



**Universidade:
presente!**

UFRGS
PROPEAQ



XXXI SIC

21. 25. OUTUBRO • CAMPUS DO VALE

Evento	Salão UFRGS 2019: SIC - XXXI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2019
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DE UM CURSO
Autor	MICHELLE IASHMINE MAUHS
Orientador	PAULETE FRIDMAN SCHWETZ

DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DE UM CURSO

Autora: Michelle Iashmine Mauhs

Orientadora: Dra. Paulete Fridman Schwetz

Instituição de origem: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO: O mercado de identidades visuais geralmente se apoia em teorias que direcionam para o desenvolvimento com base na organização, sobre as quais se deve analisar inicialmente visão, missão, estratégia, metas e valores, entre outros, para o cliente. Este conjunto de ações que trabalha com a gestão da marca - explorando slogans, símbolos, logotipos ou ideias de uma empresa - é denominado *Branding*. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de construir conhecimento sobre *Branding*. O objetivo deste trabalho é o desenvolvimento da identidade visual para o curso de *Design Thinking* e Empreendedorismo, como um estudo de caso para aplicar o conhecimento construído. Sob tais aspectos, foram utilizados recursos que se adequassem ao projeto, pois o design profissional de marcas gráficas normalmente não está sujeito a normas universais nem receitas prontas. A partir desta proposta, foi iniciado um estudo do artigo do autor Tim Brown sobre *Design Thinking* e uma pesquisa sobre similares de elementos visuais e simbólicos, de modo a verificar a representatividade envolvendo os termos alvo do curso. As informações coletadas foram utilizadas como pontos de inspiração para a construção da marca. Segundo pesquisa realizada, o âmbito do empreendedorismo está vinculado à capacidade do indivíduo de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços, negócios, representando um dinamismo contínuo na busca por novas metas, desenvolvimento e inovação. Sugere, também, a necessidade de “pensar fora da caixa” - que representa em si o pensamento livre para solucionar problemas de forma criativa e inovadora - na sua forma mais literal. Para todos os termos e conceitos considerados, foram designados símbolos vinculados por equivalência de significado. A teoria da *Gestalt* e as características de *Flat Design* foram trabalhadas sobre estes símbolos para a geração de alternativas. Ao final, foram desenvolvidos dois logos com formas distintas, um mais geométrico e outro mais orgânico, mas ambos com representatividade de uma lâmpada - signo relacionado à maioria dos conceitos analisados inicialmente. As cores aplicadas foram escolhidas com base na Psicologia das Cores. Foram selecionados gradientes de laranja, representando *Design Thinking*, pela criatividade, energia e entusiasmo; azul, como forma de evidenciar estabilidade, tecnologia e liberdade; e vermelho, caracterizando o empreendedorismo pelo impacto, liderança e revolução. A implicação presente em ambos os logos apresenta alguma forma de ruptura. A primeira proposta - logo geométrico - apresenta a quebra da borda de uma caixa hexagonal azul (que retrata o tradicional e conservador) por uma seta laranja e vermelha, que a circunda em ascensão, tornando-se maior no progresso. Na segunda proposta - logo orgânico -, a representatividade se dá em um corpo único em forma de fita, na qual um dos lados é azul (indicando tecnologia e os conhecimentos já dominados), enquanto o outro lado consiste em um gradiente de laranja claro a vermelho, rompendo uma borda azul também de modo ascendente, significando metas e inovação. Por se tratar de um curso de Especialização, a escolha do logo e da tipografia se deu com base no público, representado por alunos advindos de diversas áreas de formação com experiências diversificadas.

Palavras-Chave: Design thinking, Identidade Visual, Empreendedorismo