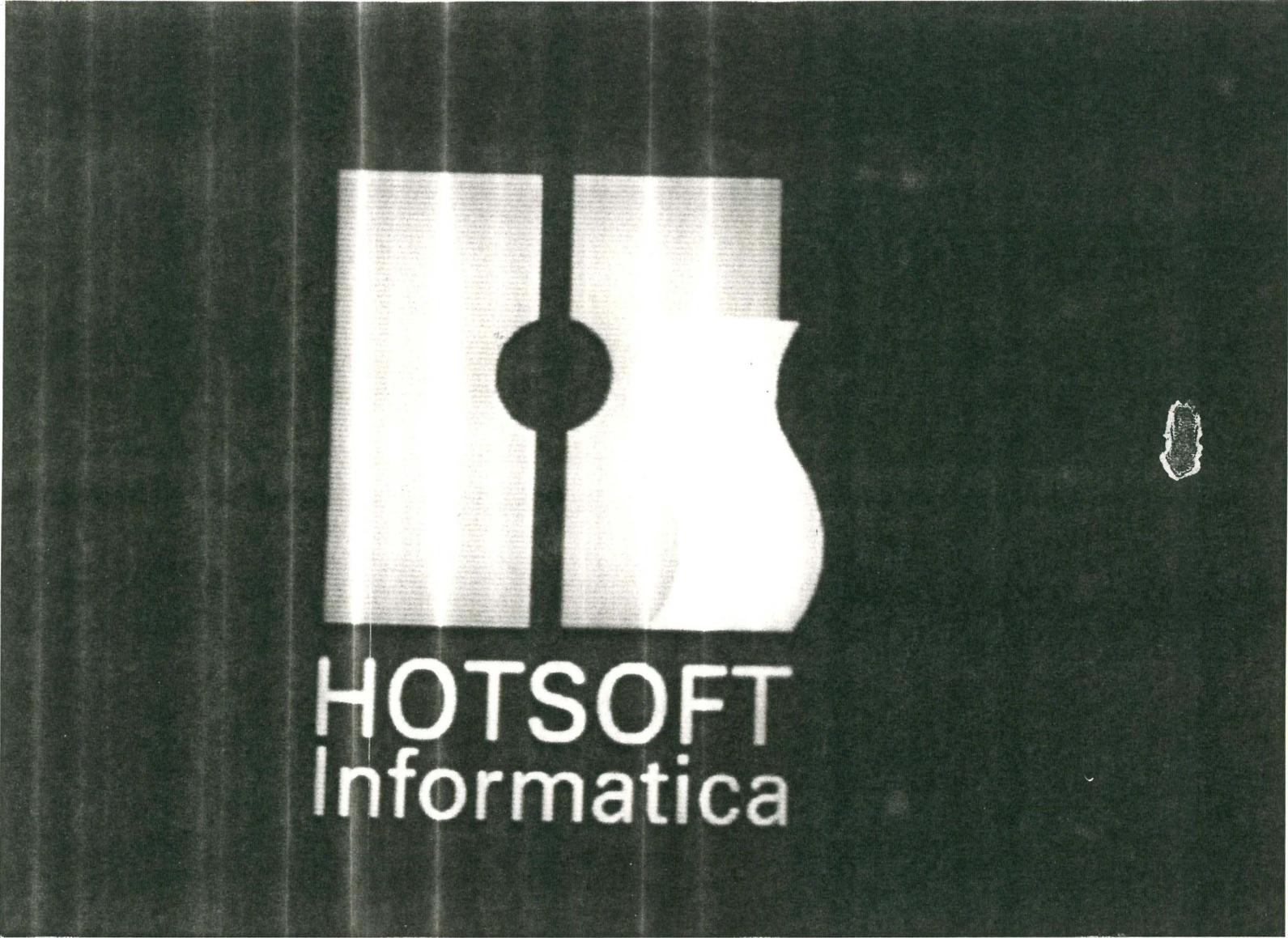
Fig.16



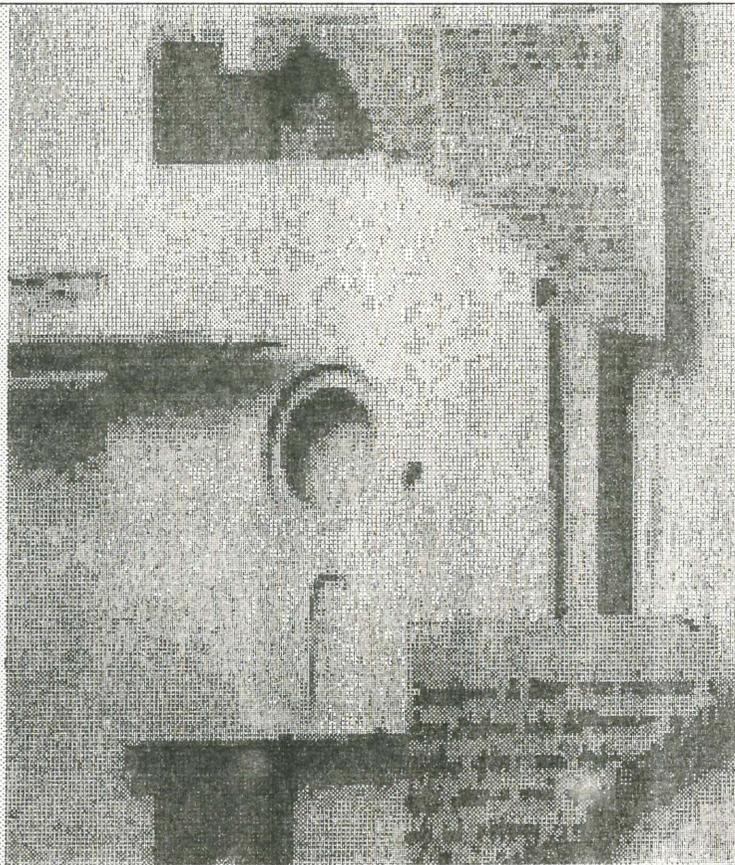
Para selecionar a alternativa ideal à empresa, foram usados os seguintes itens de avaliação:

- Adaptação do conteúdo à marca, sendo compatível aos objetivos naturais da empresa;
- Adaptação ao meio a ser usado, como em impresso e vinhetas;
- Distinção da marca entre as usadas por outras empresas do mesmo ramo;
- Clareza, sendo de fácil reconhecimento;
- Ser de fácil memorização, tendo uma impressão sólida e durável;
- Confiança, surgindo um senso de responsabilidade para com a sociedade;
- Aspecto, tendo como característica principal a simplicidade da forma e da utilização.

Apartir daí, foi selecionado uma alternativa que propõe, à empresa, a utilização das iniciais de HOTCAMPE SOFTWARE INFORMÁTICA, permitindo que se mostre a união de duas empresas e que defina o logotipo como sendo de uma empresa da área de informática, pela caracterização do “H”, em disquete.



DESENVOLVIMENTO DA MARCA.



DESENVOLVIMENTO DA MARCA

“Comunicação Visual: tornar comum tudo o que se passa diante de nossos olhos.” Toshiyuki Sawada.

Decomposição da mensagem: transporta a informação; e através do suporte visual, torna a mensagem visível.

A marca tem um papel abstrato, representando a síntese da atividade da empresa, condensando todas suas qualidades num único signo.

Atividade da empresa: criar “softwares” específicos.

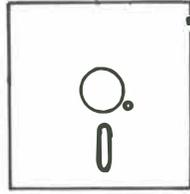
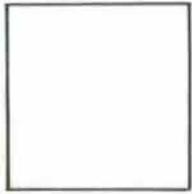
Semântica: a mensagem é definida quanto ao seu significado.

INFORMÁTICA - SOFTWARES - INFORMAÇÕES DISQUETES

Sintático: se estabelecem os elementos físicos da empresa.

Informações:

- Hospitais, laboratórios, clínicas, farmácias - **Vidas / Elucidar Problemas.**
- Imobiliárias - **Imóveis / Adquirir.**
- Cartórios - **Documentos / Tornar Legal.**



Pragmático: a quantidade de informação transmitida torna, ou não, a marca eficaz.

Elementos Naturais - Significados

QUADRADO - Força, poder;

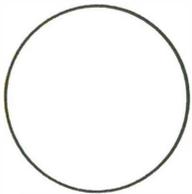
DISQUETES - Informação;

CIRCUNFERÊNCIA - Movimento, dinamismo;

“S” - Composição de duas circunferências;

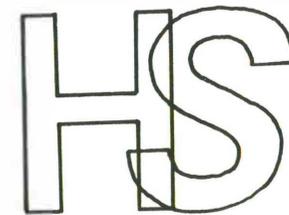
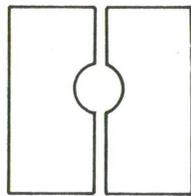
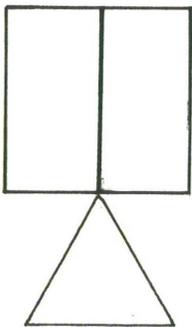
TRIÂNGULO - Equilíbrio;

“H” - Decomposição da forma a partir do ponto de equilíbrio.



Dimensionamento do “S”, adquirindo mais consistência.

Junção das iniciais das empresas HOTCAMP & SOFTWARE Inf., dando força, equilíbrio e dinamismo à marca; representando o tríade (união de três coisas distintas, formando uma terceira), da empresa.

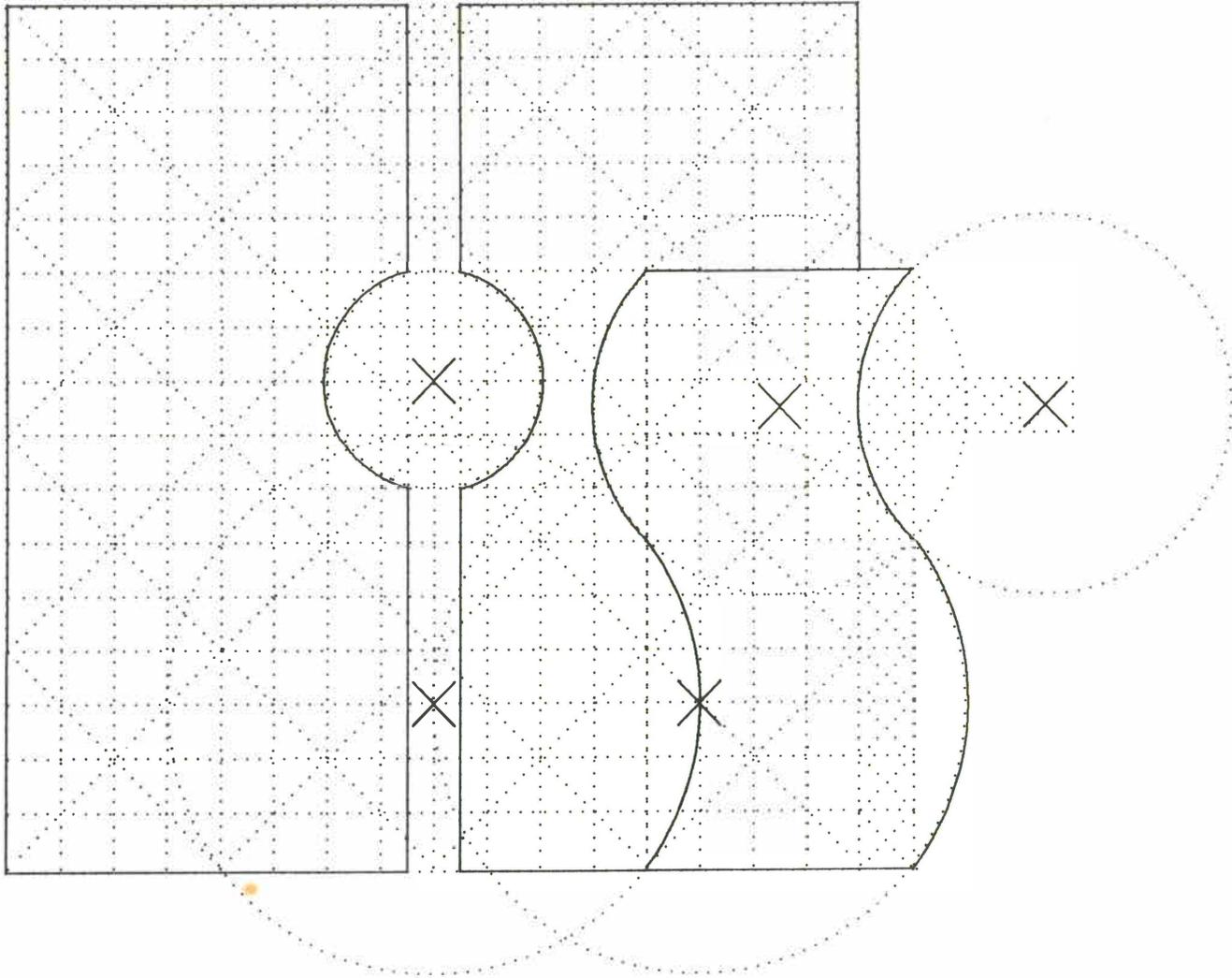


ESTRUTURAÇÃO E MODULAÇÃO DA MARCA

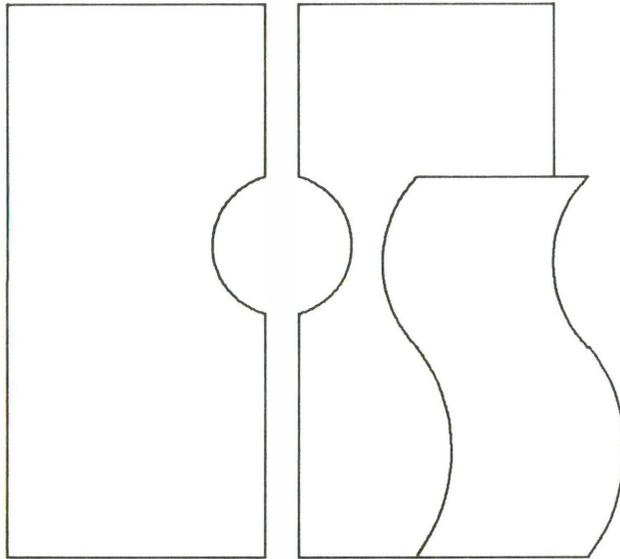
Estruturação: maneira como as partes de um todo estão dispostas entre si; ordem, disposição e relações das partes que compõem algo.

Modulação: medida adotada para regular as proporções das diversas partes de um todo. Sendo a menor medida que devem apresentar os diferentes elementos que entram na composição de uma forma, afim de que possam, tais elementos, justapor-se e sobrepor-se no espaço, sem necessidade de rotação, quando da respectiva colocação.

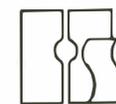
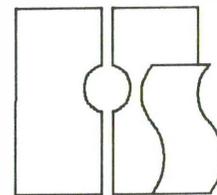
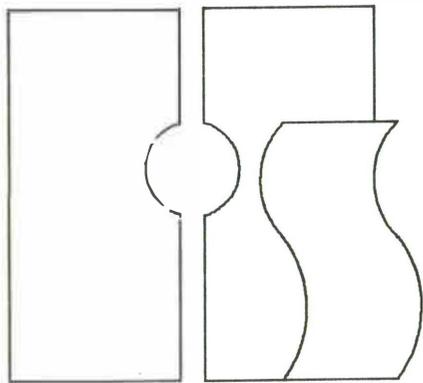
Para esta etapa do projeto, utilizou-se um computador 386, com o programa AutoCad versão 10.0 e para impressão, utilizou-se Plotter.



ESCALAS DE REDUÇÃO

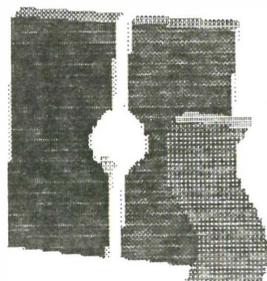
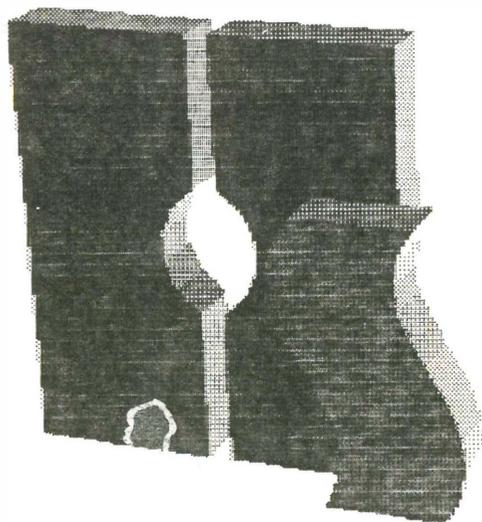


Demonstra-se aqui, três tipos possíveis de escalas de redução; sendo a 1ª só da estrutura da logomarca; na seguinte, representando a mesma, em três dimensões; e na última, demonstra-se as reduções juntamente com a possível tipografia institucional.

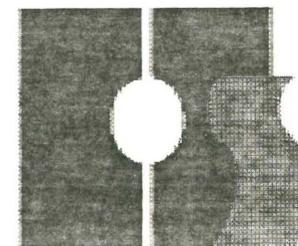


1º TIPO

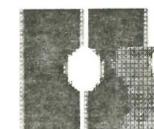
2º TIPO



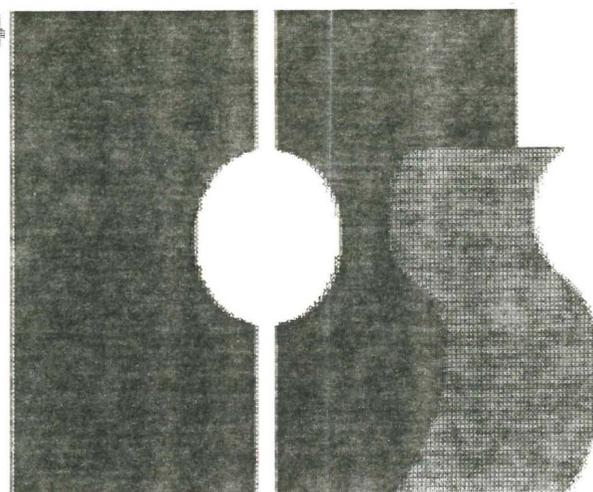
3º TIPO



HOTSOFT

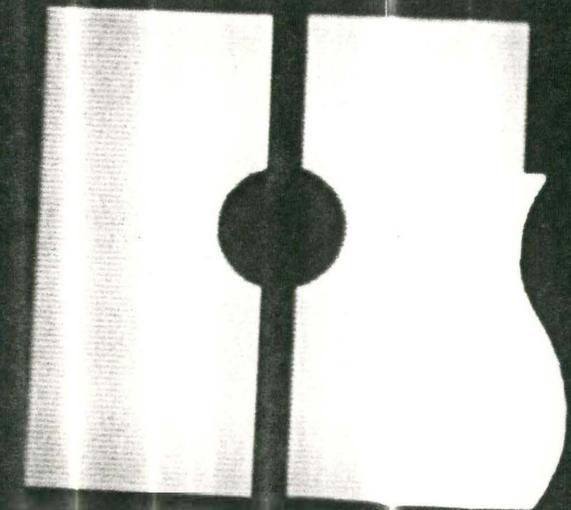


HOTSOFT

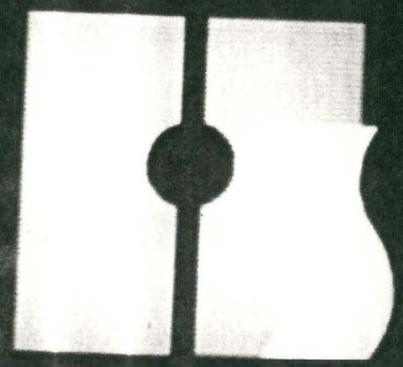


HOTSOFT
ESCALA DE
REDUÇÃO

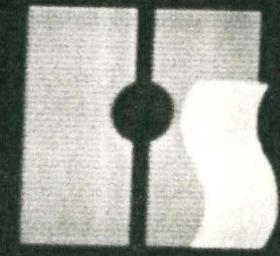




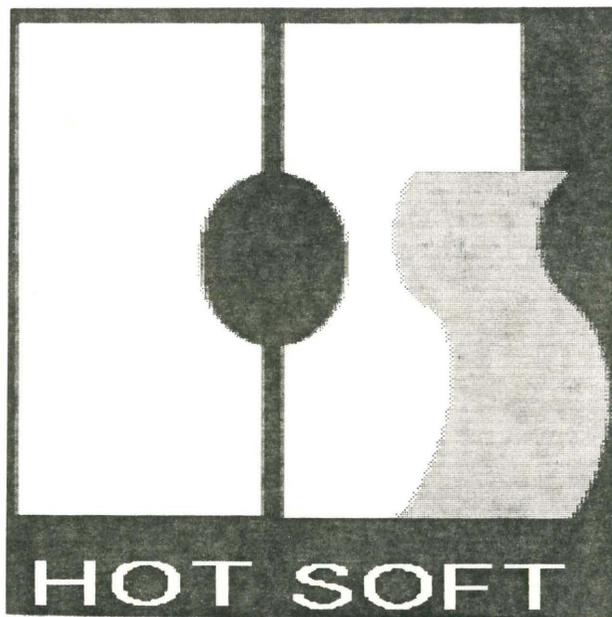
HOTSOFT
Informatica



HOTSOFT
Informatica

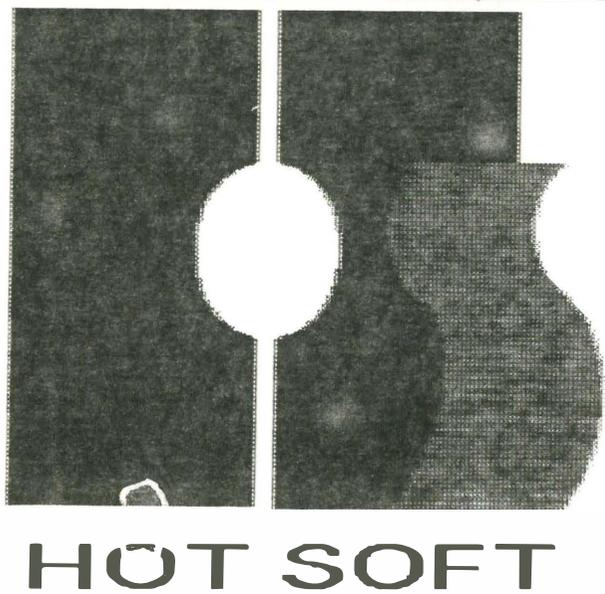


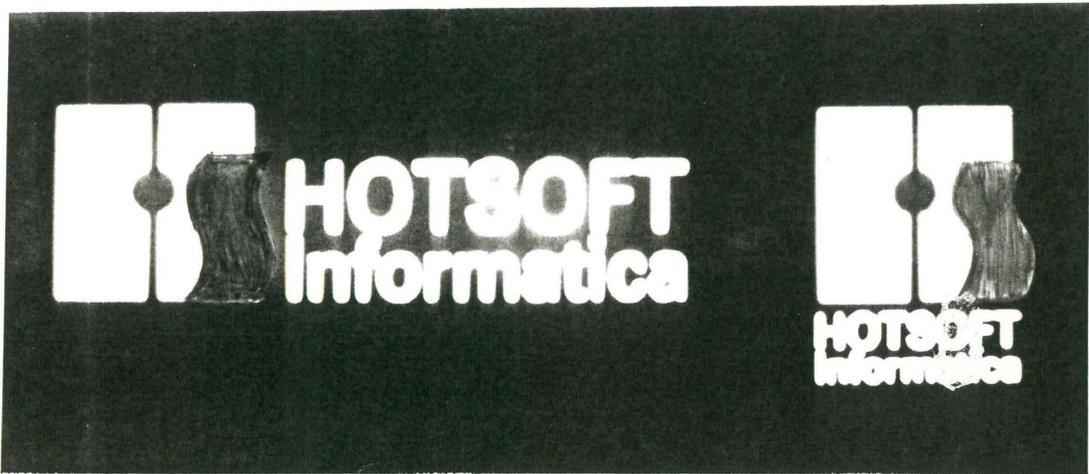
HOTSOFT
Informatica



POSITIVO E NEGATIVO

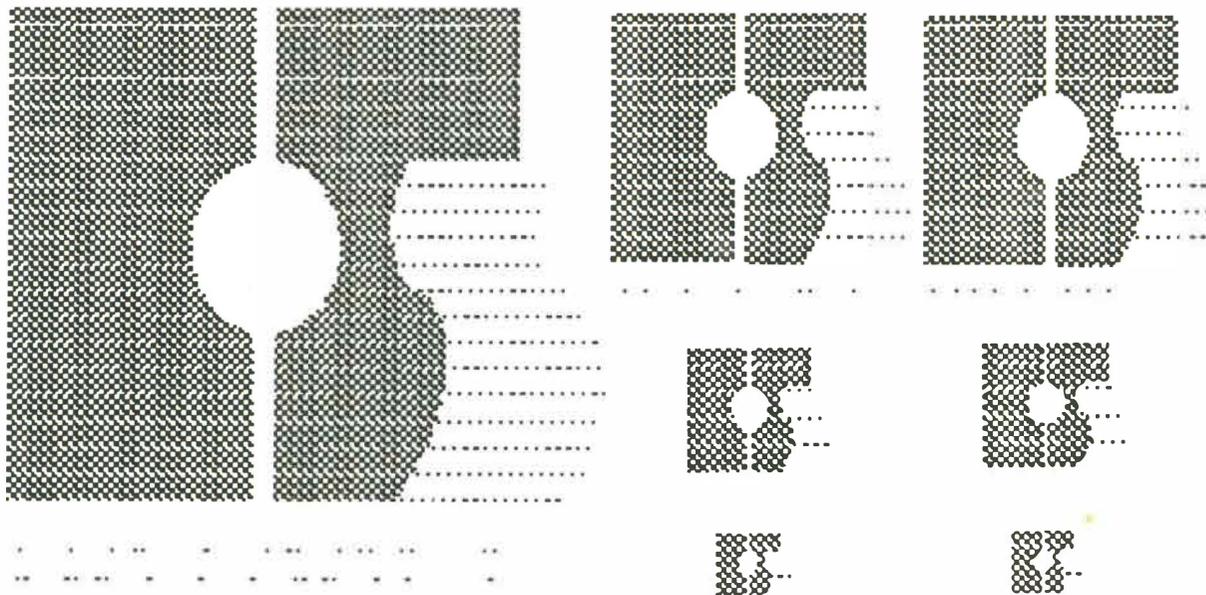
Quando utilizado um destes tratamentos, a retícula usada para o "S" deve ser de 50% preto no positivo e de 30% preto no negativo. Para não haverem possíveis distorções da logomarca. O disquete assume o oposto ao tratamento usado no geral.

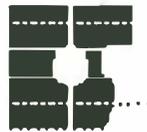
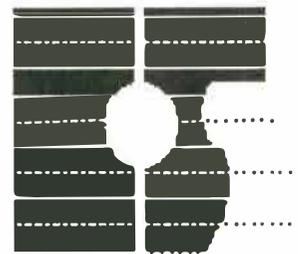
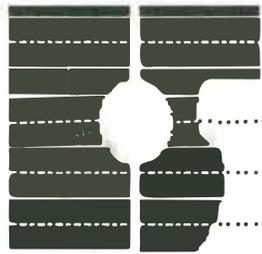
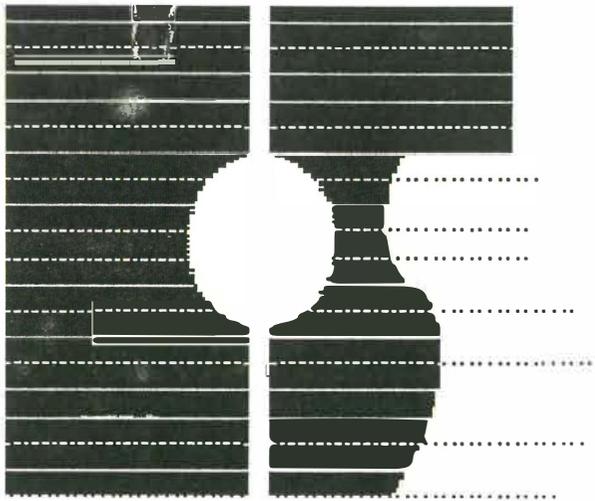




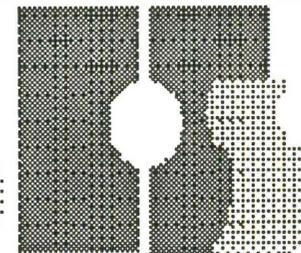
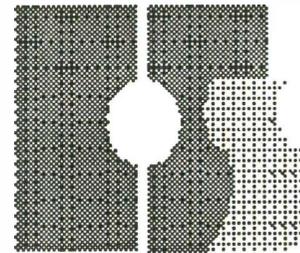
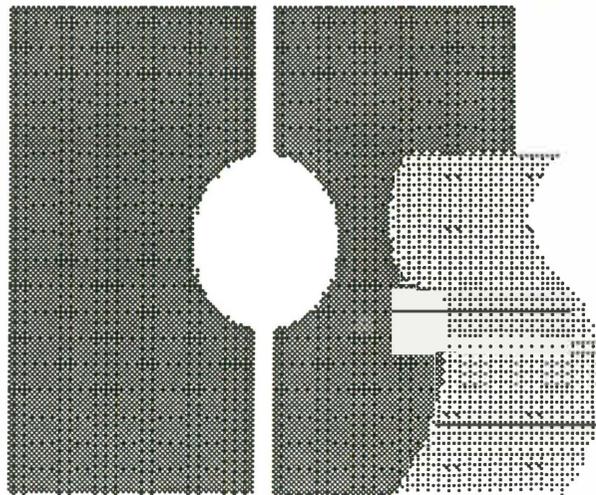
APLICAÇÕES DE TEXTURAS

No objetivo de analisar a legibilidade da logomarca, assim como decodificar suas formas propostas.



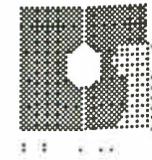
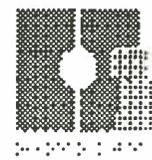


.....
.....



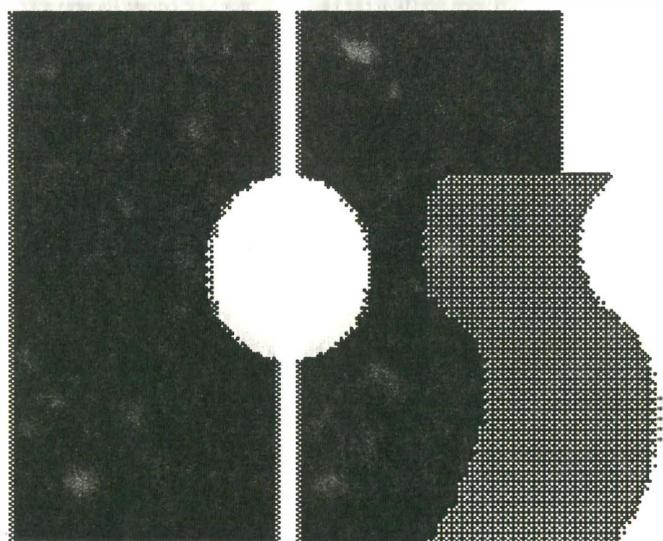
HOT SOFT

HOT SOFT

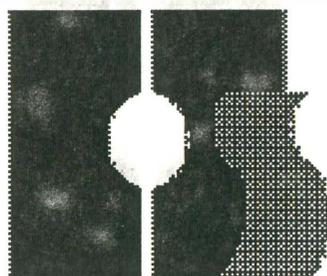


HOT SOFT

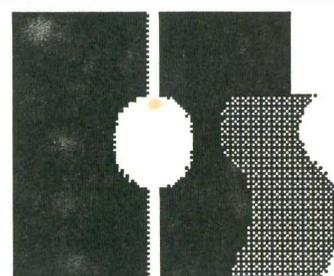




HOTSOFT



HOTSOFT



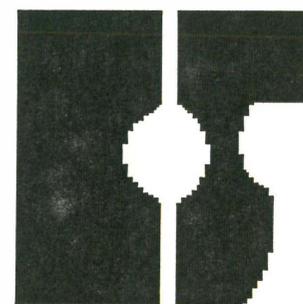
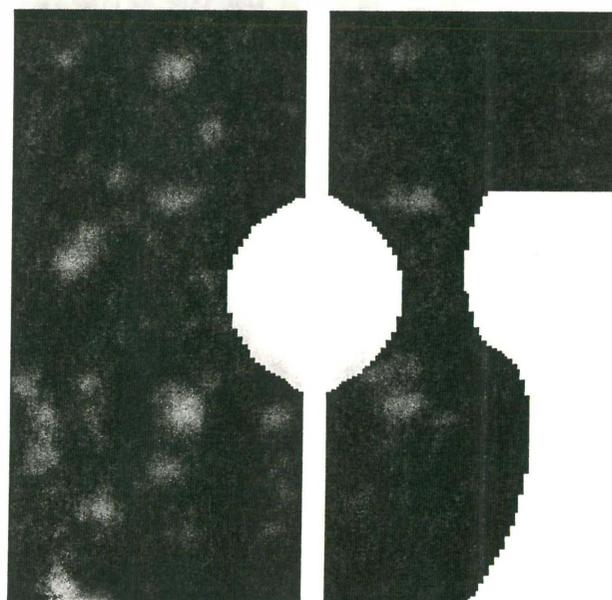
HOTSOFT



HOTSOFT



HOTSOFT



TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

Uma família tipográfica define-se pela coerência formal dos caracteres: proporção, existência ou não de serifa (pequeno traço, em forma de filete, barra, que finaliza as hastes das letras, de um ou de ambos os lados), peso da letra, correções visuais, etc.

Para que a tipografia não concorra com a marca, é necessário que ela seja limpa e simples, possibilitando uma rápida leitura das informações sem deixar de fixar a atenção e assimilar o todo da logomarca.

A família tipográfica a ser utilizada é a Helvética Medium, por ser livre de formas complicadas, se aproximando muito das exigências ergonômicas de legibilidade, quando respeitados o tamanho e distância de visualização do tipo proposto.

Serão utilizadas caixa alta para a assinatura principal e caixa alta e baixa, para a assinatura complementar, sendo que nesta segunda, usar-se-á a versão Helvética Light para melhor legibilidade nas reduções.

O espaçamento é determinado por um décimo da largura da letra I do alfabeto proposto.

Segue em anexo as tabelas de espaçamentos utilizadas para a tipografia institucional.

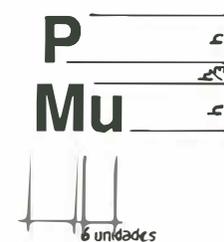
O entrelinhamento proposto é respectivo à um terço da altura da caixa alta deste alfabeto; sendo que esta relação abrange a legibilidade da informação visual em função do tamanho da marca, da distância do observador e do desenho da letra.

Helvética medium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
& ? ! \$ () ~ ' , . 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvética light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
& ? ! \$ () ~ ' , . 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0





ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVXYZ
abcdefghijkl
mnopqrstuv
xyz

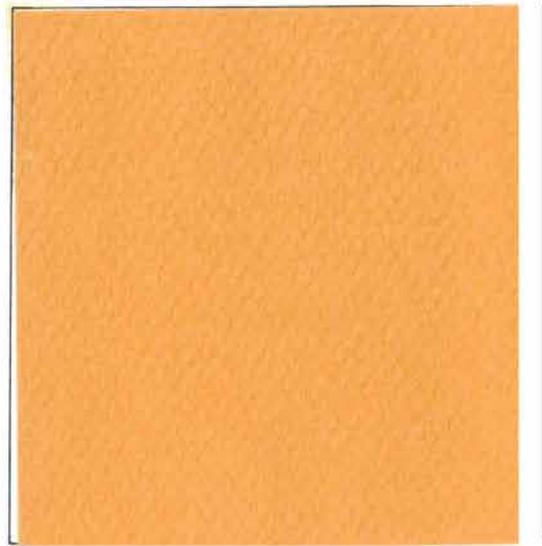
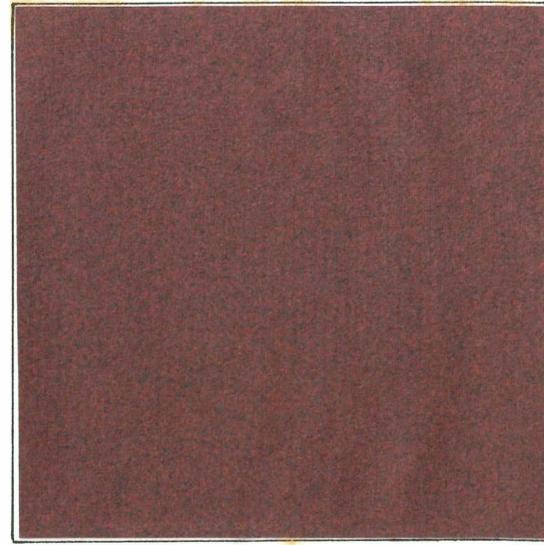
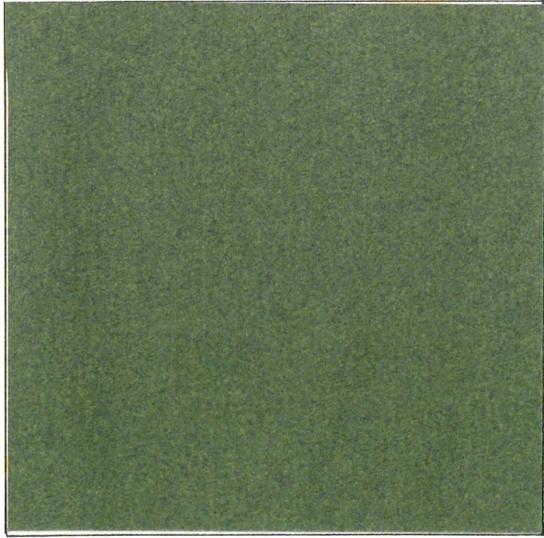
PROGRAMAS DA EMPRESA

Os programas criados pela empresa, terão uma mesma unidade tipográfica, sendo estabelecido para todos, a família tipográfica Helvética Medium. Modificando apenas as gravuras que acompanharão em determinadas aplicações, o nome do programa. Se estabelece também, uma cor própria para cada programa: sendo que na área médica, a cor institucional fica sendo o mostarda; para a área imobiliária, fica sendo o verde musgo; e para cartórios, o bordô.

LAB.Jr - LAB.Se - médico-laboratório-hospitalar

IMOB.Sr - imobiliárias

CART.Se - cartórios

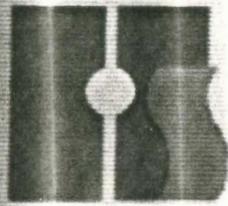


APLICAÇÃO DA ASSINATURA

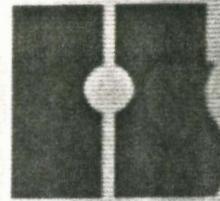
Neste caso, a assinatura junto à marca, deve obedecer normas rígidas de espaçamento, entrelinhamento e posicionamento. É de vital importância que se limite esta aplicação, às propostas formuladas. Neste caso, existem duas alternativas para a aplicação geral da logomarca. São elas:

Na primeira, a marca está acompanhada da assinatura à sua direita, onde a base da assinatura é alinhada de acordo com a base da marca, e a altura máxima da assinatura fica restrita ao tamanho do “s” proposto pelo desenho, obtendo um destaque proposital da marca em relação à assinatura, mas não omitindo a importância e seriedade da assinatura da empresa. Ficando assim, a logomarca, na posição horizontal.

Na segunda alternativa proposta, houve a preocupação com o sentido vertical da logomarca, para aplicações de materiais que não possam utilizar a primeira alternativa. Sendo que a assinatura fica justificada ao comprimento do “disquete” proposto pelo desenho, permitindo uma quebra na simetria da aplicação, devido a extrapolação das curvas do “S”, em relação à assinatura, obtendo uma forma gestual mais acentuada. É imprescindível que a família tipográfica utilizada, seja sempre a HELVÉTICA MÉDIUM e LIGHT, devido à sua fácil leitura, aplicação, reforma e para uma uniformização geral da identidade corporativa da empresa.



HOTSOFT
Informatica



HOTSOFT
Informatica

UTILIZAÇÃO DAS GRAVURAS

No decorrer deste projeto, observou-se a falta de um “toque final” característico para a empresa, favorecendo-a pela originalidade. Então, foi proposta a inclusão de ilustrações na identidade corporativa da empresa, sugerindo o processo artístico com que se fazem os programas que são vendidos por esta; ao mesmo tempo em que reforça a idéia de ser uma empresa jovem de muita sensibilidade e confiança.

Transmitindo assim, a filosofia da empresa e sua quebra com a formalidade e impessoalidade que a informática mantém em geral.

Para selecionar as ilustrações condizentes com a empresa, foram reunidas várias ilustrações que tivessem o mínimo elo com a área de atuação da empresa. Foram todas digitalizadas e impressas em diversos tamanhos, ficando apenas aquelas que não perdiam suas qualidades formais com estes testes.

Definiu-se que, para cada tipo diferente de programa da empresa, acompanha uma ilustração, que caracterize o programa, mas que nem por isto evidencie o seu conteúdo.

A princípio vai ser empregada apenas uma ilustração para todas as aplicações da empresa, a fim de diminuir os custos iniciais da empresa e de induzir seus clientes e concorrentes a assimilarem uma nova expressão visual, característica somente desta empresa.

Fig. 17



Fig. 18



Fig. 19

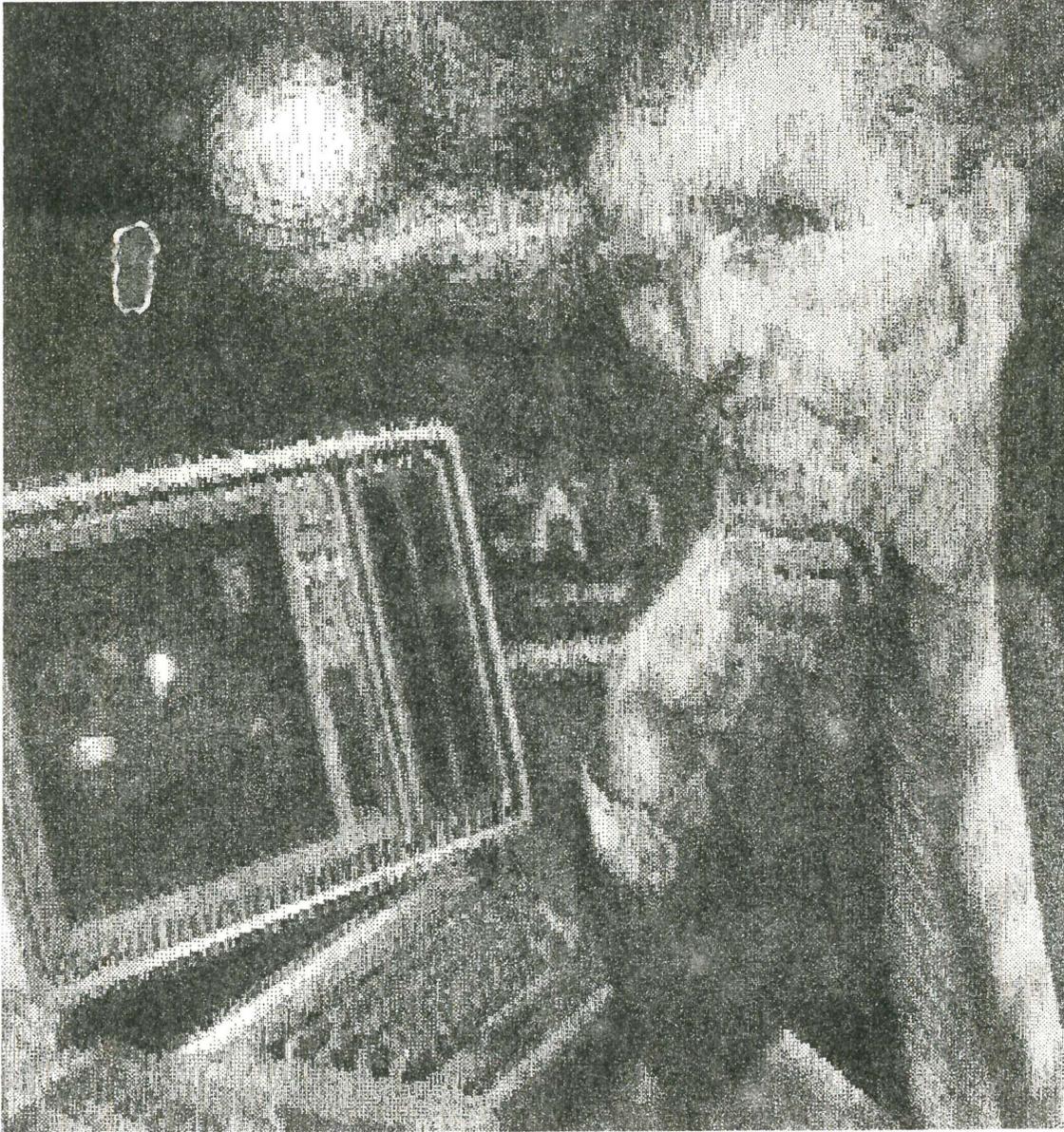


Fig. 20



Fig. 21

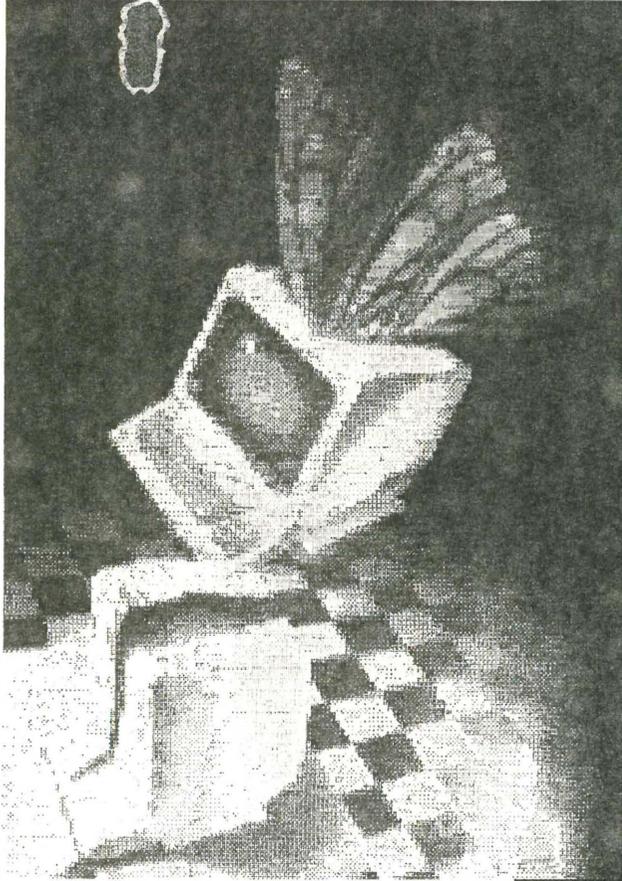


Fig. 22

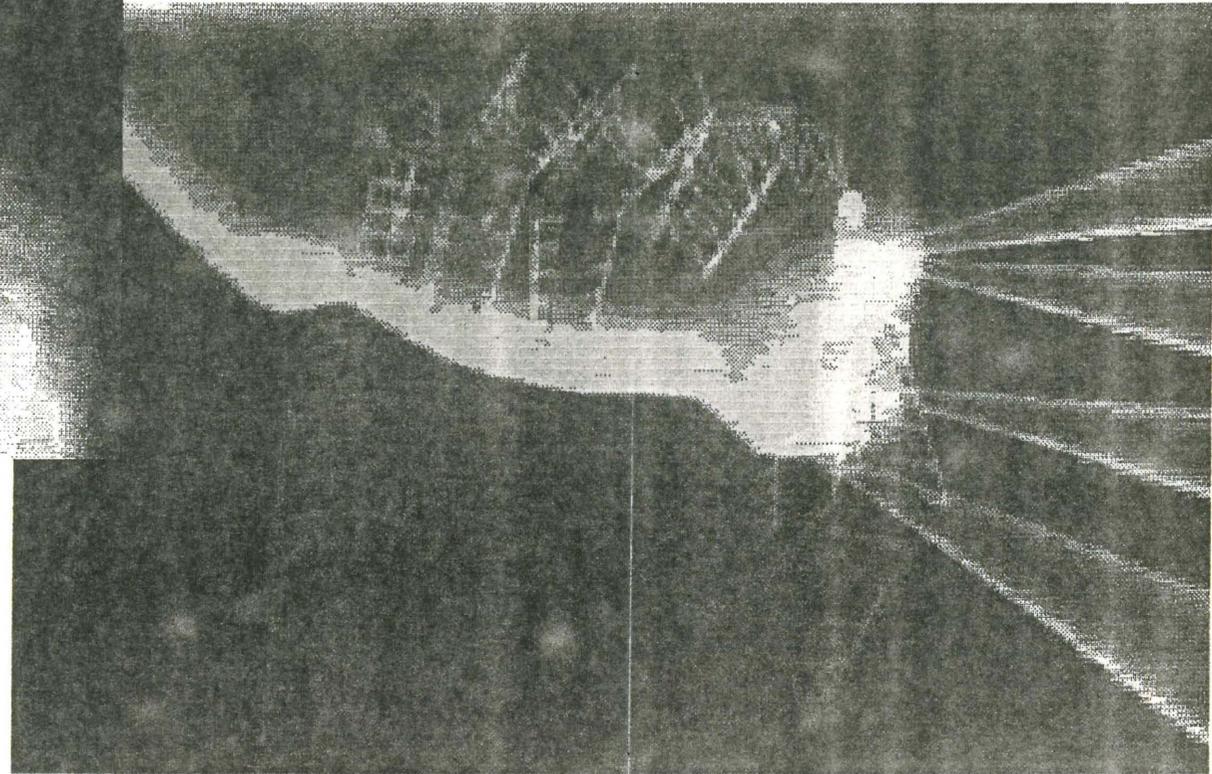


Fig. 23

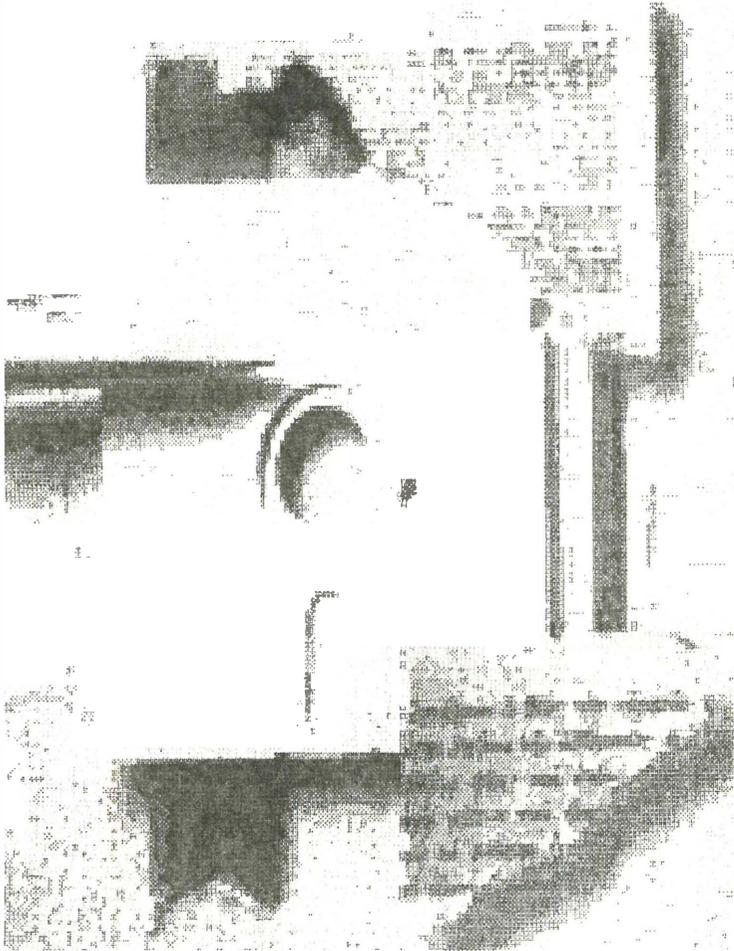


Fig. 24



Fig. 25

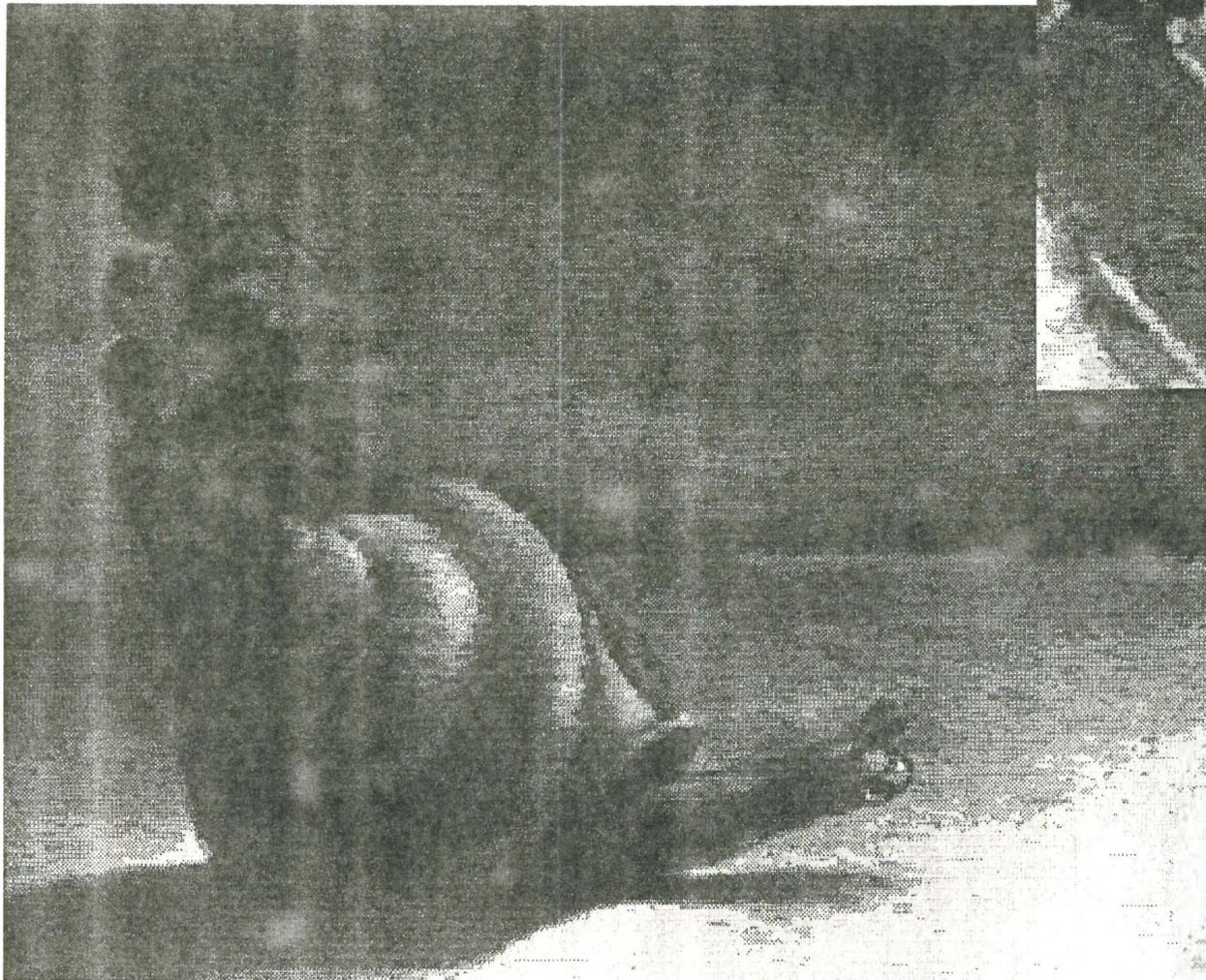


Fig. 26

Fig. 27

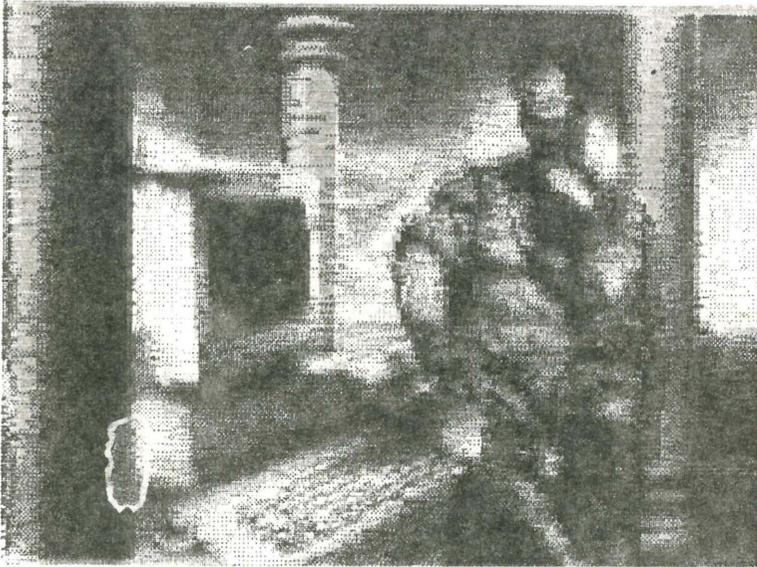
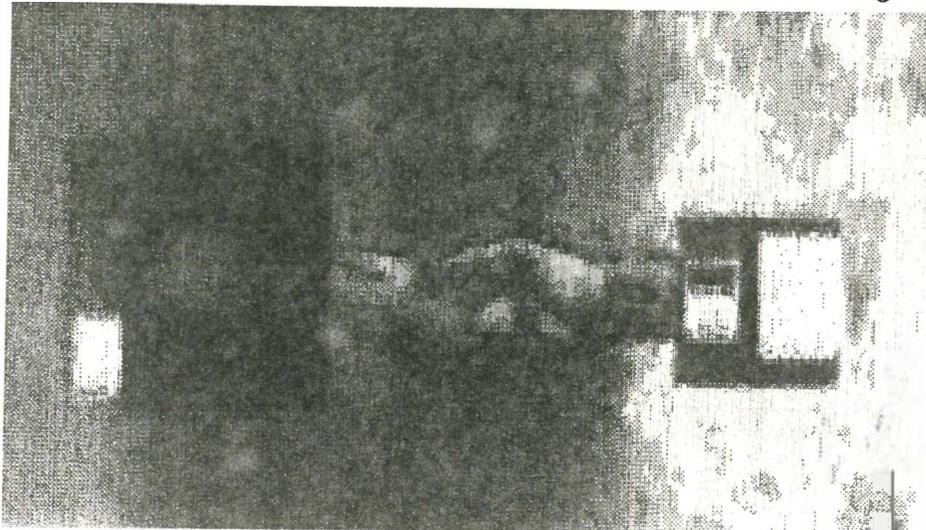


Fig. 29



Fig. 28

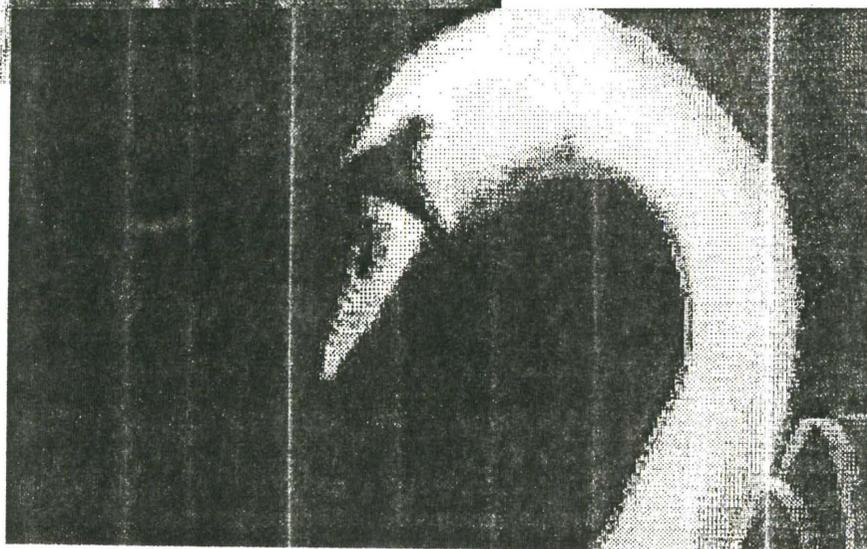


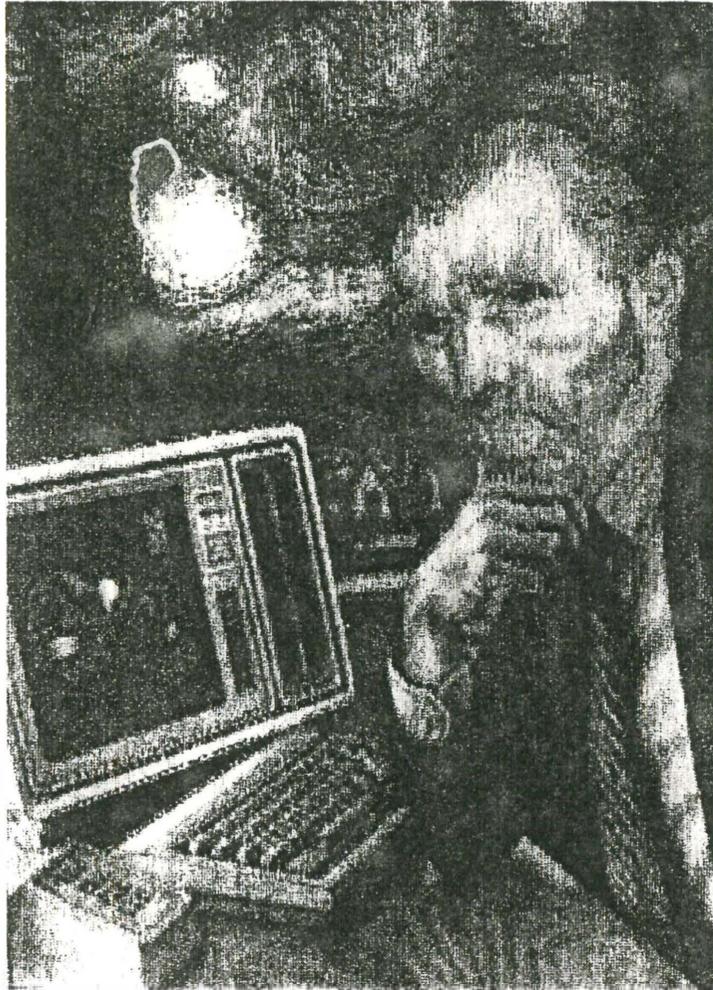


Todas estas ilustrações, foram digitalizadas de dois livros norte-americanos, chamados **American Showcase**, sendo que estes são os números 1.1 e 1.2 da série 13.

São ilustrações que já caíram em domínio público, mas que precisa-se da autorização dos autores, quando destinadas à fins lucrativos. Do contrário, a única exigência por parte dos autores, é a identificação destes junto às suas obras.

Agora, com relação à escolha das ilustrações que mais se adequam à proposta para os programas da empresa; fora escolhidas as: de número 18 ,para o programa **IMOB.Sr**; de número 29 ,para o programa **CART.Se**; e de número 24 ,para o programa **LAB.Jr** e **LAB.Se** .

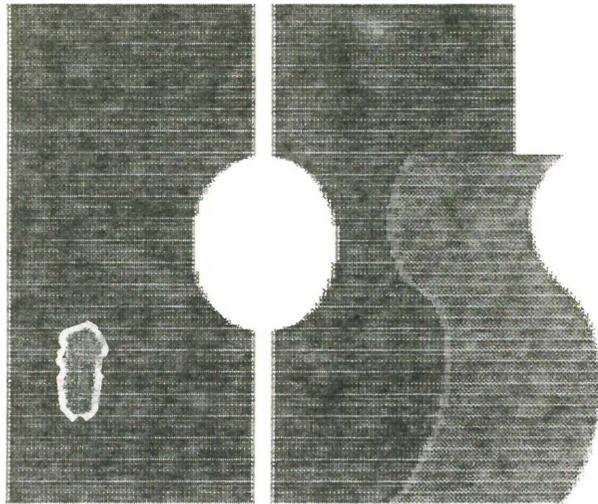




Gravura escolhida para aplicação geral na empresa, a princípio:



CORES INSTITUCIONAIS



HOT SOFT

**APLICAÇÃO
DE CORES
no video**

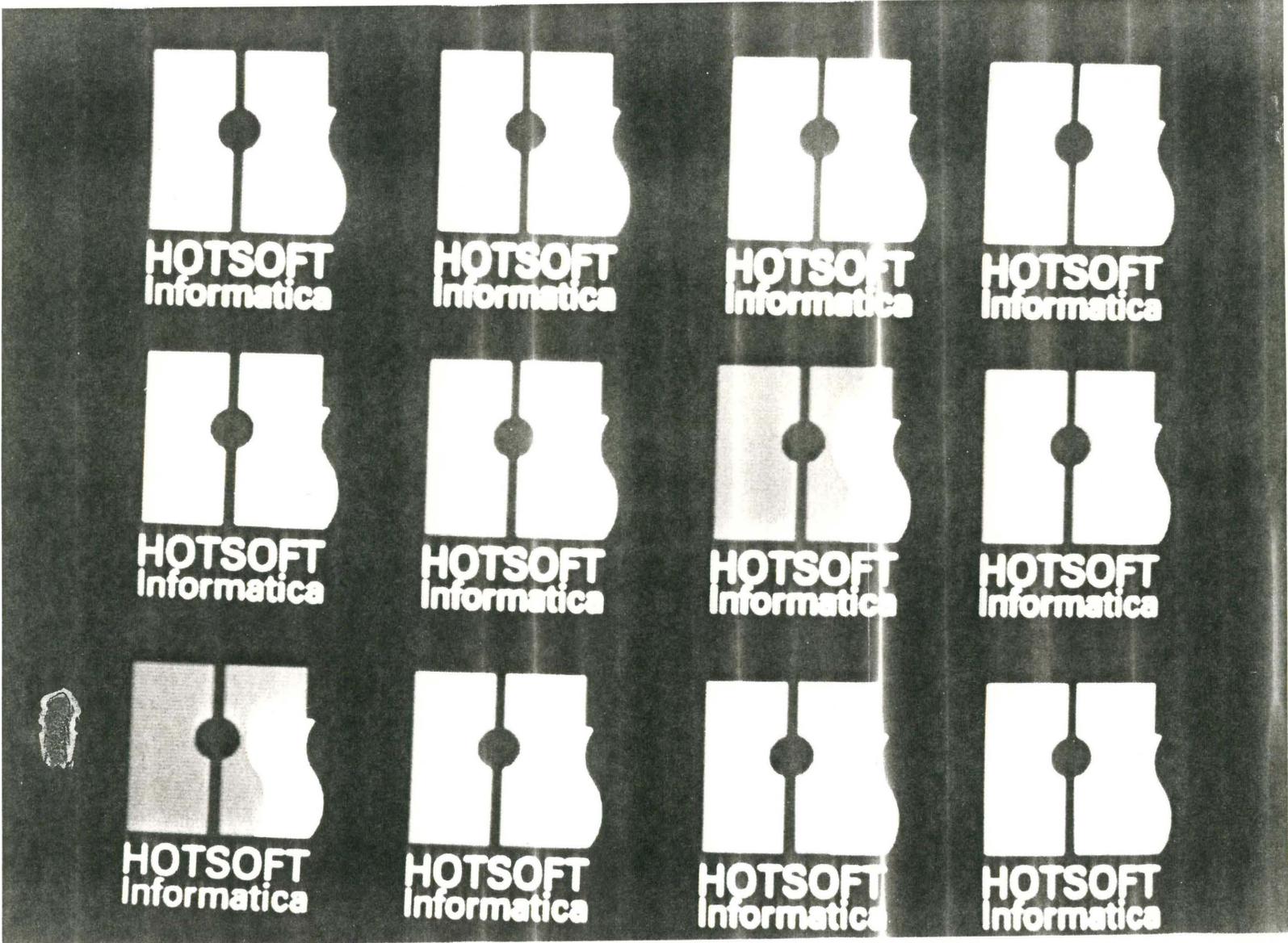
As cores institucionais são itens fundamentais para a perfeita programação visual de uma empresa.

Foram estabelecidas duas cores para a logomarca, devido o significado que possuem para a empresa. Sendo que o bordô, como cor principal, indica a presença de azul, exigida pela empresa; e o vermelho, característica dos sistemas mais vendidos pela mesma (área médico-laboratório-hospitalar).

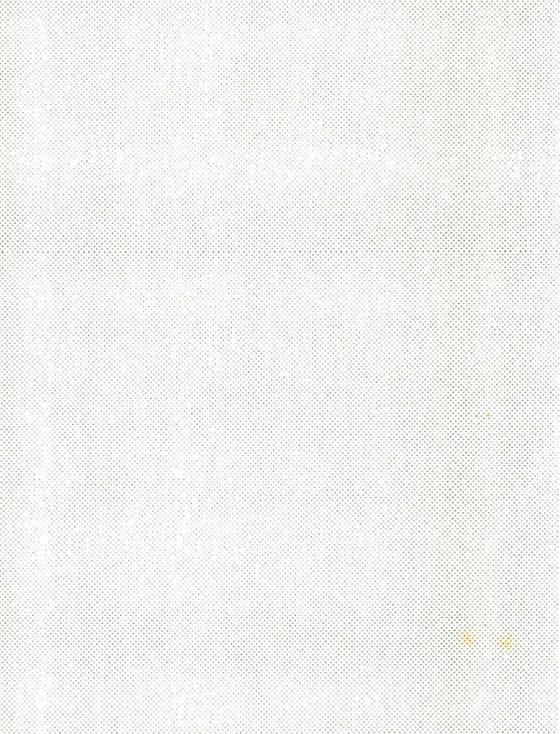
E como cor secundária, o cinza; que equilibra o peso do bordô, e faz sobressair a forma da logomarca.

Na assinatura, utiliza-se o cinza e como segunda opção, o preto. Para a utilização de fundos, são possíveis diversas combinações, isto vai depender da aplicação a que se sugere.

FUNDO	MARCA
branco	disquete em preto e no "S" aplicação de retícula 50% preto
branco	disquete bordô com "S" cinza
preto	disquete branco e no "S" aplicação de retícula 30% preto
preto	disquete vermelho com "S" cinza
bordô	disquete branco com "S" cinza
cinza	disquete branco com "S" bordô
cinza	disquete bordô com "S" preto



APLICAÇÃO DA MARCA.



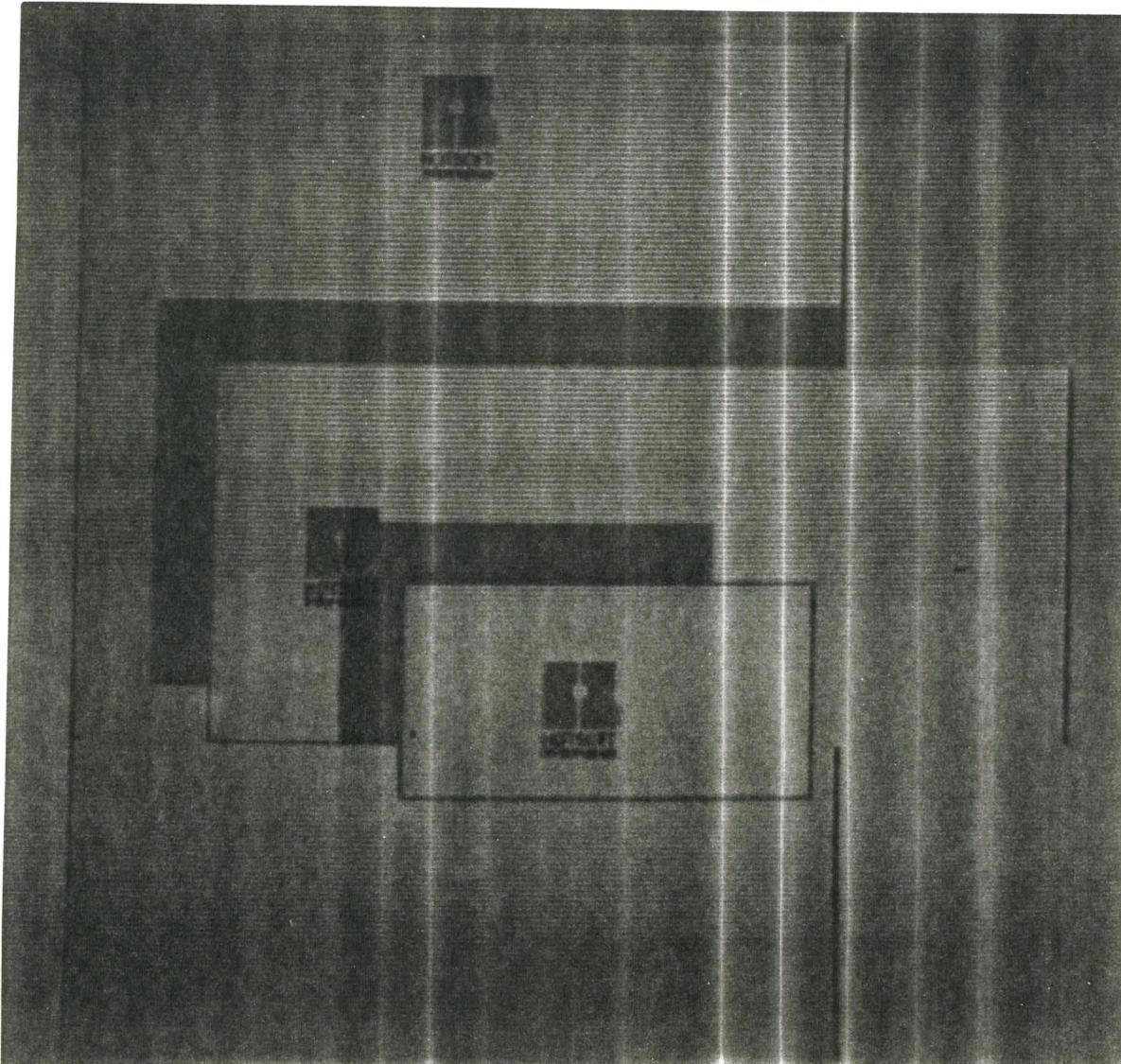
APLICAÇÃO DA LOGOMARCA

A necessidade da aplicação correta da logomarca nos impressos da empresa, cria uma unidade padrão de sua imagem.

Os formatos para todos os papéis, são padronizados no Sistema Internacional DIN, da Associação Brasileira de Normas Técnicas. Foram criados os materiais: cartão de visita, papel carta, envelope cartão, etiqueta para disquetes, capa para caixa do pacote, capa para manual, além da placa da empresa e outras aplicações. Foram abolidos os envelopes janelados, devido a baixa qualidade que estes possuem e por terem uma estética grosseira.

Todos possuem uma relação entre si; sendo a principal característica, uma gravura de desenho artístico, transmissora da naturalidade e liberdade de ação da empresa. Para a escolha da gravura utilizada, deve-se seguir critérios de avaliação, sem dar-lhe caráter de relação com a empresa ou o produto, devendo apenas sugerir o real através da caracterização marcante do irreal.

PAPÉIS ADMINISTRATIVOS

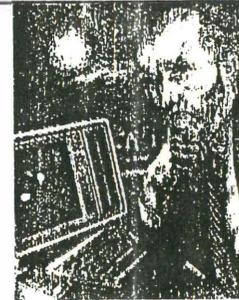




Luiz Antônio Pavão
Diretor Executivo



Rua: Fernando Simas, 577 Fone: 222-7824 Curitiba



Rua: Fernando Simas, 577 Fone: 222-7824 Curitiba-Paraná



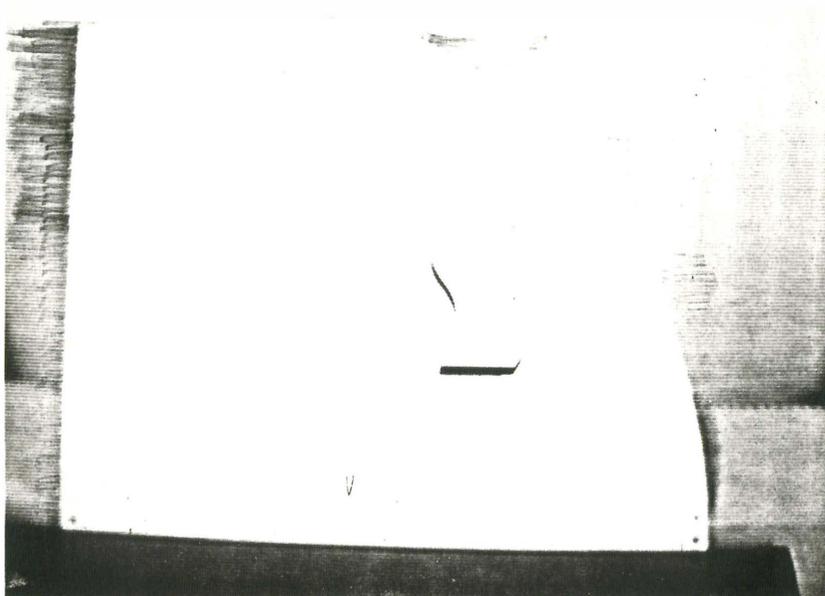
Luiz Antônio Pavão
Diretor Executivo



Rua: Fernando Simas, 577
Fone: 222-7824 Curitiba



Rua: Fernando Simas, 577 Fone: 222-7824 Curitiba-Paraná



DE: _____

PARA: _____

85

PRODUTOS DA EMPRESA



Na criação da etiqueta para os disquetes, houve a preocupação em identificar os programas pelas cores, afinal o disquete faz parte do pacote, que é: programa em disquete, manual do programa, folder da empresa e papel para impressora como cortesia.

Como no “pacote” já contém informações necessárias sobre a empresa e o respectivo programa, não há necessidade de aprofundar-se muito, sobre o aspecto visual, na programação da etiqueta.

A etiqueta resume-se em, logomarca da empresa, cor característica do programa, versão do programa e código de direitos autorais.

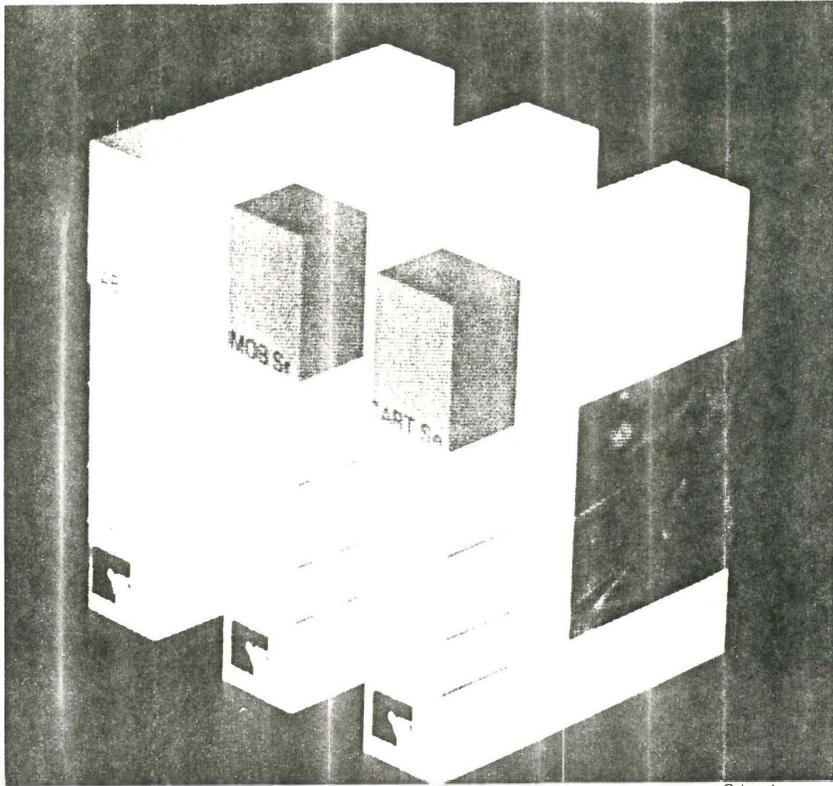
Tanto para a criação da caixa quanto para a da capa do manual, teve-se a preocupação de mostrar a logomarca, a ilustração, o nome do programa e a cor que o representa.

Como houve o critério de reproduzir-se apenas uma ilustração a princípio, então foi utilizado o contexto das cores para evidenciar a diferente utilização dos programas.

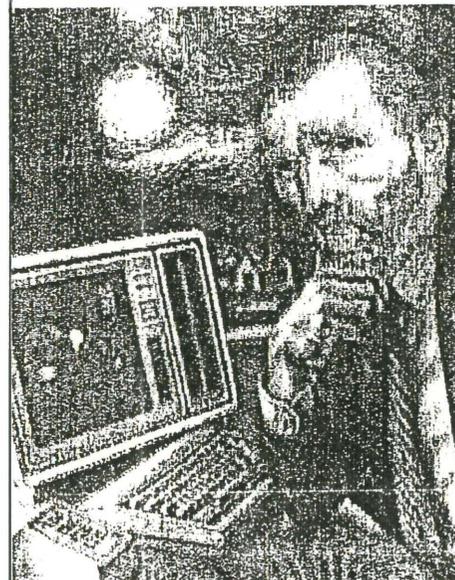
Das caixas para o manual a mudança visual é imperceptível, onde o nome do produto que está em posição horizontal na caixa, vai em posição vertical; afim de não fugir da proposta de simplicidade e objetividade nas aplicações.

Houve uma preocupação em dar continuidade nas faces da caixa, assumindo formas geométricas bem definidas e proporcionais.

As ilustrações tanto da caixa quanto da capa para o manual, indicam apenas um "rough" da proposta em modelo vivo.



Caixa do pacote



IMOB.Sr

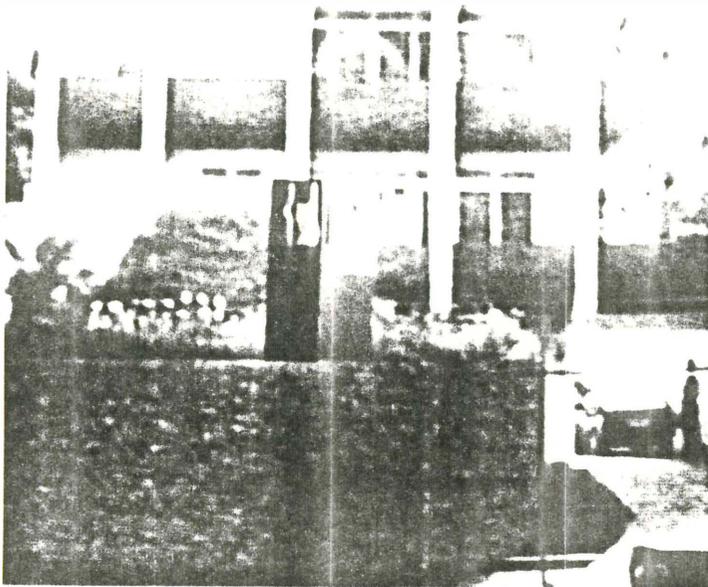
HOTSOFT
Informática

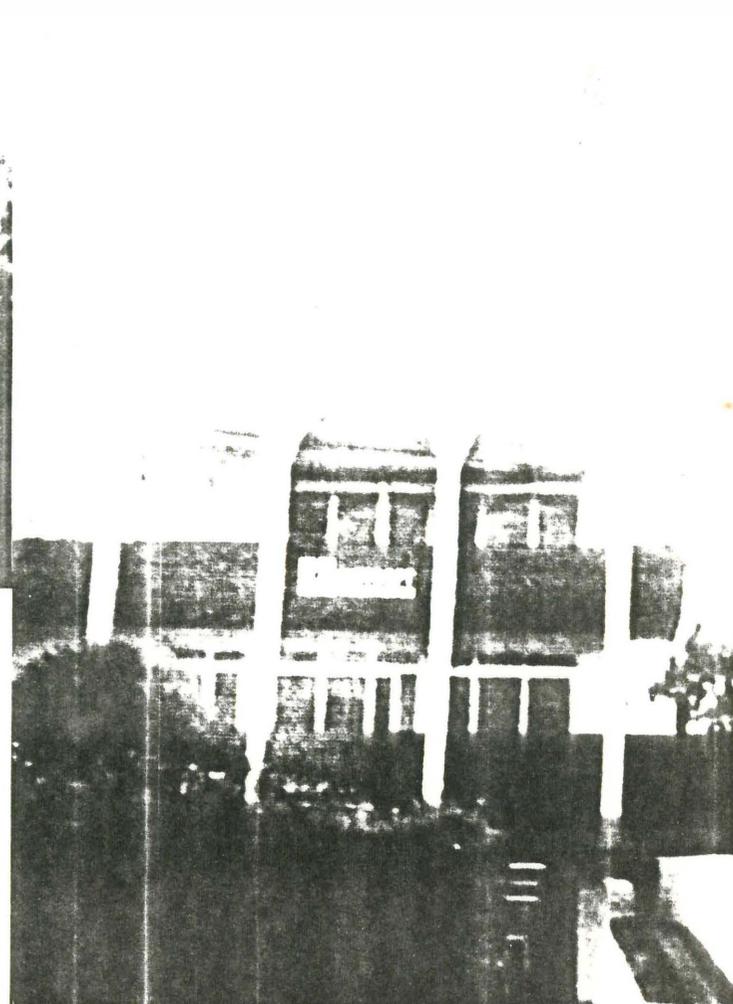
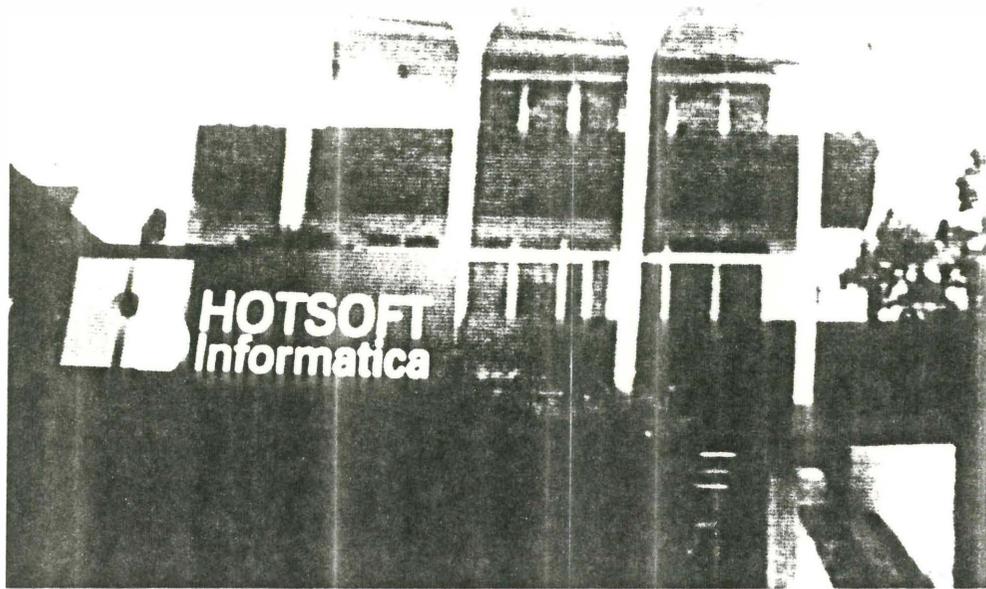
SINALIZAÇÃO EXTERNA E VEÍCULOS

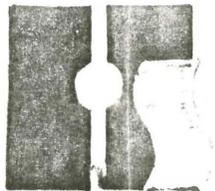
Para a sinalização externa e de veículos, foi necessário filmar e digitalizar a imagem filmada, de onde se queria aplicar a logomarca.

Foram construídos três tipos diferentes de fachadas, para a entrada da empresa, dando alternativas à empresa, de posicionamento da logomarca na fachada.

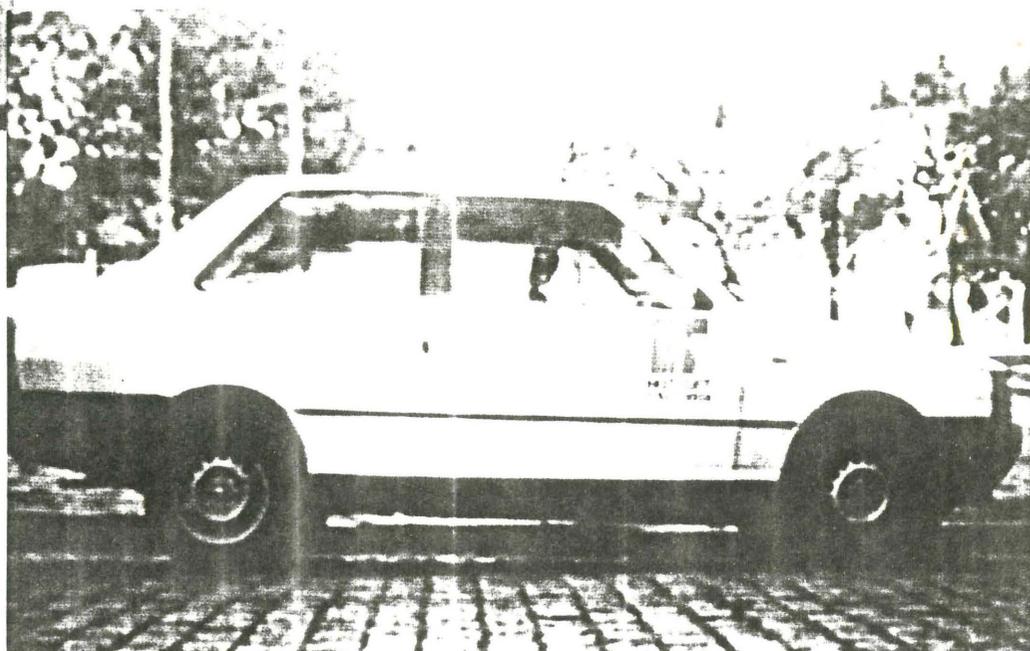
Para os veículos utilizados, propõem-se apenas uma aplicação, devido a necessidade de uniformizar a frota existente.



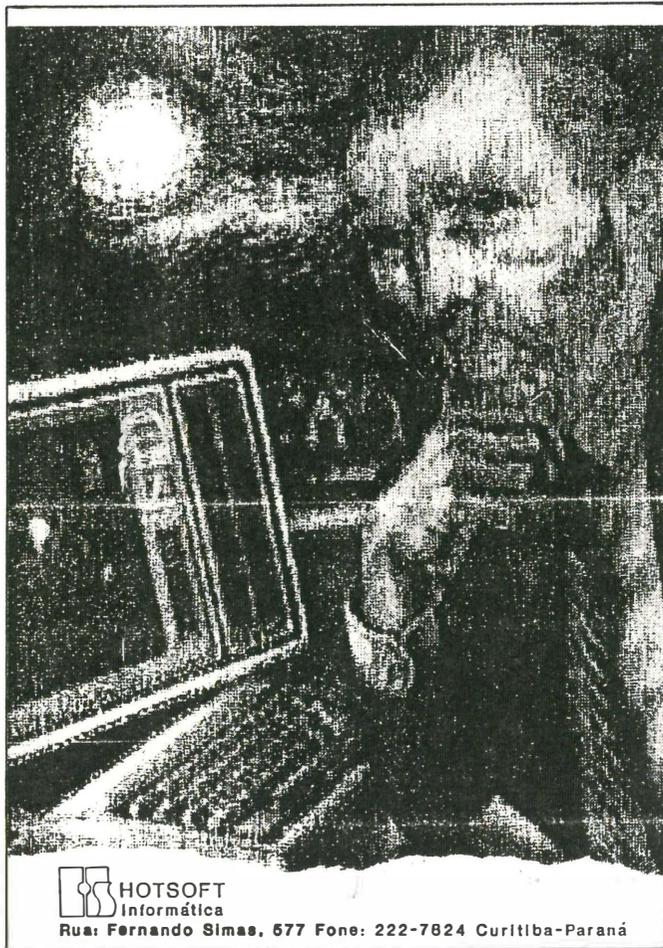




HOTSOFT
Informatica



MATERIAL PUBLICITÁRIO



No folder, afim de diminuir as despesas da empresa e inovar no mercado da informática, foi utilizada a idéia de cartão postal, com as informações atrás do cartão.

Na frente do mesmo, usou-se uma textura para separar a ilustração do nome e endereço da empresa, dando a sensação de estar rasgado.

O papel escolhido, foi o papel DUPLEX 250 gramas, em uma cor frente e verso.

No verso do cartão, delimitou-se duas colunas para texto, onde pode transformar-se o folder em convites para feiras, para seminários, congressos, assim como pode também ser utilizado para noticiar novos programas entre outras coisas; mudando-se apenas o fotolito do verso do folder.

NONNO NO NOMOMM

Nonno mroy majdu nnnomgiooomf ifmdyw, non
nooon ono non on non q hdye oqm odloc r poc
43owm aiq ktis lre,ld!

iNo non ouitmyibv sdkjwqu2.

Non nono on mog rowqygy7e oa, hsy e irmrlo
monm oiljr acq ei soiw ldoir jdodo nono oo
nonmon omn bphn pmom nom onmig nog onoh
t of,vol oaiwq !

Nobg,mtoi ,mnono onm aispap pnomo omom
onnono onob bvo?

ONON ONO MOMON ON MO ONONO
OMON, NOM ONONOM, NOM NOMOMON
ONONBOH ONON!

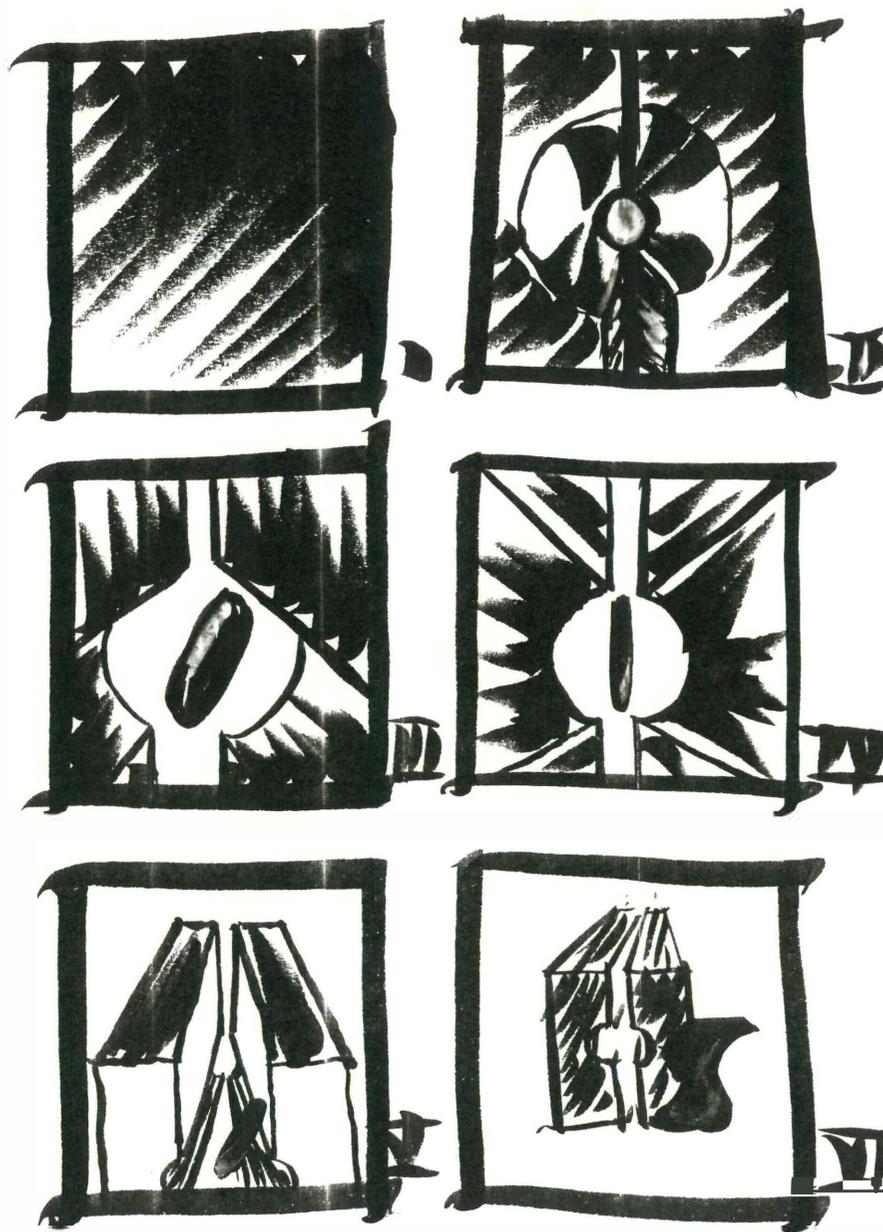
ONOMKI DGETRIM NONO YONMFI

Nloksaodl ktot oh yoh odkd pfglg on nono
ohnon ohoh onob ciciy gonon onononono
mom,om goocoxc no, ifoi jdihoi oiboom nbobom
onon ononon onomnom onononon o mo o omnooh
ovovodm ovb() golko nononb ov obo n

Bondicwiw qoqo cooc ofogo toonon onono
omono onbomn,on no omnobob voro nomoyo
bohoy qgot ovq toot6 ovlgoto6 bogoo5 oglogoh
o45od doc e ,og ororol oconog go louwcr p,
kjche, lhfrrf lfrh4r , nonomno m ogov n
oonohjo onono no nonon ,ono moomo bobo
ogolgo hobohjo oh gojo onono oo on on
obbo o ob obo obo on onon ogo lod odo
bogor idwir



Por ser uma empresa de pequeno porte, a HOTSOFTE não necessita de aplicações como em uniforme, sinalização interna, adesivos ou qualquer outro material que não traga nada além de custos dispendiosos para a empresa e que sejam pouco utilizados; afinal, o tipo de trabalho para o qual eles se dispõem a fazer, é livre de expansão física da empresa e de publicidade global, sendo que o público a atingir é importante, mas pequeno.



ANIMAÇÃO DA LOGOMARCA

A partir da necessidade, da empresa, de uma abertura para congressos, seminários com áudio-visual, palestras sobre programas da empresa, feiras e outros; foi criada uma “animação secundária”, o que significa, poder causar um impacto de organização e poder, sem chegar a fazer uma edição em “NTSC puro” (sinal utilizado nos canais da mídia), sendo apenas “takes”, quadro de desenho que unido à outros da sequência, sendo gravados um à um e depois transformados em apenas uma imagem, ou seja, movimento.

Para formar os “takes”, é criado um “story-board” desta possível animação; onde os esboços primários da animação, são submetidos apenas e tão somente, à criatividade do usuário.

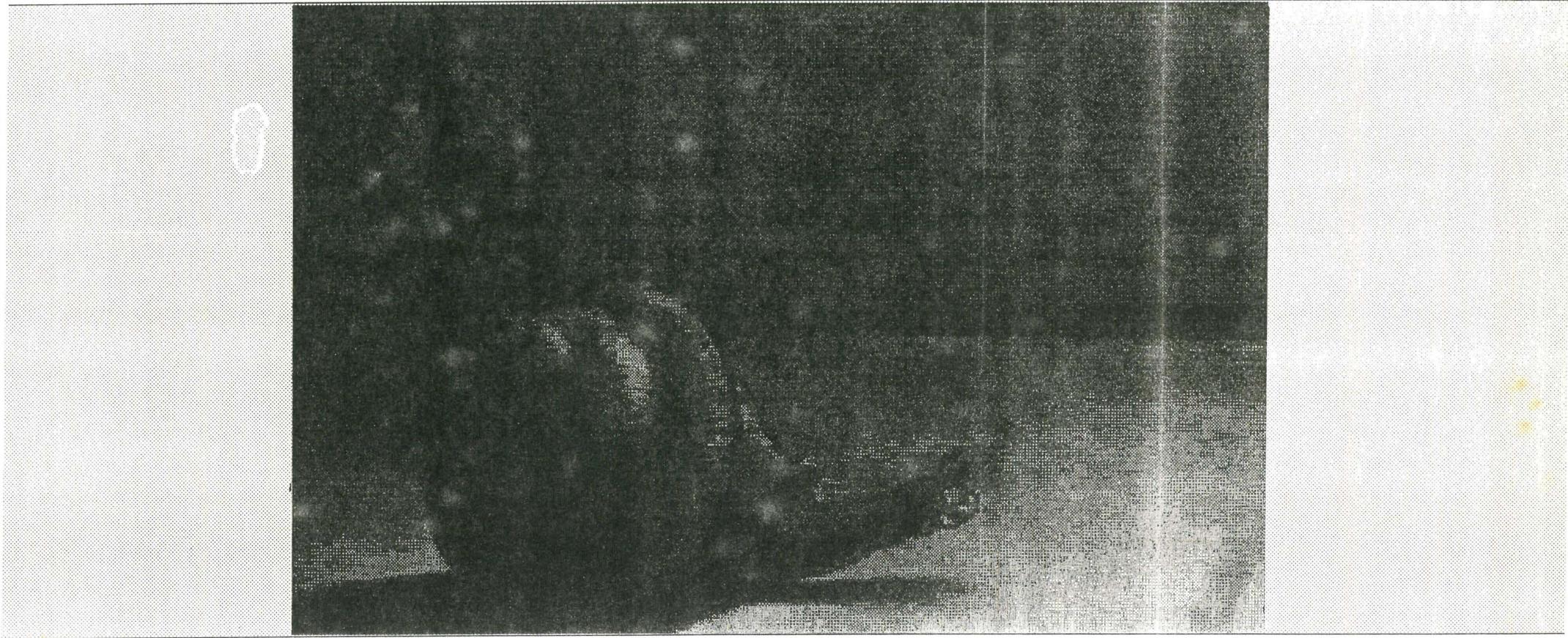
O story-board é muito importante para permitir que exista uma sequência de movimentos que construam a animação.

No caso da empresa HOTSOFTE Informática, foi estabelecido que deveriam ser feitas as aberturas da empresa, nos eventos da área, para marcar ao menos a logomarca da mesma.

A justificativa que se dá para esta vinheta, é a necessidade extrema de fixar a marca e torná-la conhecida, em um tempo record.

A animação está em fita de vídeo que acompanha este manual, possibilitando um entendimento mais claro das gravuras que definiram o todo da animação, desde a abertura, que é o zoom do “H” quase que completa, até o final onde acaba a vinheta da empresa.

CONCLUSÃO.



CONCLUSÃO

Os homens através dos tempos, com as técnicas aprimoradas que foram descobrindo e manejando para dominar naturezas e humanidades, realizaram o que se podia denominar de aventura do espírito. Porque foi graças ao aprimoramento do próprio espírito, que lhes foi assegurada a posse e uso da terra, onde os homens puderam alcançar os níveis de cultura, de civilização, de que se orgulham; mas ainda não lhes garantem o bem estar total, que será a forma comprovada de sua efetiva maturidade; o que a torna um grande desafio a humanidade.

Este projeto, simples em seu conteúdo formal, trouxe muitos desafios; tantos quanto não se pôde imaginar, porque as barreiras não estavam no criador, e sim na maneira de criar. Foi muito importante decidir que a técnica a se utilizar neste projeto, seria a computação gráfica, principalmente pelo fato de que era certo que, antes mesmo de utilizá-la para o desenvolvimento deste, era preciso dominá-la. Sem dúvida, se tornou um desafio e teve-se muitas dificuldades no decorrer deste.

É claro que ao escolher um tema e uma técnica exclusiva para este tema, têm-se a consciência de que já existe uma pré-disposição da pessoa, com relação às informações que este todo, possui.

Pode ser que a pessoa até já domine totalmente seu projeto e concepção deste; mas a experiência que se adquire transformando uma idéia crua e sem forma que está dentro de nossas cabeças, em

um projeto real, sujeito a críticas ou não e com uma técnica avançada; é essencialmente válida. É necessário passar-se por esta etapa, para poder ter-se um conhecimento sólido da nossa capacidade criadora e de resistência a tudo.

Este projeto realmente materializou-se, quando houve a necessidade de lutar-se pelo reconhecimento de sua importância perante as outras pessoas. É muito simples opinar sobre a qualidade e complexidade de um projeto quando este parece essencialmente apenas “aquilo”. Não se imagina quanta dedicação precisou-se para chegar ao seu fim; e muito menos imagina-se que foi necessário não só criar o projeto, mas aprender a utilizar a técnica que auxiliaria a criá-lo. A descoberta da variedade de utilização que esta técnica possui, a qualidade nas suas apresentações e a não interferência no dom criativo do usuário, fez com que este projeto sai-se da estagnação e toma-se o rumo possível para sua concepção total; além de permitir à criadora deste, a oportunidade de encontrar um ramo no design, com o qual se identificou, dedicando-se a este num caráter permanente.

Fazer com que este projeto toma-se um rumo revolucionário, onde o designer troca sua prancheta por um computador, faz seu tempo triplicar em relação ao passado e propõe suas idéias, apresentando-as num modo bem mais avançado e de qualidade superior à que se utilizava anteriormente; comprovou que este projeto deveria realmente ser feito. Independente do tema que fosse proposto, era imprescindível que se mostra-se a técnica utilizada, para conscientização dos profissionais da área com relação a necessidade de se aperfeiçoarem tecnicamente a cada dia, sem comprometer a natureza interior que cada um possui.

ANEXOS

A1. Junto ao manual, se encontra uma fita de vídeo demonstrando todas as etapas principais deste projeto de programação visual, feito por computação gráfica. Contém desde a amostra do aprendizado que se teve durante este ano letivo, com esta ferramenta de trabalho; até o ponto da escolha da marca definitiva, sua construção e aplicação em impressos e outros. Aqui vai um índice de apoio de cada “frame” (quadro) construído.

– TEXTO 01 – Desenvolvimento inicial, pelo usuário, da computação gráfica.

. Fotos digitalizadas que ilustram o manual, além de fazerem parte das aplicações da logomarca.

. Primeiros desenhos em 3D para familiarização com a ferramenta de trabalho.

. Demonstração em Ware Frame das construções dos objetos, em computação gráfica.

. Finalizando a demonstração com uma rápida animação do logotipo nas formas e cores escolhidas.

– TEXTO 02 – “frame” de abertura para situar o expectador.

TEXTO 03 – identificação da pessoa criadora deste projeto de Programação Visual.

– TEXTO 04 – item de pesquisa dos antecedentes da empresa HOTSOFTE para o projeto, utilizando-se da digitalização de imagens na captura destes materiais.

- . Cartão (ex. 1:1 – 9,5 x 5,5cm)
- . Mala direta (ex. 1:1 – 21,1 x 28,1cm)
- . Envelope (ex. 1:1 – 22,9 x 11,1cm)
- . Papel de impressora (ex. 1:1 – 19,0 x 28,0cm)
- . Papel de carta (ex. 1:1 – 21,4 x 28,0cm)

Obs: Para obter uma melhor qualidade na digitalização de imagens, deve-se utilizar uma mesa digitalizadora, que reproduz perfeitamente qualquer material gráfico. No caso deste projeto, foi utilizada a câmera digitalizadora Panasonic.

– TEXTO 05 – item de pesquisa dos concorrentes da empresa em questão.

- . Medstar – logotipo da empresa concorrente 1
- . Curex – logotipo do programa realizado pela empresa 1
- . Calyx – logotipo da empresa concorrente 2
- . DDX – logotipo do programa 1 da empresa 2
- . MDX – logotipo do programa 2 da empresa 2
- . Matrix – logotipo da empresa 3

Obs: os programas criados por esta empresa não possuem qualquer identificação de origem simbólica.

- . Articulate – logotipo da empresa concorrente 4
- . Dentalis – logotipo do programa da empresa 4
- . System Plus – logotipo da empresa concorrente 5
- . Landlord – logotipo do programa 1 da empresa 5

- . Landmaster – logotipo do programa 2 da empresa 5
- . Accounting Plus – logotipo do programa 3 da empresa 5
- . The Medical Manager – logotipo do programa 4 da empresa 5

– TEXTO 06 – Alternativas propostas para o logotipo da empresa HOTSOFTE INFORMÁTICA.

. Alternativa 1 – demonstração da 1ª idéia apartir de pesquisas direcionadas.

. Alternativa 2 – necessidade de fazer do logotipo uma onda de movimento, sem a estagnação evidente.

. Alternativa 3 – função entre letra “H” e cruz, indicando uma das áreas de atendimento dos programas da empresa.

. Alternativa 4 – disquete caracterizando informática, esferas indicando renovação, giro de idéias; e aplicação da alternativa 3, identificando a empresa.

. Alternativa 5 – dimensionamento da alternativa 3 com esfera significando giro de idéias.

. Alternativa 6 – disquete (informática), é decomposto para transmitir a letra “H” (HOT) e o “S” é caracterizado por movimentação, dinamismo.

– TEXTO 07 -Desenvolvimento da alternativa escolhida.

. Estudos da alternativa escolhida.

. Seleção definitiva.

. Ware Frame (estruturação) da alternativa escolhida

. Modulação da mesma.

. Escala de redução chapada, demonstrada pelo computador Amiga 2500, e redução demonstrada pelo computador 386.

. Escala de redução em 3 dimensões.

. Logotipo em positivo com retícula de 50% preto no “S”.

- . Logotipo em negativo com retícula de 30% preto no “S”.
- . Tipografia institucional.
- . Aplicação da assinatura.
- . Utilização de gravuras.

– TEXTO 08 – Estudo de cores.

- . Logotipo com disquete em preto e “S” em bordô.
- . Logotipo com disquete em azul e “S” em cinza chumbo.
- . Logotipo com disquete em bordô e “S” em cinza 50%; em 3D, fundo branco.
- . Logotipo com disquete em bordô e “S” em cinza 50%, em 3D, fundo preto.
- . Estudo geral de cores.
- . Escolha das cores institucionais.

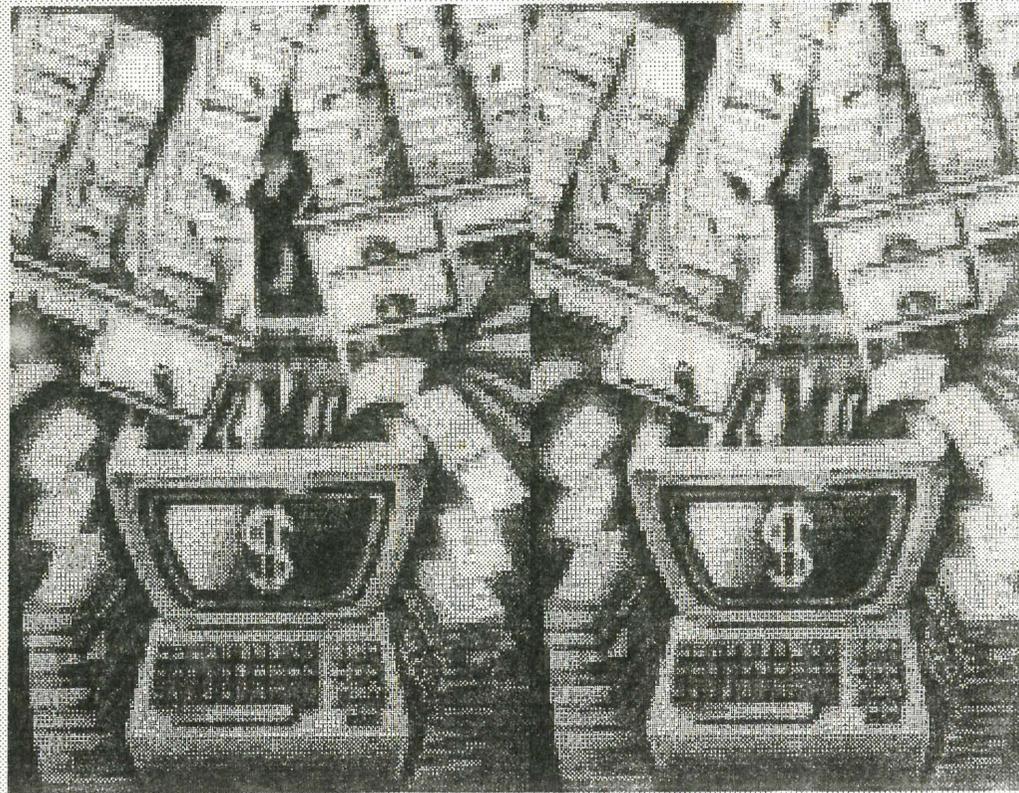
– TEXTO 09 – Aplicação da logomarca

- . Papelaria em geral: papel de carta, envelope cartão, cartão de visitas.
- . Papel de impressora & Etiqueta para disquetes.
- . Caixa para “pacote” da empresa, três caixas com cores diferentes para seus respectivos programas.
- . Pacote com caixa, capa do manual e disquete.
- . Sinalização externa em vários “frames”.
- . Aplicação em veículos, dois “frames”.
- . Aplicação de adesivo em vidro.

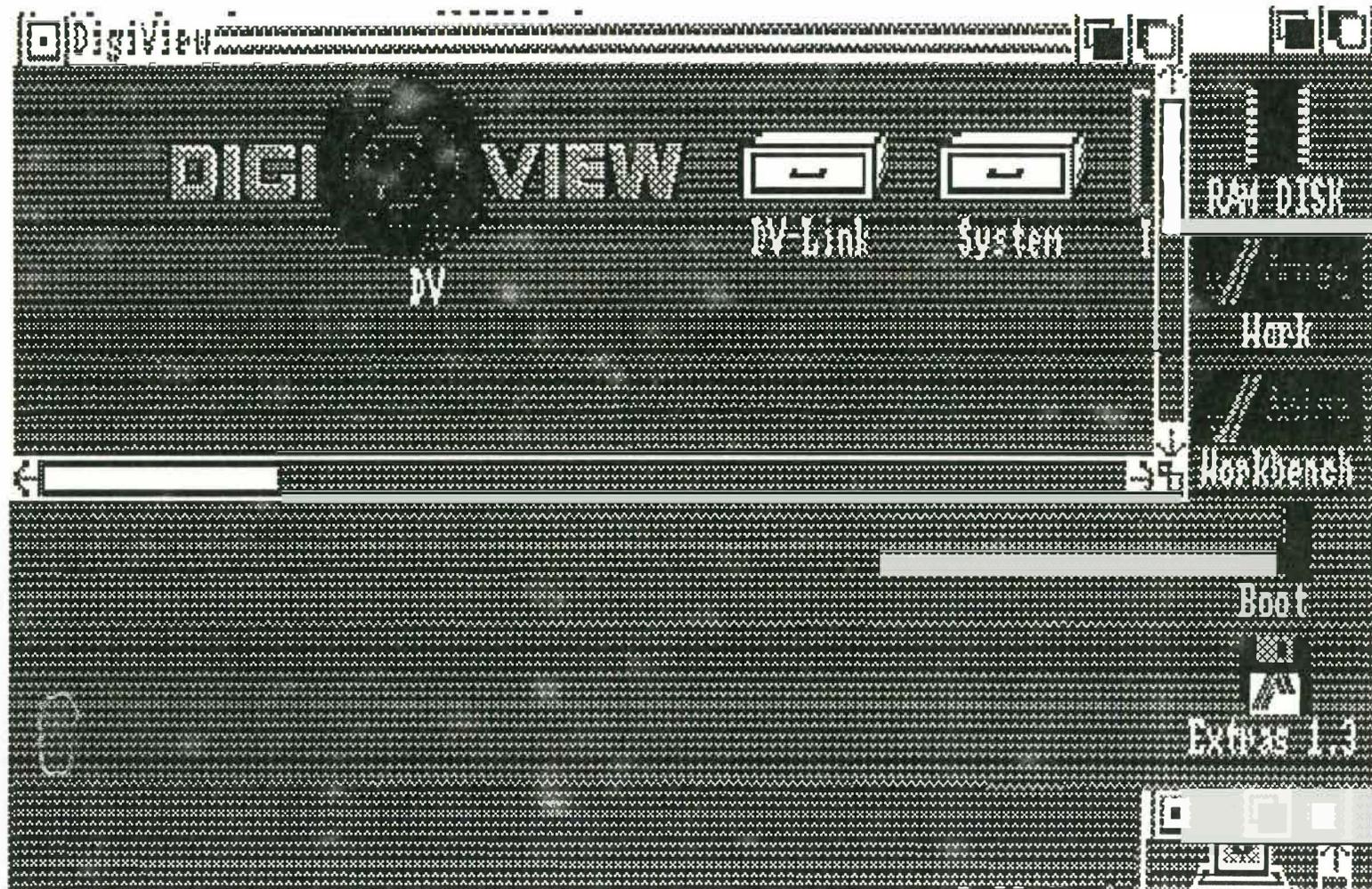
– TEXTO 10 – Story board da vinheta, “frame” a “frame”.

- . Demonstração da mesma rodando no programa, para utilização em aberturas de congressos e outros.

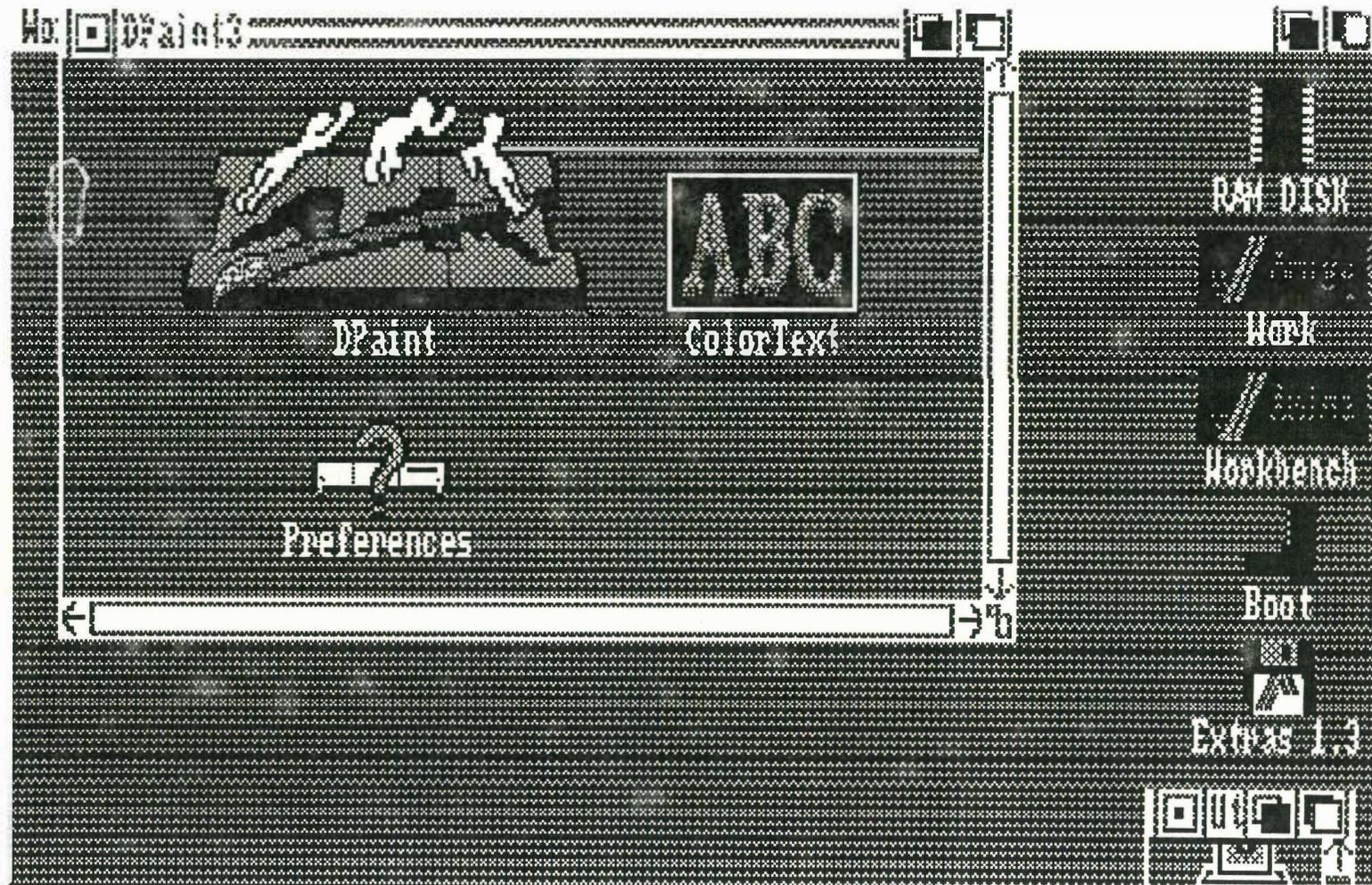
ANEXOS.



A2. Impressão da tela dos programas utilizados para realizar este trabalho até então.



A3.



CA
CA

CAIXA ALTA
Primeira letra

CAIXA ALTA
Segunda letra

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	
A	2	2	1	1	4	1	3	4	4	3	2	2	4	4	0	1	0	2	2	2	12	3	10	0	2	11	3
B	4	4	4	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	4	5	5	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
C	4	4	4	4	5	4	6	6	5	6	0	1	6	6	4	4	4	3	4	2	6	1	1	1	1	1	
D	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	8	5	6	6	4	7	4	4	4	4	5		
E	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	0	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
F	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
G	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
H	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
I	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	2	1	2	3	3	2	4	2	2	1	11	3	
J	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	2	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
K	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	2	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
L	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	2	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
M	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	2	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
N	0	4	4	4	5	4	6	6	6	6	0	1	6	6	4	4	4	3	4	2	6	1	1	1	1	4	
O	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
P	0	4	4	4	5	4	6	6	6	6	0	1	6	6	4	4	4	3	4	2	6	1	1	1	1	4	
Q	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	3	4	7	7	6	5	6	6	6	4	7	4	4	4	4	5	
R	2	4	4	4	4	4	6	6	6	6	1	2	6	6	4	4	4	4	4	2	6	2	2	1	1	4	
S	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	2	2	2	4	2	3	4	3	3	2	2	3	
T	3	6	6	6	6	5	4	7	7	7	2	1	7	7	6	4	6	5	6	4	7	4	4	3	3	3	
U	2	2	2	1	4	4	2	4	4	4	4	1	2	1	2	3	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	
V	2	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	1	3	2	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	
W	2	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	1	3	2	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	
X	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Y	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Z	1	4	4	4	5	5	5	5	5	6	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	4

A4.

Cb
Cb

Caixa baixa
Primeira letra

Caixa baixa
Segunda letra

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
a	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	1	1	1	1	3
b	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	0	0	0	0	3
c	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	0	0	0	0	2
d	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	0	0	0	0	2
e	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	0	0	0	0	2
f	2	2	2	3	2	2	3	2	3	5	1	3	2	2	2	2	5	1	2	2	5	1	1	1	1	2
g	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	0	0	0	0	2
h	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
i	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
j	0	0	0	2	0	0	4	1	2	2	0	2	1	1	0	0	4	1	2	2	2	0	0	0	1	2
k	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
l	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
m	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
n	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
o	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	2	5	0	0	0	0	2
p	5	6	5	7	6	5	7	6	7	7	3	7	6	6	6	6	7	4	5	5	7	3	3	3	3	5
q	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	2	5	0	0	0	0	2
r	5	5	5	6	4	6	6	7	7	3	7	6	6	6	6	6	4	5	5	7	3	3	3	3	3	5
s	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	2	5	0	0	0	0	2
t	5	5	5	6	4	6	6	7	7	3	7	6	6	6	6	6	4	5	5	7	3	3	3	3	3	5
u	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	2	5	0	0	0	0	2
v	0	1	0	3	0	1	5	1	2	2	1	3	1	1	0	0	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1
w	0	1	0	3	0	1	5	1	2	2	1	3	1	1	0	0	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1
x	1	2	0	3	0	1	5	2	3	5	1	3	2	2	1	1	5	2	2	3	1	1	1	1	1	3
y	1	2	0	3	0	1	5	2	3	5	1	3	2	2	1	1	5	2	2	3	1	1	1	1	1	3
z	5	3	2	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	4	1	1	1	1	2

Primeira digitação

Segunda digitação

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4
1	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3
2	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
5	5	6	4	5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
7	3	4	3	3	0	4	3	3	3	3
8	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4
9	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4

CA
Cb

CAIXA ALTA
Primeira letra

Caixa baixa
Segunda letra

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	0	4	4	4	3	4	6	5	6	6	0	2	3	5	4	2	2	3	4	-2	5	-2	-2	0	-3	2
b	3	6	6	6	6	5	7	7	7	7	2	4	7	7	6	4	6	5	6	4	7	2	2	2	2	4
c	0	4	4	4	4	3	5	6	6	5	-1	2	5	5	4	2	4	2	4	-3	6	-3	-3	-1	-3	2
d	0	4	4	4	4	3	5	6	6	5	-1	2	5	5	4	2	4	2	4	-3	6	-3	-3	-1	-3	2
e	0	4	4	4	4	3	5	6	6	5	-1	2	5	5	4	2	4	2	4	-3	6	-3	-3	-1	-3	2
f	0	3	3	3	3	2	2	3	3	3	0	3	3	3	1	3	2	3	0	3	0	0	-1	-2	0	
g	1	4	4	4	6	3	5	6	6	5	-1	2	5	6	4	2	4	2	4	-3	5	-3	-3	0	-3	2
h	3	6	6	6	6	5	7	7	7	7	2	4	7	7	6	4	6	5	6	4	7	2	2	1	2	4
i	3	6	6	6	6	5	7	7	7	7	2	4	7	7	6	4	6	5	6	4	7	2	2	2	2	4
j	1	3	3	3	3	2	3	4	4	4	-1	0	4	4	2	1	2	2	3	1	4	-1	-1	-2	-2	1
k	3	6	6	6	6	5	7	7	7	7	2	4	7	7	6	4	6	5								

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIVROS:

- MUNARI, Bruno – DESENHO E COMUNICAÇÃO VISUAL – Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1968.
- CERVO, Amado L. & BERVIAN, Pedro A. – METODOLOGIA CIENTÍFICA PARA USO DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS – S.P., McGraw-Hill, 1974.
- DANGER, Eric P. – A COR NA COMUNICAÇÃO – Rio, Edit. Forum, 1973.
- FARINA, Modesto – PSICODINÂMICA DAS CORES EM PUBLICIDADE - S.P., Edgar Blucher / EDUSP, 1975.
- LOWENFELD, Viktor & BRITTAIN, W. Lambert – DESENVOLVIMENTO DA CAPACIDADE CRIADORA – S.P., Mestre Jou, 1970.
- NOVAES, Maria H. – PSICOLOGIA DA CRIATIVIDADE – 2ed. Petrópolis, Edit. Vozes, 1972.
- ZINGALES, Mário – A ORGANIZAÇÃO DA CRIATIVIDADE – S.P., EPU / EDUSP, 1978.
- ECO, Humberto – A ESTRUTURA AUSENTE – Trad. Pérola de Carvalho, S.P., Edit. Perspectiva, 1976; pg. 157-184.
- KELLY, Celso – ARTE E COMUNICAÇÃO – Rio, Edit. Agir / MEC, 1972.
- MOLES, Abraham – O CARTAZ – Trad. Mirian Mendes, S.P., Edit. Perspectiva, 1978; pg. 09-41.
- PANOFKY, Erwin – SIGNIFICADO NAS ARTES VISUAIS – S.P., Edit. Perspectiva, 1976.

ARNHEIM, Rudolf – ARTE E PERCEPÇÃO VISUAL: UMA PSICOLOGIA DA VISÃO CRIADORA – S.P., EDUSP, 1980; pg. 89-150.

FONTOURA, Ivens – DECOMPOSIÇÃO DA FORMA: MANIPULAÇÃO DA FORMA COMO MEIO PARA A CRIAÇÃO – Curitiba, Edit. Itaipu, 1982.

MUNARI, Bruno – ARTISTA E DESIGNER – Lisboa, Edit. Presença / Martins Fontes, 1979.

DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL – Trad. Daniel Santana, S.P., Edit. Martins Fontes, 1979.

FERREIRA, Orlando da Costa – IMAGEM E LETRA – S.P., Edit. Melhoramentos / EDUSP, 1977.

MARTIM, E. – ARTES GRÁFICAS: INTRODUCCION GENERAL - Barcelona, Edit. Dom Bosco, 1975.

PARRAMON, J.M. – ASI SE DIBUJAN LETRAS, RÓTULOS, LOGOTIPOS - Barcelona, Edit. Parramon, 1979.

VINYETA, Martin – DIBUJANDO MARCAS – Barcelona, Edit. Ceac, 1969.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. COMISSÃO DE ESTUDOS DE DOCUMENTAÇÃO. Normas Brasileiras em Documentação. Rio, Edit. Atual, 1978.

ALCÂNTARA, Ana Lúcia – COMPUTAÇÃO GRÁFICA – Microhobby, vd 13, 1984; pg. 26-29.

HALAS, Jhon e MANUEL, Roger – A TÉCNICA DE ANIMAÇÃO CINEMATOGRAFICA – Rio, Edit. Civilização Brasileira S/A e Embrafilme, 1979.

MILLER, Alan R. – INTRODUÇÃO AO AUTOCAD. VERSÃO 09 – Rio, Edit. Campus, 1989.

COMPUTER AID-ED DESIGN AND DRAFTING – Edit. IMSI (International Micro Computer Software), Manual.

ECO, Humberto – COMO SE FAZ UMA TESE – S.P., Edit. Perspectiva.

GRAIG, JAMES – PRODUÇÃO GRÁFICA – S.P., Edit. Mosaico.

CABRAL, PLÍNIO – PROPAGANDA, TÉCNICA DA COMUNICAÇÃO INDUSTRIAL E COMERCIAL – S.P., Edit. Atlas, 1986; pg. 38-43.

ECO, Humberto – APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS – S.P., Edit. Perspectiva, 1987; pg. 33-69.

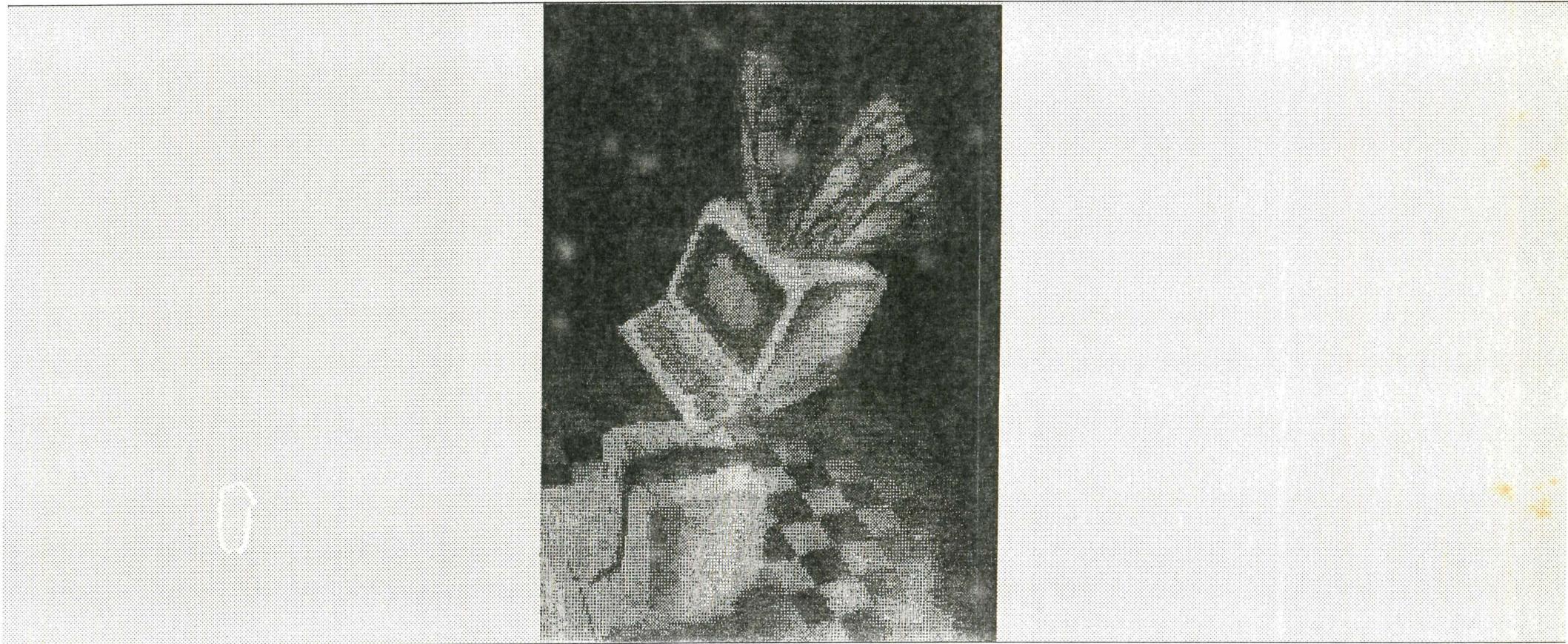
CORRÊA, Roberto – PLANEJAMENTO DE PROPAGANDA – S.P., Edit. Global, 1986; pg. 91-101 & 104-119.

NETTO, Teixeira C. – SEMIÓTICA, INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO - S.P., Edit. Perspectiva, 1983; pg. 20-26 & 140-175.
CUNHA, Gilberto / BARREIROS, Fernando P. / BERALDO, Antônio T. M. & BATTAIOLA, André L. – COMPUTAÇÃO GRÁFICA E SUAS APLICAÇÕES EM CAD – S.P., Edit. Atlas, 1987; pg. 19-202, 259-279 & 281-295.
GOMBRICH, E. H. – ARTE E ILUSÃO – S.P., Edit. Perspectiva, 1987; pg. 76-79 & 211-217.
FRANCASTEL, P. – IMAGEM, VISÃO E IMAGINAÇÃO – S.P., Edit. Atlas, 1985; pg. 82-99.
BASES DA COMPUTAÇÃO GRÁFICA, pg. 01-11.

PERIÓDICOS:

EXAME INFORMÁTICA – “Páginas Digitais por Encomenda” – Ano 5, 08/08/90, número 8, pg. 18-22.
SUPLEMENTO PUBLICITÁRIO DA REVISTA VEJA – “Tecnologia” - 05/06/89, número 23.
CURSO GLOBAL DE INFORMÁTICA – “Microcomputador” – Edit. Globo, números 04 & 05.
INFORMAÇÃO – “IBM BRASIL” – S.P., Edit. IBM, ano VIII, número 49, pg. 1-16.
COM TACTO – números: 01 (pg. 3-6), 02 (pg. 5-7) & 03 (pg. 5-6), Edit. Serena.
COMPUTER GRAPHICS: UMA ABORDAGEM BRASILEIRA – Fábria Batista, Pr., 1985, U.F.Pr.
CATÁLOGO DA SCUOLA POLITECNICA DI DESIGN DI MILANO – Itália, Edit. SPDM, 1989; pg. 113-153.
HARRINGTON, Steven – COMPUTER GRAPHICS, A PROGRAMING APPROACH – Singapore, Edit. McGraw-Hill Inc., 1986; pg. 01-283.
THE AUTOCAD DRAFTING PACKAGE USER GUIDE - Publication 106/008, AutoDesk Inc., 1985; pg. 245-333.

CITAÇÕES.



CITAÇÕES.

LONGO, Walter – PERIÓDICO COM TACTO – nº 1, 1989; na Reflexão do Projeto.

CUNHA/BERALDO/BARREIROS & BATAIOLA
COMPUTAÇÃO GRÁFICA E SUAS APLICAÇÕES EM CAD
– S.P., Editora Atlas, 1987; no Histórico.

PAVÃO, Luis A. – Entrevista para pesquisa do Histórico, permissão da utilização dos seus equipamentos de computação gráfica para o presente projeto, aulas de computação gráfica para aplicação destas no projeto.

GUNTHER, Pedro – Entrevista para pesquisa da empresa HOTSOFT, material antecedente e concorrentes desta.

COLLIN, Renato – Entrevista para pesquisa geral da empresa HOTSOFT, material antecedente e concorrentes desta.

SAWADA, Toshiyuki – Texto de apoio teórico – propaganda e publicidade, 1990; na programação teórica do manual deste projeto.

COSTA, César – Entrevista para pesquisa geral da Editoração Eletrônica deste manual.

HOUAISS, Antônio – Dicionário Enciclopédico Koogan Larouse - Rio, Editora Larouse do Brasil, 1979; para definição literal do capítulo modulação e estruturação deste projeto.

Hersh, Jeanne – O direito de ser homem – R.J.; para citação de um pensamento na conclusão.



“ TUDO VALE A PENA,
QUANDO A ALMA NÃO É PEQUENA! ”

Fernando Pessoa



Este projeto valeu!
No final, ficaram amizades profundas e lembranças muito boas.

CÍNTHIA