

Identities Visuais: estratégias de divulgação da extensão universitária e adaptações para divulgação de eventos : Desenvolvimento de materiais publicitários

¹Carlos Eduardo Vetromille Brito¹; ²João Fernando Igansi Nunes²

¹Universidade Federal de Pelotas – eduardo.vetromille@gmail.com

²Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (UFPEL) – fernandoigansi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O mundo em que estamos vivendo está em constante evolução e um dos principais meios que estamos evoluindo é na maneira de como nos comunicamos visualmente. Na Pró-reitoria de Extensão e Cultura (PREC), temos a necessidade constante de comunicar/informar a comunidade sobre boa parte dos acontecimentos acadêmicos, científicos ou culturais, sejam eles aberto ao público ou focados em públicos específicos: alunos e/ou professores.

Levando isto em consideração, um dos métodos mais eficazes para compartilhar informações é através de meios digitais, sejam rede social, páginas da web ou e-mail.

Durante minha trajetória como designer, na condição de bolsista da PREC, desenvolvi alguns materiais para facilitar as demandas de comunicação visual geradas, em sua grande parte, por eventos culturais que envolvessem uma conexão entre comunidade/universidade.

Foram aplicadas teorias de usabilidade absorvidas de estudos expostos por LORANGER (2007), estudos relacionados a comunicação coletados por MARTINO (2010) e de conhecimentos sobre como aplicar e utilizar marcas e com elas formar uma identidade visual expostos no livro designing brand identity de WHEELER (2003).

2. METODOLOGIA

Os materiais gerados ao decorrer deste período deram-se de acordo com as demandas solicitadas pela Pró-Reitoria de comunicação e a produção dos mesmos é feita a partir de análises do material solicitado, utilização ou não de materiais de eventos anteriores e a pesquisa de como aplicar ou não essas informações, análise da campanhas semelhantes para a formação de um material mais condizente com o meio em que estamos divulgando e uma análise de caso para definir se será necessária a modificação da marca ou estéticas do evento a ser divulgado assim como se existe a necessidade da criação de uma nova página web para o mesmo ou se será veiculado através das páginas já existentes da PREC e nas redes sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos melhores exemplos a serem citados das demandas até o momento é da identidade que foi criada para divulgação das atividades da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) na Fenadoce 2019 (Evento Gastronômico/Cultural da cidade de Pelotas). Onde foram analisadas peças geradas anteriormente (ver fig 1.) na

divulgação do próprio evento e adaptado para a campanha da Pró-reitora de Extensão e Cultura (ver fig. 2.) onde foram incrementadas também a marca da Pró-reitora de cultura e extensão (ver fig. 3.) e da Universidade Federal de pelotas comemorativa dos 50 anos (ver fig. 4.).



Figura 1. Marca Oficial da Fenadoce Fonte : <https://www.fenadoce.com.br>



Figura 2. Banner de divulgação dos eventos da universidade na Fenadoce 2019.



Figura 3: Marca comemorativa UFPEL 50 anos, criada pela equipe do SulDesign UFPEL. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/ufpel50anos/identidade-visual/>



Figura 4: Marca Pró-Reitoria de Extensão e Cultura Fonte:

No caso acima não foi necessária a criação de uma página para divulgação pois utilizamos as redes sociais e os telões do evento para circulação do material.

Outro evento que cabe ser citado por conta ser um estilo diferente e com outra aplicação na divulgação, cito o lançamento Plano de Cultura¹ de 2019 da UFPEL onde fizemos uma campanha interna com divulgação a partir de uma página web (ver fig. 5.) pois havia a necessidade de cadastramento de pessoas específicas e era necessário um formulário para o mesmo protegido por senha (ver fig. 6.)



Figura 5: Página web para divulgação do evento de lançamento do Plano de cultura 2019. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/planodecultura>



Figura 6: Página de acesso ao formulário de cadastramento. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/planodecultura/2019/05/03/formulario-de-registros/>

Nesta página foi utilizada a identidade visual presentes em materiais da Pró-reitora de Extensão e Cultura e também das outras páginas web relacionadas a Universidade Federal de Pelotas.

4. CONCLUSÕES

Ao longo desses meses que estou junto a toda equipe da PREC, pude aplicar o conhecimento construído durante o curso de Design Digital de forma plena e desenvolver maior eficiência com os mesmos.

As demandas que me foram solicitadas, algumas vezes em grande escala, me fizeram aprender formas mais eficientes e rápidas de aplicar minhas habilidades, porém, mantendo a qualidade.

Tive oportunidade de trabalhar em campanhas de grande escala e eventos importantes para a cidade o que foi extremamente gratificante.

O que pude concluir, durante estes seis meses que participo da divulgação e produção de peças digitais da PREC, é que houveram avanços na disseminação de informações, tanto com o meio acadêmico quanto com a comunidade. Porém, ainda precisamos trabalhar fortemente para que esse avanço siga crescendo e que possamos fazer com que cada vez mais pessoas consigam ter acesso a estas informações, potencializando a participação ativa nas atividades de extensão.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARTINOS, L.M.S. **Teoria da comunicação ideias, conceitos e métodos**. Vozes Limitadas, 2017.

Ex.: JENNINGS, P.B. **The practice of large animal surgery**. Philadelphia: Saunders, 1985. 2v.

LORANGER, H. **Usabilidade na Web**. Elsevier, 2007

WHEELER, A. **Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team**. Wiley, 2003.