

CRIANDO VISUALIDADES: DESIGN PARA O CONGRESSO INTERNACIONAL, PATRIMÔNIO CULTURAL E SUSTENTABILIDADE

MARIA EDUARDA GAUZE CARDOSO¹;
JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES²

¹UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS – mariaeduardagauze@uol.com.br

²UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS – fernandoigansi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A partir das noções exibidas nas metas de sustentabilidade das Nações Unidas até 2030 (IPEA, 2019), formou-se, com fundamentação teórico-prática destinadas às Artes e Ofícios, o embasamento da identidade visual para o evento Congresso Internacional Patrimônio Cultural e Sustentabilidade (CIPCS). Este, realizado nos dias 3 a 6 de Julho de 2024 e efetuado pelo grupo de pesquisa Fábrica de Memórias, buscou debruçar-se sobre as práticas patrimoniais e de sustentabilidade para mapeamento dos ambientes nos tempos modernos. O evento contou com financiamento do Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), da Comissão de Avaliação de Pessoal do Ensino Superior (CAPES) e da Fundação de apoio à pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS).

Com tal demanda temática e conceitual, a partir do apoio oferecido pela bolsa de pesquisa da instituição CNPq, apresentou-se um desafio para construção de uma comunicação visual, campo de Design, destinada a apresentar preceitos determinados do Design aplicado ao desenvolvimento territorial, demonstrando os ideais para a integração cultural entre Natureza, Patrimônio e Sustentabilidade. Complementar à construção da marca do evento e da sua respectiva identidade visual, fez-se necessário aplicá-la em materiais de promoção e divulgação eletrônica, especialmente na rede social *Instagram*, com a função de agenciamento prévio e concomitante ao evento. Para tanto, foram utilizados conceitos de *branding*, concepção visual, pesquisa e *social media* respectivamente, tais como: Identidade Visual coerente do CIPCS (Congresso Internacional Patrimônio Cultural e Sustentabilidade); Propósito e Posicionamento da missão do evento; Desenvolvimento de uma narrativa visual para a conexão do público ao propósito do CIPCS; *Benchmarking/Painel Semântico*¹; Identificação de tendências de comunicação e Design na área de sustentabilidade e patrimônio cultural; Planejamento de postagens, incluindo contagem regressiva, *teasers* de palestrantes, conteúdo interativo e depoimentos, mantendo o público engajado ao longo do tempo, em preparação para o evento.

2. METODOLOGIA

Com base na proposta inicial, pela demanda e melhor conhecimento sobre o evento, foram buscados preceitos iniciais que pudessem representar com eficácia os pilares do evento, tais como Sustentabilidade, Museus, Patrimônios e Natureza,

¹ Ferramenta utilizada regularmente no campo do Design, para estudar concorrentes/semelhantes.

bem como definição do principal valor cultural da tradição doceira da região: o pêssego, representado de maneira sintética e estilística. De caráter exploratório, seguiu-se a tríade da metodologia em Comunicação de Maria Immacolata Vassallo Lopes: identificação, caracterização e análise simbólico/formal do objeto. Desses conceitos iniciais foi composta uma pesquisa qualitativa exploratória sobre o assunto, algo que elevou o abstrato a um conceito visual, com a funcionalidade de abranger a multidisciplinariedade do evento, sem exacerbar as visualidades para o leitor.

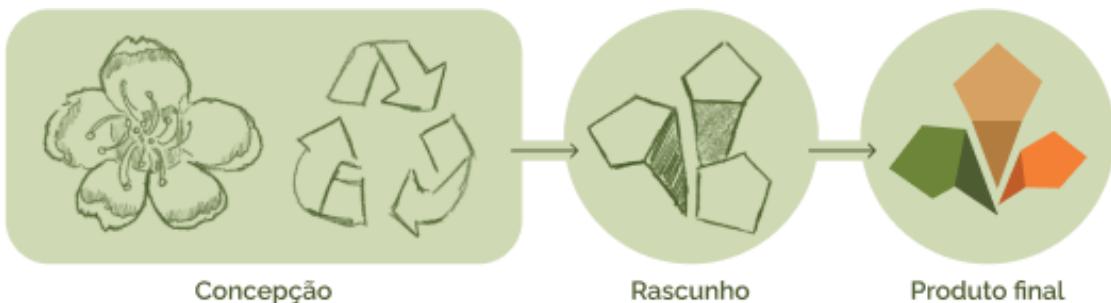


Figura 1: Processo para a criação da logo.

Fonte: Autora.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O resultado foi apresentado em uma identidade que representa os conceitos do evento, visto que a logo representa uma flor de pêssego (patrimônio de Pelotas-RS) com três pétalas (representando as três principais vertentes do evento), estas são elaboradas graficamente com o estilo de *origami*, para trazer o efeito de papel (parte que demonstra os ideais de sustentabilidade, juntamente com seu formato evocativo do símbolo usual com três setas). A composição visual contou com uma paleta de cores que refletia a sazonalidade do evento, com o inverno laranja, bege e verde para o ambiente gaúcho/pelotense.

O resultado desse estudo permitiu a criação de um guia de marca amparado por conceitos vistos em aulas de *branding* durante a faculdade. Além disso, os resultados puderam ser aplicados fisicamente em *banners*, *folders*, camisetas, pastas e crachás, entre outros. As soluções visuais sempre se amparam nos pilares do evento. Desde *banners* físicos até *stories* para *Instagram* tiveram a necessidade de tecer ainda mais a malha conceitual de tudo que exibe a marca CIPCS. A representação de folhagens e formas orgânicas se fizeram presentes durante toda a duração da divulgação do evento.

A concepção deste trabalho pôde expor em prática o que é visto, muitas vezes de forma teórica, durante o curso de Design Digital da Universidade Federal de Pelotas. É visto que, com base na discussão em grupos que envolviam membros do evento, os resultados visuais agradaram e representaram concretamente o cerne do evento. Além disso, tal visualidade fez-se presente nas redes sociais, onde foram elaborados *stories*, publicações “em carrossel” e vídeos para convites.

Convém dizer que está sendo produzido o livro do evento, diagramado pela pesquisadora.



Figura 2: Aplicações da marca.

Fonte: Autora.

4. CONCLUSÕES

A partir do uso das metodologias de Design, dos preceitos que determinavam o evento e da orientação do professor Dr. João Fernando Igansi Nunes, pôde ser elaborado um resultado visual que elenca positivamente a natureza da pesquisa em si. Ao determinar deliberadamente todas as etapas do processo de criação (ainda que com a demanda e diretriz de membros do evento), foi preciso adaptar uma metodologia de pesquisa própria, bem como um cronograma para elaboração de peças.

Nessa instância, é necessário afirmar o efeito positivo de uma grande demanda sobre o estudante universitário. Suas necessidades reais e cargos representam brevemente a vida no espaço empregatício, e preparam para o que pode ser visto após o término da faculdade. Grande parte da pesquisa possui uma importância em sua natureza pois envolve um evento que possui carga teórica necessária de discussão nos dias de hoje. Os efeitos desse contato demonstram uma demanda por debates ecológicos, colocando em perspectiva o efeito dos campos do design nesses espaços. A pesquisa direcionada por ideais de sustentabilidade, com execução determinada por princípios de patrimônios materiais e imateriais, e o embasamento nas necessidades do usuário/sociedade resultam em um fruto gráfico que busca demonstrar todos esses conceitos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Metodologia de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Loyola, 1991.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes.** São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do design gráfico.** 4. Ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2009, 2013.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas.** 2^a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

IPEA. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos – **Meta 13.1. Instituto de Pesquisa Economia Aplicada (IPEA)**, 2019. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods13.html>. Acesso em: 29 set. 2024.