



Sistema de Identidade Visual PET UFPel

PET UFPel Identity Visual System

Resumo

O artigo apresenta as etapas de criação do manual de identidade visual da marca PET UFPel, feita para todos os grupos que pertencem ao Programa de Educação Tutorial da Universidade Federal de Pelotas. Discorre dos diversos momentos do projeto, tais como briefing, aspectos formais, metodologia e resultados. Identifica a importância da criação de uma marca para a identidade visual do grupo.

Palavras Chave: Identidade; visual; PET.

Abstract

The paper shows the stages of the visual identity manual creation to the brand PET UFPel, made for all the groups which belongs to the Programa de Educação Tutorial on the Universidade Federal de Pelotas. Speaks about the several moments of the project, such as briefing, formal aspects, methodology and results. Identify the brand's creation importance to the group's visual identity.

Keywords: Identity; visual; PET.

Introdução

A UFPel, Universidade Federal de Pelotas, é a primeira IF a possuir um Programa de Educação Tutorial em Artes Visuais. O grupo existe desde 1994 e, atualmente, se qualifica como híbrido, permitindo integrar (também) acadêmicos dos cursos de Design e Cinema. Neste contexto, exercício da diversidade de trocas (conceituais/teóricas e/ou práticas), estruturou-se o SIV PET UFPEL - Sistema de Identidade dos Grupos de Educação Tutorial da Universidade Federal de Pelotas que, até este momento, encontram-se num total de 14 grupos PET, a citar: Agronomia, Arquitetura, Artes, Educação Física, Engenharia Agrícola, Engenharia Hídrica, Física, Computação, Meteorologia, Odontologia, Pedagogia, Diversidade e Tolerância, Ação e Pesquisa em Educação Popular e Conservação e Restauro.

Ao pleitear a proposta de construção de signos que, em potência, identifiquem um grupo e suas partes (particularidades de cada um), considerou-se questões próprias de trajetória histórica, áreas pares e o contexto atual da formação de nosso grupo. Em contraponto, a pluralidade também é verdadeira e foi devidamente tratada pelos traços que produzem o sentido do coletivo e do colaborativo: o PET Artes Visuais.

A mais de 40 anos a UFPEL se dedica ao ensino, à pesquisa e à extensão universitária, buscando atender os interesses sociais e públicos, de modo a suprir as expectativas de qualificação do ensino aplicado. Atualmente a UFPEL oferece 52 cursos, atendendo a demanda Nacional e Internacional.

Pela dimensão da autonomia e perfil técnico, a UFPel vem, pelo diálogo e pelo debate, possibilitando ações políticas institucionais capazes de sistematizar a comunicação com seus públicos: acadêmicos e comunidade em que se insere.

Neste contexto, o SIV PET UFPEL traduz a identidade do seu programa, subdividido nos seus grupos de TODOS-para TODOS e de CADA um-PARA cada UM

Construir um signo capaz de representar a diversidade de posturas, literaturas e identidades e, ao mesmo tempo, buscar um enunciado daquilo que mais lhe é recorrente e representativo de um grupo é relacionar semelhanças com diferença, todo e parte.

O conceito de Todo e Parte utilizado para embasar o conceito para os resultados, vem da teoria da Psicologia da Gestalt, onde “O Todo é diferente da soma das Partes”, ou seja, ele é resultado das relações que as partes estabelecem entre si. Só o todo pode trazer o significado, e o que revela o significado deste todo é a inter-relação das partes. De acordo com Ribeiro (1985), quando nos deparamos com algo, a nossa percepção o capta como um todo e a seguir percebemos suas partes. A forma como percebemos a parte e o todo vai depender da estruturação da nossa percepção. A experiência só chega até nós de modo completo, quando ela é experimentada como um todo, por mais que este todo seja apenas um esboço da realidade do ser. Então, para se compreender este todo, é necessário descobrir e conhecer a relação entre as partes. Assim, percebemos que o todo é diferente da soma das partes, pois a percepção é determinada pelo caráter do campo como um todo, não é uma soma, nem produto das partes, é uma realidade. O todo que determina as partes. Um exemplo de parte e todo é

uma orquestra sinfônica, quando escutamos cada instrumento separado (parte) é diferente de quando escutamos a orquestra inteira (todo), cada instrumento (parte) tem a sua particularidade, sua beleza e sua função, mas quando ouvimos a orquestra (todo) temos outra percepção, não ouvimos mais o som de cada instrumento, mas sim um conjunto, um todo composto de partes.

Materiais e métodos

O principal elemento do design de identidade é a marca e sua definição pode depender das variações de cada autor. Para Guillermo (2007) a marca é um dos primeiros passos para abrir legalmente uma empresa. Para Joan Costa (2008) é um signo duplo que transita entre o verbal e o visual, trazendo designação e identidade. Já para Escorel (2000) a marca é um símbolo que se constitui por uma palavra graficamente projetada. Para este autor uma marca é um símbolo porque permite variadas interpretações que podem remeter conceitos e significados diversos. A marca também é chamada de logotipo, do grego logos (conceito) e typos (símbolo), o que possibilita tais interpretações. Alguns utilizam logomarca para designar marca, o que é criticado por muitos, pois, logos (conceito) e marka (do germânico: significado) expressam conceito do significado, o que não chegaria a lugar algum.

Historicamente o logotipo comercial surge na Idade Antiga, quando houve a necessidade de identificar o responsável pelas mercadorias. A identificação dos produtos em navios dificultava o roubo por piratas e facilitava a devolução para o proprietário quando recuperados. No entanto, este tipo de logotipo ainda não se assemelhava com os moldes de marca que conhecemos hoje. Costa (2008) afirma que a marca que conhecemos hoje começou a aparecer após a Revolução Industrial, quando comerciantes divulgavam seus produtos e não queria que os compradores os confundissem. Nos produtos eram estampados selos com marcas que vemos até hoje.

Após as etapas de briefing e análise das imagens recolhidas, foram determinados os seguintes parâmetros orientadores do projeto: evitar representação por imagens que restringem a área de atuação; evidenciar a relação entre ensino pesquisa e extensão; abranger as diferenças estruturais decorrentes da grafia do nome dos cursos; estabelecer vínculo com os valores citados no briefing: integração, autonomia, diversidade.

Obedecendo tais padrões, criou-se a partir da relação figura/fundo do caractere “P” um balão que representa a comunicação entre os grupos PET UFPel. Para isso foi criada uma família tipográfica inteira, com o propósito de enriquecer a identidade visual.

Criou-se também uma derivação tipográfica através de triângulos, inspirados na tríade pesquisa, ensino e extensão, de forma que estes representem as iniciais do grupo PET em questão. Assim sendo, o balão da comunicação entre os grupos PET evidencia, na relação figura/fundo, não só a integração entre os grupos, mas também fortalece o propósito maior na criação de uma marca: a forte identidade que esta carrega consigo, de forma que independente do grupo a marca PET UFPel será facilmente reconhecida e identificada.

No uso de cores fez-se um estudo cromático e optou-se pelo padrão pré existente das áreas do conhecimento, sendo elas: vermelho para ciências humanas, ciências sociais aplicadas, linguística, letras e artes; azul para ciências da terra, ciências exatas, ciências agrárias e engenharias e verde para ciências biológicas e ciências da saúde.



Figura 1: Marcas PET UFPEL

Resultados e discussão

As Família tipográfica PETUFPEL: Embora linear, com contraste de traços sutil, o detalhe da solução dos ângulos e dos desenhos das formas nos vazios, tornam a petufpel dinâmica e esteticamente funcional.

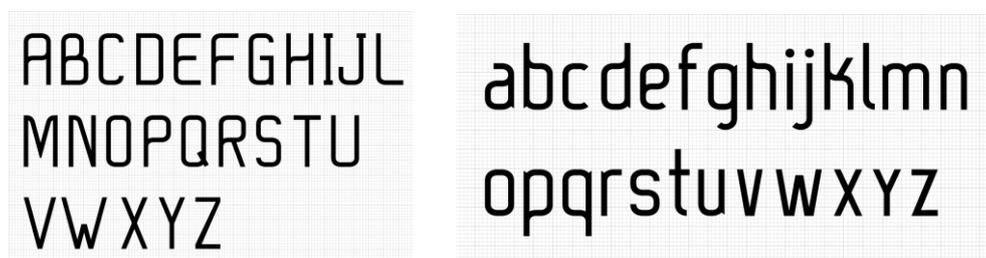


Figura 2: Família tipográfica PETUFPEL - variação caixa alta e caixa baixa

A definição dos aplicativos (fig. 3) das referentes marcas estão em processo, a partir de consulta com os diferentes grupos PET da Universidade, para proporcionar aplicativos de uso específico de cada grupo, como, por exemplo, jalecos e maletas para odontologia e chapéus para o grupo da agronomia, uma vez que nem todos os itens são relevantes a unidade PET UFPEL.



Figura 3: Aplicação em mousepad para o PET Artes Visuais

Através de estudos sobre a distribuição do manual de identidade chegou-se a conclusão de que todos manuais e suas respectivas aplicações seriam disponibilizadas via internet (fig. 4), a fim de não utilizar uma grande quantidade desnecessária de papéis impressos ou do uso de CD-ROM, pouco prático devido a sua disponibilidade. Uma vez na internet, todos os grupos tem acesso aos seus respectivos materiais em qualquer local e momento, facilitando o trabalho com as marcas desenvolvidas.



Figura 4: Página inicial da interface online

Agradecimentos

Registramos nossos sinceros agradecimentos aos ex-bolsistas do PET ARTES VISUAIS, Henrique Rockenbach, Ana Maria Dacol e Carolina Moraes Marchese que, através de suas iniciativas, propuseram esse projeto concebendo originalmente a Identidade Visual em desenvolvimento.

Referências

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 2a Ed. 4a tiragem.

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Rosari, 2006.

GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Desenhando: um panorama dos sistemas gráficos**. Santa Maria: Ed. UFSM, 1998.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

NOJIMA, Vera Lúcia. **Comunicação e leitura não verbal**. In: Formas do Design – Por uma metodologia interdisciplinar. Org. Rita Maria de Souza Couto e Alfredo Jefferson de Oliveira. Rio de Janeiro: 2AB, PUC-Rio, 1999.

PAVIANI, Jayme. **A Arte na Era da Indústria Cultural**. Porto Alegre: PyR Edições, 1987.

STOLARSKI, André. **Alexandre Wollner e a formação do design moderno brasileiro**. São Paulo: Cosas Naify, 2005.

LUPTON, Ellen. **Novos Fundamentos do Design**. São Paulo; Cosac Nayf, 2008