

UM RETORNO PARA A SOCIEDADE: PROJETOS DESIGNERIA EMPRESA JÚNIOR

CAMILA SOARES CALDEIRA¹; **LUCAS DA CRUZ BASÍLIO²**; **HELENA DE ARAUJO NEVES³**

¹*Universidade Federal de Pelotas – c.soarescaldeira@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – lucasdvl@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – profhelena.neves@gmail.com*

1. APRESENTAÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar a Designeria Empresa Júnior e expor alguns casos de mercado desenvolvidos nos últimos semestres, pelos alunos, como resultados obtidos pela empresa. O projeto de extensão se vincula à área de Comunicação e possui como missão oferecer serviços de design com preços acessíveis e de alta qualidade à comunidade.

A empresa nasceu por meio de uma necessidade de estimular o empreendedorismo nos estudantes do curso de Design da UFPel, possibilitando, ainda, uma aplicação dos conhecimentos adquiridos na sala de aula – por meio de um exercício real da profissão. O público alvo da empresa é constituído pela comunidade acadêmica e por micro e pequenas empresas que almejam ampliar e qualificar seus empreendimentos. Além disso, são realizados trabalhos gratuitos para atender projetos de cunho social que não possuam condições de arcar com esse tipo de investimento.

Por se tratar de um ambiente de empresa real, a Designeria proporciona um espaço de ensino-aprendizagem, onde o aluno deve aplicar o seu repertório adquirido nas disciplinas já estudadas, bem como a lidar com situações problemas oriundas do mercado de trabalho.

Através da prestação de serviços específicos a Empresa Júnior aproxima Universidade e comunidade, possibilitando que os acadêmicos, ao mesmo tempo em que adquirem experiência e projetam soluções para demandas reais, retornem todo o investimento aplicado em sua formação para a sociedade.

2. DESENVOLVIMENTO

A seleção dos alunos é realizada através de processo seletivo anual, organizado pelos próprios acadêmicos que participam da empresa e pela professora coordenadora. A estrutura organizacional é composta por presidente, diretor de projeto, diretor de Marketing, financeiro, secretário e estagiários. É importante destacar que todos executam atividades de criação. Os cargos são rotativos e ocupados por alunos voluntários durante alguns meses, abrindo espaço para que novos acadêmicos também possam participar e adquirir conhecimento e experiência junto à empresa.

A Designeria não possui uma hierarquia e funciona de forma horizontal ao passo que todos os participantes são responsáveis pelas decisões da empresa. Semanalmente são realizadas reuniões com todos os membros para discutir e analisar demandas, projetos e deliberações administrativas – tais encontros são supervisionados pela professora coordenadora. Além disso, é realizada a

distribuição dos trabalhos que serão realizados, considerando a experiência e habilidade dos alunos, tais atividades são desempenhadas geralmente por grupos de três integrantes – que variam de acordo com a demanda.

O contato com o cliente se dá, primeiramente, via e-mail, quando é agendada uma reunião presencial para definição do *briefing* que irá detalhar as necessidades e os serviços que esse pretende contratar. A partir daí, o pedido é apresentado aos membros da Designeria que decidirão quais alunos irão desenvolver o projeto. Posteriormente é realizado o orçamento e, após aprovado pelo cliente, a empresa formaliza a prestação de serviço através de um contrato. Neste momento são definidos os tipos de trabalho que serão produzidos, prazos e formas de pagamento. Isso firmado, o projeto é desenvolvido e entregue conforme as etapas estabelecidas (SURIZ, 2016). Vale destacar que busca-se ter uma relação íntima com o cliente para que este possa acompanhar todo o processo do trabalho sendo desenvolvido. Ele só é finalizado após terem sido realizados todos os ajustes necessários e recebido a devida aprovação.

3. RESULTADOS

O primeiro trabalho exposto trata-se da criação da identidade visual para a clínica médica “*MED Saúde*” localizada no município de Canguçu. A clínica tem como objetivo oferecer consultas e exames a um baixo custo, para que o público possa ter amplo acesso e desfrutar de serviços de qualidade. Como a empresa estava em processo de inauguração, buscou-se criar todos os materiais necessários para o seu funcionamento e divulgação – contendo desde a identidade visual até as suas aplicações em cartão de visita; flyer e layout de mídias sociais. As cores frias definidas para a marca “transmitem sensações leves, aéreas e tranquilizantes” (FARINA, p.86, 2006). Por isso, são muito utilizadas no campo da saúde. Partindo desse princípio, os tons de verde e azul foram escolhidos como paleta de cores para o desenvolvimento da marca como é possível verificar a seguir:



Figura 1: Identidade Visual MED Canguçu
Fonte: Arquivo da Designeria

No segundo projeto desenvolveu-se o *redesign* da identidade visual da terceira edição do evento científico acadêmico “*Seminário Internacional Imagens da Justiça, Currículo e Educação Jurídica*” promovido pela Faculdade de Educação e pela Faculdade de Direito da UFPel. O evento debate estudos sobre o currículo do curso de direito no entrecruzamento dos temas imagens da justiça e educação jurídica. O Seminário tem como principal característica o entrelaçamento de vários eixos temáticos, por isso a identidade visual criada (ver Fig.2) seguiu uma linha neutra e flexível. As linhas e os triângulos simbolizaram a conexão entre as várias

disciplinas que o evento reúne. O *redesign* desenvolvido tornou a figura central da Deusa Thêmis mais angular e elegante, gerando maior coerência com a textura geométrica. Por fim, a paleta possui cores quentes buscando menor rigidez e formalidade – que muitas vezes são associadas aos eventos da área do Direito – além de usar uma cor complementar para dar maior contraste à identidade.



Figura 2: Identidade Visual III Seminário Internacional Imagens da Justiça, Currículo e Educação Jurídica

Fonte: Arquivo da Designeria

Já o terceiro projeto executado trata-se da criação da marca do “*Programa de Pós Graduação em Geografia da UFPel (PPGeo)*”. O programa tem como área de concentração “Análise do Espaço Geográfico” que estuda como se dá as relações entre sociedade e natureza envolvendo áreas urbanas e rurais. Atualmente o programa conta com três linhas de pesquisa: Análise Ambiental, Análise Territorial e Formação do Professor. No *briefing* foi solicitado trabalhar com tons de azul, verde e marrom, além da necessidade de criar uma articulação entre o espaço natural e o espaço socioeconômico expressando, assim, as linhas de pesquisa. Dessa forma, a análise ambiental foi representada pela ocupação dos espaços pela sociedade em uma região montanhosa (ver Fig.3). Por sua vez, a análise territorial foi apresentada por meio de prédios que refletem os principais aspectos socioeconômicos, com seus diferentes tamanhos, representando a desigualdade de uma maneira mais sucinta. Por fim, para deixar presente o ensino da geografia, foi realizada uma intersecção entre os dois espaços, quais sejam: “sociedade” e “natureza”, que são o foco do ensino por tais profissionais da área.



Figura 3: Identidade Visual PPGEO UFPel

Fonte: Arquivo da Designeria

Os projetos apresentados neste artigo, de maneira bem sucinta, foram os mais recentes realizados pela Designeria – envolvendo nove alunos¹. Neles cada discente contribuiu de modo significativo, podendo aplicar seus conhecimentos e aprender a lidar, profissionalmente, com a área de design.

¹ Anna Laux, Camila Soares, Carolina Peres, Joana Krupp, Lia Seus, Luana Macedo, Lucas Cruz, Mateus Gerber, Thaise Porto.

4. AVALIAÇÃO

Como foi possível observar, a Designeria Empresa Júnior torna-se um *locus* importante para o desenvolvimento dos discentes dos cursos de Design, uma vez que proporciona, muitas vezes, o primeiro contato com o mercado de trabalho. Por meio de uma metodologia que deixa os acadêmicos no centro da gestão, o projeto de extensão estimula a autonomia, a criatividade e a responsabilidade nos estudantes.

No que se refere às etapas futuras, a Empresa planeja ter um maior alcance interno e externo à Universidade – que se dará por meio de um plano de Marketing que já está sendo desenvolvido. Pretende ainda fazer parceria com outras Empresas Juniores (como já vem fazendo junto às da UFPel) e também com as de âmbito nacional – para aprimorar os processos internos através de trocas de experiências em gestão. Além disso, neste momento está sendo realizada a revisão da regulamentação interna, que ficará pronta até o final de 2017/2. Por fim, cabe destacar que para compartilhar suas experiências e aproximar os estudantes de questões relevantes à área acadêmica, os membros da equipe sempre buscam organizar workshops, palestras e encontros vinculados à área do Design. Como, por exemplo, o evento “*De Mala e Cuiá*” – que aconteceu no dia 24/09/2016, no auditório do Centro de Artes/UFPel, e que teve como objetivo abordar as experiências dos alunos que participaram do Ciência Sem Fronteira, bem como apresentar as novas oportunidades de intercâmbio aos acadêmicos. O evento proporcionou uma roda de debates entre os acadêmicos, além de contar com a participação da AIESEC e de um representante da Coordenação de Relações Internacionais da UFPel.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONSOLO, C. **Design Estratégico, do símbolo à Gestão da Identidade Corporativa**. São Paulo: Bulcher, 2015.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

LUPTON, E. **Intuição, ação, criação – Graphic Design Thinking**. São Paulo: Editora G. Gili, 2014.

SURIZ, A. L.; SILVA, M. C.; NEVES, H. A. **Designeria Empresa Júnior: projetos de design para a comunidade interna e externa à UFPel**. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL, 3., Pelotas, 2016. Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Extensão e Cultura, 2016. p.2.