

Projeto identidade: design gráfico engajado com comunidades oprimidas

Identity project: graphic design engaged with oppressed communities

Bianca Gabardo Roth¹, Marco André Mazzarotto Filho²

RESUMO

O projeto de extensão teve como objetivo aplicar um design participativo e para comunidades oprimidas que precisavam de uma identidade visual para suas causas e empreendimentos. Entendendo a importância da democratização do acesso a trabalhos gráficos e de design para comunidades carentes e do entendimento desta causa por parte dos designers, surgiu a proposta de ofertar um curso de identidade visual focado em atender comunidades oprimidas e silenciadas de todo o Brasil, concentrado principalmente na cidade de Curitiba, Paraná. Além dos projetos feitos para as comunidades e empreendimentos escolhidos, este projeto de extensão também busca impactar na formação dos participantes, tanto nos aspectos técnicos de design gráfico relacionados a área que eles queriam seguir, quanto a formação pessoal ao conhecer e vivenciar outras realidades sociais, e por meio disso querer acrescentar esses aprendizados em seus futuros trabalhos. O projeto já tem resultados satisfatórios, ao qual ele serviu de base para o surgimento de outro projeto, ao qual dará continuidade à luta de um design participativo, sem fins lucrativos e para comunidades oprimidas.

PALAVRAS-CHAVE: Design, identidade, projeto.

ABSTRACT

The extension project aimed to apply participatory design to oppressed communities that needed a visual identity for their causes and enterprises. Understanding the importance of democratizing access to graphic and design work for needy communities and understanding this cause on the part of designers, the proposal arose to offer a visual identity course focused on serving oppressed and silenced communities throughout Brazil, mainly focused on in the city of Curitiba, Paraná. In addition to the projects carried out for the chosen communities and enterprises, this extension project also seeks to impact the training of the participants, both in the technical aspects of graphic design related to the area they wanted to pursue, as well as personal training by knowing and experiencing other social realities, and through this, wanting to add these learnings to their future work. The project already has satisfactory final results, which served as the basis for the emergence of another project, which will continue the fight for participatory, non-profit design for oppressed communities

KEYWORDS: Design, identity, project.

INTRODUÇÃO

O Projeto de Extensão “Projeto identidade: design gráfico engajado com comunidades oprimidas” é uma iniciativa de introduzir alunos e/ou qualquer indivíduo interessado em aprender sobre e como produzir uma Identidade Visual do zero, desde conversas com clientes reais até elaboração e finalização da Identidade completa focado em ajudar e dar apoio a comunidades oprimidas.

A princípio, a Identidade Visual seria todos os pontos tangíveis visuais de contato com a marca, como por exemplo: Logo, posts para redes sociais, materiais gráficos (embalagens, camisetas, folhetos, cartões postais, etc), paleta de cor, entre muitos outros. Por conta disso, ela é uma área do design, geralmente, focada em grandes empresas e organizações de marcas maiores e multinacionais, concentrando-se em faturar cada vez mais e, também, sempre em busca de inovação de suas áreas de foco.

¹ Bianca Gabardo Roth. UTFPR, Curitiba, Paraná, Brasil. E-mail: biancaroth@alunos.utfpr.edu.br. ID Lattes: 1155132364676013.

² Docente no Curso/Departamento/Programa. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil. E-mail: marcomazzarotto@gmail.com. ID Lattes:1345982231063887



Entretanto, o projeto oferece uma visão mais solidária e empática do design, fazendo com que, ao criar uma identidade visual para pequenas empresas e causas sociais, evidencia que o design não precisa se restringir a ser feito apenas para essas grandes empresas e que não é necessário ter poder monetário para se ter uma boa Logo e Identidade visual, mostrando que essas causas precisam de uma identidade visual decente e que o design pode sim ser acessível para todos.

Logo, o projeto possibilitará mudanças no design não inclusivo e até mesmo o olhar de jovens designers, das comunidades oprimidas e como o design é visto. Dessa forma, a partir dos conteúdos produzidos, os participantes do projeto e os clientes/comunidades que fizeram parte, poderão juntos dar visibilidade para um design participativo, democrático e acessível para todas as comunidades.

MATERIAIS E MÉTODOS

O método consiste em um processo de cinco fases em sequência, bem delimitadas, aplicadas durante o projeto inteiro, tanto nas aulas do curso quanto na equipe.

1. condução da pesquisa: Pesquisar sobre qual será a essência da organização, como por exemplo: materiais sobre missão, visão, valores, relatórios e história e pesquisas de mercado.

2. esclarecimento da estratégia: consiste em definir o público-alvo, vantagem competitiva, valores essenciais da marca, seus atributos e metas de projeto. E então vem a documentação dos princípios fundamentais da marca e depois a elaboração do briefing de criação.

3. design de identidade: onde dá início ao processo criativo de design, tentando juntar o significado à forma. Como a elaboração da identidade engloba criar um logotipo ligado ou não a uma assinatura visual, a escolha da paleta de cor, da tipografia, e de som, movimento, aplicações de teste e apresentação.

4. criação de pontos de contato: desenvolvimento e refinamento do design, se atentando aos mínimos detalhes para que consiga aplicar de todas as formas possíveis e necessárias.

5. gestão de ativos: O processo de identidade não termina com as impressões dos pontos de contato (usuários da marca) e sim com as pessoas da organização, como: quem precisa saber? o que precisam saber? quando vão ficar sabendo? como vão ficar sabendo?

Portanto, um guia de marca é fundamental para garantir a melhor implementação da marca, para que mantenha a qualidade da reprodução é preciso que os arquivos estejam corretos, evitando gastos desnecessários de tempo e dinheiro.

No projeto utilizamos o método citado acima baseado em Alves (2018) e Wheeler (2019), onde colocamos em prática no curso de identidade visual aberto para acadêmicos da universidade (UTFPR) e para qualquer pessoa interessada em participar da aula ofertada. Além disso, ele foi utilizado também para a continuidade do Projeto, após a finalização do curso.

Primordialmente, ocorreu a elaboração de um cronograma de aulas, onde, juntamente com o docente responsável, foi organizado e definido datas de aulas, horários, como seriam as dinâmicas das aulas e suas abordagens e principalmente, quem seriam os clientes. Ademais, foi desenvolvido um formulário de inscrição para ter um



controle mais eficiente de quem estaria interessado em realizar o curso, para assim terem uma responsabilidade maior por se tratar de clientes reais. O formulário foi compartilhado e enviado por meio do Email e divulgado pelo Instagram do LADO (Laboratório de Design Contra Opressões) ao qual o projeto é vinculado, tendo um total de 38 inscritos.

Em seguida, demos início ao curso por meio de uma dinâmica de integração e divisão dos grupos, que trabalharam juntos até completarem a identidade visual para o cliente que optaram por trabalhar. A partir disso, demos início às aulas sobre Identidade Visual, que foram separadas em 3 partes teóricas: Identidade Visual e conceitos básicos, criação de logo e IDV (identidade visual) e manual de marca e formatos de entrega. Dito isso, em sua maioria, os encontros seriam, principalmente, para feedback e orientação por parte do professor responsável e pela turma, também a apresentação do andamento de cada projeto e atualizações deles, como logos aprovadas, ajustes, e outros eram realizados nas aulas.

Entre os encontros, nos dias de semana, também tivemos um encontro no sábado (dia 08 de outubro de 2022) para os alunos terem o seu primeiro contato com os clientes e fazer uma pesquisa de como os gostariam que fosse a logo e a identidade de sua marca, além disso também ocorreu um curso de fotografia oferecido e ministrado por alunas do projeto identidade visual para imigrantes e para os próprios clientes do projeto.

Portanto, para a finalização das identidades e para a entrega foram necessárias diversas etapas sendo elas: a pesquisa sobre as organizações, o brainstorming, painel semântico, briefing, geração de propostas, aprovação do cliente/ajustes, finalização dos arquivos e entrega. O conjunto dessas etapas permitiu que as equipes trabalhassem de maneira mais eficaz fazendo com que tivessem uma ideia do que é o mercado de trabalho atual, com pessoas reais, que realmente precisavam das identidades visuais produzidas pelos alunos

Figura 1 – Registro de uma aula do projeto



Fonte: Elaborado pelos autores

Vale ressaltar que o projeto deu continuidade após finalizar o curso, por meio de estagiários fixos que focaram no desenvolvimento de um projeto de identidade visual com a comunidade Tiradentes, o Projotinho. Trabalhamos com eles praticamente dois semestres indo na comunidade, fazendo dinâmicas e brincadeiras com elas para entender o que definia o Projotinho para as crianças que estão no projeto. Nos empenhamos em produzir uma Logo, por ser a maior urgência, trabalhamos com mais enfoque nesta demanda. Deste modo, trabalhamos com algumas alternativas para mostrar para a líder da comunidade, no final, a escolhida pode ser verificada abaixo.

Figura 2 – Logo elaborada para a comunidade Nova Tiradentes CIC



Fonte: Elaborado pelos autores

RESULTADOS

Para os resultados do curso de Identidade visual, efetuamos uma pesquisa entre os alunos de forma mais descontraída por meio de uma roda de conversa, onde cada aluno falou o que constatou da experiência que o curso proporcionou, sobre interagir com clientes reais e o que aprenderam no decorrer do curso. No final para registrar, utilizamos papel Kraft e repartimos ele em 3 tópicos, para que cada aluno escrevesse em post-its, o que foi bom, o que melhorar e o que eu aprendi/não aprendi.

Figura 4 – tabela de respostas do feedback dos alunos do curso

O que foi bom?	O que melhorar?
<ul style="list-style-type: none">interação com clientes reaisanalisar as logos produzidas pelos alunosaulas teóricasvisitar o estúdio de projetosO que seria fazer uma Identidade Visual na prática	<ul style="list-style-type: none">Mais contato sobre softwaresEsger um responsável para cada equipeGrupos menoresHistória menores por aulaEscolha dos clientes (mais comprometimento e disponibilidade)
O que eu aprendi?	O que eu não aprendi?
<ul style="list-style-type: none">criar logotrabalhar com clientefinalizar arquivostrabalhar em grupopassos essenciais para confeccionar uma logo	<ul style="list-style-type: none">usar softwarescomo escolher fonte

Fonte: Elaborado pelos autores

Ademais, também é considerado como resultado as Identidades visuais entregues pelos participantes para seus clientes. Abaixo nas figuras pode-se ver alguns logos e manuais de identidades entregues ao final do curso de Identidade Visual.

Figura 3 – Manual de identidade elaborado para o projeto Thank You do colégio Sesi



Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 4 – Manual de identidade elaborado para a um grupo da rede Fermento na Massa



Fonte: Elaborado pelos autores

Outrossim, não bastaria apenas a entrega do manual de identidade, mas sim a utilização delas. Logo, os clientes colocaram em prática as Identidades Visuais produzidas, colocando em seus produtos e publicações.

Figura 5 – Registro da utilização da logo e identidade elaborada para a Padaria Perpétuo Socorro em seus aventais



Fonte: Elaborado pelos clientes do projeto

Figura 6 – PrintScreen do Instagram do projeto Thank You do Sesi Internacional utilizando a identidade elaborada no projeto identidade



Fonte: Elaborado pelos autores

CONCLUSÃO



Até o presente momento o projeto teve como avanço a produção de 7 logos para comunidades oprimidas e locais, com a finalidade de auxiliar esses grupos a melhorarem sua realidade e dar mais visibilidade para suas causas e lutas.

Como bolsista do projeto tive a oportunidade de ver o curso e os projetos com a intenção de melhorar, nem que fosse minimamente, a realidade das pessoas e das comunidades, mudar a percepção daqueles que participaram do projeto, tanto alunos quanto estagiários, para que a partir dessa experiência todos tenham se aperfeiçoado e se interessado ainda mais por causas sociais. Já como designer, é algo muito significativo, ver algo que acredito se concretizar e tomar forma, onde pessoas que precisam de ajuda e de voz são atendidas e ouvidas, principalmente por designers.

O projeto identidade, me proporcionou a experiência de embarcar em causas sociais verdadeiras, conhecer pessoas incríveis durante o processo, me ajudou a melhorar não só como designer, mas como pessoa. De diversas formas, sempre me interessei muito por causas sociais, porém nunca soube um modo de ajudar, e por conta do projeto identidade a possibilidade de dar início a essa jornada foi possível.

Os próximos passos são a continuidade de uma agência sem fins lucrativos, ao qual a prioridade é atender comunidades oprimidas e carentes que necessitam de auxílio na produção de conteúdo gráfico e no desenvolvimento de identidades visuais se necessário, para que assim podemos tornar acessível o desenvolvimento gráfico para aqueles que deveriam ser vistos.

Agradecimentos

Gostaria de agradecer, primeiramente, à Pró-Reitoria Empresariais e Comunitárias (PROREC) da UTFPR por incentivar e patrocinar o projeto de extensão com uma bolsa auxílio. Ademais, principalmente a todos que participaram do projeto, seja como aluno, estagiário ou voluntário que entraram de cabeça e se empenharam ao máximo para que o projeto desse certo, sem eles nada disso seria possível. E por último, gostaria de agradecer ao professor Marco André Mazzarotto Filho por me dar a oportunidade de fazer parte desse projeto incrível e por me orientar em todas as etapas para que eu conseguisse dar o meu melhor e aprender cada vez mais.

Conflito de interesse

Não há conflito de interesse.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Laís Simone. Sistema de identidade visual para valorização do planetário da UFRGS. Monografia [Graduação]. UFRGS, 2018.
- WHEELER, Alina. Design de indenidade da Marca. Editora Bookman, 2019.