

O PROJETO DE PESQUISA *REDE TEA BRASIL*: COMUNICAÇÃO E AUXÍLIO À DIFUSÃO DO CONHECIMENTO

MYRELLA HOFFMANN LAPSCHIES¹; CHRIS DE AZEVEDO RAMIL²

¹*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – myrella.lapschies@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – chrisramil@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O presente texto tem como objetivo apresentar os resultados do trabalho realizado pela autora deste, enquanto graduanda do curso de Design Gráfico do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas (CA/UFPel) e bolsista de auxílio à difusão do conhecimento (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq) do projeto de pesquisa que convencionou-se chamar de *Rede TEA Brasil* para fins de divulgação, mas que está registrado como: *Redes e políticas públicas de atenção ao Transtorno do Espectro Autista: leis, políticas, cenário atual e desafios*, junto ao Ministério de Saúde e CNPq.

A *Rede TEA Brasil* possui como objetivo revisar as políticas públicas relacionadas ao Transtorno do Espectro do Autismo - TEA no Brasil, além de buscar informações na literatura sobre a qualidade de vida dos cuidadores de pessoas com TEA. A proposta teve início no primeiro semestre de 2024, sob a coordenação da Dra. Profa. Juliana Vaz e Dra. Kamila Grokoski, ambas vinculadas ao curso de Nutrição e ao Programa de Pós-graduação em Nutrição - PPGNA, da UFPel.

Este projeto de pesquisa foi contemplado na Chamada 21/2023 de Estudos Transdisciplinares de Saúde Coletiva do Ministério da Saúde, possui vínculo ao Departamento de Ciência e Tecnologia - DECIT e à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Complexo Econômico-Industrial da Saúde - SECTICS, além de contar com financiamento pelo CNPq.

A equipe da *Rede TEA Brasil* está dividida em grupos, de acordo com a função dos integrantes no projeto: a) coordenação, cujas responsáveis foram citadas anteriormente; b) assistentes de pesquisa, com seis integrantes pesquisadoras da área da Nutrição; c) comunicação, com três integrantes: a docente Dra. Profa. Chris Ramil (CA/UFPel), orientadora específica da bolsa supracitada, que supervisiona a divulgação do projeto e o material gráfico produzido, a autora deste trabalho, responsável pelo criação da identidade visual, desenvolvimento e difusão do conteúdo científico, além do gerenciamento das redes sociais - *Instagram*, *Facebook* e *site* da *Rede TEA Brasil*¹ e também há a colaboração de uma jornalista da UFPel.

A bolsa de auxílio à difusão do conhecimento, iniciada em 01/05/2024, à qual esta autora está vinculada, prevê a divulgação do projeto ao público-alvo de sua temática, formado majoritariamente pela comunidade autista, cuidadores e comunidade científica. Entre os principais objetivos desta bolsa está a criação da identidade visual para a *Rede TEA Brasil*, cujo desenvolvimento foi imprescindível, pois tem possibilitado a disseminação de conteúdo por meio das redes sociais e do *site* do projeto, de forma coesa e de fácil identificação.

Conforme o material gráfico do projeto que já foi produzido até então, realizou-se um recorte para discussão neste trabalho, com foco no processo criativo da identidade visual da *Rede TEA Brasil*, que será apresentado na sequência.

¹ Perfil das redes sociais *Instagram* e *Facebook*: @redeteabrasil. Site: <https://wp.ufpel.edu.br/redeteabrasil/>

2. METODOLOGIA

A elaboração da identidade visual para a *Rede TEA Brasil* durou cerca de um mês, dada a importância e urgência desta demanda. Foram realizadas algumas reuniões semanais com a equipe de coordenação para a compreensão dos objetivos do projeto e dos aspectos que a marca necessitaria transmitir ao público.

O processo realizado para o desenvolvimento da identidade visual iniciou com uma pesquisa teórica de forma geral sobre o autismo, para entendimento dos termos e dos símbolos utilizados atualmente (Genial Care, 2021). Posteriormente, foi realizada a pesquisa visual em torno de marcas com objetivos semelhantes, como de centros de autismo, projetos de pesquisa e redes de apoio.

Além disso, foi realizado um questionário com os integrantes do projeto, cujo conteúdo auxiliaria na realização de um *briefing*, que serviu para reunir informações importantes e alinhar as referências pesquisadas com a mensagem que a marca deveria passar. Em geral, o desejo da equipe era que ficasse claro que a *Rede TEA Brasil* se refere à ciência, à inovação e ao cuidado de pessoas com TEA.

A partir disso, os primeiros rascunhos para a marca foram esboçados, a tipografia e a utilização do mapa do Brasil com linhas e pontos interligados para a representação de rede foram definidos. Em seguida, percebeu-se a necessidade de se incluir também o TEA visual e simbolicamente, junto aos demais elementos.

Com isso, uma segunda pesquisa visual foi necessária para identificar como o autismo costuma ser representado em identidades visuais diversas. Visto isso, decidiu-se implementar o símbolo do infinito - utilizado atualmente pela comunidade autista, de forma estilizada na marca, englobando a tipografia e o símbolo com o mapa do país. Neste sentido, vale mencionar que a UX designer Joyce Rocha, em depoimento para o site Genial Care (2021), relatou que “Uma coisa que eu escuto bastante dos autistas e das pessoas neurotípicas no geral é que grande parte não se sente muito representada pelo símbolo do quebra-cabeça. O quebra-cabeça foi criado por um médico. Já o símbolo do infinito foi criado pela comunidade [autista].” Sendo assim, os últimos ajustes da marca foram estabelecidos, chegando-se à versão final, apresentada a seguir.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As características gráficas da identidade visual para a *Rede TEA Brasil* deveriam demonstrar uma imagem de inovação, confiança e profissionalismo, além de considerar a relevância do posicionamento da sua marca (Lupton; Phillips, 2008).

Definiu-se que a marca da *Rede TEA Brasil* seria composta por símbolo e tipografias, sendo que estas necessitam conter atributos acessíveis. Com isso, as fontes escolhidas foram *Belanosima*, utilizada em “Rede TEA”, com algumas modificações estruturais, e *Alexandria* em “BRASIL”. A tipografia institucional utilizada nas informações textuais é a *Manrope*, cuja família tipográfica possui algumas variações, facilitando a aplicação em diversas peças gráficas (Fig. 01).

Figura 1 - Tipografias escolhidas para a identidade visual da *Rede TEA Brasil*

Aa Belanosima | Regular
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Belanosima | Semibold
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Alexandria | Semibold
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Manrope | Regular
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Manrope | Bold
1234567890

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Fonte: da autora (2024).

Para evidenciar as características do projeto, as cores foram definidas de acordo com Heller (2013), para transmitirem tranquilidade, confiança e modernidade. O azul é uma das cores que representa o TEA, e a marca conta com um tom um pouco mais escuro, para reforçar o comprometimento do projeto. Já a cor verde, com um tom mais claro, está ligada ao bem-estar e à inovação e sua aplicação funciona bem no contraste com o azul, na composição.

Em relação aos elementos gráficos que compõem a marca junto com as tipografias, a rede de pesquisa está simbolizada por um conjunto de linhas e pontos (em azul) que se conectam e estão inseridos dentro de uma forma estilizada do mapa do Brasil (em verde), fazendo uma interligação entre as macrorregiões do país. Já o TEA encontra-se representado pelo símbolo do infinito (em azul), que costuma ser associado à neurodiversidade, e que foi aplicado com uma linha orgânica e gestual, dando leveza e englobando os elementos gráficos e textuais da marca. As palavras “rede” (em verde), “TEA” (em azul) e “Brasil” (em verde), encontram-se uma acima da outra, na lateral esquerda do mapa do Brasil.

A marca foi desenvolvida em duas versões. A prioritária, em versão horizontal, deve ser utilizada preferencialmente. Já a secundária, em versão vertical, apresenta uma alternativa para quando a prioritária não puder ser aplicada (Fig. 02).

Figura 2 - Marca da *Rede TEA Brasil* em versão prioritária (à esquerda) e secundária (à direita).



Fonte: da autora (2024).

A partir do desenvolvimento da marca, investiu-se na divulgação do projeto por meio das redes sociais. Os elementos gráficos servem de base para a criação dos cards e, com isso, mantém-se um padrão na identidade visual explorada no conjunto de publicações. O perfil do *Instagram* foi criado em 06/06/24 e, desde então, as postagens servem para apresentar à comunidade o projeto *Rede TEA Brasil*, bem como os objetivos da revisão, os direitos e as políticas públicas reservadas para as pessoas com TEA. Além disso, também se divulga a participação da equipe em eventos e congressos (Fig. 03). Posteriormente, criou-se também um perfil no *Facebook*, com o mesmo conteúdo, para ampliar a visibilidade do projeto.

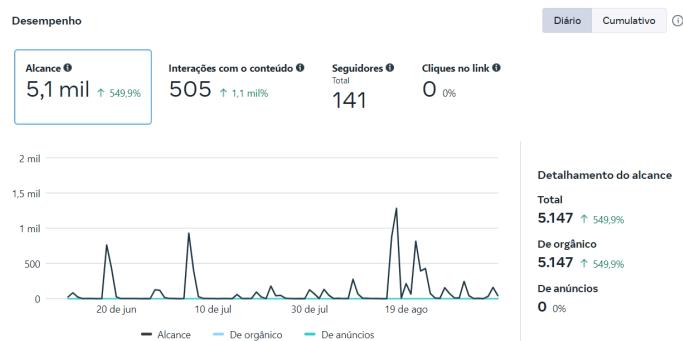
Figura 3 - Publicações desenvolvidas para as redes sociais da *Rede TEA Brasil*



Fonte: da autora (2024) - captura de tela do *Instagram* @redeteabrasil.

Os resultados obtidos em 90 dias de conta do *Instagram* mostram-se bastante satisfeitos, com cerca de 5 mil contas alcançadas e mais de 500 interações com os conteúdos, conforme os *insights* da plataforma (Fig. 04), disponibilizados a partir do *Meta Business*. No entanto, ainda espera-se um número maior de seguidores no decorrer dos próximos meses, com o desenvolvimento e ampliação de atuação do projeto, além da disseminação dos estudos realizados pela equipe. O intuito é de que a *Rede TEA Brasil* esteja sempre compartilhando conteúdo relevante para a comunidade através de suas redes sociais, para divulgar não apenas os resultados das revisões, mas também informações importantes sobre o TEA.

Figura 4 - Resumo dos *insights* do *Instagram* da *Rede TEA Brasil*



Fonte: Captura de imagem do *Instagram* - *Meta Business* / @redeteabrasil (2024).

Além das redes sociais, há o *site* da *Rede TEA Brasil*, que está em processo de construção, mas já se encontra disponível para acesso. Nele estarão disponíveis, além das informações sobre o projeto, os artigos publicados pela equipe, trabalhos apresentados em congressos, participação em eventos, notícias, entre outros.

4. CONCLUSÕES

Com os resultados aqui apresentados, acredita-se que o projeto de pesquisa *Rede TEA Brasil*, por meio do desenvolvimento da identidade visual e da criação e publicação de conteúdo nas redes sociais, mesmo ainda em fase inicial, já tem conseguido divulgar de forma clara e coesa as informações pertinentes e destacadas nas pesquisas da equipe.

O projeto, que seguirá em funcionamento, prevê avanço nas revisões e, com isso, tais conhecimentos serão difundidos à comunidade através das redes sociais e do *site*, sendo estes os principais canais de divulgação e que possibilitam uma comunicação mais acessível e descomplicada com as pessoas sobre o autismo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GENIAL CARE. **Símbolos do autismo:** saiba quais são e os significados. Gabriela Bandeira, 18 ago. 2021. Disponível em: <https://genialcare.com.br/blog/simbolos-do-autismo/>. Acesso em: 09 set. 2024.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos de design.** São Paulo: Cosac & Naify, 2008.