

## TRABALHO PRÁTICO 02

### Identificação de Coerência Formal em marcas

**OBJETIVO:** verificar o uso de elementos de geração de síntese e coerência formal (classes de simetria - **CL** e operações de superposição - **OS**) em marcas, identificando os efeitos obtidos.

**PROCEDIMENTOS:** Utilizando as informações contidas no texto 02 (Síntese Formal - Criação de Coerência Formal) disponível no site, e observando as imagens abaixo, buscar a ou as **CL** e a ou as **OS** em cada uma delas.

**ENTREGA:** imprimir o exercício, responder às questões (manuscrito) e **grampear as folhas** para entrega no início da aula do dia 15/3 (turma A) e dia 17/3, (turma B).

#### TRABALHO:

1. Na marca abaixo, identificar:

- A. CLs entre os elementos 1, 2 e 3: \_\_\_\_\_  
 B. CLs entre os elementos 4, 5 e 6: \_\_\_\_\_  
 C. CLs entre os elementos 3 e 6: \_\_\_\_\_  
 D. OSs entre os elementos 1, 2 e 3: \_\_\_\_\_  
 E. OSs entre os elementos [4 e 6] e o 5: \_\_\_\_\_

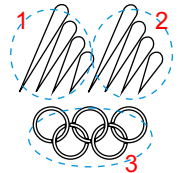


2. A marca abaixo é do Macedonian Olympic Committee. Ele está composto pelos anéis olímpicos e uma estilização da letra M. Identifique:

- A. CLs entre partes do conjunto 1: \_\_\_\_\_  
 B. CLs entre partes do conjunto 3: \_\_\_\_\_  
 C. CLs entre os conjuntos 1 e 2: \_\_\_\_\_  
 D. CLs entre os conjuntos 1 e 3: \_\_\_\_\_  
 E. OSs entre partes do conjunto 1: \_\_\_\_\_  
 F. OSs entre partes do conjunto 3: \_\_\_\_\_

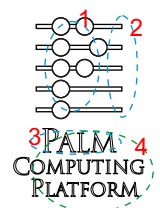
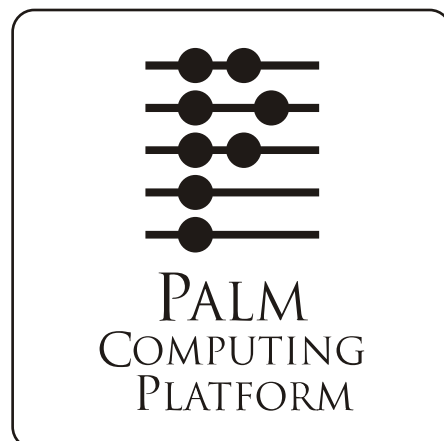
G. OSs entre os conjuntos 1 e 2: \_\_\_\_\_

H. OSs entre os conjuntos 2 e 3: \_\_\_\_\_



3. Esta é uma das marcas de produtos da empresa Palm. Na sua construção pode-se identificar:

- A. CLs entre partes do conjunto 1: \_\_\_\_\_  
 B. CLs entre partes do conjunto 2: \_\_\_\_\_  
 C. CLs entre partes do conjunto 3: \_\_\_\_\_  
 D. OSs entre partes do conjunto 1: \_\_\_\_\_  
 E. OSs entre partes do conjunto 2: \_\_\_\_\_  
 F. OSs entre partes do conjunto 4: \_\_\_\_\_



4. Esta você já conhece! É a Toyota, novamente. Poucos acertaram a resposta na avaliação da semana passada. Mas agora você conta com as informações necessárias! Vamos lá:

- A. CLs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_  
 B. CLs entre os elementos 2 e 3: \_\_\_\_\_

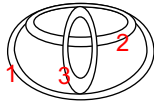
**CL** = classes de simetria

**OS** = operações de superposição

C. OSs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

D. OSs entre os elementos 2 e 3: \_\_\_\_\_

E. OSs entre os elementos 1 e 3: \_\_\_\_\_



5. Esta é a versão atual. A original foi da dupla Aloisio Magalhães e Joaquim Redig. A tipia foi atualizada, mas o duplo “L” em forma de raio, adequado para uma empresa de energia elétrica, foi mantido. Quanto à sua construção, verifica-se:

A. CLs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

B. CLs entre os elementos 2 e 3: \_\_\_\_\_

C. CLs entre os elementos 3 e 4: \_\_\_\_\_

D. CLs entre os elementos 1 e 5: \_\_\_\_\_

E. CLs entre partes do conjunto 6: \_\_\_\_\_

F. OSs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

G. OSs entre os elementos 3 e 4: \_\_\_\_\_



6. A mais antiga e forte empresa de promoção de eventos de São Paulo agora pertence à Reed Exhibitions, uma multinacional do setor. Como a marca Alcantara é muito conhecida e respeitada, foi mantida. Do ponto de vista formal, ela tem uma característica fundamental para marcas: a simplicidade. Vejamos sua construção:

A. CLs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

B. CLs entre os elementos 1 e 3: \_\_\_\_\_

C. CLs entre o conjunto [1+2] e o elemento 6: \_\_\_\_\_

D. OSs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

E. OSs entre os elementos dos conjuntos 4 e 5: \_\_\_\_\_



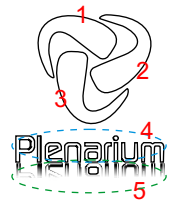
7. A Plenarium é uma empresa de serviços na área de web. Segundo o designer que projetou a sua identidade visual, a marca busca representar a integração dos usuários da web na forma de elos de uma corrente. Quais são as relações verificáveis na sua construção?

A. CLs entre os elementos 1, 2 e 3: \_\_\_\_\_

B. CLs entre os conjuntos 4 e 5: \_\_\_\_\_

C. OSs entre os elementos 1, 2 e 3: \_\_\_\_\_

D. OSs entre os conjuntos 4 e 5: \_\_\_\_\_



8. Esta é a nova marca do Grupo Pão de Açúcar, da área de supermercados. É uma iconização do morro cartão-postal do Rio de Janeiro, com transparência, volume e textura que remetem para bom acabamento, refinamento e, quem sabe, boa qualidade. No logotipo foi usada tipia informal em caixa alta e baixa que sugere o “feito em casa”. Sobre sua construção (bastante simples) pode-se verificar:

A. CLs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

B. CLs entre os conjuntos 3 e 5: \_\_\_\_\_

C. OSs entre os elementos 1 e 2: \_\_\_\_\_

D. OSs entre os conjuntos [3+4] e 5: \_\_\_\_\_

