

NOVAS CONEXÕES; A BUSCA POR UMA IDENTIDADE VISUAL PARA AS REDES SOCIAIS DO PIBID.

DIOGO COSTA SOUSA¹;
CAROLINE LEAL BONILHA²

¹Universidade Federal de Pelotas – diogopoelzig@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – bonilhacaroline@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID) tem se configurado como uma das mais recentes e relevantes políticas públicas para a formação inicial de alunos de licenciaturas de cursos presenciais, com seu caráter de promoção a uma integração mais coesa entre as instituições de educação superior e as secretarias estaduais e municipais de educação de todo o território Nacional.

Desenvolvido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e instituído pelo Decreto de Lei nº 7.219/2010, além do exercício de integração entre os dois segmentos educacionais, também visa um aperfeiçoamento e melhoria da qualidade de ensino que reflita nas pontuações do Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica).

A participação ativa da UFPel se estabeleceu desde a primeira edição (2007) com projetos nas áreas de Ciências e Matemática e se expandiu para incluir as demais licenciatura, e que em sua configuração atual, conforme o Edital 10/2024, o PIBID/UFPel alcançou uma escala considerável, sendo composto por 720 bolsistas, 30 coordenadores de área, 90 professores supervisores, 2 coordenadoras de gestão, 1 coordenadora institucional e 30 subprojetos divididos entre os 17 cursos da universidade que participam.

Com a adesão de diversas escolas e discentes participando cada vez em mais profusão, resultou em um projeto que atingiu dimensões consideráveis em sua escala; por isso, tornou-se necessário a criação de canais de comunicação que atinjam o maior número de pessoas possíveis, e a adoção das redes sociais como veículo de comunicação constituiu uma realidade, com um fluxo de interação dificilmente equiparado a mídias tradicionais como informativos sazonais, websites e periódicos. É neste contexto de expansão e necessidade de comunicação integrada que se insere o presente projeto, amparado por uma bolsa de projeto de ensino.

Uma das ações da bolsa ao qual participo, e também tema deste trabalho, é sobre o desenvolvimento e processos de uma nova identidade visual a ser empregada nas redes sociais do PIBID/UFPel, atuando como um elo de comunicação entre coordenação, professores, bolsistas e a comunidade externa. Esta iniciativa de repensar a comunicação visual visa divulgar atividades, mas

também construir uma narrativa gráfica coesa, moderna, clara e de fácil implementação dinâmica.

2. METODOLOGIA

Ao tentar repensar o objeto definido para a comunicação visual, neste caso o flyer digital, considera-se diversos aspectos que são propriamente vitais para que esta ferramenta desempenhe positivamente a função ao qual destina-se, como legibilidade, fixação, equilíbrio entre formas e material textual, entre outras características. Porém com a explosão de informação e hiper saturação de conteúdo dos ambientes digitais voltados a exposição visual, penso ser necessário reconsiderar os ditos aspectos secundários a esta ideia de um flyer ser um objeto meramente de função comunicativa, e reexaminar uma maior implementação de elementos que demandam uma certa atenção, que transmitam sensação de estar lidando com um material mais impactante, ou com elementos visuais pouco usuais, como a justaposição de imagens e ideias contrastantes entre si. Como Robin Williams pontuou:

“O flyer ou folheto deve ter contraste, que é uma das maneiras mais eficazes de acrescentar algum atrativo visual a uma página (algo que realmente faça que o leitor queira olhar para ela), criando uma hierarquia organizacional entre diferentes elementos.” (WILLIAMS, 2009, p.63).

Algo também sumariamente importante, seria a praticidade de sua implementação, pois através das instruções passadas pela coordenação, pedia-se uma maneira de ser aplicado facilmente por professores “Pibidianos” na conta da plataforma do Instagram; a rede determinada para a aplicação deste, de forma facilitada.

Com estes dados em mente, foi elaborado um material que seguiria em forma o padrão de flyers eletrônicos amplamente empregados; divididos em duas partes ou seções, O primeiro que possui a função de capa, onde o material gráfico se destaca com mais presença (Fotos, grafismos e ornamentos estéticos), dados primários como logotipos, itens factuais como datas e horários, e na contracapa, uma página relativamente mais simples tanto na parte gráfica e elementos visuais, porém com um aprofundamento das informações, programações do evento entre outros detalhes relativos à ação.

3. RESULTADOS - PRIMEIRA VERSÃO



Figura 1: Diogo Costa. Captura do projeto do Flyer eletrônico 01.

A primeira versão, utilizou-se de uma lógica modular, inspirada por texturas e disposições visuais que fazem alusão aos trabalhos do designer Ettore Sottsass (1917-2007) que encabeçou a direção do coletivo Memphis Group com seus objetos que misturavam elementos orgânicos com formas geométricas angulares e texturas extravagantes e abstratas. Estas características demonstraram uma possibilidade interessante, mas por motivos de conseguir uma comunicação mais clara, foi decidido seguir um caminho mais institucionalizado e direto.

3.1 RESULTADOS - SEGUNDA VERSÃO



Figura 1: Diogo Costa. Captura do projeto do Flyer eletrônico 02.

Com o respaldo e retorno de minha orientadora e coordenadora do PIBID, foi decidido seguir por um caminho que se aproximasse mais do material institucional previamente desenvolvido. Ao escrutinar sua essência, observei elementos geométricos parcós, uma paleta de tons terrosos e sobriedade. Projetei algo que

utilizasse os elementos de maneira escassa, estruturas simplificadas e de aplicação mais facilitada e clara. Trilhei por um caminho assumidamente *mezzo* minimalista, onde estes elementos geometrizados, são estrutura e alicerce gráfico oferecendo suporte a recursos tipográficos. Foi concebido a utilização de famílias tipográfica *open-source* como a Georgia (corpo normal) e Arial (Bold e Black) pela disponibilidade em praticamente qualquer sistema operacional e software gráfico, evitando qualquer conflito e substituição automática indesejada. Vale também mencionar que todo o trabalho vem sendo desenvolvido em softwares livres ou parcialmente livres, como o Inkscape, Ibis Paint e o editor de fotos online; Photopea.

4. CONCLUSÕES

O processual de desenvolvimento de uma identidade visual é tortuoso, e dificilmente se encontra a melhor saída na primeira tentativa, e penso que invariavelmente nunca se chega em algo que contemplaria todos os quesitos estéticos de forma e função com aceitação positiva generalizada por qualquer observador, ainda que sejam produzidas mais três ou quatro futuras versões, possivelmente nenhuma delas se traduzirá para um tipo de versão final irretocável, uma identidade definitiva harmoniosa e visualmente inquestionável.

Porém ao se apoiar no tripé da Leitura/implementação/impacto, um caminho sólido e prático que atende à verdadeira essência se mostra talvez uma decisão mais lógica e acertada.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis Ed, 2009.

HOWARTH, Danth. **The return of Memphis**. Dezeen, 13 Abr 2014. Acessado em 29 de Ago., 2025. Online. disponível em: <http://www.dezeen.com/2014/04/13/the-return-of-memphis/>

UFPEL. PIBID (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência). Acessado em 29 de Ago., 2025. Online. disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/cec/programas/pibid-programa-institucional-de-bolsas-de-iniciacao-a-docencia/>

CAPES. Pibid, 01 Jan 2014. Acessado em 29 de Ago., 2025. Online. disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/educacao-basica/pibid/pibid>