

## **Metodologia de projeto de identidade visual com foco no Método 635: uma proposta para a Sala de Cuidados Antonio Piranema**

### *Methodology for visual identity project with focus on Method 635: a proposal for the Sala de Cuidados Antonio Piranema*

Mariana Hennes, Jeroan Herculano, Adonai Bandeira, Monique Pereira, Thalyta Soares

identidade visual, método 635, metodologia híbrida, Antonio Piranema

A Sala de Cuidados Antonio Piranema é um espaço dedicado a práticas relacionadas à saúde, gerido por estudantes e professores do curso de medicina da Universidade Federal de Alagoas. Embora atenda a um variado público e possua uma sede para a realização das atividades, o local, até então, não possuía um sistema de identidade visual consistente, que possibilitasse uma comunicação eficiente entre usuários e gestores. Nesse sentido, o presente projeto buscou representar, tanto graficamente quanto conceitualmente, o perfil de público envolvido e as diversas práticas holísticas oferecidas nesse espaço. Para isso, adotou-se uma metodologia projetual híbrida, a qual tomou como referência a proposta de Peón (2003), integrando aos seus processos, o método conhecido como *brainwriting 635* (Pazmino, 2015) – ferramenta geralmente empregada na área de design de produto. Observando suas potencialidades também para o campo do design gráfico, sua contribuição se deu durante a fase de geração de alternativas dos símbolos que compuseram as sete diferentes assinaturas gráficas da marca. Favorecendo o trabalho colaborativo de criação, a utilização do método teve fundamental importância para o desenvolvimento do projeto, e possibilitou maior integração e engajamento da equipe.

*visual identity, 635 method, hybrid methodology, Antonio Piranema*

*The Sala de Cuidados Antonio Piranema is a space dedicated to health-related practices, managed by students and professors of the medical school of Universidade Federal de Alagoas. Although it serves a varied public and has a headquarters for the accomplishment of the activities, the place, until then, did not possess a consistent system of visual identity, that allowed an efficient communication between users and managers. In this sense, the present project sought to represent, both graphically and conceptually, the public's profile involved and the various holistic practices offered in this space. For this, a hybrid design methodology was adopted, which took as a reference the proposal of Peón (2003), integrating its processes, to the method known as *brainwriting 635* (Pazmino, 2015) – a tool commonly used in the area of product design. Noting its potential also for the field of graphic design, yours contribution came during the generation of alternatives of symbols that made up the seven different graphic signatures of the brand. By favoring the collaborative work of creation, the use of the method had fundamental importance for the development of the project, and allowed greater integration and engagement of the team.*

## **1 Introdução**

As terapias consideradas alternativas/complementares podem ser entendidas como um conjunto de práticas antigas utilizadas, por muito tempo, em tratamentos de pacientes com estresse, transtornos psicológicos, depressão ou apenas em busca de equilíbrio espiritual. Para Trovó & Silva (2002: 81), tais práticas consistem em '(...) técnicas que visam a assistência de saúde ao indivíduo, seja na prevenção, seja no tratamento, considerando-o como um todo – corpo/mente/espírito – e não como um conjunto de órgãos ou partes isoladas'. No século XXI, com a ampliação dos centros de tratamentos holísticos e disseminação dos seus benefícios, a procura por tais técnicas cresceu, transformando-as em alternativas mais acessíveis à população, visto que a medicina tradicional, à base de medicamentos, possui um elevado custo financeiro no Brasil.

Nesse contexto, há cinco anos, a Sala de Cuidados Antonio Piranema, localizada no bloco de medicina da Universidade Federal de Alagoas, exerce a função de centro holístico social, onde diversas práticas ligadas à saúde e bem-estar são desenvolvidas. Fruto de um projeto de extensão, estudantes e professores atuam como gestores e coordenadores das atividades de

terapia e medicina alternativa, oferecendo ao público interessado exercícios de relaxamento, *reiki*, *yoga*, massoterapia, quiropraxia e cura reconectiva. Esses serviços são prestados de forma gratuita à comunidade acadêmica e à população que reside no entorno da universidade, mantendo-se por meio de doações dos participantes e voluntários que frequentam o local.

Embora seja um local dinâmico, onde atividades são renovadas periodicamente e há grande circulação de pessoas com estilos de vida, formação e idades variadas, a falta de identificação visual/gráfica do espaço e seus materiais de apoio vinham gerando problemas de comunicação entre os agentes envolvidos no projeto.

Nesse cenário, o campo do design da informação é capaz de propiciar uma série de mudanças, já que reúne métodos e ferramentas adequadas para organizar as informações, definir referências semânticas e conceituais, traçar estratégias de projeto e permitir a geração de propostas projetuais que atendam, satisfatoriamente, as demandas identificadas. Como ponto de partida, uma identificação visual eficiente se faz necessária a qualquer instituição ou produto que prescindia da comunicação entre indivíduos, conforme ressalta Strunck (1989, 2001),

As identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham (Strunck, 1989: 44).

Portanto, este trabalho apresenta o processo de desenvolvimento da identidade visual para a Sala de Cuidados Antonio Piranema, no qual se utilizaram métodos e ferramentas de design de diferentes áreas de conhecimento, com o intuito de propor uma solução eficiente e criativa, condizente com as características do local e das pessoas que o gerenciam e frequentam. De acordo com Peón (2003), um sistema de identidade visual tem como principais objetivos a identificação e memorização do objeto de estudo, a partir da composição visual dos elementos gráficos que o representam. Para isso, faz-se necessário definir elementos básicos capazes de criar uma unidade visual, essencial ao sistema. Tais elementos podem ser classificados como primários (símbolo, logotipo e marca), secundários (cores e alfabeto institucional) e acessórios (elementos complementares como estampas e mascotes). Unidos, esses componentes irão não apenas representar o local – com suas políticas, atividades e princípios –, mas contribuir para a solidificação da imagem da instituição enquanto espaço seguro, confiável, acolhedor e organizado.

## 2 Metodologia aplicada

A metodologia de Peón (2003), adotada como referência para execução do projeto, é composta por três grandes fases: (a) *problematização*, a qual abarca a etapa de diagnóstico da situação de projeto; (b) *concepção*, que engloba as etapas de solução preliminar, testagens, solução final e projeto de aplicações; e (c) *especificação*, referente à produção do manual de identidade visual e sua implantação. A fim de tornar o processo mais eficiente, alguns métodos e ferramentas foram integrados ao processo metodológico descrito, facilitando a execução das etapas de *problematização* e *concepção* – momentos de maior relevância para o desenvolvimento do projeto. Dentre os principais métodos, destacam-se aqueles que foram aplicados durante a fase de problematização: método 5W2H; análise de similares; elaboração do *briefing* a partir da aplicação de questionário com o público envolvido; e elaboração de painel semântico. Já na fase de concepção, os principais métodos utilizados foram o *naming* e o *método brainwriting 635* – utilizado na geração de alternativas para o símbolo gráfico da marca. O detalhamento desses itens será demonstrado a seguir.

### Método 5W2H

O 5W2H foi o primeiro método aplicado nesse processo projetual, e serviu para elaborar o plano de ação estratégico da equipe, auxiliando os integrantes a compreender melhor as atividades que viriam a ser desenvolvidas. Sua aplicação consiste em responder sete perguntas (*what?*, *why?*, *where?*, *who?*, *when?*, *how?* e *how much?*), que traduzidas do inglês podem ser interpretadas como: o que é o problema?; por que é importante resolvê-lo?; onde será aplicado?; quem são as pessoas envolvidas no processo?; quando será desenvolvido?;

como se dará o processo?; e quanto custará?. Assim, tal método sistematiza a estratégia de projeto, a partir da elaboração de um *checklist* a ser seguido e detalhado. Esse método não é linear, sendo necessário o constante retorno da equipe às perguntas para atualizações e correções das respostas. Os primeiros dados foram obtidos a partir de visitas *in loco* ao espaço supracitado e entrevistas não-dirigidas com coordenadores e voluntários do projeto. Como resultado desse método, têm-se os dados expostos na tabela 1.



Tabela 1: Método 5W2H aplicado ao projeto em questão.



O quê?	Por que?	Onde?	Quem?	Quando?	Como?	Quanto Custa?
Projeto de id. visual para a Sala de Cuidados Antonio Piranema, por meio da elaboração de logotipo, símbolo e outros elementos gráficos que formarão o sistema de marca, aplicações e especificações técnicas.	Pela ausência de um sistema informacional que permitisse a identificação e comunicação eficiente entre os agentes envolvidos no projeto, tanto no espaço físico onde são desenvolvidas as atividades, quanto nos outros suportes comunicacionais, como as redes sociais.	Projeto de extensão Sala de Cuidados Antonio Piranema, no bloco de medicina, no campus da UFAL.	Estudantes do curso de Design da UFAL; gestores e voluntários do projeto e participantes das atividades.	De 03/03/17 a 19/05/17. Data final estipulada de acordo com o término do semestre letivo da UFAL.	Adoção da metodologia de Peón (2003), associando-a a métodos investigativos e criativos para o desenvolvimento das etapas projetuais.	A equipe dispôs um total de R\$300 para impressão do Manual de Identidade Visual e confecção de alguns materiais gráficos (parte das aplicações do projeto). Por ser um projeto acadêmico de cunho social, não houve custo para o "cliente".

### Análise de similares

Na análise de similares, o objetivo se deu na compreensão de como os elementos gráficos de sistemas de identidade visual desenvolvidos para espaços similares são apresentados ao público, a fim de definir os direcionamentos mais adequados ao projeto. Além disso, essa etapa teve, como finalidade, propiciar a ampliação do repertório gráfico e conceitual da equipe acerca das características do problema estudado. Os resultados obtidos na análise estão explicitados na tabela 2.

Tabela 2: Análise de similares.

Marcas	Forma	Cores	Tipografia	Estrutura
	Uso de referências da natureza, com simetria e elementos místicos curvilíneos.	Paleta bicromática com uso de gradação tonal. Combinação de cores frias e sensação de calma e serenidade.	Uso de fonte sem serifa com peso <i>light</i> e caracteres em caixa alta, combinada a fonte cursiva.	Mista (símbolo + logotipo)
	Uso de elementos da natureza, com composição em repetição.	Paleta policromática, com combinação de cores primárias e secundárias, com alta e baixa saturação.	Combinação de fontes em caixa alta, sem serifa.	Nominativa (elementos pictóricos apresentam peso menor que o logotipo).
	Uso de referências da natureza, com elementos fluidos, leves e orgânicos.	Paleta policromática, com combinação de cores primárias e secundárias, com alta e média saturação.	Uso de fonte sem serifa com peso <i>light</i> e caracteres em caixa alta, combinada a <i>lettering</i> .	Mista (símbolo + logotipo).

	Uso de referências da natureza, com elementos místicos, simétricos, curvilíneos e orgânicos.	Paleta policromática, com variações tonais próximas (rosa/lilás). Composição fria e neutra, com tons pouco saturados.	Uso de fonte com serifa, com caracteres em caixa alta. Texto curvilíneo, seguindo forma circular da moldura.	Mista e integrada (símbolo + logotipo)
	Uso de referências da natureza, com elementos místicos, geométricos e curvilíneos.	Paleta monocromática, com uso de cor fria em média saturação.	Desenvolvimento de <i>lettering</i> .	Mista (símbolo + logotipo).

A partir da interpretação das referências coletadas, foi possível constatar que grande parte das marcas voltadas para a área da medicina alternativa ou da prática de atividades holísticas apresentam formas orgânicas, fluidas e com predominância de traços curvilíneos. Geralmente exibe, no logotipo, tipografia em caixa alta e sem serifa ou *lettering* com traços manuais. Nesse panorama, observou-se que a estrutura predominante nas marcas mapeadas é composta por uma configuração mista, na qual, de acordo com Strunck (2001), têm-se a combinação de elementos figurativos e nominativos, ou, de símbolo e logotipo (Peón, 2003).

#### Aplicação do questionário com o público envolvido

Após a análise de similares, elaborou-se um questionário online com perguntas direcionadas aos indivíduos envolvidos com a Sala de Cuidados Antonio Piranema, sejam coordenadores, voluntários ou frequentadores/usuários. Assim, o link do questionário foi compartilhado nas redes sociais do projeto de extensão para atingir, diretamente, o público que participa de algum modo das práticas que acontecem no espaço. Com isso, foi possível levantar referências conceituais e simbólicas relacionadas ao projeto, baseadas na percepção conceitual/estética e no repertório visual dos vários perfis de público abrangidos.

Assim, após a divulgação do desenvolvimento do presente projeto de design entre as pessoas que frequentam o espaço, aplicou-se o questionário online por 03 dias, contabilizando-se 26 respostas, as quais, em sua maioria, foram dadas por estudantes universitários, com faixa etária entre 18 a 29 anos.

Dentre as perguntas mais relevantes para a concepção da marca, destaca-se a questão número 08, na qual foram apresentados doze símbolos distintos, com estilos de representação e traço similares entre si (todos vetorizados e em preto e branco). Após uma breve análise desses elementos, pediu-se que o(a) participante escolhesse aqueles que considerasse mais representativos da Sala de Cuidados. Como principais resultados, observou-se que três símbolos foram assinalados 10 vezes cada (coração, elemento Om e folha) e um símbolo foi assinalado 18 vezes – a mandala – configurando-se o elemento com maior número de respostas (figura 01). Logo, optou-se pela mandala como símbolo em potencial para o desenvolvimento da identidade visual.

Figura 1: Símbolos com maiores pontuações





Anais do 8º Congresso Internacional de Design da Informação | CIDI 2017  
 Proceedings of the 8th Information Design International Conference | CIDI 2017

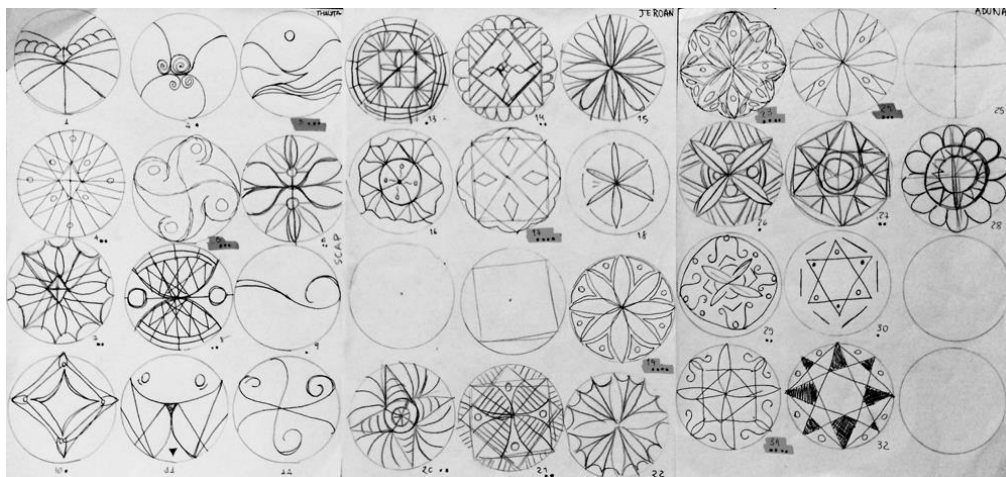
### 3 Método *brainwriting* 635

Após as etapas de pesquisa, análise de dados e reformulação do nome do espaço – componentes da fase de *problematização* –, deu-se início a fase de *concepção* dos componentes gráficos da identidade visual. Para auxiliar o processo criativo, foi proposta a aplicação de um método de brainstorming gráfico colaborativo como primeira etapa do processo de geração de alternativas. Conhecido como método 635, este processo consiste em entregar para um grupo de seis pessoas (no caso deste trabalho, adaptado para o número de três participantes) folhas de papel divididas em três colunas e seis linhas. Com as folhas em mãos, os participantes são desafiados a desenhar, simultaneamente, três propostas de símbolo, dentro de cinco minutos. Após esse tempo, as folhas de papel são trocadas em sentido horário, de modo que os próximos desenhos sejam desenvolvidos com base nas soluções do colega anterior (Bonsiepe, 1984; Pazmino 2015).

Levando em consideração os resultados do questionário, a equipe foi incumbida de desenhar mandalas com formas distintas, que apresentassem conceitos relacionados ao espaço de cuidados. Dessa maneira, os participantes desenharam suas propostas nos primeiros 5 minutos e repassaram as folhas de papel no sentido horário para o integrante ao lado. Depois, os membros da equipe reiniciaram o processo a partir dos desenhos anteriores, que se tornaram referência para a criação dos novos esboços. O ciclo foi mantido até que todos os integrantes tivessem contribuído em todas as folhas, e depois foi iniciado pela segunda vez.

O processo de geração de alternativas resultou em 59 propostas, das quais sete foram escolhidas durante a etapa de seleção das principais alternativas e levadas adiante para a etapa de refinamento da solução (figura 3).

Figura 3: Folhas com geração de alternativas, produzidas a partir do método 635.



Considerando os conceitos observados durante a problematização, decidiu-se manter os sete elementos como símbolos passíveis de serem utilizados como assinatura de marca. Eles foram associados à simbologia dos Chakras<sup>1</sup>, que têm sete (7) representações principais (Takeda, 2005). Tais conexões se mostraram coerentes na medida em que dialogam com os princípios defendidos pelos gestores e usuários do espaço, e se encontram solidificados nos seus repertórios simbólico/conceituais.

Assim, a decisão de usar os sete símbolos como representação da marca gerou, como consequência, a necessidade de manter uma unidade gráfica entre os elementos, que os conectassem enquanto partes de uma mesma identidade. Nesse sentido, utilizando-se as folhas de desenho da geração de alternativas, as mandalas selecionadas foram vetorizadas digitalmente, ganhando atributos simétricos e essencialmente geométricos.

<sup>1</sup> A palavra Chakra vem do sânscrito e literalmente significa 'roda' ou 'círculo', e são referidos também como 'lótus'. Os Chakras são centros captadores, armazenadores e distribuidores de energia vital (Prana) do corpo. Dentro do sistema energético existem milhares de Chakras, sendo os principais em número de sete, que se dispõem verticalmente ao longo da medula espinhal (Takeda, 2005: 1).

Embora a unidade visual pudesse ser identificada nesse estilo de representação, ao retomar as etapas da fase de problematização, realizadas anteriormente, observou-se que o caráter pouco orgânico gerado para as mandalas não dialogava com os levantamentos feitos durante as etapas de análise de similares e aplicação de questionário. Assim, determinou-se que os caminhos redefinidos para o desenvolvimento gráfico dos elementos da marca deveriam revelar tanto características do público ligado à SCAP quanto ao seu espaço físico, que se destaca por expor objetos produzidos de maneira artesanal pelos próprios colaboradores, como mostra a figura 4.

Figura 4: Material confeccionado e exposto pelos participantes da SCAP (usado com a permissão dos gestores da Sala Antonio Piranema).



Por esse motivo, os símbolos passaram por um segundo refinamento, no qual as mandalas foram aperfeiçoadas a partir de decalques sem uso de gabaritos, imputando-se mais fluidez aos traços, com imperfeições próprias do desenho manual livre (figura 5).

Figura 5: Etapa de segundo refinamento das alternativas.



Ao final dessa etapa de segundo refinamento das soluções gráficas, as soluções finais foram geradas e a cada uma das sete mandalas foi associado um Chakra. Para isso, consideraram-se as referências presentes nas composições, conforme detalhado a seguir, na apresentação dos resultados.

#### 4 Apresentação e discussão dos resultados: o sistema de identidade visual da SCAP

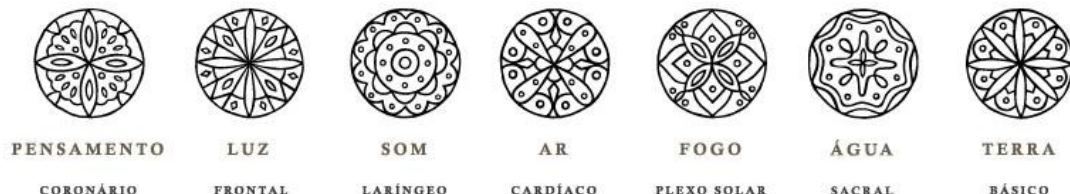
Após a definição dos símbolos que seriam usados como parte das assinaturas gráficas da marca SCAP, iniciou-se as etapas de configuração formal da mesma, com a geração do logotipo e *tagline* (também chamada de legenda), a eleição de elementos essenciais para o



fechamento da proposta – como paleta de cores institucionais, e a realização de testes de legibilidade.

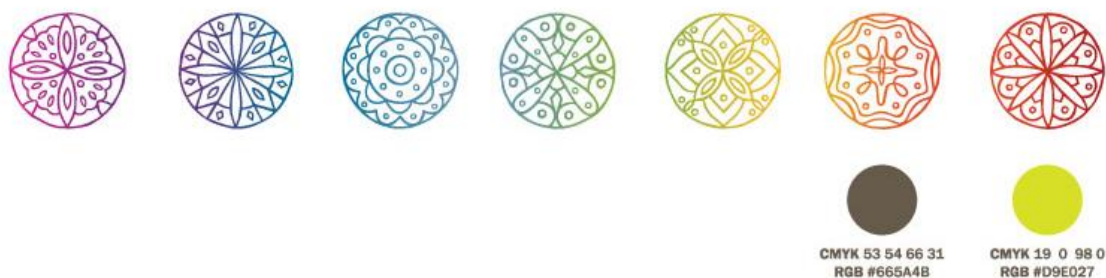
Conforme já exposto, na identidade visual aqui proposta, cada mandala corresponde a um dos elementos dos sete Chakras existentes (figura 6). O traço manual foi mantido em sua resolução gráfica, com o propósito de fazer referência aos trabalhos artesanais e as práticas holísticas, como o *reiki*, na qual as mãos funcionam como instrumento de cura.

Figura 6: Configuração final das mandalas associadas aos respectivos elementos/chakras.



Ao definir a paleta de cores que integraria o sistema de identidade visual da SCAP, partiu-se do princípio de que cada um dos sete Chakras (coronário; frontal; laríngeo; cardíaco; plexo solar; sacral; básico) se relaciona com os seres vivos em seu entorno de maneira particular, emanando determinadas frequências de cores para o meio. Dessa forma, as cores escolhidas para a marca foram pré-determinadas e combinadas de acordo com esse conceito, numa paleta multicolorida e que tem como principal atributo a gradação tonal de um elemento para outro, conectando-os visualmente (figura 7). Faz-se importante destacar que na paleta de cores definida, usou-se, associados às cores saturadas, tons neutros (como o branco e o preto), além de cores comuns a todas as composições, como o verde amarelado e o marrom que são contrastantes entre si.

Figura 7: Paleta de cores aplicada aos símbolos e cores comuns as composições.



### Logotipo e legenda

No logotipo, a sigla SCAP foi configurada em caixa alta utilizando-se caracteres com serifa, embora seja de configuração manual, desenvolvida originalmente com nanquim sobre papel pelos membros da equipe e vetorizada posteriormente. Tal configuração traduz em sua forma a seriedade e responsabilidade da Sala de Cuidados. A legenda, com o nome do projeto por extenso acompanha o nome da universidade, com o intuito de dar credibilidade e visibilidade para a marca. Por sua vez, no canto direito da figura 8, nota-se que a disposição da palavra SCAP e da legenda, dão dinamicidade a logo em sua configuração mista.



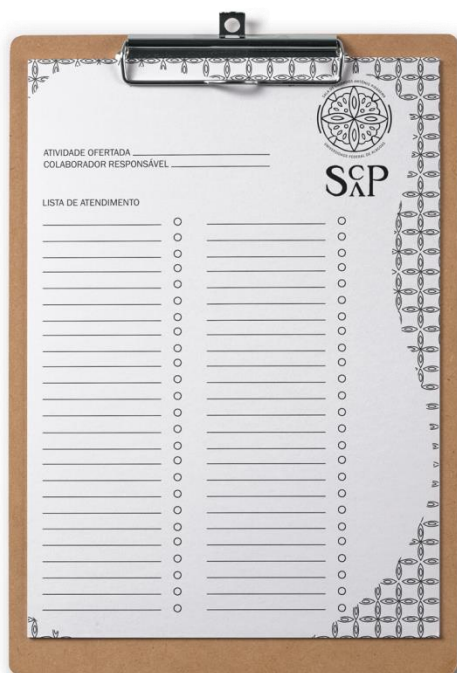
Figura 8: Configuração final da marca, com desenvolvimento do logotipo e legenda, associados ao símbolo.



### Elementos acessórios e aplicações do projeto

Para as aplicações do projeto, foram definidas, junto aos colaboradores ligados a SCAP, quais demandas poderiam ser contempladas por geração de artefatos gráficos. Para isso, levaram-se em consideração as restrições de produção e custo do projeto, bem como prospecções futuras de implantação. Para dar suporte a esse material, foi desenvolvida uma série de estampas derivadas das mandalas, que funcionarão como elementos acessórios na elaboração dos layouts das diversas aplicações possíveis. Nesta condição, a figura 9 demonstra a aplicação de uma das estampas na página referente à lista de frequência/atendimento da SCAP.

Figura 9: Aplicação de estampa em lista de frequência.



Assim, inicialmente, foram desenvolvidos artefatos gráficos que já eram usados pelos colaboradores, como a lista de frequência e as postagens online, informativas sobre a programação de atividades realizadas semanalmente.

Pelo fato do projeto não possuir recursos financeiros disponíveis para investimento na produção dos artefatos gráficos, optou-se por gerar versões econômicas, com cores em escala de cinza e P&B, no material impresso usado com regularidade pelos voluntários, como é o caso da programação fixada na parede externa da sala. Já o material online, foi desenvolvido com maior liberdade criativa, não se atendo a nenhuma restrição de cores ou produção (figura 10).

Figura 10: Material para uso nas redes sociais.



Algumas postagens de artefatos digitais nas redes sociais foram programadas para divulgar a programação de atividades da semana. Por serem bastante dinâmicas, optou-se por gerar layouts específicos para cada prática, com informações sobre a atividade nas legendas das postagens. A fim de imputar maior autonomia aos colaboradores da SCAP, na geração desses artefatos de comunicação, foram desenvolvidos *templates* (modelos de layout gráfico) em um software de uso comum, onde alterações de conteúdo são passíveis de ser executadas por pessoas sem conhecimentos dos softwares de design gráfico, como os administradores das plataformas.

## 5 Considerações finais

Ao término do projeto, faz-se importante destacar a metodologia projetual adotada, como modelo passível de ser aplicado em outros projetos no campo do design da informação, já que a mesma foi estruturada de forma didática, a partir da combinação de métodos tradicionais de diferentes áreas do design, para se chegar num resultado satisfatório. O aspecto colaborativo dos métodos, especialmente do método 635, teve grande relevância por garantir que a equipe se mantivesse engajada durante todo processo, desenvolvendo as etapas conjuntamente, de maneira que as soluções geradas não foram atribuídas a um único indivíduo, mas ao grupo, como um todo.

A criação de uma identidade visual para Sala de Cuidados Antonio Piranema teve extrema importância para os envolvidos com o espaço, pois estes passaram a se reconhecer e se expressar perante o público de maneira organizada e eficiente, enquanto parte de uma mesma unidade conceitual e simbólica. Nesse contexto, a identidade visual permitiu o estabelecimento de uma unidade gráfica consciente de seu propósito, criativa e interessante enquanto síntese representativa de uma instituição.

Além desses aspectos, cabe ressaltar que o desenvolvimento desse projeto ampliou as chances de futuros desdobramentos para a SCAP, que passou a ser reconhecida pela comunidade acadêmica e do entorno urbano da universidade como um espaço mais estruturado e confiável.

Com a finalização do presente projeto, outras propostas do campo do design da informação podem ser realizadas no espaço estudado, no sentido de resolver outros problemas existentes, como a questão da sinalização, já que o material atual dificulta a identificação e o acesso ao local onde são realizadas as atividades. Nesse sentido, o material gráfico desenvolvido foi fornecido para os gestores do espaço e poderá ser utilizado como base conceitual que guiará graficamente novas propostas.

## Referências

- BONSIEPE, G. & KELLNER, P. & POESSNECKER, H. 1984. *Metodologia experimental: desenho industrial*. Brasília: CNPq.
- DIBO, M. 2006. Mandala: Um estudo na obra de C. G. Jung. *Último Andar*, n.15: 109-120
- PEÓN, M. 2003. *Sistemas de Identidade Visual*. Rio de Janeiro: 2AB.

PINHO, J. 1996. *O Poder das Marcas*. São Paulo: Summus.

STRUNCK, G. 1989. *Identidade Visual: a direção do olhar*. Rio de Janeiro: Europa Emp. Graf. Ed.

STRUNCK, G. 2001. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Books.

TAKEDA, E. 2005. *Os segmentos de couraça e os chakras*. Curitiba: Centro Reichiano.  
<<https://goo.gl/9K6Pyj>>, 05/07/2017.

TROVÓ, M; SILVA, M. 2002. Terapias alternativas/complementares a visão do graduando de enfermagem. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, v. 36, n. 1: 80-7.

#### **Sobre o(a/s) autor(a/es)**

Mariana Hennes, MSc, UFAL, Brazil <mhennes.design@gmail.com>

Jeroan Herculano, UFAL, Brazil <jeroaan@gmail.com>

Adonai Bandeira, UFAL, Brazil <bandeiraadonai@gmail.com>

Monique Pereira, UFAL, Brazil <moniquecarlasp@gmail.com>

Thalyta Soares, UFAL, Brazil <thahsoarees@gmail.com>