

DESENVOLVIMENTO DA MARCA PARA A UNIVERSIDADE ABERTA PARA IDOSOS DA UFPEL

BÁRBARA DOS SANTOS KURZ¹:
JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES

¹*Universidade Federal de Pelotas – barbarakurz1998@gmail.com*

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

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo visa apresentar a produção em Design do Núcleo de Ação e Difusão Cultural da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), tendo foco no processo de desenvolvimento da marca para o Programa de Extensão Universidade Aberta para Idosos (UNAPI), a fim de exemplificar resultados de comunicação visual praticados. Neste trabalho, regista-se o processo técnico conceitual e prático para as escolhas e tomadas de decisões operadas.

Na condição de bolsista de Design Gráfico, são minhas competências a criação de banners, cartazes e outras peças de divulgação de eventos e projetos da Universidade, editoração de publicações, identidades visuais, etc., de forma a melhor interagir com a comunidade externa e, assim, melhor estabelecer a relação da universidade com a realidade social, princípio da extensão universitária.

Como objeto específico deste artigo, reflete-se sobre o processo de criação da marca (identidade visual) para a Universidade Aberta para Idosos – UNAPI. O programa atende pessoas com mais de 60 anos e busca promover a integração social e educacional, visando a qualidade de vida dos idosos. Diversas ações são promovidas, como cursos, palestras e oficinas, sobre os mais variados assuntos, dentre eles: cuidados pessoais, saúde, tecnologia, dança, literatura, etc., com a finalidade de ampliar a qualidade de vida da comunidade idosa.

A problemática a ser resolvida envolve o processo de criação de um signo visual, de nível simbólico, que represente a UNAPI, conciliando as ideias dadas pelo briefing, tendo como finalidade qualificar visualmente o Programa de Extensão, para que possa ser representado de maneira satisfatória e cumpra seu propósito junto à comunidade. Para tanto, a metodologia de PEÓN (2009) foi utilizada durante o processo de criação, conforme será visto a seguir.

2. METODOLOGIA

PEÓN (2009, p. 8) salienta a importância da metodologia para o sucesso de um projeto de identidade visual: “É a metodologia projetual que, se não garante necessariamente boas soluções [...], com certeza ajuda a organizar as tarefas necessárias a boas soluções” e ainda afirma que “[uma] metodologia é tão eficiente quanto mais fácil for sua aplicação.”

Propondo ser simples e de aplicação intuitiva, PEÓN (2009) apresenta 3 fases gerais para a criação de um sistema de identidade visual:

Fase A – Problematização: nesta fase inicial, investiga-se toda situação do projeto, a fim de descobrir as necessidades do cliente e seu público-alvo. Nada é produzido, porém é uma fase essencial de organização.

Fase B – Concepção: é a criação da identidade visual em si. É subdividida em 5 partes, sendo elas:

1. Geração de alternativas: diversas soluções possíveis são geradas, que podem ser agrupadas de acordo com um “partido” comum, ou seja, a partir do critério de solução do problema;
2. Definição do partido: analisa-se os partidos e o com mais potencial para solucionar o projeto é escolhido para ser explorado;
3. Solução preliminar: uma alternativa do partido é elegida para servir de base para a solução;
4. Validações: submete-se a solução preliminar à validação de alguns potenciais usuários;
5. Solução: últimos aperfeiçoamentos e defesa do projeto.

Fase C – Especificação: a fase final consiste no desenvolvimento do Manual de identidade visual, que especifica como a identidade deve e não deve ser utilizada.

Tomando esta metodologia como referência, mesmo que não seguida à risca, o projeto a seguir foi possível de ser realizado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro passo no processo de criação do signo gráfico UNAPI – ou seja, a Problematização – foi pesquisar sobre a UNAPI em si, para entender melhor o projeto, sua atuação e público-alvo, além de encontrar os materiais gráficos prévios, para familiarizar-me com o que já foi feito e decidir se poderia retirar elementos deles, tais como tipografias e cores recorrentes, ou trazer apenas componentes composicionais novos.

Desde meu primeiro contato com o cliente, algumas ideias sobre o logo foram apresentadas, com ênfase no requerimento da utilização da árvore da vida como símbolo. A árvore da vida está presente no simbolismo de numerosas culturas e “oferece uma perfeita alegoria da jornada do indivíduo: do nascimento (a semente) e estabelecimento de raízes firmes no solo, até o crescimento rumo ao sol, frutificando e renascendo em futuras gerações” (LINDA BELA, 2018). No caso da identidade da UNAPI, também a interpretamos representando as conexões feitas durante a vida.

A partir disso, busquei referências, tanto diretas da ideia solicitada quanto de similares, ou seja, quaisquer identidades visuais de empresas ou projetos cujo público alvo também são idosos. Buscando sintetizar as diversas visualidades ligadas ao projeto, optei como ferramenta a utilização de *moodboards*, “compilação de elementos visuais com o intuito de estimular a comunicação e o desenvolvimento no processo de design” (MCDONAGH E DENTON, 2004, *apud* FEDERIZZI *et al.*, 2014, p. 3). Estes quadros de inspiração incluem os mais variados elementos, como imagens, texturas, desenhos, tipografias, cores, etc. Criei *moodboards* com imagens dos dois caminhos referenciais para a marca, a do conceito árvore da vida e de marcas similares, tentando extrair delas elementos formais e conceituais para a marca. Dos similares, retirei cores e tipografias, enquanto elegi uma das imagens de árvore da vida como referência formal/ícone para o desenho desse símbolo.



Figuras 1 e 2 – Moodboards criadas para o projeto. À esquerda, referências da árvore da vida. À direita, referências de marcas de similares. Fonte: a autora.

A partir de tal imagem (a árvore azul no centro inferior da primeira *moodboard*), primeiro desenhei livremente no programa Adobe Illustrator todas as linhas presentes, e acabei notando o quanto irregular e confuso o desenho original é. Mesmo assim, utilizei este emaranhado de linhas como base, editando cada linha a fim de formar um entrelaçado coerente e limpo, simplificando o máximo possível, devido à complexidade original que não se adequaria às reduções, por exemplo, ao mesmo tempo que ainda mantendo a ideia de ligação e ciclo da árvore da vida.

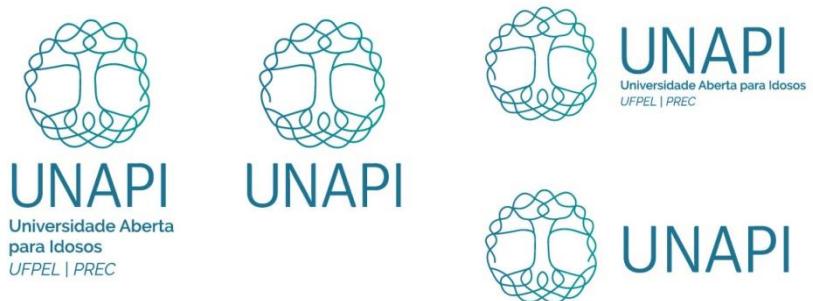


Figura 3 – Logotipo finalizado em versões vertical e horizontal, com e sem atividade-fim.
Fonte: a autora

Para a tipografia, foi identificada nas referências de similares a tendência de utilização de tipografias sem serifa, apesar da serifa ser representante de tradição e seriedade, uma vez que “[as] letras têm caráter, espírito e personalidade” (BRINGHURST, 2005, p. 112) e estas são características geralmente ligadas a idosos. Em “UNAPI”, a fonte Signika Negative Light foi adotada por ser levemente arredondada, o que remete aos traços arredondados do símbolo e une os dois elementos. Já a tipografia de apoio, Raleway, utilizada em “Universidade Aberta para Idosos” e em “UFPEL | PREC”, também é sem serifa e promove alta legibilidade, com a diferenciação de pesos (semi-negrito e itálico) reforçando a diferença nos níveis de informação.

Também vinda das referências, a cor azul foi elegida por transmitir harmonia, seriedade e renovação, bem como ser a cor institucional da UFPEL. Em seguida, foi incluída uma gama maior de variações cromáticas a pedido do cliente.

O projeto deu-se por terminado algumas etapas antes do que apresentado na metodologia de Peón, uma vez que o objetivo não era desenvolver um sistema de identidade visual completo, pois isso englobaria aplicações e a criação de um manual de identidade, o que estava fora do escopo do projeto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o propósito de divulgar o trabalho dos bolsistas em Design do Núcleo de Ação e Difusão Cultural da PREC, foi apresentado o processo de criação de uma identidade visual. Este projeto, bem como outros realizados em minha participação na PREC, promove engrandecimento de repertório profissional e pessoal, aprimoramento técnico e a oportunidade de contribuição aos Programas de Extensão tão importantes à comunidade, que mostram o caráter social da Universidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

PÉON, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. 4^a edição. Rio de Janeiro:

2AB, 2009.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. 3^a edição. São Paulo:
Cosac Naify, 2005

Artigo

FEDERIZZI, Carla Link; HALPERN, Marcelo; MACHADO, Taís Lagranha;
GERENDA, Felipe. **O MOODBOARD COMO FERRAMENTA METAPROJETUAL: UM ESTUDO SOBRE O CASO SMART!**, p. 1101-1112 . In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2k8rlPa>>. Acesso em: 10 set. 2019.

Documento eletrônico

LINDA BELA. **Árvore da Vida: conheça seu significado**. Linda Bela. 2018.

Disponível em: <<https://bit.ly/2IFHhhL>>. Acesso em: 10 set. 2019.