

DESIGN GRÁFICO APLICADO A EVENTOS ACADÊMICOS: CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DO 2º ENPEAG E 38º CONEEAGRI

LIZ TREPTOW D'OLIVEIRA¹;
NADIA MIRANDA LESCHKO²:

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

²*Universidade Federal de Pelotas – nadia.leschko@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo relatar a criação da identidade visual dos eventos “2º Encontro Nacional de Profissionais de Engenharia Agrícola” (ENPEAG) e “38º Congresso Nacional de Estudantes de Engenharia Agrícola, Engenharia Agrícola e Ambiental e Engenharia de Biossistemas” (CONEEAGRI), a serem realizados simultaneamente entre os dias 27 e 30 de outubro de 2025, na cidade de Pelotas, RS. O trabalho foi desenvolvido no âmbito do “Suldesign Estúdio: Laboratório de Design Gráfico e Digital”, um projeto de ensino que atende às demandas internas da universidade por projetos de design, no qual a autora atua como bolsista.

O projeto que será apresentado neste artigo foi concebido a partir da necessidade de identificar visualmente os eventos e comunicar seus valores ao público-alvo. Ainda, para a concepção da marca, considerou-se importante ressaltar o contexto histórico de Pelotas, cidade sede da 2^a e 38^a edição dos eventos, a qual foi de grande relevância para a criação da identidade visual: ela é considerada o “berço da engenharia agrícola” no Brasil, com o primeiro curso da área criado pela UFPel em 1972. O resultado desse projeto constituiu um conjunto de elementos que compõem a identidade visual, previstos para aplicações em diversos suportes, além de um Manual de Identidade Visual¹.

2. ATIVIDADES REALIZADAS

A identidade visual do 2º ENPEAG e 38º CONEEAGRI foi desenvolvida a partir da adaptação da metodologia de Alina Wheeler (2008), para melhor adequação a este projeto em específico, resultando nas seguintes etapas: Condução da pesquisa, Esclarecimento da estratégia, Design de identidade e Aplicação e normatização.

A primeira consiste em uma etapa exploratória de coleta de informações, na qual foram realizadas pesquisas qualitativas sobre os eventos, a área de engenharia agrícola e a cidade-sede, Pelotas, assim como sobre as marcas de eventos anteriores e de instituições relacionadas. Também nessa etapa, foram feitas análises das marcas pesquisadas quanto às cores utilizadas, à presença de símbolo e ao que esse símbolo representa, além da construção de um moodboard que reuniu referências estéticas e conceituais para a criação.

Posteriormente, na segunda etapa, foi desenvolvida a estratégia na qual a criação da marca se baseou, considerando todas as informações coletadas anteriormente. Concluiu-se que a abordagem mais pertinente, para este caso, seria a construção de uma identidade visual fundamentada no equilíbrio entre

¹ O manual de identidade visual é um documento com normas e diretrizes para o uso de uma determinada marca, prevendo a implantação deste sistema por terceiros, sem a necessidade de consulta posterior aos designers envolvidos (PEÓN, 2009).

tradição e modernidade e entre seriedade e acolhimento. A ênfase na tradição se justifica pelo fato do evento ser sediado em Pelotas, o “berço da engenharia agrícola” no Brasil, com uma consolidada trajetória de formação de profissionais, e também por sua relevância como patrimônio cultural brasileiro (IPHAN, 2018), amplamente conhecida como a “cidade do doce”. Por outro lado, a modernidade é fundamental para expressar a constante atualização do setor, baseada em avanços da ciência e da pesquisa que impulsionam novas práticas e soluções para os desafios contemporâneos. Ao unir tradição e modernidade, a identidade visual expressa simultaneamente o respeito à história e ao legado pelotense e a sintonia com o futuro, criando um discurso visual coerente com os propósitos institucionais dos eventos. Quanto ao segundo eixo estratégico, o equilíbrio entre seriedade e acolhimento, este foi definido para refletir o perfil do público-alvo, constituído por: estudantes, produtores rurais, pesquisadores e acadêmicos, empresas e fornecedores do setor. Sendo assim, a seriedade é necessária para transmitir confiabilidade, competência técnica e o caráter científico dos eventos, aspectos fundamentais para profissionais, pesquisadores e empresas que participam em busca de atualização e oportunidades de negócios. O acolhimento, por sua vez, aproxima a comunicação de públicos como estudantes em formação, produtores rurais e jovens profissionais, incentivando a participação ativa, a troca de experiências e o networking em um ambiente receptivo. Essa combinação garante que a identidade visual seja suficientemente acadêmica e profissional e também acessível e convidativa, promovendo o engajamento de todos os perfis que compõem o público-alvo dos eventos.

Já na terceira etapa, a identidade visual foi concretizada por meio de escolhas gráficas alinhadas à estratégia definida, visíveis a seguir na Figura 1.

Figura 1 - Elementos da Identidade Visual



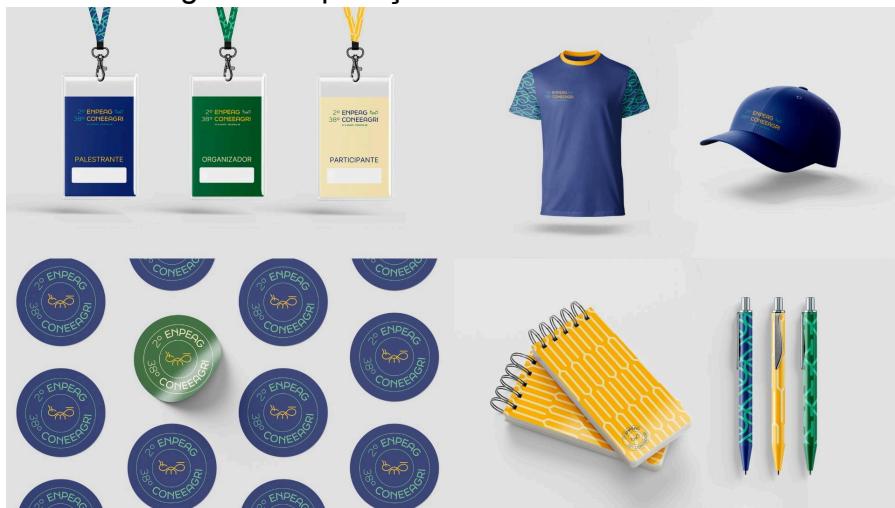
Fonte: elaborado pela autora

Uma das primeiras decisões foi a substituição dos números romanos, utilizados em edições anteriores, por numerais arábicos, visando maior clareza de leitura, fácil reconhecimento e uma modernização do conjunto visual. Juntamente a isso, para as siglas e numerais, foi adotada a família tipográfica FinalSix, de desenho geométrico que relaciona-se à área de engenharia agrícola e combina curvas suaves e ângulos precisos, adequando-se ao equilíbrio entre seriedade e

acolhimento. Além disso, o uso da variação Light para os numerais e Medium para as siglas vem para garantir contraste e hierarquia para as informações. Já para o nome completo do evento e materiais de comunicação, em harmonia com a outra tipografia, foi escolhida a família Inter, cuja alta legibilidade e variedade de pesos permitem flexibilidade de uso em diferentes escalas e suportes, mantendo a consistência visual em aplicações diversas. O símbolo da marca, por sua vez, é construído a partir de formas simples e precisas, com uma geometria que se adequa às características tipográficas. Ele é constituído por uma união de elementos que dialogam com o conceito de equilíbrio entre tradição e modernidade: a formiga e o drone. Além de representar a tradição e identidade cultural de Pelotas por sua associação a “cidade do doce”, a formiga também é reconhecível como um inseto transportador de alimentos, dialogando diretamente com a área de engenharia agrícola, assim como um contribuinte para o equilíbrio do ecossistema, conectando-se com a estratégia estabelecida. Já o drone, escolhido como representação da modernidade e das tecnologias aplicadas à agricultura, foi incorporado ao símbolo com o objetivo de diferenciar a marca em relação às demais, considerando os resultados da pesquisa inicial, que evidenciaram a escassa utilização dessa referência visual em identidades anteriores do setor. A partir desses elementos, foram criadas três variações de logo (além da possibilidade de uso isolado do símbolo), a fim de contemplar as mais diversas aplicações necessárias sem a perda de legibilidade ou reconhecimento das informações. Sendo elas então: a versão principal, composta pelas siglas e numerais, o símbolo e a descrição de quando e onde vai acontecer; a versão secundária, que contém as siglas e numerais, o símbolo e o nome por completo dos eventos; e a versão circular, com as siglas e numerais e o símbolo reorganizados em um logo redondo. Outro recurso importante desenvolvido foram as padronagens gráficas, derivadas dos traços do símbolo. Criadas em três versões distintas, elas oferecem dinamismo à comunicação visual, podendo ser aplicadas como fundos, texturas e elementos de apoio em peças gráficas. Quanto ao padrão cromático, a paleta de cores foi escolhida com o objetivo de representar os principais eixos conceituais do evento. Portanto, ela divide-se nos seguintes tons: azul-marinho, que simboliza a engenharia e carrega conotações de confiança, estabilidade e profissionalismo; dois tons de verde, claro e escuro, que remetem diretamente à agricultura, transmitindo vitalidade, crescimento e sustentabilidade; dois tons de amarelo, um mais claro e outro mais alaranjado, que evocam o arroz, produto agrícola muito produzido na região, e os doces tradicionais de Pelotas, além de contrastar com os tons frios e transmitir calor, proximidade e acolhimento. A combinação dessas cores estabelece um contraste equilibrado entre sobriedade e vivacidade, permitindo que a identidade visual se mantenha profissional e institucional, mas também convidativa e representativa do contexto local.

Por fim, na quarta etapa, a identidade visual criada foi aplicada a materiais gráficos relacionados ao contexto dos eventos, como crachás, brindes e vestuário (Figura 2). Além disso, foi desenvolvido o Manual de Identidade Visual, no qual todos os elementos da marca foram documentados e normatizados, definindo diretrizes para usos adequados e inadequados deles, a fim de manter a consistência e coerência visual da marca. Em conclusão, somado à esse material com as orientações essenciais para aplicação, foram enviados ao cliente todos os arquivos referentes a identidade visual criada, para que possam ser implementados à todas comunicações necessárias aos eventos.

Figura 2 - Aplicações da Identidade Visual



Fonte: elaborado pela autora

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da identidade visual para o 2º ENPEAG e 38º CONEEAGRI resultou em um sistema gráfico coeso, funcional e representativo, capaz de transmitir equilibradamente tradição e modernidade, além de seriedade e acolhimento. A aplicação da metodologia adaptada de Alina Wheeler (2008) permitiu um processo estruturado e fundamentado, conduzindo a decisões visuais alinhadas à estratégia definida e ao perfil do público-alvo. Durante o processo, um dos principais desafios foi desenvolver uma identidade visual capaz de representar de forma integrada dois eventos de nomes extensos e realizados simultaneamente. Essa vivência prática de projeto gráfico, aplicada a uma demanda real, permitiu aprimorar competências técnicas e conceituais da autora, expandindo seu repertório e experiência.

Entre os principais resultados obtidos, destacam-se a criação de um símbolo original que integra elementos culturais e tecnológicos, a definição de tipografia e paleta cromática coerentes com o conceito e o contexto, a substituição dos números romanos por números arábicos, a fim de ampliar a clareza de leitura, a acessibilidade e o reconhecimento imediato das edições, e a produção de um manual de identidade visual que busca manter a padronização e coerência da marca. As implicações desses resultados ainda não puderam ser comprovadas, visto que a identidade visual está, neste momento, no início de sua implementação. Contudo, espera-se que esse projeto possa contribuir para um maior reconhecimento do evento e engajamento do público-alvo, ao comunicar não apenas o conteúdo técnico-científico, mas também valores e conexões com a comunidade local. Sendo assim, como desdobramento futuro, destaca-se uma possibilidade de investigação acerca da implementação da identidade visual e da recepção dela por parte do público-alvo dos eventos.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** Porto Alegre: Bookman, 2019.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual.** Rio de Janeiro: 2AB, 2009.