

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
REDELAB - REDE DE LABORATÓRIOS DA UFPEL

Projeto de Extensão > REDELAB - Rede de Laboratórios e Coletivos de Arquitetura, Urbanismo, Design e Tecnologia da UFPEl integrados no Combate à COVID-19.

Pelotas, janeiro de 2021.

RELATÓRIO

Ação 11676: Suldesign - Modelagem digital de protetores para profissionais de saúde

APRESENTAÇÃO

Este relatório tem por função apresentar os resultados parciais da ação envolvendo o “Suldesign Estúdio - Laboratório de design gráfico e digital” (Centro de Artes - UFPEL), no âmbito da iniciativa “Redelab - Rede de Laboratórios e Coletivos de Arquitetura, Urbanismo, Design e Tecnologia da UFPEL integrados no combate ao COVID_19”.

A iniciativa reuniu 17 laboratórios da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAUrb), Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDTEC), Centro de Artes e Universidade Católica de Pelotas (UCPEL) que somaram esforços e conhecimentos com objetivo de mitigar os efeitos da pandemia de Covid-19 no âmbito da cidade de Pelotas-RS. As ações envolveram a produção de equipamentos de proteção individual, produção de documentos informativos bem como ações realizadas conforme a expertise de cada laboratório.

Sobre o Suldesign Estúdio, há 15 anos desenvolvemos soluções de design para unidades acadêmicas, colegiados, projetos de ensino, pesquisa e extensão da UFPEL. Os projetos são realizados pelos estudantes dos cursos de Design Gráfico e Design Digital, supervisionados pelos técnicos do estúdio e coordenação. Com isso é oportunizado aos estudantes uma experiência de trabalho que possibilita aplicar os conhecimentos adquiridos em sala de aula, além de proporcionar um incremento aos seus portfólios, algo importante na busca por uma colocação no mercado de trabalho.

Dentre as tarefas previstas para o Suldesign Estúdio estavam a fabricação e modelagem digital de protetores faciais e equipamentos para profissionais da saúde, a criação e divulgação da marca Redelab e ações de comunicação e gestão em redes sociais. Até o presente momento foi realizada a criação da marca. Assim sendo, relatamos no tópico a seguir o processo de concepção e desenvolvimento da marca, desenvolvimento do manual de identidade visual e aplicações em pontos de contato.

CONCEPÇÃO DA MARCA REDELAB

As marcas têm por função fazer a identificação de uma empresa, instituição ou uma iniciativa, tal como a Redelab. Elas assinalam a pertença a um grupo e agregam os participantes em torno dos valores compartilhados. Devem envolver o público que será exposto a elas, criando laços, construindo pontes, estabelecendo um relacionamento de confiança e, também, de afetividade. A marca ideal é aquela que faz com que as pessoas “vistam a camiseta”, sintam-se acolhidas e engajadas. Tudo isso condensado em um sinal gráfico. (HEILBRUNN, 2002)

Pode-se dizer que a criação de marcas assemelha-se a um processo de lapidação. Não é um processo fácil e linear - envolve algumas “idas e vindas” na adequação entre conceitos e representações gráficas. Designers testam inúmeras formas, tipos, cores e estilos em busca do melhor ângulo de representação dos conceitos. Por isso leva-se um certo tempo até que o trabalho esteja maduro e à altura das expectativas dos envolvidos nesse processo.

O primeiro passo dessa empreitada consiste em estudar tudo que se refere às atividades desempenhadas pela empresa/instituição/iniciativa, bem como valores e posicionamentos a serem transmitidos, público-alvo, aplicações da marca ou pontos de contato (WHEELER, 2019), locais onde a marca será exibida. Foi o que fizemos ao nos reunirmos com o gestor do projeto Redelab, Maurício Polidori, com um roteiro de perguntas e dúvidas que nos permitiram dimensionar a iniciativa, entender as ações e as perspectivas para o futuro. Também conversamos sobre possibilidades conceituais e alinhamos posicionamentos. Em reuniões do grupo Redelab, ficamos conhecendo os outros laboratórios participantes, bem como as pessoas à frente deles.

Assim, a criação da marca Redelab partiu da necessidade de utilização em todas as ações institucionais, de comunicação, e em conjunto com as outras marcas constituintes do projeto. Ou seja, a marca deveria harmonizar com as marcas dos outros laboratórios, das unidades às quais eles pertencem (quando aplicadas) e com a marca da universidade. Teria por função figurar no site da Redelab, identificar equipamentos adquiridos através da iniciativa, demais impressos e pontos de contato de modo a aliar custo e benefício com reprodução em uma cor de impressão apenas.

De posse dessas informações, partimos para a pesquisa de similares e para a formulação de linhas conceituais e formas de representação. Decidimos dar ênfase aos conceitos de união, as relações de parceria e complementaridade entre os laboratórios participantes, reforçando o caráter de somatório de forças e expertises que o grupo oportunizou. As alternativas geradas nessa etapa prática foram apresentadas ao grupo de professores do colegiado dos cursos de Design, que fez a escolha das melhores propostas. Duas propostas foram apresentadas ao gestor do projeto que deu a palavra final na aprovação de uma.

A marca escolhida (fig. 1) teve como principais norteadores os princípios da Gestalt, a teoria da percepção das formas proposta pela escola de mesmo nome (GOMES FILHO, 2000), através da pregnância da forma e da lei do fechamento constituída por representação tipográfica, complementaridade estrutural e estética visual de figura/fundo. Esses recursos visuais ficam evidentes através da aplicação em negativo da letra “A” da palavra Redelab e corte das letras “L” e “B”. Com isso, o olho humano faz o fechamento da letra “A” que aparece somente porque há a presença das letras que a acompanham, “L” e “B”. Abaixo há o texto de apoio “rede de laboratórios da UFPEL” que tem por objetivo contextualizar a iniciativa.

REDELAB
REDE DE LABORATÓRIOS DA UFPEL

Figura 1 - Marca Redelab versão de uso prioritário..

A utilização desses recursos pretendeu traduzir os conceitos de complementaridade e união que representam a iniciativa. Um laboratório complementa o outro e é no conjunto que todos operam tendo em vista o bem estar da comunidade a qual fazem parte.

Após a apresentação da marca para os demais membros do grupo, providenciamos as outras versões da marca, em negativo, versão simples com supressão do texto de apoio e marca d'água (fig. 2).



Figura 2 - Versões da marca de uso secundário, quando não há possibilidade de aplicação da versão prioritária. Versão em negativo, versão simples com supressão do texto de apoio e versão marca d'água.

Quanto à tipografia da marca, escolhemos para a palavra Redelab a fonte institucional UFPEL, "Gotham Bold", acompanhada da fonte "Open Sans Regular" para o texto de apoio "Rede de Laboratórios da UFPEL", com isso pretendemos manter uma relação de proximidade com a identidade visual institucional da universidade (fig. 3).

Gotham Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890
 .,:'"(!?) + - * / =

Open Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890
 .,:'"(!?) + - * / =

Figura 3 - As tipografias Gotham Bold e Open Sans Regular são as fontes principal e secundária, respectivamente.

Determinamos que a marca seria aplicada prioritariamente em preto e branco (fig. 4), podendo variar conforme a cor a ser utilizada no processo de impressão, ou ainda, podendo acompanhar a cor da marca do laboratório. Com isso concebemos uma marca flexível no quesito cor e com baixo custo de reprodução.



Figura 4 - A marca é monocromática e pode-se aplicar uma das cores predominantes dos laboratórios, em outros casos ela deve ser aplicada com cores neutras: preto, branco e cinza.

O passo seguinte foi elaborar o manual de identidade visual (ou programa/sistema de identidade visual, como alguns autores preferem denominar) que consiste em um guia de aplicação da marca. Ele contém as regras que regem a aplicação nas mais variadas situações e suportes de maneira que a marca fique visível, reconhecível e mantendo suas características elementares. Também previmos as variações da marca que foram pensadas para dar conta das muitas situações nas quais não é possível aplicar a versão prioritária. Elementos tais como cores, tipografias institucionais, elementos gráficos acessórios, aplicações como impressos institucionais, meios de divulgação digital bem como vestuário (camisetas) e objetos (canecas) de uso do grupo fazem parte da sistematização da identidade visual da iniciativa e são previstos neste guia (PEÓN, 2009).

Primeiramente estabelecemos as regras de aplicação da marca expressas através da delimitação da área de proteção, reduções máximas, distância de aplicação com outras marcas, aplicação em fundos coloridos e texturizados e usos incorretos da marca (fig. 5 a 9).



Figura 5 - A área de proteção máxima deve ser 2x a letra "U".



Figura 6 - A redução máxima deve ser de 12mm de altura para a marca prioritária e 6mm para a marca reduzida.

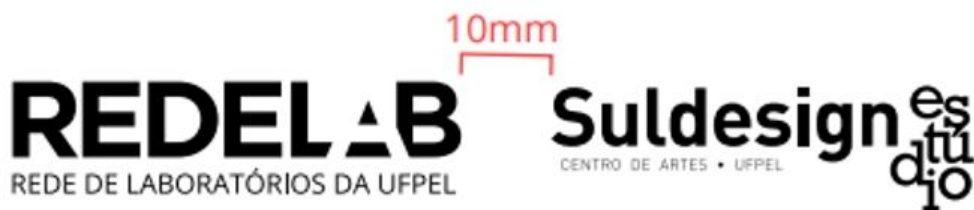


Figura 7 - A aplicação com outras marcas deverá ser disposta no sentido horizontal respeitando um espaço mínimo de 10mm de largura.



Figura 8 - A aplicação sob fundo com textura é permitida em fundos que permitam uma boa legibilidade. Nos fundos que atrapalham a legibilidade deve ser utilizada uma caixa branca respeitando a área de proteção da marca.



Figura 9 - Exemplos de usos incorretos da marca tais como aplicação a traço, distorções, aplicação em fundos ilegíveis, etc.

A seguir, elaboramos as aplicações nos pontos de contato ou materiais que farão a interface com o público. Os pontos de contato foram definidos conforme necessidades levantadas nas reuniões, ou seja, peças de imediata utilização.

Desenvolvemos, a saber, propostas de aplicações em adesivo para máscaras produzidas pelos laboratórios (fig. 10), papelaria institucional (fig. 11), selo estilo marca d'água (fig. 12), tarja para fotografias (fig. 13), imagem institucional do site (fig. 14), placa para porta (fig. 15), adesivos para equipamentos adquiridos através da iniciativa (fig. 16) além de camiseta e caneca (fig. 17).



Figura 10 - Projeto de adesivo para aplicação nas máscaras faciais produzidas pelos laboratórios.

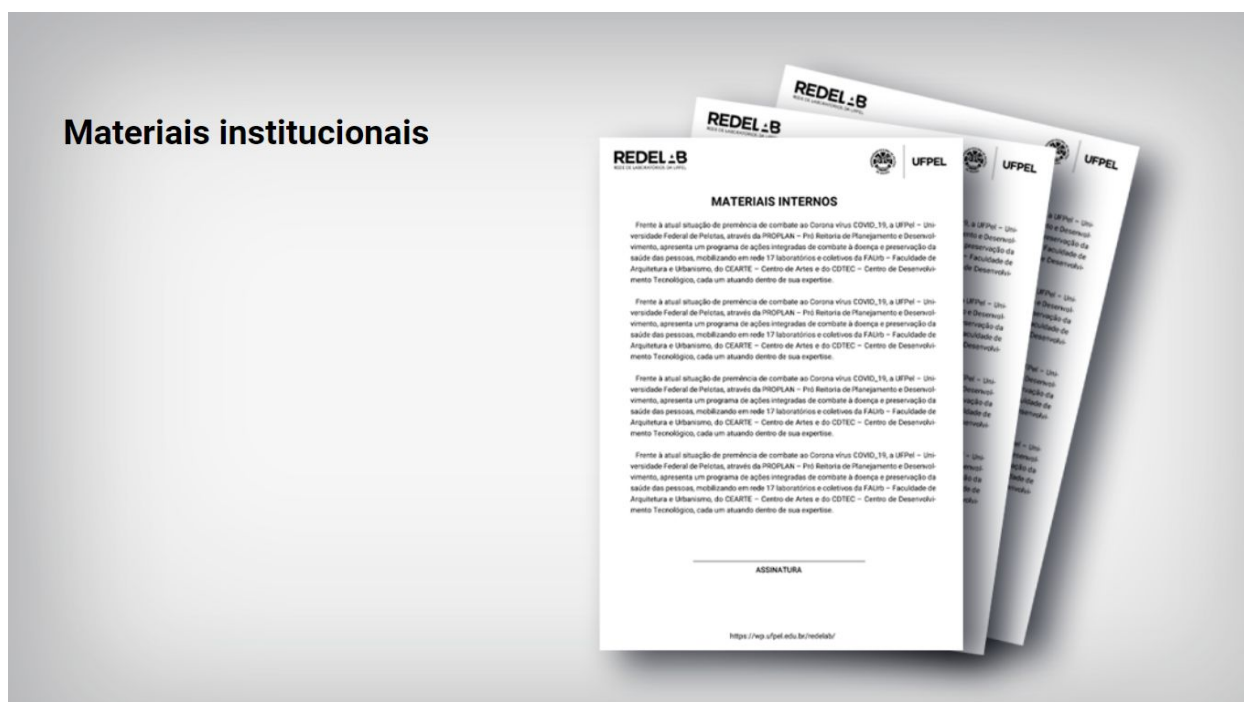


Figura 11 - Modelo de papel timbrado para padronizar as publicações da Redelab.

Selo para fotos institucional

REDELAB

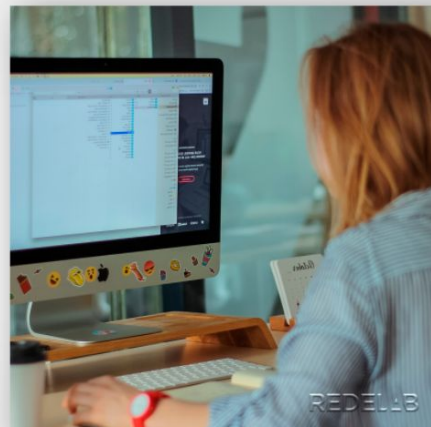


Figura 12 - Selo estilo marca d'água para fotografias a serem publicadas nas redes sociais do grupo.

Aplicação para comunicação



Figura 13 - Tarja para fotografias cuja função é identificar não apenas a Redelab mas o laboratório participante e a UFPEL.



Figura 14 - Aplicação na Imagem institucional do site Redelab.



Figura 15 - Placa para porta para os laboratórios que desejarem assinalar sua participação na iniciativa.



Figura 16 - Adesivo de identificação do equipamento adquirido através do projeto.



Figura 17 - Proposta de camiseta e caneca para os participantes que desejarem assinalar seu pertencimento ao grupo e reforçar a presença da marca.

Com essas aplicações em pontos de contato, encerramos o trabalho de desenvolvimento de identidade visual realizado para a Redelab. No site Redelab é possível ter acesso ao manual de identidade visual como postagem e também como arquivo PDF. Basta acessar o site oficial da iniciativa através do link <https://wp.ufpel.edu.br/redelab/>

CONCLUSÕES

Como mencionado no início do tópico anterior, as marcas têm por função fazer a identificação e diferenciação de uma empresa, instituição ou grupo como a Redelab, bem como congregar os membros participantes em torno dos valores representados nos sinais gráficos da marca e elementos de identidade visual.

Tendo isso em mente, foi com satisfação que a equipe do Suldesign Estúdio entregou o trabalho de concepção da marca e da identidade visual da iniciativa. A julgar pela ótima recepção na reunião de apresentação aos laboratórios participantes da Redelab, acreditamos que a proposta desenvolvida cumpriu com suas funções de representar a união, o somatório de forças, de expertises e a empatia que move o dedicado grupo de pessoas que se propôs a agir para mitigar a mais grave crise sanitária da nossa era, a pandemia de Covid-19. Cada laboratório participante complementa o outro e assim atingimos mais rápido o objetivo em comum. Esse é o espírito Redelab, agora expresso em um sinal gráfico. Esperamos que todos os membros tenham alegria e satisfação em “vestir essa camiseta”. Quando tivermos vencido a pandemia de Covid-19, restarão os laços criados através da Redelab e a perspectiva de muitas realizações em conjunto.

Quanto à sequência das ações que envolvem o Suldesign Estúdio, pretende-se dar continuidade à produção de equipamentos de proteção pessoal (EPIs) dentre outros produtos que possibilitem mitigar a pandemia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HEILBRUNN, Benoît. **A logomarca**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2002

GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2000

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca - guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2019

PEON, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009

EQUIPE

Vitória Hoff Ambos - Estudante de Design Digital e bolsista do projeto Redelab.

Josiane Duarte dos Santos - Designer gráfico, técnica Suldesign Estúdio.

Nadia Miranda Leschko - Professora dos cursos de Design e de Cinema, coordenadora Suldesign Estúdio.

CONTATO

Site: <https://wp.ufpel.edu.br/suldesign/>

E-mail: suldesign.estudio@gmail.com