




Visualizando a Transformação:
Redesign da Identidade
Visual da ESEBA

Caterina Luisa Rangel Feltrin
Graduação em Design | FAUeD | UFU
2023





Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Arquitetura e Urbanismo e Design da
Universidade Federal de Uberlândia
como requisito para obtenção do
título de Designer.

Orientador: **Prof. Dr. João Carlos R.
Plácido da Silva**

Uberlândia, 2023

AGRADECIMENTOS

Às vezes, não temos tempo nem para ser gratos. Então, tirei alguns minutos para agradecer as pessoas que me ajudaram a chegar até aqui e a continuar caminhando, mesmo quando tudo parece impossível.

Agradeço imensamente a minha família que sempre me apoiou, me dando a oportunidade de seguir meu sonho dentro da academia.

Agradeço aos meus amigos que me deram forças nos momentos ruins e me deram alegria nos momentos bons.

Agradeço aos meus professores da FAUeD, por diversas vezes foram amigos que levarei para vida.

Agradeço ao Departamento de Publicidade e Design Gráfico da Diretoria de Comunicação (UFU), por toda a motivação, ensinamento e parceria nos trabalhos e na vida.

E, por fim, agradeço ao Thiago por todo carinho, amor e motivação durante esse processo.

Sem vocês, eu já teria desistido. Obrigada por toda positividade e impulso que me deram durante a minha jornada. A vida não é sobre o caminho, é sobre quem encontramos enquanto caminhamos.



RESUMO

A identidade visual de uma entidade é a primeira impressão que o público tem, dessa forma o design gráfico é uma ferramenta fundamental para que uma instituição cresça e se estabeleça dentro de um mercado concorrido e em constante mudança. Este trabalho de conclusão de curso busca desenvolver um sistema de identidade visual para a Escola de Educação Básica da Universidade Federal de Uberlândia, tornando-a forte, coerente e consistente para sua realidade. Através de metodologia de Design, busca-se uma unificação de suas linguagens gráficas e, conseqüentemente, um senso de pertencimento para com a comunidade escolar, de forma que seja traduzido visualmente os valores e missões da entidade.

Palavras-chave: *Design, Design Gráfico, Identidade Visual, Sistema de Identidade visual, Marca*



ABSTRACT

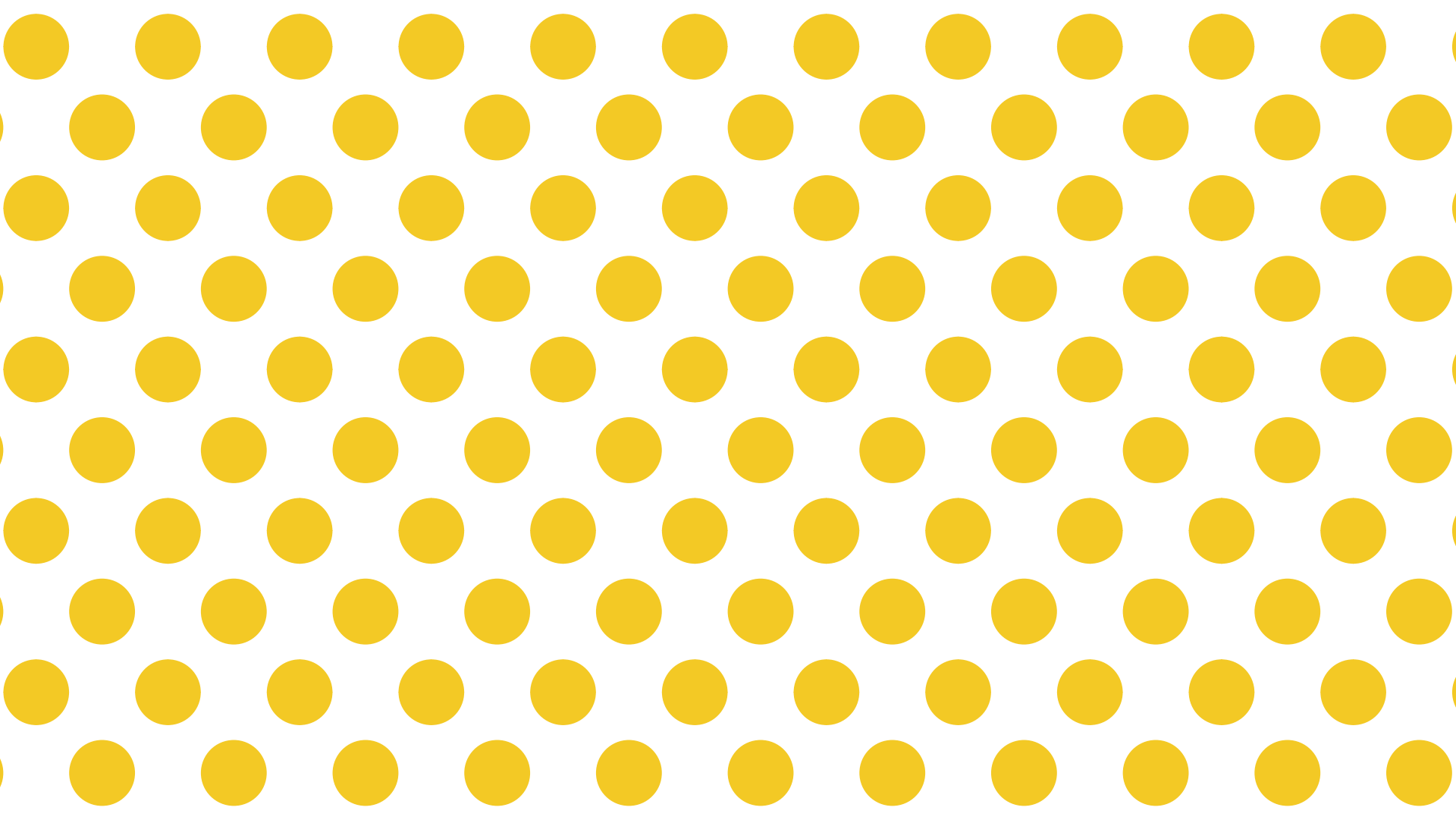
The visual identity of an organization is the first impression that the public has, so graphic design is a fundamental tool for an institution to grow and establish itself in a competitive and ever-changing market. This paper aims to develop a visual identity system for the School of Basic Education at the Federal University of Uberlândia, making it strong, coherent and consistent with its reality. Using design methodology, the aim is to unify its graphic languages and, consequently, create a sense of belonging for the school community, so that the values and missions of the organization are visually translated.

Keywords: *Design, Graphic Design, Visual Identity, Visual Identity System, Brand*



SUMÁRIO

1.	Introdução	7	4.3	Etapa Informacional	
2.	Objetivos	8		Análítica	24
2.1	Objetivos Gerais	8	4.3.1	<i>Análise de Similares</i>	25
2.2	Objetivos Específicos	8	4.4	Etapa Criativa	30
3.	Fundamentação Teórica	10	4.4.1	<i>Decisões projetuais</i>	30
3.1	Identidade visual (SIV)	10	4.4.2	<i>Tipografia principal</i>	31
3.2	Marca	11	4.4.3	<i>Tipografia secundária</i>	37
3.3	Identidade Corporativa	12	5.	Resultados	40
3.4	Design Total	13	5.1	Versões	40
3.5	Metodologia	14	5.2	Cores	41
4.	Desenvolvimento	16	5.3	Aplicações	42
4.1	Etapa Preliminar	16	6.	Notas Conclusivas	46
4.2	A Escola de Educação			Referências	48
	Básica da Universidade				
	Federal de Uberlândia	18			
4.2.1	<i>Análise de Referências -</i>				
	<i>Briefing</i>	21			



1. INTRODUÇÃO

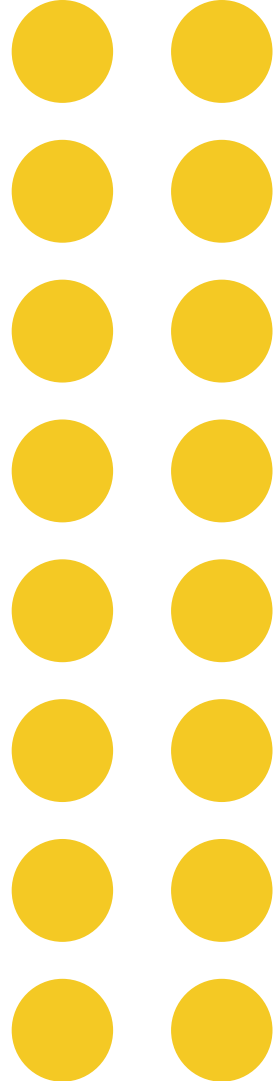
Atualmente, a identidade visual de uma instituição de ensino desempenha um papel essencial, principalmente considerando o cenário dinâmico da educação. Escolas representam missões, valores e cultura, não apenas um espaço físico de aprendizagem e isto deve ser passado por um sistema de identidade visual (SIV) - através de símbolos, tipografias e cores.

Para além, a identidade de uma escola deve causar na comunidade escolar a identificação e pertencimento. Dessa forma, é crucial o papel do design para com a entidade, mostrando seus atributos por meio de uma marca valiosa e única no mercado em que está inserida.

O presente trabalho surge da necessidade de redesenhar a identidade visual da Escola de Educação Básica (ESEBA) da Universidade Federal

de Uberlândia (UFU - MG) mostrando visualmente todo o reconhecimento que a escola já possui na comunidade uberlandense. Busca-se a atualização de toda a identidade visual da escola, desde fachadas e logotipos para documentos oficiais até a identificação por meio de uniformes, unificando ainda mais a comunidade escolar e seus membros.

Através de um referencial teórico breve e os conhecimentos adquiridos até o presente momento no curso de Design, desenvolver um logotipo e elementos visuais que representem a comunidade escolar em questão, estabelecendo uma marca que promova o fácil reconhecimento, a coesão e a conexão da comunidade escolar. Assim, não somente a Escola de Educação Básica se torna fortalecida para com a sociedade como também a Universidade Federal de Uberlândia, valorizando a educação desde seu início.



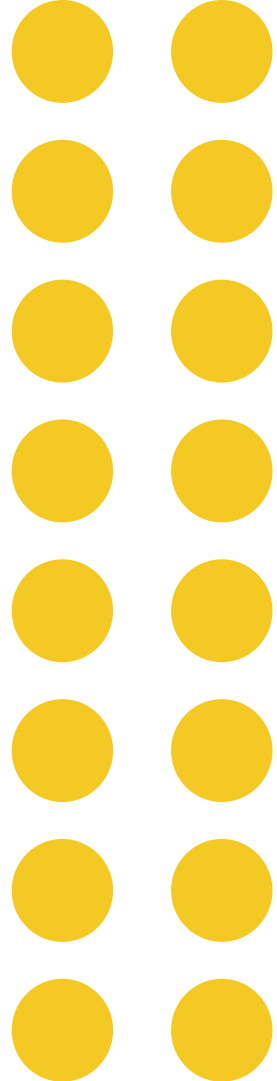
2. OBJETIVOS

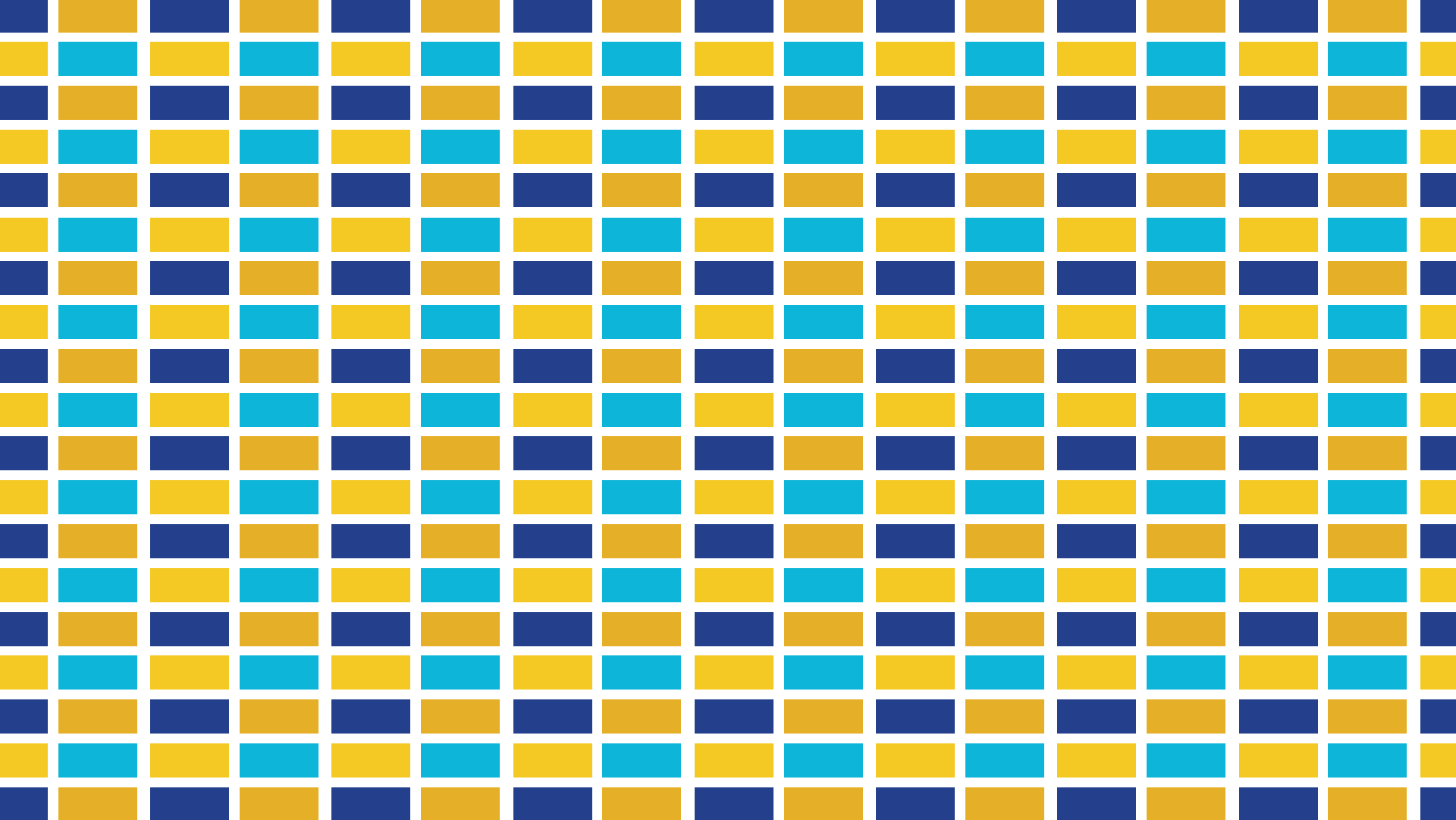
2.1 Objetivos Gerais

O objetivo deste trabalho é gerar uma identidade visual para a Escola de Educação Básica da UFU (ESEBA), visando comunicar seus valores e a sua presença como instituição de forma que seja atrativa e eficiente.

2.2 Objetivos Específicos

- Pesquisar referencial teórico para desenvolvimento do projeto;
- Analisar o briefing da nova marca e entender o problema e as necessidades;
- Buscar referências similares e analisar referências imagéticas do briefing;
- Desenvolver um redesign efetivo para a Escola de Educação Básica da Universidade Federal de Uberlândia;
- Gerar produtos e sistemas de sinalização, integrando o espaço físico com a identidade visual.





3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

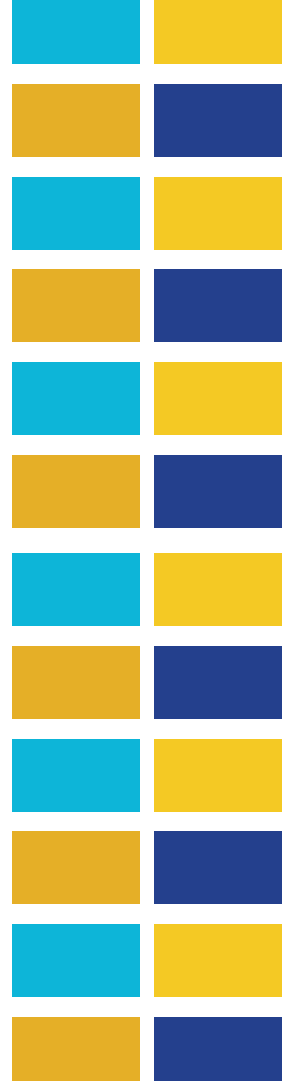
3.1 Identidade Visual (SIV)

A Identidade Visual, perante a sociedade atual, é uma peça central e fundamental em uma instituição, pois esta permite a conexão entre os envolvidos dentro de uma instituição - colaboradores e/ou seu público-alvo. Para além, um sistema de identidade visual transcende as barreiras de um discurso verbal, tornando-o imagético através de seus elementos gráficos.

“[...] Atualmente, tais símbolos são utilizados para identificar uma instituição, um produto, uma ideia ou um conceito, o que caracteriza a identidade visual, ou o conjunto de elementos formais, que representa visualmente e de forma sistematizada o nome, produto, a empresa, instituição ou o serviço. Portanto, o conjunto desses elementos tem como base o símbolo visual” (Alves, Silva e Paschoarelli, 2015 p.18)

Para uma instituição¹, “uma identidade visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e o reconhecimento da marca” (WHEELER, 2008 p. 17), atribuindo valor e personalidade para a instituição. Garantindo, por meio desta que “indivíduos, comunidades e organizações expressem a individualidade por meio de sua identidade” (WHEELER, 2008 p. 10).

¹ Trata-se, nesse momento, de instituição, organização ou corporação que possui uma identidade visual definida.



Dessa maneira, compreende-se que a identidade visual, além do sistema de elementos gráficos que permitem reconhecimento, “tem como função transmitir os ideais e valores de uma instituição, e ter reconhecimento com o público” (Plácido et. al. 2019).

3.2 Marca

“A marca é a promessa, a grande idéia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. As pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas, são fiéis a elas, compram e acreditam na sua superioridade. A marca é como a escrita manual. Ela representa alguma coisa.” (WHEELER, 2008 p. 12)

Como dito por Wheeler, uma marca é como a identidade de uma empresa ou produto, como uma impressão digital que faz a diferenciação entre as demais estabelecidas no mercado. A marca, para além do objetivo de diferenciação, serve também para que o seu público alvo crie uma relação de confiança com a entidade.

No mercado, uma marca é essencial para que a entidade tenha sucesso em comparação com as outras, se destacando e valorizando, por isso “as marcas, portanto, são identificadas por uma gama de significações que agregam diversos valores junto ao público. Percebe-se que uma marca é realmente boa quando cria uma ponte entre público-alvo e empresa [...]” (TEIXEIRA et. al., 2014, p. 20).

A marca, com o auxílio de uma identidade visual forte, cria conexão emocional com os consumidores, que podem se identificar com os valores e a personalidade da marca.

3.3 Identidade Corporativa

A identidade corporativa, para além de símbolos visuais (logotipos, cores, tipografia) e produtos físicos, refere-se também à imagem pública de uma entidade, relacionando-se com o imaginário coletivo dos públicos da empresa (RAPOSO, 2005).

“A identidade corporativa pode evidenciar-se ao público de diversas formas (devendo estar relacionadas com o tipo e estrutura da empresa), nomeadamente através do tipo de Sistema de Identidade Visual Corporativa (corporate branding) criado, um processo também designado como Arquitectura da Marca (branding).” (RAPOSO, 2005, p. 90)

O Sistema de Identidade Visual garante, assim, uma relação essencial com a imagem corporativa, sendo a imagem da organização, de forma que mostre seus valores, história, cultura e vivências. Nesse contexto,

“[...] poder-se-á referir que se trata de um fenômeno social, que procura criar uma relação simbólica e emocional com o público, que atua como fundamento na construção do indivíduo e das organizações como valor de diferenciação e tradição.” (CALABAÇA, 2014, p. 18)

Teixeira et. al. (2014) discorre sobre isso dizendo que a eficácia de uma marca vai além da sua aparência; ela reside na habilidade de transmitir com precisão sua identidade e propósito, o que é essencial para construir uma relação significativa com o público e ganhar destaque em um ambiente empresarial competitivo.

Dessa forma, o papel do designer nesse momento é “otimizar estrategicamente em função do seu público e de reforçar o seu significado através do estilo de representação gráfica” (RAPOSO, 2005) fazendo com que o público se aproxime e associe os valores e imagens que a entidade deseja repassar com a sua imagem gráfica e, ainda, se estabelecer no mercado.

3.4 Design Total

O design total, também conhecido como design gráfico ambiental, integra diferentes áreas do design com o espaço arquitetural. Resultando em um design de comunicação para com o meio arquitetural, assim a evolução da comunicação visual no meio físico compreende projetos de identificação, direcionamento, informação e valorização do espaço estrutural por meio de signos usados no design gráfico (CALABAÇA, 2014).

“O design gráfico ambiental, ou EGD, é um campo multidisciplinar do design no qual as disciplinas de design gráfico, arquitetura, arte, iluminação, paisagem e outras áreas são utilizadas como forma de aprimorar a experiência do usuário por meio da tradução visual de ideias no ambiente construído. [...]”²

Dessa forma, a sinalização e a orientação aplicados ao meio físico servem como ambientação do local e, ainda, unificar visualmente um espaço, podendo assim expor informações sobre um serviço. O design total possui um impacto importante sobre a cultura visual e a identidade social, fazendo a integração cultural da informação com o ambiente construído (SCHERER, 2014).

² Tradução livre: “Environmental graphic design, or EGD, is a multidisciplinary field of design in which the disciplines of graphic design, architecture, art, lighting, landscape, and other fields are utilized as a way to enhance the user experience through the visual translation of ideas in the built environment.” Disponível em <https://rsmdesign.com/news/what-is-environmental-graphic-design-part-1-the-name-is-confusing>, acessado em 03/10/2023 às 20:25.

3.5 Metodologia

A metodologia usada para o desenvolvimento da identidade visual da Escola de Educação Básica da UFU foi desenvolvida por Silva (2012), para projetos de marca gráfica, sendo baseada na de Santos Neto (2001) - mostrada na Figura 01.

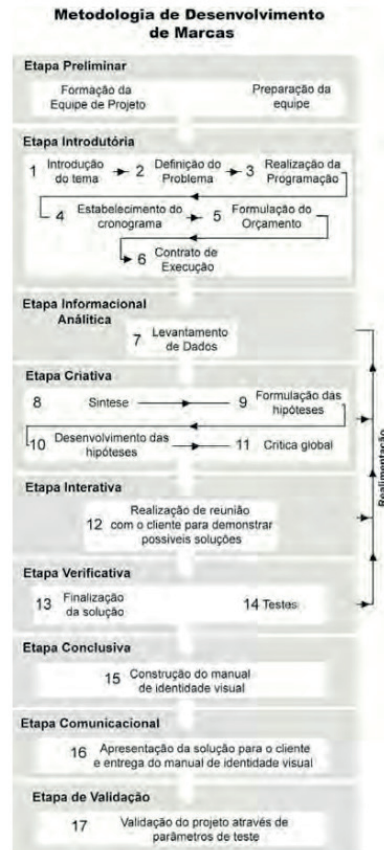
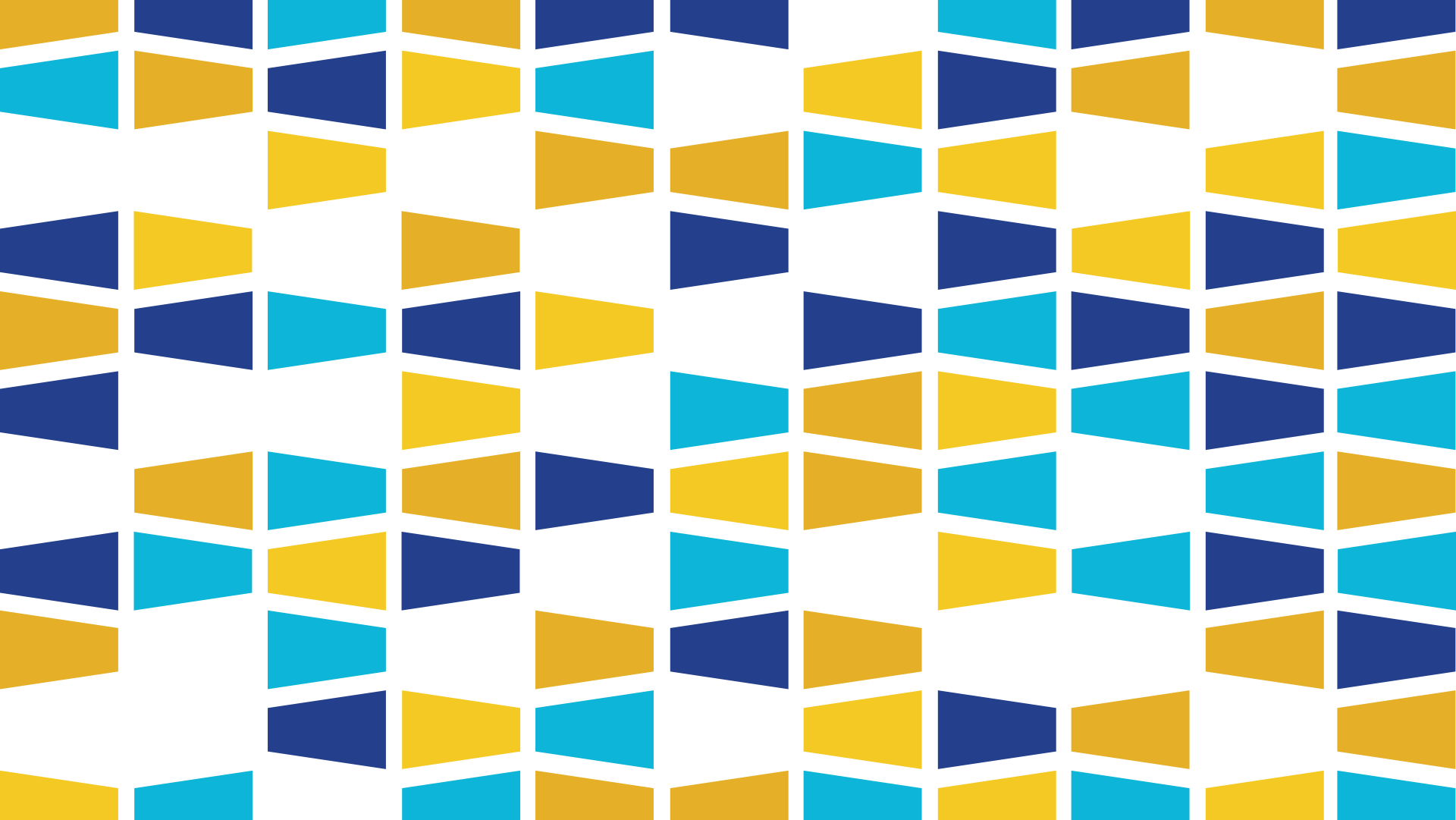


Figura 01: Metodologia para criação de Identidade Visual (Silva, 2012)



4. DESENVOLVIMENTO

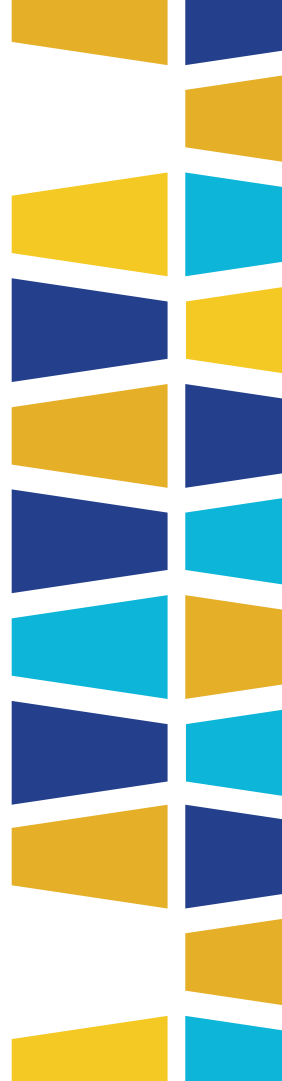
O desenvolvimento do logotipo e identidade visual da Escola de Educação Básica da Universidade Federal de Uberlândia foi requerido para a Diretoria de Comunicação Social (DIRCO) UFU, mais especificamente para o Departamento de Publicidade e Design Gráfico (DPPDG), sob a coordenação de João Ricardo Bezerra.

4.1 Etapa Preliminar

Um briefing, se tratando de design, é um documento desenvolvido para reunir informações essenciais do projeto em questão, pois este será usado e consultado em diversos momentos durante o processo de desenvolvimento da marca. Dessa forma, as informações contidas nele deverão ser diretas e bem detalhadas (SILVA, 2012).

Para o contexto atual, foi enviado um questionário para os responsáveis pela Escola de Educação Básica da UFU. Esse questionário foi desenvolvido pela DPPDG, para a criação de identidades visuais da Universidade, contendo perguntas para entender como a entidade quer ser vista, seus valores, missões e referências visuais; é respondido de forma virtual, através da plataforma Google Forms.

Assim que foi obtida a resposta, foi feita uma análise do documento e uma demonstração visual do que havia nele, através da plataforma Miro.



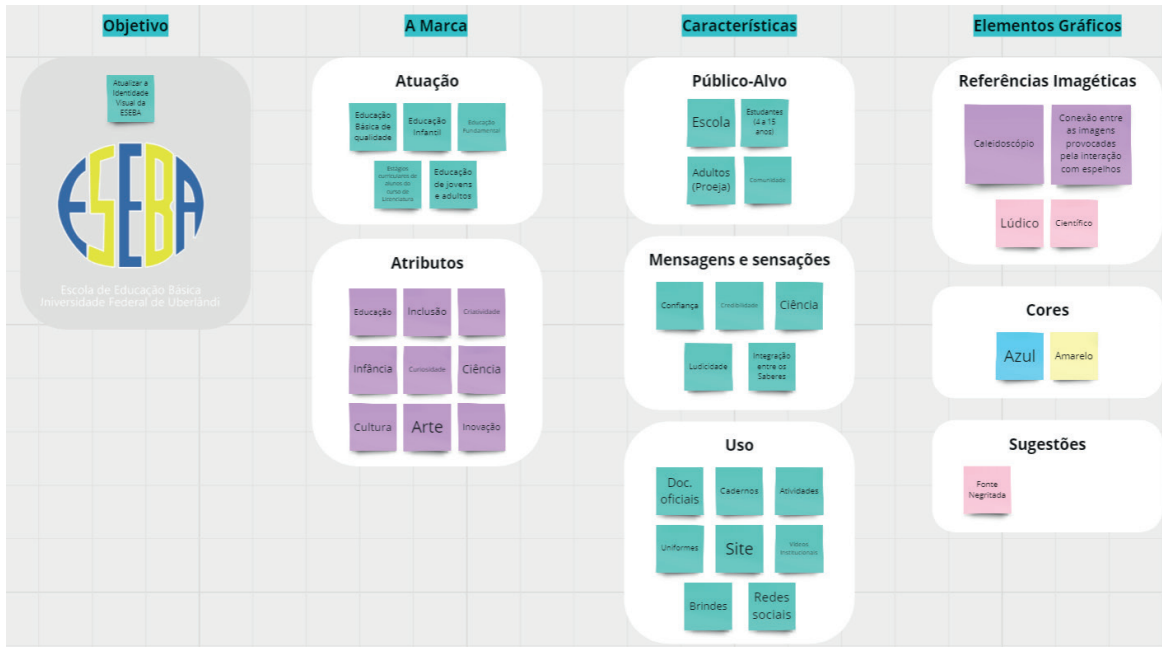


Figura 02: Esquema visual para o Briefing ESEBA (Acervo pessoal, 2023)

A partir da Figura 02, entendeu-se quem é a ESEBA, o que ela representa, seus valores e atributos, o que ela quer passar para a sociedade e quem é o seu público-alvo.

4.2 A Escola de Educação Básica da Universidade Federal de Uberlândia

A partir do briefing e da coleta de dados posteriores, através do site oficial, entendeu-se o espaço em que a Escola de Educação Básica da UFU ocupa, quem é, o que transmite e suas ambições.

Em 1977, a ESEBA foi fundada com o nome Escola Pré-Fundamental Nossa Casinha, o que ocorreu antes da Universidade Federal de Uberlândia ser federalizada (quando ainda era Universidade de Uberlândia - UnU). Nesse momento, a função da instituição era escola benefício, oferecendo aos servidores uma educação para seus filhos de idade entre 2 a 6 anos.

Hoje em dia, a ESEBA é uma Unidade Especial de Ensino da Universidade Federal de Uberlândia. Esta oferece ensino básico (Educação Infantil, Fundamental I, Fundamental II e Educação de Jovens e Adultos - do 6º ao 9º ano). Oferecendo, ainda, estágios práticos para alunos da Universidade. É importante citar que o ingresso na escola é feito a partir de sorteio.

Para o contexto atual, foi enviado um questionário para os responsáveis pela Escola de Educação Básica da UFU. Esse questionário foi desenvolvido pela DPPDG, para a criação de identidades visuais da Universidade, contendo perguntas para entender como a entidade quer ser vista, seus valores, missões e referências visuais; é respondido de forma virtual, através da plataforma Google Forms.

Assim que foi obtida a resposta, foi feita uma análise do documento e uma demonstração visual do que havia nele, através da plataforma Miro.



Figura 03: Logo atual da ESEBA

Fonte: <http://www.eseba.ufu.br> acessado em 05/10/2023



Figura 04: Logo utilizada no uniforme dos alunos.

Fonte: <https://diariodeuberlandia.com.br/noticia/33589/ufu-anuncia-edital-para-concessao-de-auxilio-estudantil-a-alunos-da-eseba>, acessado em 05/10/2023

Com a análise do briefing, foi identificado a necessidade de uma atualização e unificação do logotipo usado atualmente. Nessa contexto, buscase, então, mostrar para o público geral os atributos da escola - como criatividade, curiosidade, ciência, cultura, arte e inovação e a valorização da educação, da inclusão e da infância.

Dessa forma, a marca é pensada para transmitir confiança e credibilidade, por se tratar de uma escola na qual a criança entra com 4 anos e curso até os seus 15 anos (idealmente), ludicidade, ciência e a integração entre os saberes, fazendo parte de uma rede maior, ou seja, a Universidade Federal.

O público-alvo da ESEBA é um tanto quanto diverso, já que a marca tem que se comunicar, diretamente, com os funcionários da escola, seus estudantes (sendo crianças de 4 a 15 anos e adultos da rede PROEJA) e a comunidade. E, também, com o restante do público da Universidade, como uma comunicação indireta.

Já definido o público e as mensagens e sensações que a marca quer transmitir, é necessário a análise de onde a identidade visual será aplicada. Por se tratar de uma instituição, o logotipo e mais características visuais deverão ser usadas em documentos oficiais, cadernos e atividades, uniformes e meios de identificação, sites e redes sociais, vídeos institucionais e brindes.

O briefing também possui espaço para referências de elementos gráficos que a entidade possui. Foi requerido que permanecesse o azul e o amarelo em sua identidade visual, com fonte em negrito. Enquanto, para referências imagéticas, fosse algo lúdico e, ao mesmo tempo, científico, tendo também referência ao caleidoscópio - mostrando conexão entre as imagens provocadas pela interação com espelhos.

As referências de marcas anexadas no briefing serão tratadas no subtópico 4.2.1. Análise de Referências.



4.2.1 *Análise de Referências - Briefing*

Dentro do Briefing, foram anexadas como respostas 4 logotipos de escolas como referências imagéticas que a ESEBA possui de repertório: o Colégio Gabarito (sede Uberlândia), o Colégio Nacional (Uberlândia - MG), Escola de Aplicação João XXII (UFJF) e Núcleo de Educação da Infância (NEI/CAp-UFRN).



Figura 05: Logotipo do Colégio Gabarito.
Fonte: <https://www.sistemagabarito.com.br>, acessado em 05/10/2023.

Na Figura 05 é mostrado o logotipo do Colégio Gabarito. Este possui uma letra G estilizada com uma asa, na cor laranja, passando a ideia de velocidade, destacando a primeira letra do “GABARITO” como uma abreviação. Enquanto o escrito “GABARITO” está em caixa alta utilizando uma fonte não serifada, bastante geométrica, em azul marinho. Consta um recorte na letra “R”, provavelmente para conexão com o símbolo criado, entretanto causa um distanciamento entre as outras letras que compõem a palavra. Outro aspecto importante a ressaltar é a diferenciação entre o “G” usado no símbolo e o “G” usado na tipografia, estes contém diferenças de angulação, proporção e circunferência.

NACIONAL

Educação sempre

Figura 06: Logotipo do Colégio Nacional.
Fonte: <https://www.nacionalnet.com.br>, acessado em 05/10/2023.

O logotipo referente ao Colégio Nacional contém 3 elementos: o símbolo, o nome e o slogan. O símbolo usado nesse logotipo é composto por duas setas e dois círculos que formam um quadrado, nas cores preto e vermelho - causando um bom contraste. O nome “NACIONAL” utiliza, assim como o anterior, uma tipografia sem serifa e bastante geométrica, entretanto suas formas e falta de contraste interferem na legibilidade da fonte. Por último, o slogan “Educação para sempre” do colégio aparece como uma assinatura no logotipo, escrito em arial, na cor vermelha. A marca, quando analisada apenas pelo seu logotipo, é bastante confusa, contendo elementos modernos e elementos formais que não possuem ligação um com o outro.



Fonte: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=442779217872537&set=a.442779184539207>, acessado em 05/10/2023.

Figura 07: Logotipo do Colégio de Aplicação João XXIII - UFJF.

Sobre o logotipo do Colégio de Aplicação João XXIII da UFJF, pode-se dizer que este é um emblema, com ilustração de coruja apoiada em um livro com nítida referência a cartoons - muitas cores, sombra chapada e caricaturado. Sobre a tipografia, é usada uma fonte condensada e não possui tanta evidência quanto o símbolo/ilustração. As diversas cores usadas no logotipo podem dificultar em sua aplicação.



NEI
40 anos

Figura 08: Núcleo de Educação da Infância (NEI/CAP - UFRN).
Fonte: <https://nei.ufrn.br>, acessado em 05/10/2023.

O Núcleo de Educação da Infância (NEI/CAP - UFRN) possui um logotipo que também faz uso de uma fonte levemente condensada, sem serifa e, em comparação com as anteriores, é uma fonte mais arredondada - apresentando uma característica mais lúdica e divertida. O símbolo desse logotipo, provavelmente, foi desenhado por um aluno - uma ilustração infantil, com quatro crianças, sendo que uma delas segura o número “40” e uma flor central. A assinatura consta “40 anos” na mesma fonte que a sigla principal (NEI), podendo concluir que essa identidade se trata de uma comemoração.

4.3 Etapa Informacional Análitica

Nesse momento, a etapa preliminar foi retomada e analisada novamente, a fim de confirmar as informações recebidas e estudar o que seria ou não funcional para a identidade visual da ESEBA, de acordo com o briefing.

A partir disso, percebeu-se que há realmente uma necessidade de atualização do sistema de identidade visual da ESEBA, para que haja uma concordância entre seu valor social e sua visualidade, de forma que unifique a comunidade escolar e traduza para a sociedade o que a Escola representa.

Entretanto, as referências anexadas no briefing são discordantes uma da outra e não representam visualmente a seriedade de uma instituição de ensino, ou, simplesmente, uma instituição de ensino. Os logotipos tratados anteriormente, também possuem diversos

problemas sob as questões de ergonomia visual e semiótica, os quais não queremos que sejam reproduzidos no logotipo a ser desenvolvido.

Hoje em dia, a ESEBA é uma Unidade Especial de Ensino da Universidade Federal de Uberlândia. Esta oferece ensino básico (Educação Infantil, Fundamental I, Fundamental II e Educação de Jovens e Adultos - do 6º ao 9º ano). Oferecendo, ainda, estágios práticos para alunos da Universidade. É importante citar que o ingresso na escola é feito a partir de sorteio.

Para o contexto atual, foi enviado um questionário para os responsáveis pela Escola de Educação Básica da UFU. Esse questionário foi desenvolvido pela DPPDG, para a criação de identidades visuais da Universidade, contendo perguntas para entender como a entidade quer ser vista, seus valores, missões e referências visuais; é respondido de forma virtual, através da plataforma Google Forms.

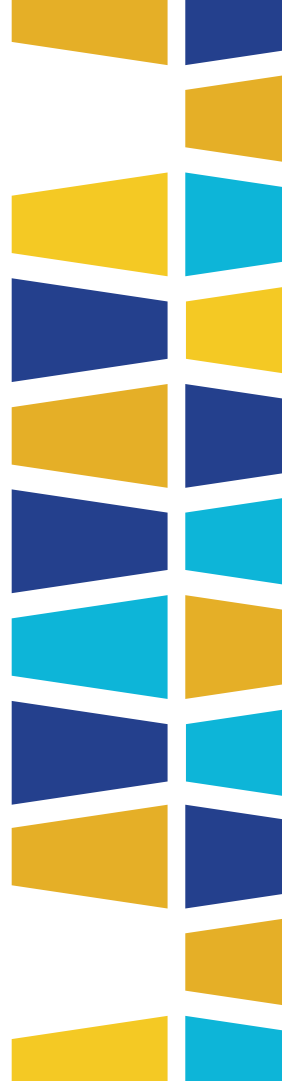
Assim que foi obtida a resposta, foi feita uma análise do documento e uma demonstração visual do que havia nele, através da plataforma Miro.

4.3.1 *Análise de Similares*

Durante as discussões acerca do briefing e das informações obtidas nesse processo, foram coletados similares que correspondem melhor ao projeto a ser desenvolvido, dos quais vamos analisar as identidades visual das seguintes intuições: Eureka Educação Infantil (Vitória - ES) e Cooperativa Educacional de Linhares (CEL, Linhares - ES), desenvolvidas pelo estúdio Plim Design³ (Vitória - ES) e Escola Infantil Montessori (Belo Horizonte - MG), desenvolvido pelo Coletivo Alpendre⁴ (Belo Horizonte - MG).

³ Estúdio de Design, localizado em Vitória (Espírito Santo), focado em comunicação criativa, estratégica e sensorial.

⁴ Coletivo Alpendre trabalha com arquitetura, design e programação, localizado em Belo Horizonte (Minas Gerais).



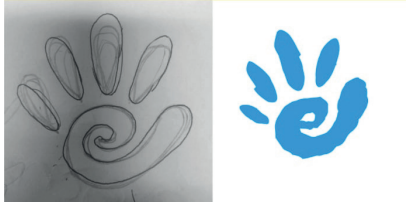


Figura 09:
Desenvolvimento
do símbolo usado na
identidade visual.



Figura 10 : Cartão de
visitas, constando o
logotipo.

Fonte: <https://plimdesign.com.br/projetos/eureka/>,
acessado em 07/10/2023.

Por se tratar de uma identidade visual para uma escola de educação infantil, a Eureka possui elementos bastante coloridos e lúdicos, bem desenvolvidos com o conceito sensorial que a escola tem como base. O símbolo, desenvolvido pela Plim Design, se trata de um “e” estilizado representando a mão de uma criança, ou seja, uma marca pictórica. A tipografia usada no “eureka” é sem serifa e humanista, com formas que a tornam divertida e infantil. O logotipo principal possui diversas cores, porém existe a sua forma monocromática. A identidade visual permite que o símbolo seja usado como padrão para as diversas aplicações que o logo possui, como visto na Figura 10.

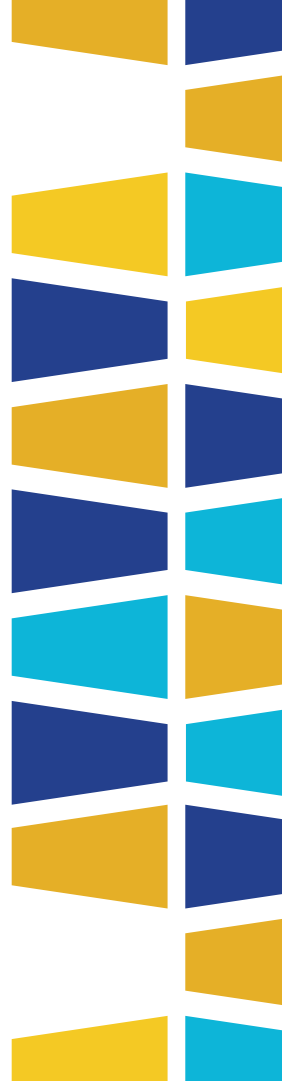




Figura 11 : Desenvolvimento do símbolo usado na identidade visual.



Figura 12 : Logotipo da Cooperativa Educacional de Linhares.
Fonte: https://www.behance.net/gallery/165528371/CEL-Cooperativa-Educacional-de-Linhares?tracking_source=search_projects|escola+educa%C3%A7%C3%A3o+infantil, acessado em 07/10/2023.

A identidade visual desenvolvida para a Cooperativa Educacional de Linhares (ES) também foi desenvolvida pelo Estúdio Plim Design. Ao contrário da escola anterior, a CEL oferece serviços de educação infantil até o Fundamental II. Dessa

maneira, a identidade visual precisa transparecer uma seriedade a mais que a Eureka, por exemplo.

O símbolo da escola foi desenvolvido a partir da combinação das letras “c” e “e”, juntamente com o símbolo definido para ciclo. Assim, transparecendo conexão e, ainda que de forma sutil, ludicidade. A tipografia usada para a CEL é sem serifa e geométrica, entretanto houve uma escolha de fazer com que o “c” e o “e” fossem minúsculos enquanto o “L” fosse maiúsculo, provavelmente por se tratar da letra inicial do nome da cidade (Linhares - ES). A assinatura do logotipo é escrita em maiúsculas, para facilitar a leitura, com um peso menor que o “CEL”, por questão hierárquica. Esse logotipo possui muitas cores e sobreposição em seu símbolo, porém há uma versão monocromática, na qual a sobreposição é resolvida por linhas entre as formas.

Assim como o logotipo da Eureka Educação Infantil, a Cooperativa Educacional de Linhares possui o logotipo horizontal como o logotipo principal na sua identidade visual.



Figura 13: Logotipo da Escola Infantil Montessori (Belo Horizonte - MG), desenvolvido pelo Coletivo Alpendre.
Fonte: [https://www.behance.net/gallery/66004949/Escola-Infantil-Montessori?tracking_source=search_projects|escola+educaçã+infantil](https://www.behance.net/gallery/66004949/Escola-Infantil-Montessori?tracking_source=search_projects|escola+educa%C3%A7%C3%A3o+infantil), acessado em 07/10/2023.

A identidade visual que o Coletivo Alpendre (Belo Horizonte - MG) desenvolveu para a Escola Infantil Montessori (Belo Horizonte - MG) seguiu o conceito de formas geométricas básicas e cores primárias. Esse logotipo, diferente dos anteriores, é um emblema puramente tipográfico: a sigla “EIM” é escrita em uma tipografia geométrica fantasia, desenvolvida especialmente para este projeto, seguindo o princípio de formas geométricas e cores primárias; enquanto sua assinatura possui uma cor neutra e uma tipografia sem serifa, com aparência sóbria para causar um equilíbrio visual entre as duas tipografias usadas.

Existem 3 variações do logotipo desenvolvido no projeto: a versão modular, a versão horizontal e a versão vertical. Entretanto, a versão vertical possui um problema de legibilidade - há duas linhas de leitura: “Escola Infantil montessori” é lida na horizontal e a sigla “EIM” é lida na vertical, de cima para baixo, causando confusão ao indivíduo.



Figura 14: Versões do logotipo, em ordem: versão modular, versão horizontal e versão vertical.

Fonte: https://www.behance.net/gallery/66004949/Escola-Infantil-Montessori?tracking_source=search_projects|escola+educa%C3%A7%C3%A3o+infantil, acessado em 07/10/2023.



Figura 15: Fachada com identidade visual aplicada da Escola Infantil Montessori (Belo Horizonte - MG).

Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/900876/escola-infantil-montessori-meius-arquitetura-plus-raquel-cheib-arquitetura/5b845e4df197ccd4d60000f2-escola-infantil-montessori-meius-arquitetura-plus-raquel-cheib-arquitetura-foto?next_project=no, acessado em 07/10/2023.

Uma questão importante para destacar sobre esse projeto, é o fato de se tratar de um design total, sendo aplicado em sinalização, fachadas e interiores, produtos, sites e redes sociais.

4.4 Etapa Criativa

A partir de toda a análise e coleta de dados anteriores, começa a etapa mais difícil do processo, em que decisões projetuais serão tomadas e deverá cumprir com a expectativa estabelecida.

4.4.1 *Decisões projetuais*

Com o problema definido e referências analisadas, as decisões projetuais tomadas serão discutidas.

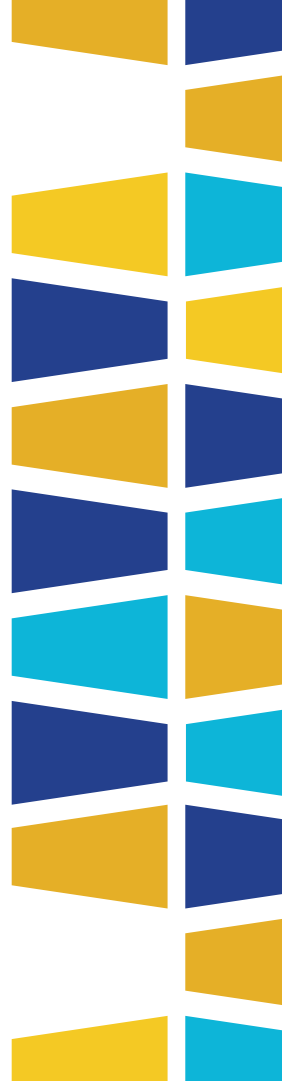
Se tratando de uma escola que abrange crianças de 4 a 15 anos, entende-se que o logotipo deve ser um meio de reconhecimento dos alunos para com outros alunos, professores, servidores da escola e responsáveis, dessa forma o mais apropriado seria um logotipo em formato de emblema, no qual a identificação e a reprodução em uniformes se torna mais fácil.

Pelo motivo de identificação, optou-se por não desenvolver um logotipo pictórico (como o logotipo do Colégio Gabarito), sendo a melhor

opção ter a abreviação “ESEBA” em sua identidade visual (da mesma forma que a Escola Infantil Montessori) seguido por sua escrita completa.

Como o logotipo atual da escola já possui as cores azul e amarelo fazendo parte do referencial da instituição na memória dos alunos e da comunidade, optou-se por manter as cores e atualizá-las para versões que funcionam melhor nas aplicações.

Como foco principal para o conceito da identidade visual, focou-se na ciência, ludicidade e caleidoscópio.



4.4.2 Tipografia principal

Retomando a discussão anterior, definiu-se que não haveria símbolos dentro do logotipo da ESEBA. Dessa forma, foram feitas diversas experimentações para entender o que funcionaria ou não para este projeto, inicialmente foram feitas a mão e depois vetorizadas.

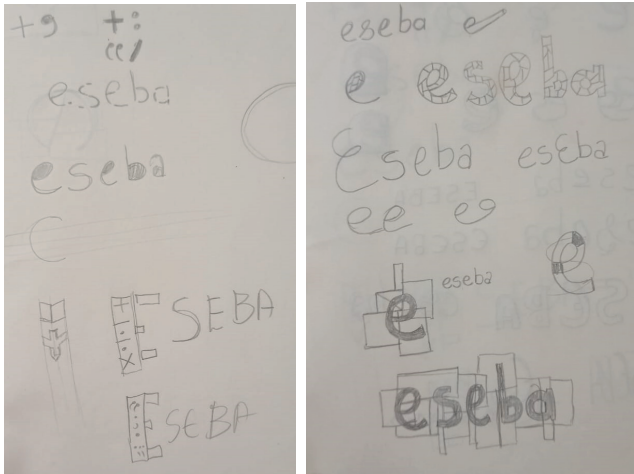


Figura 16 e 17: Experimentações manuais para o logotipo da ESEBA (Acervo pessoal)



Figura 18: Experimentações tipográficas para o logotipo da ESEBA (Acervo pessoal)

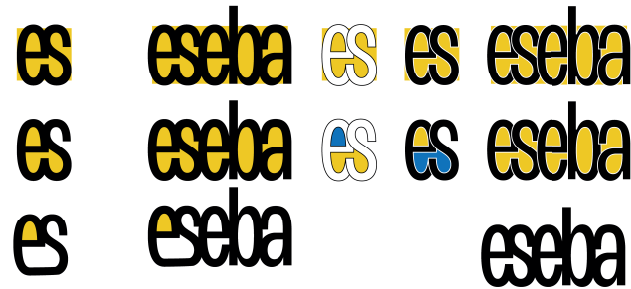


Figura 19: Experimentações tipográficas para o logotipo da ESEBA (Acervo pessoal)



Figura 20: Experimentações tipográficas para o logotipo da ESEBA (Acervo pessoal)

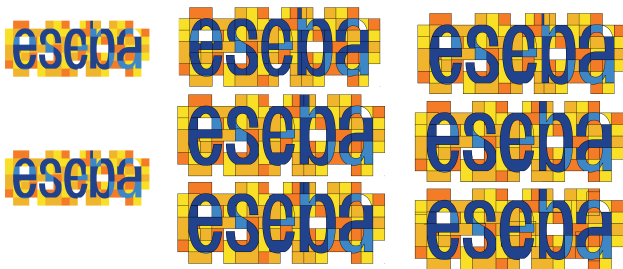


Figura 21: Experimentações tipográficas para o logotipo da ESEBA (Acervo pessoal)

Percebeu-se que as fontes usadas para essas experimentações, poderiam tornar o logotipo genérico e sem personalidade. Dessa forma, voltou-se a atenção do projeto na etapa anterior, na qual foram analisados embasamentos para um novo repertório e testes.

Como foi definido que os conceitos principais do logo seriam ciência, ludicidade e a imagética do caleidoscópio, foi feito um brainstorming para entender como cada um desses conceitos poderiam ser aplicados na tipografia e na identidade visual.

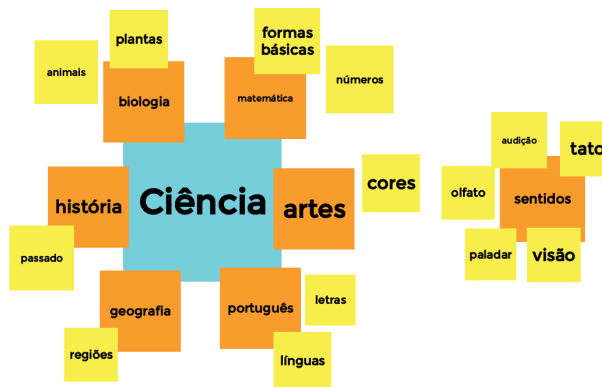


Figura 22: Brainstorming sobre Ciência (Acervo pessoal)



Figura 23: Brainstorming sobre Ludicidade (Acervo pessoal)



Figura 24: Brainstorming sobre Caleidoscópico (Acervo pessoal)

A partir disso, vários insights surgiram para seguir o processo de criação da identidade visual. A discussão entre formas básicas, jogos e montagem e desmontagem, juntamente com as ideias derivadas do brainstorming sobre caleidoscópico (Figura 24) - espaços, construções, padrão, simetria e formas, definiu uma orientação a ser seguida para a tipografia.

Assim, definiu-se que o projeto seguiria a linha geométrica, baseando-se em jogos de montagens com formas básicas da matemática (como tangram e quebra-cabeças), referenciando a ludicidade e o caleidoscópico.

Coletou-se referências (Figuras 25, 26 e 27) imagéticas que correspondem ao que foi definido para que o processo manual fosse retomado.



Figura 25: Pisikó - tipografia geométrica desenvolvida por Irene Clua Geli (Designer).
 Fonte: <https://www.hellofont.com/vfonts/271>, acessado em 29/08/2023

Figura 26: Mosaico desenvolvido pela artista Lisa Congdon.
 Fonte: <https://design-milk.com/clever-podcast-ep-108-artist-lisa-congdon/>, acessado em 29/08/2023

Figura 27: Candy Typeface - tipografia geométrica desenvolvida por Ramone Henry (Designer, Ilustrador e Engenheiro de software).
 Fonte: <https://www.behance.net/gallery/36193677/Candy-Typeface>, acessado em 29/08/2023

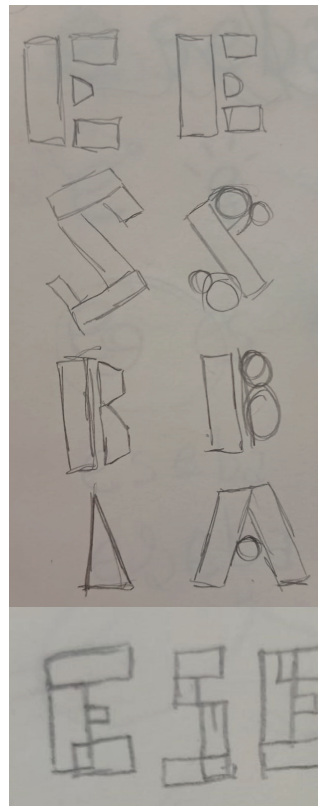
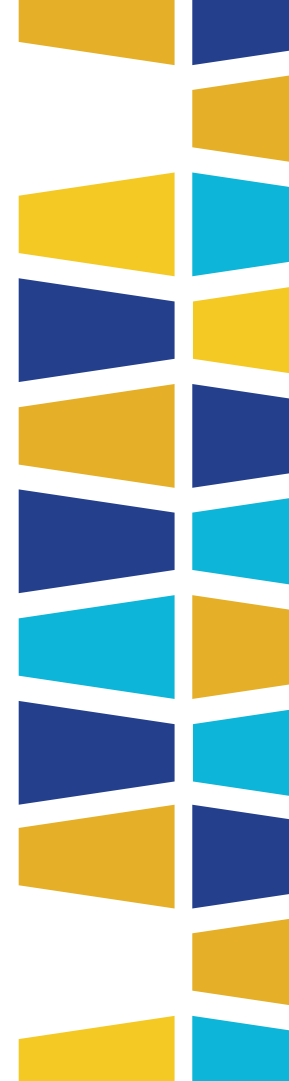


Figura 28 e 29: Desenvolvimento manual da tipografia para a identidade visual da ESEBA (Acervo pessoal).



Com o desenho base desenvolvido manualmente, mostrado nas Figuras 28 e 29, começou o processo de vetorização da marca.

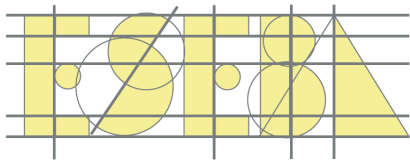


Figura 30: Grid da tipografia (Acervo pessoal).



Figura 31: Primeira versão da tipografia desenvolvida (Acervo pessoal).

A Figura 31 mostra a primeira vetorização feita da tipografia, já baseada em um grid (Figura 30). Entretanto, ao analisar essa versão, constatou-se que havia a necessidade de refinamento, já que os espaçamentos entre algumas formas não estavam iguais, a tipografia está muito verticalizada e bastante agressiva por conta do formato triangular do “A”, além de haver uma discordância entre o “E” e as letras “S” e “B” já que estas utilizam semi círculos para compor suas formas enquanto o “E” é composto por um círculo inteiro.

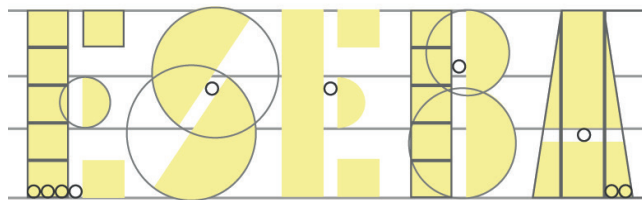


Figura 32: Grid resolvido da tipografia (Acervo pessoal).



Figura 33: Resultado final da tipografia desenvolvida (Acervo pessoal).

Foram realizados ajustes na tipografia da escrita “ESEBA”, sendo elas:

- Os espaçamentos que compõem as letras são $\frac{1}{3}$ do retângulo que existe nas letras “E” e “B”. Essa decisão foi tomada para que os espaçamentos sejam visíveis em diversos tamanhos quando o logotipo for aplicado;
- As letras “E” agora seguem a mesma linhas das demais letras;
- A letra “A” recebeu um corte horizontal, para que remetesse ao formato tradicional.
- A letra “A” possui o mesmo retângulo que as letras “E” e “B” em sua composição. O retângulo é sua forma central e os triângulos auxiliares tem $\frac{2}{3}$ do retângulo em sua base.
- A letra “S” é a maior letra dentre as 4 desenvolvidas, por uma questão geométrica e de visualidade.

A Figura 33 mostra o formato final da tipografia desenvolvida para o emblema da Escola de Educação Básica da UFU, seguindo o conceito definido.

4.4.3 Tipografia secundária

Com a finalização da tipografia principal, parte-se para o processo de escolha e organização da tipografia secundária, de forma que esta fique em equilíbrio com a anterior e cumpra o seu objetivo.

Nesse caso, a função da tipografia secundária é ser aplicada na assinatura do logotipo (Escola de Educação Básica da UFU), dialogando com as formas da tipografia principal.

Houve o cuidado de fazer uma seleção de fontes gratuitas e de fácil acesso, para que então fossem analisadas e decidir a que caberia melhor na identidade. Todas as fontes analisadas estão disponíveis para download gratuito no Google Fonts, com licença gratuita para uso pessoal e comercial.

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica
UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Escola de
Educação
Básica UFU

Josefin Sans

Questrial Regular

Red Hat Display

Urbanist

Lexend

DM Sans

Figura 34: Seleção de fontes para análise (Acervo pessoal).

Para a seleção de tipografias, foi estabelecido que estas deveriam ter ser sem serifa, com formas geométricas bem estabelecidas e versáteis. Outro fator que seria decisivo para a seleção, seria a grande variedade da tipografia (*light*, *regular*, **bold**, **black**, *italic*, etc). A família tipográfica deve ter equilíbrio entre a ludicidade e a sobriedade.

Dessa maneira, optou-se por selecionar a fonte “Lexend”, pois cumpria com todos os aspectos descritos e necessários.

Escola de Educação Básica UFU	Thin
Escola de Educação Básica UFU	ExtraLight
Escola de Educação Básica UFU	Light
Escola de Educação Básica UFU	Regular
Escola de Educação Básica UFU	Medium
Escola de Educação Básica UFU	SemiBold
Escola de Educação Básica UFU	Bold
Escola de Educação Básica UFU	ExtraBold
Escola de Educação Básica UFU	Black

Figura 35: Seleção de peso para a assinatura do logotipo (Acervo pessoal).

Percebeu-se que os menores pesos (Thin, ExtraLight e Light) da família Lexend não seriam aplicáveis para com a tipografia principal. Enquanto os pesos maiores (Bold, ExtraBold e Black) se apresentam com formas muito esféricas, divergindo da tipografia usada na sigla.



ESEBA Escola de
Educação
Básica | UFU

Regular

Figura 36: Composição utilizando Lexend com peso Regular (Acervo pessoal).



ESEBA Escola de
Educação
Básica | UFU

Medium

Figura 37: Composição utilizando Lexend com peso Medium (Acervo pessoal).

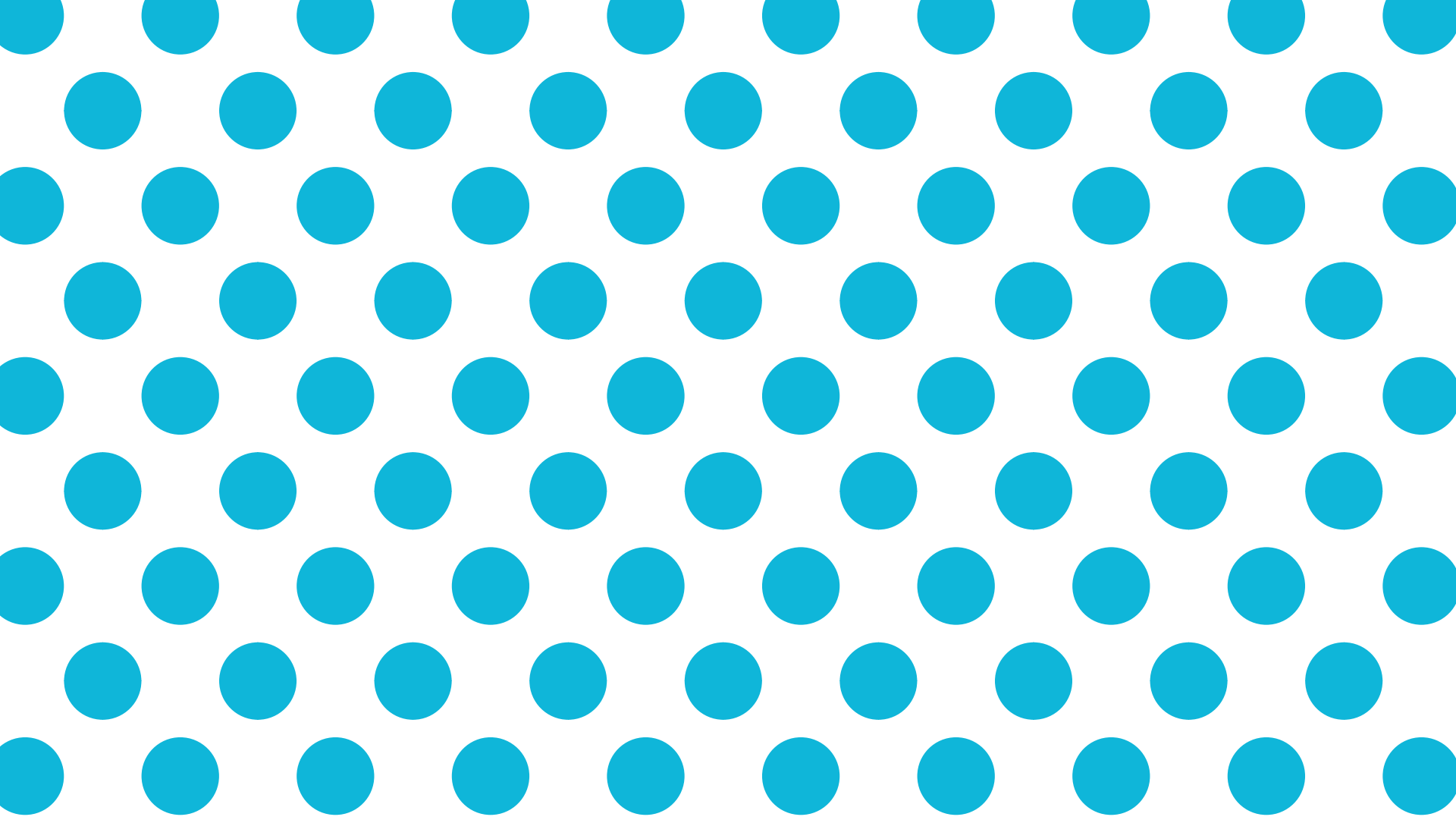


ESEBA Escola de
Educação
Básica | UFU

SemiBold

Figura 38: Composição utilizando Lexend com peso SemiBold (Acervo pessoal).

A partir das análises e observações da composição, concluiu-se que a melhor opção seria a assinatura no peso Regular, entretanto a sigla “UFU” passou a ter um peso Medium, para que a instituição que a ESEBA faz parte fosse também evidenciada no logotipo.



5. RESULTADOS

5.1 Versões

Considerando a entidade e as aplicações da identidade visual, foram desenvolvidas as seguintes versões do logotipo: principal, horizontal, vertical modular, vazado e simplificado.

Em reunião com o cliente, foram aprovadas todas as versões do logotipo, exceto a versão vertical.



Figura 39: Logotipo principal (Acervo pessoal).



Figura 40: Logotipo horizontal (Acervo pessoal).



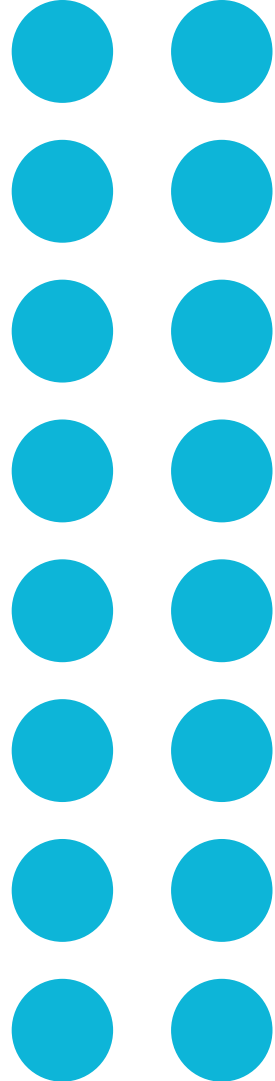
Figura 41: Logotipo modular vertical (Acervo pessoal).



Figura 42: Logotipo vazado (Acervo pessoal).



Figura 43: Logotipo simplificado (Acervo pessoal).



5.2 Cores

As cores tradicionais da identidade visual da ESEBA são o azul e o amarelo, sendo o amarelo puxado para o verde e o azul possui um tom apagado em comparação com o amarelo.



Figura 44: Logo atual da ESEBA

Fonte: <http://www.eseba.ufu.br> acessado em 05/10/2023

Para a identidade visual, buscou-se atualizar esses tons. Para as cores principais, usou-se um amarelo canário e um azul royal, com um subtom mais claro e um mais escuro para cada uma das cores principais.

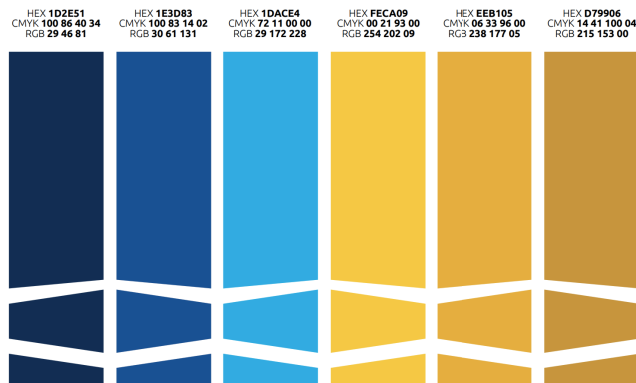
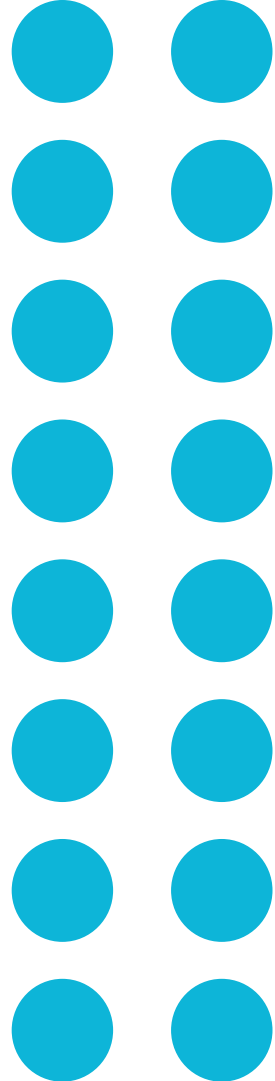


Figura 45: Paleta de cores usada na identidade visual da ESEBA (Acervo pessoal).



Figura 46: logotipo com aplicação da cor (Acervo pessoal).

Para a aplicação da cor no logotipo, seguiu a mesma ideia do logo anterior - intercalação do azul e amarelo na tipografia principal.



5.3 Aplicações

As aplicações foram desenvolvidas por setores: papelaria, identificação, sinalização e acessórios.

Papelaria



Figura 47: Papelaria com identidade visual aplicada (Acervo pessoal).



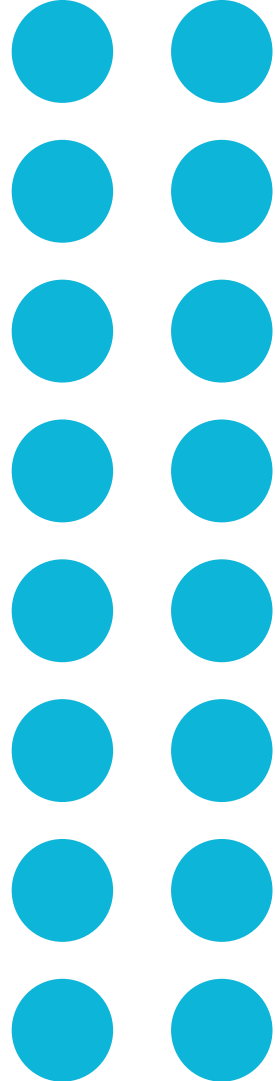
Figura 48: Carimbo (Acervo pessoal).



Figura 49: Agenda escolar com identidade visual aplicada (Acervo pessoal).



Figura 50: Sketchbook (Acervo pessoal).



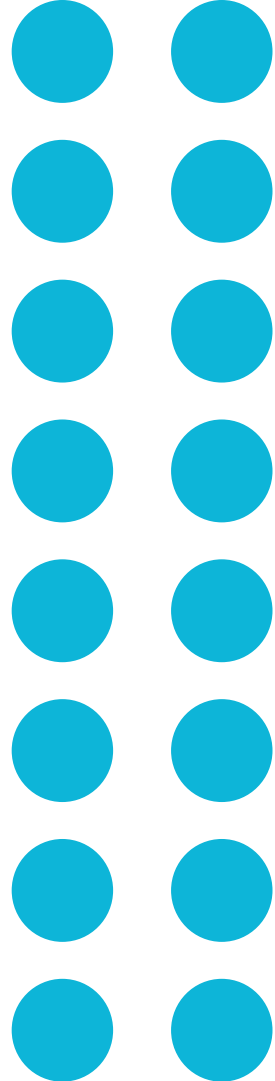
Identificação



Figura 51 e 52: Variações de uniformes com a identidade visual aplicada (Acervo pessoal).



Figura 53 e 54: Crachá e terceira variação de uniformes (Acervo pessoal).



Sinalização



Figura 55: Fachada da ESEBA (Acervo pessoal).



Figura 56: Placas de sinalização (Acervo pessoal).



Figura 57: Placas de sinalização (Acervo pessoal).

Acessórios



Figura 47: Caneca ESEBA (Acervo pessoal).



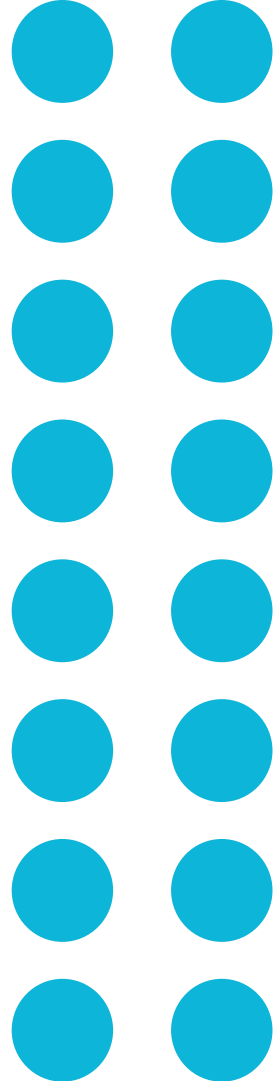
Figura 48: Estojo ESEBA (Acervo pessoal).



Figura 49: Chapéu ESEBA (Acervo pessoal).



Figura 50: Ecobag ESEBA (Acervo pessoal).



6. NOTAS CONCLUSIVAS

O presente trabalho possibilitou a criação de uma Identidade Visual através de metodologias voltadas para Design Gráfico, referencial teórico e do repertório construído durante o curso de Design. A partir de estudos de briefing e estudos imagéticos, foi identificada a necessidade de um redesign que comunicasse os valores e missões da ESEBA e refletisse a harmonia dentro da instituição.

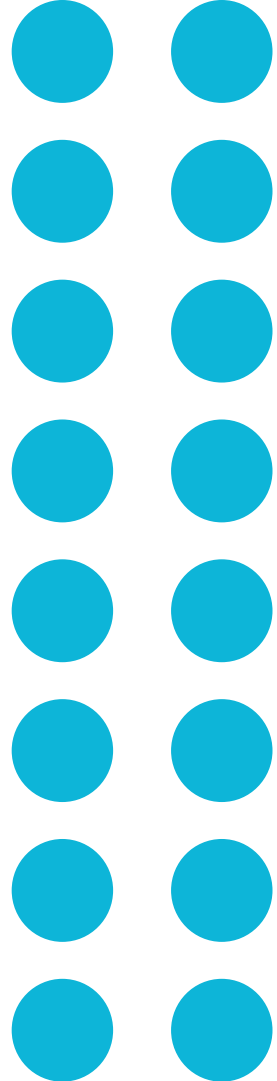
Com a busca de referências dadas pelo briefing, percebeu-se que as identidades visuais eram bastante confusas e, boa parte delas, não eram resultados de um processo de design. Entretanto, as referências de similares encontradas durante o processo de design para o redesign da marca foram essenciais para o andamento e direcionamento do projeto, mostrando a importância de um profissional de design e de uma execução efetiva

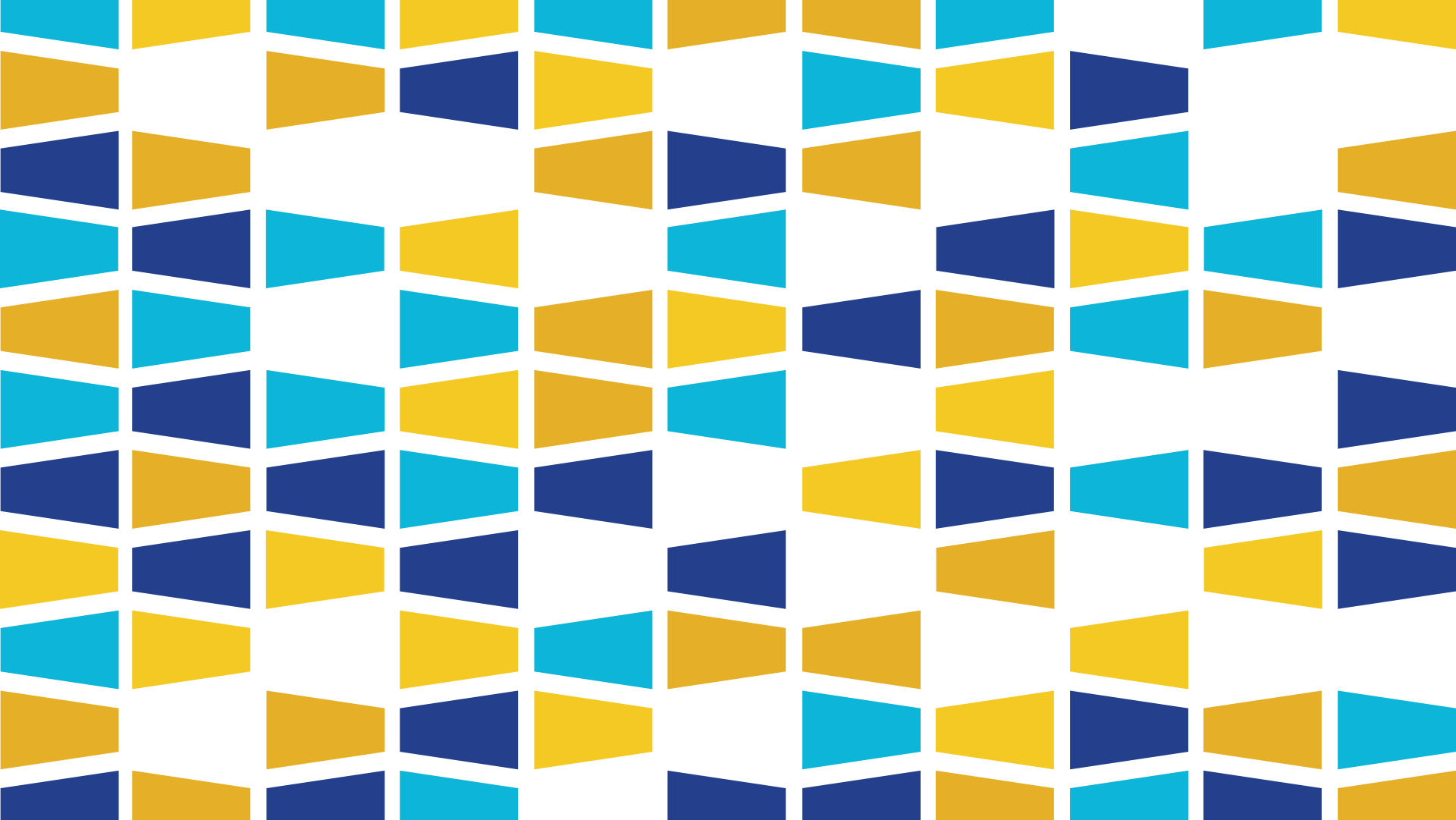
nesse processo.

O redesign do logotipo da ESEBA e o Sistema de Identidade Visual desenvolvido nesse trabalho supriu as faltas que foram relatadas no briefing, tornando-se uma marca forte e memorável. A partir disso foram desenvolvidos produtos e sinalizações que fortalecem e unificam a instituição.

Um Sistema de Identidade Visual é de extrema importância para uma entidade, traduzindo visualmente sua identidade corporativa e afirmando para o mercado e sociedade sua marca: a identidade visual da Escola de Educação Básica da UFU cria um senso de comunidade para com os colaboradores e estudantes.

O trabalho de Identidade Visual desenvolvido para a instituição valoriza, não apenas a ESEBA, como também fortalece a imagem da Universidade Federal de Uberlândia.





REFERÊNCIAS

CALABAÇA, Ricardo. **A identidade no espaço**. 2015. Tese de Doutorado.

COLEGIO DE APLICAÇÃO. **Logo**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo/?fbid=442779217872537&set=a.442779184539207>>. Acesso em: 5 out. 2023.

COLEGIO NACIONAL. **Logo**. Disponível em: <<https://www.nacionalnet.com.br/>>. Acesso em: 7 out. 2023.

COLETIVO ALPENDRE. **Escola Infantil Montessori**. 2017 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/66004949/Escola-Infantil-Montessori?tracking_source=search_projects|escola+educa%C3%A7%C3%A3o+infantil>. Acesso em: 7 out. 2023.

DERRINGER, J. **Clever podcast ep. 108: Artist Lisa Congdon**. 2020, Disponível em: <<https://design-milk.com/clever-podcast-ep-108-artist-lisa-congdon/>>. Acesso em: 29 ago. 2023.

Diário de Uberlândia. **UFU anuncia edital para concessão de auxílio estudantil a alunos da eseba**. 2023, Disponível em: <<https://diariodeuberlandia.com.br/noticia/33589/ufu-anuncia-edital-para-concessao-de-auxilio-estudantil-a-alunos-da-eseba>>. Acesso em: 5 out. 2023.

ESEBA, **Unidade Acadêmica**. Escola de Educação Básica, 2020 Disponível em: <<http://www.eseba.ufu.br/unidades/unidade-academica/eseba>>. Acesso em: 10 out. 2023.

GELI, I. C. **Pisikó**. Disponível em: <<https://www.hellofont.com/vfonts/271>>. Acesso em: 29 ago. 2023.

HENRY, R. **Candy Typeface**. 2016 Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/36193677/Candy-Typeface>>. Acesso em: 29 ago. 2023.

NÚCLEO DE EDUCAÇÃO DA INFÂNCIA (NEI). **Logo**. Disponível em: <<https://nei.ufrn.br>>. Acesso em: 5 out. 2023.

PLIMDESIGN, **Eureka: Branding, Identidade visual**. Disponível em: <<https://plimdesign.com.br/projetos/eureka/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

PLIMDESIGN **Projeto de rebranding desenvolvido para a escola CEL- Cooperativa Educacional de Linhares**. 2023, Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/165528371/CEL-Cooperativa-Educacional-de-Linhares?tracking_source=search_projects|escola+educa%C3%A7%C3%A3o+infantil>. Acesso em: 07 out. 2023.

RAPOSO, Daniel. Design de identidade e imagem corporativa. Branding, história da marca, gestão de marca, identidade visual corporativa. 2008.

RSMDESIGN, **What is Environmental Graphic Design? Part 1: What's in a Name?**, 2019 Disponível em: <<https://rsmdesign.com/news/what-is-environmental-graphic-design-part-1-the-name-is-confusing>>. Acesso em: 10 out. 2023.

SCHERER, Fabiano de Vargas. Design gráfico ambiental: revisão e definição de conceitos. **Blucher Design Proceedings**. Blucher, 2014.

SILVA, J. C. R. P. PASCHORELLI, L. C. NAKATA, M. K. SILVA, L. C. P. (2018). **TENHO DIFICULDADE EM ORGANIZAR AS IDEIAS PARA DESENVOLVER UM PROJETO-USO DO MÉTODO DIRECIONADO PARA FACILITAR A ORGANIZAÇÃO PROJETUAL DE MARCA GRÁFICA**. 22. 399.

SILVA, J. C. R. P. SENISE, V. (2016). **REDESIGN DE IDENTIDADE VISUAL DA GRÁFICA 'FLASH GRÁFICA** Re-design of Visual Identity of the printshop 'Flash Gráfica'.

SILVA, João Carlos Riccó Plácido. Diretrizes para análise e desenvolvimento de identidade visual: contribuições

para o design ergonômico. 2012.

SILVA, João Carlos Riccó Plácido da et al. O Caráter Atemporal no Design de Marcas Gráficas-Estudo de caso do redesign do projeto “TAMAR”. **Convergências: Revista de Investigação e Ensino das Artes**, v. 12, p. 1-7, 2019.

SILVA, João Plácido. (2013). **O estudo da Ergonomia Informacional no auxílio da análise da tipografia em marcas gráficas.**

SILVA, João Plácido & ALVES, Ana Laura & PASCHOARELLI, Luis. (2015). **A Importância das Cores no Desenvolvimento e Aplicação nas Identidades Visuais Presentes no Mercado – uma Revisão.** 2238-2542. 4. 17. 10.26771/e-Revista.LOGO/2015.2.02.

SILVA, João Plácido & PASCHOARELLI, Luis. (2013). **DIRETRIZES PARA ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL – CONTRIBUIÇÕES PARA O DESIGN ERGONÔMICO.** Revista Educação Gráfica. 17.

SISTEMA GABARITO. **Logo.** Disponível em: <<https://www.sistemagabarito.com.br/>>. Acesso em: 5 OUT. 2023.

TEIXEIRA, César Viana et al. Design e branding: identidade visual, emoção e gestão das marcas Biblioi9 e Mostra Goiás. 2014. Acesso em, v. 20, 2018.

VADA, P. **Escola Infantil Montessori / Meius Arquitetura + Raquel Cheib Arquitetura.** 2018, Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/900876/escola-infantil-montessori-meius-arquitetura-plus-raquel-cheib-arquitetura>>. Acesso em: 07 out. 2023.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca-: Guia Essencial para Toda a Equipe de Gestão de Marcas.** Bookman Editora, 2019.

YOSHIKADO, Rafael & SILVA, João Plácido & PASCHOARELLI, Luis & SILVA, Plácido. (2018). **O desenvolvimento de marca gráfica com foco em problemas sociais: Um estudo de caso de empresa do vestuário.** 20. 129.

