

Criação de marca

# Mestrado em Patrimônio Cultural

## CCSH-UFSM

Orientador: Professor Máucio

Equipe: Marcele Licht e Mariana Michelotti

# Objetivos

Criar uma identidade visual para o Curso de Mestrado em Patrimônio Cultural da UFSM.

A marca deve representar o patrimônio Cultural e possibilitar sua aplicação em vários meios.

# Pesquisas



**ARQUIVOLOGIA**  
Universidade Federal de Santa Maria



WORLD MONUMENTS FUND



Promotoria Estadual de  
Defesa do Patrimônio  
Cultural e Turístico  
de Minas Gerais

Cultura e Turismo de Minas Gerais



Conselho Municipal do Patrimônio Cultural  
São José dos Pinhais - PR



Portal do  
Patrimônio  
Cultural



CORRENTE  
CULTURAL

JORNADA  
MINEIRA  
DO PATRIMÔNIO  
CULTURAL



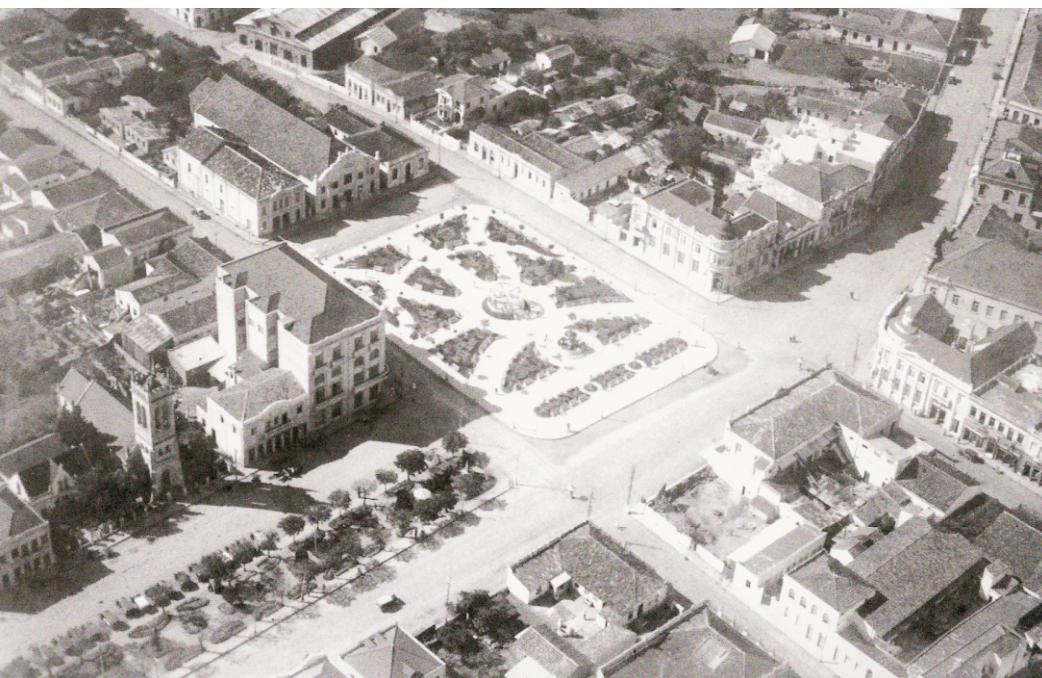
Programa de Pós Graduação em  
Memória Social e Patrimônio Cultural  
Mestrado

# Definição

Após a etapa de pesquisas realizou-se análises para definir os conceitos e possibilidades para o desenvolvimento da marca.

Para valorizar o patrimônio regional da Universidade Federal de Santa Maria optou-se por buscar referências na cidade.

Definiu-se que a marca deveria possuir um forte significado, expressar os atributos de sociedade, cultura e memória patrimonial.



A praça Saldanha Marinho (no ano de 1934), da cidade de Santa Maria (RS), foi escolhida por ser um ponto de encontro de pessoas e local onde ocorrem eventos culturais, além de concentrar em torno de si prédios importantes para a cultura da população, tais como o Theatro Treze de Maio e Casa da Cultura.

# Resultados



MESTRADO  
PATRIMÔNIO CULTURAL  
CCSH - UFSM

# Memorial Descritivo

A marca desenvolvida para o Mestrado em Patrimônio Cultural é composta por símbolo e logotipo.

O símbolo é uma síntese da praça Saldanha Marinho (1934), localizada no centro de Santa Maria (RS), representando o patrimônio imóvel e arquitetônico. Por ser um ponto de encontro de pessoas e local onde ocorre eventos culturais, além de concentrar em torno de si prédios importantes para a cultura da população, tais como o Theatro Treze de Maio e a Casa da Cultura.

A forma do símbolo remete a vitrais e aos mosaicos, ambas expressões artísticas,

Através da utilização de duas cores, pode-se visualizar um vaso que é um utensílio produzido desde a antiguidade, e na marca possui o significado de representar o patrimônio móvel da humanidade.

As cores escolhidas são quentes e terrosas, recordando a terra e a cor de tijolos. Elas transmitem elegância e solidez.

O logotipo escolhido foi Zapf Humanist BT, utilizada pela UFSM, a fim de manter ligação com a marca da Universidade.

