

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** Bolsistas de Extensão da Unijuí

**IDENTIDADE VISUAL DO PROJETO DISEFEM - DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE SOFTWARE EDUCACIONAL PARA O ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO<sup>1</sup>**  
**VISUAL IDENTITY PROJECT - DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF EDUCACIONAL SOFTWARE FOR ELEMENTARY AND HIGH SCHOOL**

**Jonas Herbert Fortes Thiele<sup>2</sup>, Bárbara Bündel Mendonça<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Projeto de extensão realizado no curso Design da Unijuí

<sup>2</sup> Acadêmico do curso de Graduação Design da UNIJUI, bolsista PIBEX, Jhfortes@gmail.com

<sup>3</sup> Professora extensionista, docente do curso de Design UNIJUI barbara.gundel@hotmail.com

### **INTRODUÇÃO**

A proposta para este trabalho objetivava desenvolver uma nova identidade visual para o Projeto DISEFEM - Desenvolvimento e Implementação de Software Educacional para o Ensino Fundamental e Médio -, levando em consideração a necessidade de uma linguagem visual que dialogasse de maneira adequada com seu público-alvo e fosse adequada às novas exigências de aplicação digital, e também solucionasse problemas encontrados na marca antiga.

A marca antiga foi construída a partir de uma proposta centrada na matemática, pois este era o briefing do projeto anterior.

Figura 1 - Marca Antiga do projeto DISEAM



Fonte: <http://www.projetos.unijui.edu.br/disefem> (2018)

Analisando a marca antiga foi constatado que o maior problema era a impossibilidade de aplicação da marca em versão monocromática principalmente em ambiente digital. A necessidade de atualização por conta dos novos objetivos e nome que o projeto adquiriu foram outros pontos a se considerar para o desenvolvimento da nova identidade.

Assim, com base nessas informações, iniciou-se o desenvolvimento de uma nova proposta de Identidade Visual, com o objetivo de aumentar a interação entre o projeto em si, os professores participantes e o público alvo do mesmo.

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** Bolsistas de Extensão da Unijuí

## **METODOLOGIA**

Este trabalho baseou-se no método *Design Thinking*, colaborando para uma resolução de problemas satisfatória, levando em consideração a preocupação com a interação gerada. Segundo BROWN (2010, p. 4):

*O design thinking* se beneficia da capacidade que todos nós temos, mas que são negligenciadas por práticas mais convencionais de resolução de problemas. Não se trata de uma proposta apenas centrada no ser humano; ela é profundamente humana pela própria natureza. O *design thinking* se baseia em nossa capacidade de ser intuitivos, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além de funcional, nos expressar em mídias além de palavras ou símbolos.

Sobre a importância da identidade visual, Strunck (1989) salienta que:

As identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham (STRUNCK, 1989, p. 44)

Para o desenvolvimento da nova Identidade Visual, foi utilizado como referência o Método de *Design Thinking* proposto por Gavin Ambrose e Paul Harris, dividido em Sete etapas (Definir, Pesquisar, Gerar Ideias, Testas Protótipos, Selecionar, Implementar, Aprender) em cada etapa o autor dispõe de diversas ferramentas para a execução das tarefas. O *design thinking* tem como característica a sua flexibilidade e adaptação dependendo do projeto, neste sendo utilizadas as seis primeiras etapas.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Para atingir os objetivos almejados, foram seguidas as etapas descritas no processo de Design Thinking, desde a delimitação do problema até o resultado final do projeto de nova Identidade Visual para DISEFEM.

Na primeira etapa, delimitar/definir o problema, foi utilizada a ferramenta já apresentada no item anterior, o briefing. O objetivo era criar uma nova marca para um público composto por pessoas

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** Bolsistas de Extensão da Unijuí

em idade escolar e professores, para outra fase do projeto, agora com o nome/sigla DISEFEM. Esta fase tem como objetivo se desfazer da imagem de um projeto unidisciplinar e consolidar como algo multidisciplinar que oferece soluções digitais pedagógicas. As palavras-chave de apoio são educação, tecnologia, inclusão e escola.

Na segunda etapa, após vasta pesquisa de assuntos do projeto (desde conceitos abstratos a análise de material já produzido), foram utilizadas técnicas como mapa mental e painel de referências, para unir dados de uma possível solução conceitual e visual.

Na terceira etapa, foram utilizados raffles seguindo uma diretriz visual de minimalismo e significados convergentes no seu conjunto final, referente a coleta de dados da etapa anterior. Durante os raffles foi retornado várias vezes a etapa de pesquisa para aprimorações.

Na quarta e quinta etapas foi feita a prototipagem de três ideias, e apresentada aos membros do projeto onde foi feita a escolha da melhor ideia e considerações.

Na sexta etapa, da implementação, o símbolo foi refinado em cima de um grid modular, e refinamento geral, chegando assim ao resultado final da marca.

Figura 2 - Marca e suas versões

Fonte: Os autores (2018)

A marca representa uma nova fase, a atuação de um grupo e seus colaboradores em prol da educação mais eficaz, utilizando de pilares tecnológicos, e áreas diversificadas que se unem para soluções digitais ergonômicas e didáticas.

O símbolo é uma síntese convergente de dois signos, os números binários (tecnologia e software), e livros numa estante (conhecimento e estudo), representando as ações do projeto, seus objetivos

01 a 04 de outubro de 2018

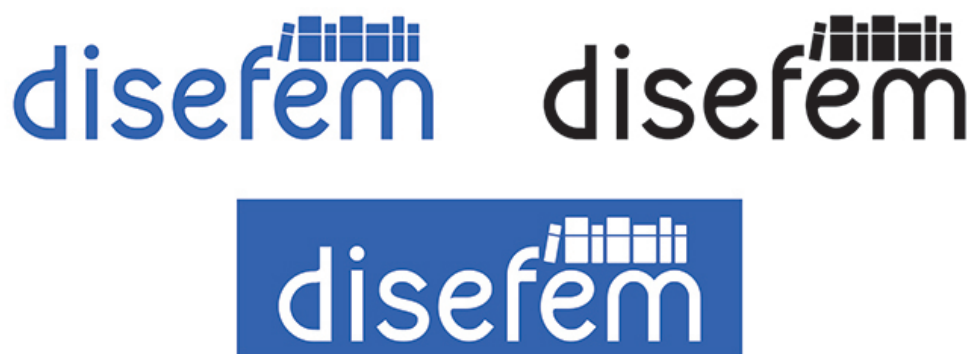
**Evento:** Bolsistas de Extensão da Unijuí

em oferecer softwares educacionais para as escolas. As diferenças nas alturas dos símbolos e a inclinação do primeiro segmento do mesmo, representa a multidisciplinaridade e ajuda a ter uma representação visual mais clara da imagem de livros numa estante, as duas larguras fixas representam o 1 e o 0 (numeros binários).

A tipografia escolhida foi a "Kirvy" em caixa baixa representado a inclusão e reforçando o caráter colaborativo e multidisciplinar do projeto. A utilização da fonte se serifa mant a neutralidade e legibilidade, porém com elementos fluidos/cursivos dando um apelo sutil no moderno destinado ao público jovem.

As cores utilizadas foram tons de azul, por fazerem referência a intuição UNIJUI, onde o Projeto atua. O azul representa o crescimento e amplitude do projeto, e a intelectualidade do mesmo. A decisão de utilizar vários tons do mesmo azul em ordem de claro para mais escuro no símbolo, é para direcionar o olhar da esquerda pra direita dando a noção de crescimento.

Figura 3 - Marca e suas versões



Fonte: Os autores (2018)

Desde o início, o foco foi a simplicidade e aplicação em diversos materiais, assim sendo desenvolvidas as versões monocromáticas da marca, incluindo a cor principal, positivo e negativo.

Embora tenham surgido algumas dificuldades, como desenvolver um símbolo que alinhasse os dois conceitos, o projeto ficou dentro dos padrões requisitados durante briefing inicial, e atendeu aos objetivos propostos, porém a identidade visual completa está em fase de construção.

## CONCLUSÕES

O resultado final do projeto atende aos objetivos propostos de desenvolver uma nova proposta de Identidade Visual para o Projeto DISEFEM, com o objetivo de aumentar a interação entre o

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** Bolsistas de Extensão da Unijuí

projeto em si, os professores participantes e o público alvo do mesmo, também, solucionando os problemas encontrados no estudo da marca antiga. A marca foi desenvolvida dentro dos padrões colocados durante briefing se utilizando do método Design Thinking e ilustra de forma objetiva a criação de uma nova Identidade Visual. Possibilita a demonstração e o aprendizado de aptidões como a pesquisa e a criação.

**Palavras-Chave:** Design, Identidade Visual, Marca

### **Referências Bibliográficas**

STRUNCK, Gilberto Luiz. Identidade Visual: a direção do olhar. Rio de Janeiro: Europa Emp. Graf. Ed., 1989.

BROWN, Tim. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. ISBN 978-58-352-3862-4.