



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

LARISSA CAVALCANTI MACHADO

TUDO MAIS ACESSÍVEL: projeto de Identidade Visual do Programa de Extensão
vinculado ao Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn).

Caruaru
2024

LARISSA CAVALCANTI MACHADO

TUDO MAIS ACESSÍVEL: projeto de Identidade Visual do Programa de Extensão vinculado ao Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn).

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientador (a): Rosimeri Franck Pichler

Caruaru

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Machado, Larissa Cavalcanti.

TUDO MAIS ACESSÍVEL: projeto de Identidade Visual do Programa de Extensão vinculado ao Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn). / Larissa Cavalcanti Machado. - Caruaru, 2024.

53 p. : il.

Orientador(a): Rosimeri Franck Pichler

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2024.

Inclui referências, apêndices.

1. Design. 2. Identidade Visual. 3. Acessibilidade. 4. Inclusão. 5. Projeto. I. Pichler, Rosimeri Franck. (Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

LARISSA CAVALCANTI MACHADO

TUDO MAIS ACESSÍVEL: projeto de Identidade Visual do Programa de Extensão vinculado ao Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn).

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 14/03/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Rosimeri Franck Pichler (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Marcela Fernanda de Carvalho Galvão Figueiredo Bezerra
(Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Lucas José Garcia
(Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este projeto ao LabDIn e às professoras Marcela e Rosi, pelo apoio recebido,
pela iniciativa deste projeto lindo e por plantarem a sementinha da Inclusão e da
Acessibilidade em mim. Muito obrigada.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar minha gratidão a Deus e a minha família. Aos meus pais Luciene e Murilo por sempre me darem suporte nos momentos difíceis e me criarem para ser quem sou hoje. Também agradeço à minha irmã Ana Raquel e meu sobrinho Thomás, ter a presença de vocês faz minha vida mais feliz.

Também gostaria de agradecer aos meus amigos, os de longa data e também conhecidos pelos caminhos da vida, obrigada por acreditarem em mim e me acompanharem nessa jornada. Agradeço especialmente aos meus amigos de infância Laís, Alavanny, Thayane e Adriano. Aos meus amigos da faculdade e de estágio, Pedro, Wesley e Fábio. Também agradeço aos meus amigos Leo, Renato, Fernanda e Lívia.

Por fim, desejo agradecer às professoras Rosimeri Pichler e Marcela Bezerra por introduzirem a oportunidade de estagiar no LabDIn, ter experiências incríveis e adquirir conhecimentos fundamentais para minha jornada como designer.

RESUMO

O projeto seguinte tem como propósito apresentar o processo de desenvolvimento da identidade visual para o programa de extensão 'Tudo mais Acessível', uma iniciativa do Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn) localizado no Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). O programa tem o objetivo de promover metas de desenvolvimento de serviços e produtos mais acessíveis e inclusivos na cidade de Caruaru, no estado de Pernambuco. Desta forma, para guiar as etapas do projeto, foi selecionada e adaptada a metodologia de Maria Luísa Peón (2001), a qual possibilita compreender as necessidades do cliente, visando alcançar um resultado que identifique e transmita a mensagem desejada pelo projeto. Além disso, ao longo do projeto, foram consideradas estratégias para tornar as aplicações de mídias físicas e digitais acessíveis para pessoas com deficiência, alinhando-se com o propósito do programa. Como resultado final, foi possível elaborar o manual da marca com as especificações da identidade visual e orientações de como utilizá-la.

Palavras-chave: Design; Identidade Visual; Acessibilidade; Inclusão; Projeto; Programa de Extensão.

ABSTRACT

The following project aims to present the process of developing the visual identity for the 'Tudo mais Acessível' extension program, an initiative of the Inclusive Design Laboratory (LabDIn) located at the Agreste Campus of the Federal University of Pernambuco (UFPE). The program aims to promote goals for the development of more accessible and inclusive services and products in the city of Caruaru, in the state of Pernambuco. To guide the project's stages, the methodology of Maria Luísa Peón (2001) was selected and adapted, which enables understanding the client's needs to achieve a result that identifies and conveys the desired message for the project. Additionally, throughout the project, strategies were considered to make physical and digital media applications accessible to people with disabilities, aligning with the program's purpose. As a final result, it was possible to develop the brand manual with specifications of the visual identity and instructions on how to use it.

Keywords: Design; Visual Identity; Accessibility; Inclusion; Project; Extension Program.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	OBJETIVO GERAL.....	9
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
1.3	JUSTIFICATIVA.....	10
2	PROJETO.....	12
2.1	METODOLOGIA DE DESIGN.....	12
3	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	14
3.1	PROBLEMATIZAÇÃO.....	14
3.1.1	Perfil do cliente e público alvo.....	14
3.1.2	Estudo de similares.....	19
3.1.2.1	Painel semântico.....	21
3.1.3	Requisitos e Restrições.....	22
3.2	CONCEPÇÃO.....	23
3.2.1	Solução preliminar.....	24
3.2.2	Testes de solução preliminar.....	25
4	DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECIFICAÇÕES.....	29
4.1	ESPECIFICAÇÃO.....	29
4.1.1	Solução final.....	30
4.1.2	Aplicações da marca e Manual técnico.....	35
5	CONCLUSÕES.....	40
	REFERÊNCIAS.....	41
	APÊNDICE A - RESPOSTAS DO BRIEFING A PARTIR DO	
	GOOGLE FORMS.....	43
	APÊNDICE B - MANUAL DE MARCA DO PROGRAMA ‘TUDO	
	MAIS ACESSÍVEL’	47

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de Identidade Visual é uma das áreas que o designer gráfico pode atuar profissionalmente. Este é focado na criação de um sistema que possibilita a representação de consistência visual para uma marca, tornando a percepção de sua imagem coerente com a mensagem que ela deseja transmitir.

Inicialmente, as marcas surgem pela “necessidade de criar aspectos identitários e discursivos para se diferenciar e se comercializar produtos, bens e mercadorias” (Hiller, 2019, p. 12). Por isso, ao desenvolver um Sistema de Identidade Visual é importante analisar de forma estratégica quais elementos podem ser utilizados com o objetivo de gerar uma imagem de distinção entre seus concorrentes, mas que eles também possam indicar que a marca faz parte de um determinado setor.

O Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn), localizado no Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e coordenado pelas professoras Rosimeri Pichler e Marcela Bezerra, é um espaço que incentiva a participação de alunos do curso de Design em pesquisas e projetos das áreas de Design, Inclusão e Acessibilidade.

Em 2023, o LabDIn, teve a iniciativa de criar um projeto com o objetivo de promover a inclusão e a acessibilidade na cidade de Caruaru-PE. Para isso, foi criado o ‘Tudo Mais Acessível’, Programa de Extensão composto por cinco metas, onde cada uma delas representa uma área que pode ser estruturada a partir da materialização de produtos mais inclusivos e acessíveis.

1.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um sistema de Identidade Visual para o Programa de Extensão ‘Tudo mais Acessível’ do Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn) de forma que possua uma linguagem visual consistente e que transmita a mensagem do programa de forma eficaz, promovendo a Inclusão e Acessibilidade na cidade de Caruaru.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar os objetivos da marca para desenvolvimento da sua identidade visual;

- Elaborar testes e reproduzir aplicações de forma que sejam acessíveis;
- Produzir o Manual da Marca, contendo as diretrizes e recomendações de aplicação da Identidade Visual.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este projeto se torna relevante devido à necessidade de conscientizar a sociedade sobre a importância da inclusão e da acessibilidade, e também de garantir que estudantes universitários e docentes incorporem esses aspectos como fatores essenciais ao materializarem produtos, serviços e espaços a fim de serem desfrutados por todos. Pensar em Design e em Acessibilidade deve ser uma abordagem integrada e cada vez mais implementada e foi com esse entendimento que o LabDIn desenvolveu o programa 'Tudo mais acessível'.

A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI), também denominada Estatuto da Pessoa com Deficiência, foi inspirada no protocolo da Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e instituída em julho de 2015. Tanto a LBI (2015) como a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2020, p.2), explicam o termo Acessibilidade como:

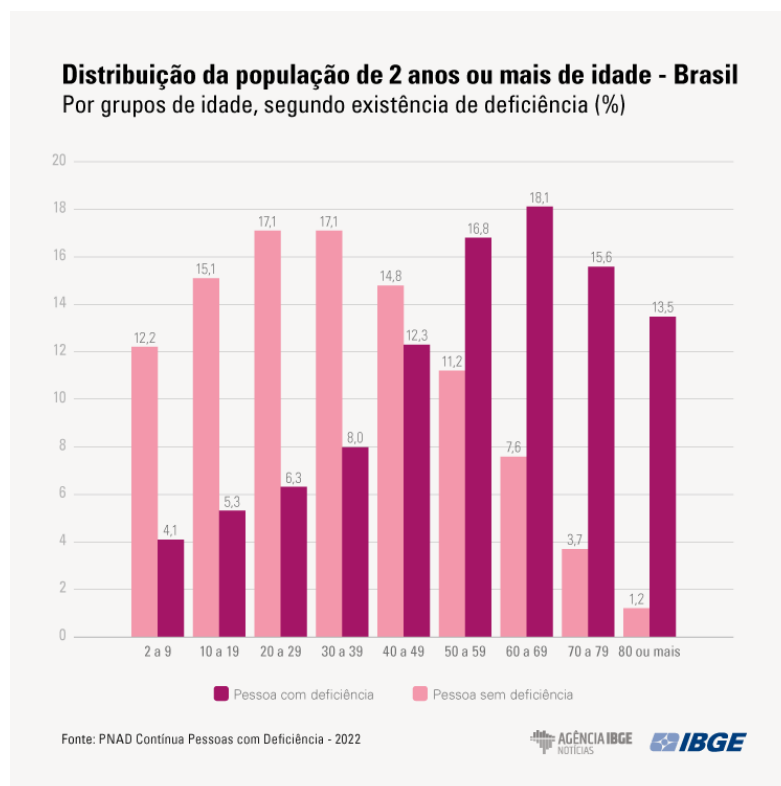
“possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida”.

Em 2020, a Norma ABNT NBR 9050, inicialmente concebida em 1985 no Comitê Brasileiro de Acessibilidade (ABNT/CB-040), foi atualizada para sua quarta edição. Essa norma compila uma série de critérios e parâmetros que servem como base para o desenvolvimento de produtos que sejam facilmente acessíveis a todos (ABNT, 2020).

Contudo, apesar da legislação brasileira ter evoluído consideravelmente neste aspecto, ainda se vê pertinente a promoção da importância do desenvolvimento de espaços, serviços e produtos de maneira acessível, considerando que, segundo dados da Pnad Contínua 2022, Gomes (2022) explica que no Brasil, cerca de 18,6 milhões de pessoas de 2 anos de idade ou mais possuem algum tipo de deficiência

(Figura 1) e “o nível de ocupação das pessoas com deficiência foi de 26,6%, menos da metade do percentual encontrado para as pessoas sem deficiência (60,7%)” (Gomes, 2022).

Figura 1 – Gráfico da distribuição de pessoas de 2 anos ou mais com deficiência.



Fonte: Agência IBGE Notícias (2022).

Esses dados demonstram as imensas barreiras enfrentadas pelas pessoas com deficiência na vida em sociedade. As barreiras compreendem qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que limita ou impede a participação plena da pessoa, classificadas como urbanísticas, arquitetônicas, atitudinais, tecnológicas, nos transportes e nas comunicações e informações (LBI, 2015). Com o objetivo de atuar na diminuição dessas barreiras é que foi idealizado o programa de extensão ‘Tudo mais Acessível’.

Assim, tendo como premissa a inclusão e a acessibilidade, o desenvolvimento de uma identidade visual que concede valor e credibilidade para a marca, transmitindo visualmente essas características, aliado à criação de estratégias comunicacionais acessíveis a todos, compreendem o propósito desse programa a ser solucionado por meio do método de design.

2 PROJETO

2.1 METODOLOGIA DE DESIGN

Segundo Corrêa (2018, p. 11) para alcançar um determinado objetivo de pesquisa, a metodologia é utilizada como forma de agrupar certos métodos e procedimentos de maneira que facilite o seu desenvolvimento. Isso também pode ser interpretado no âmbito de projetos de Design, de forma que existem métodos que tornam todo o processo de planejamento e de criação mais eficientes, com o objetivo de alcançar um resultado satisfatório. Ao discutir sobre metodologias de Design, Munari (2008, p.21) disserta:

“O método para o designer não é nada absoluto nem definitivo. É, portanto, algo que se pode modificar, caso se encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isto se liga à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo. Portanto, as regras do método estimulam o projetista a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros.”

Assim, é recomendável buscar um método apropriado para o tipo de projeto em questão, porém é fundamental entender que aderir a um modelo não é necessariamente uma prática inflexível. É viável ajustá-lo de acordo com as necessidades que surgem ao longo do processo.

Desse modo, foi escolhida a metodologia de Peón (2001) que servirá como meio de direcionamento no desenvolvimento da Identidade Visual do programa em questão. Este método consiste em três grandes fases, a fase A: Problematização, fase B: Concepção e fase C: Especificação (Figura 1).

Figura 2 – Metodologia de Peón



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A etapa de problematização envolve a compreensão da situação do programa por meio da coleta de dados, utilizando ferramentas como o *Briefing*. Isso possibilita identificar o perfil do cliente, seu público-alvo e os objetivos da marca. Essa fase é fundamental para garantir uma concepção adequada da Identidade Visual. Além disso, é interessante iniciar a criação do painel semântico, que, aliado às preferências específicas do cliente, auxiliará na definição dos requisitos e restrições para o desenvolvimento projetual.

Durante a fase de concepção, o projeto começa a ganhar forma. A partir dos dados coletados na fase inicial, começam a ser geradas alternativas para o logotipo principal e suas variações. Então, com base na escolha de uma solução preliminar, nesta etapa é possível reproduzir alguns testes como o teste de redução e o teste de aplicações para ver com clareza se a solução escolhida ainda tem ajustes a serem feitos.

Após consultar o cliente sobre a alternativa escolhida e estiver tudo consentido, inicia-se a fase de especificação, que consiste em, a partir de um último levantamento, sistematizar a Identidade Visual, desenvolvendo os elementos visuais da marca, suas aplicações e seu manual técnico de modo a apresentar o resultado obtido, relatando o seu conceito e suas especificações.

3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

Neste tópico serão abordadas as primeiras duas etapas da metodologia escolhida para o desenvolvimento da Identidade Visual do programa ‘Tudo mais Acessível’. Sendo elas respectivamente, a problematização (fase de coleta de dados para entender as necessidades do cliente) e a concepção (fase de criação de alternativas para a Identidade Visual).

3.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Para dar início ao projeto, foi realizado um levantamento de dados com o intuito de gerar um diagnóstico compreendendo qual o objetivo que o programa deseja alcançar, de forma que a identidade visual seja um ponto significativo para gerar valor a marca.

3.1.1 Perfil do cliente e público-alvo

O briefing é um documento que serve como guia para execução de um projeto, com informações como dados da empresa ou instituição, o seu público-alvo, seu setor no mercado, assim como prazos para entrega e orçamentos. “O foco, dentro do planejamento de um briefing, está na capacidade de direcionamento de ações” (Buonacorso, 2022).

Dessa forma, foi enviado às Coordenadoras do laboratório um formulário construído através da plataforma *Google Forms* contendo perguntas destinadas a documentar os dados necessários de forma a proporcionar um direcionamento claro sobre como o projeto seria elaborado. Além das perguntas, também foi apresentado o termômetro de atributos, ferramenta de escala entre associações opostas cujo objetivo é entender para qual dos dois lados a marca mais se identifica. As perguntas formuladas foram as seguintes:

- Qual é o segmento do programa de extensão?
- Quais foram os motivos que as fizeram iniciar esse programa?
- Qual é o propósito do programa de extensão existir?

- Qual o seu posicionamento como marca? De que forma deseja ser visto pelo seu público?
- Que público é esse?
- Quais qualidades você gostaria que estivessem associadas à sua marca?
- Que sentimento ou atributo você não quer associar à sua marca?
- Qual a escala do programa? (número de pessoas envolvidas)
- O programa está associado a algum grupo? Isso deverá ser explícito?
- Quais os materiais prováveis nos quais a identidade visual irá se manifestar?
- Existe algum elemento ou cor que deve ou não deve ser utilizado na identidade visual?

Com base nas respostas obtidas (Apêndice A), foi possível obter uma compreensão mais consistente do perfil do laboratório, incluindo seu histórico e características distintivas, bem como identificar com maior precisão o público-alvo do LabDIn, que será descrito a seguir.

O LabDIn é um laboratório localizado na Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste, que deseja não somente pesquisar sobre Inclusão e Acessibilidade, mas também ser um lugar que incentiva os estudantes a projetar soluções acessíveis. Criado em agosto de 2019, o laboratório atua no desenvolvimento de projetos de pesquisa e de extensão, além de oferecer vagas de estágio, bolsas de Iniciação Científica e vagas de trainee para alunos recém ingressados no curso ou na instituição como um todo. Desde sua criação, o laboratório possui uma preocupação constante em levar informação e conteúdo de qualidade para a comunidade em geral por meio de seu perfil no Instagram (@labdin.caa.ufpe). No fim do ano de 2023, o perfil chegou à marca de 1.700 seguidores, com postagens frequentes sobre seus projetos, além de divulgação de conteúdo de conscientização sobre Design, Inclusão e Acessibilidade.

A marca do laboratório, desenvolvida pelo Laboratório Tipográfico do Agreste (LTA), traz a tona a ideia de humanização como forte característica do LabDIn a partir de suas formas arredondadas e orgânicas. Assim também sua paleta de cores quentes como o laranja e o roxo transmitem acolhimento.

Figura 3 – Logotipo principal e cores da marca do LabDIn



Fonte: Manual da marca do LabDIn.

Um dos projetos de extensão mais conhecidos do LabDIn é a Oficina de Sensibilização à deficiência, também conhecido como Oficina de Acessibilidade (Figura 3). A Oficina visa oportunizar a experimentação de algumas limitações motoras e sensoriais, bem como testar os conhecimentos dosicineiros sobre inclusão e acessibilidade. A Oficina tem o intuito de se tornar itinerante, levando essa experimentação às escolas da cidade, com o intuito de sensibilizar e promover a empatia de crianças para com as pessoas com deficiência.

Figura 4 – Oficina de Sensibilização à deficiência realizada pelo LabDIn



Fonte: fotos tiradas pela autora (2023).

No aniversário de quatro anos do LabDIn (26 agosto de 2023), a equipe do Laboratório preparou um evento intitulado “LabDIn de portas abertas” e nele foi

apresentado o desafio ‘Tudo mais Acessível’, contendo cinco metas para promoção da Inclusão e da Acessibilidade na cidade de Caruaru, sendo elas: 1: Oportunizar uma educação inclusiva, 2: Melhorar os acessos arquitetônicos e de mobilidade, 3: Garantir o acesso à informação, 4: Diminuir o estigma e a segregação, 5: Promover a saúde e o bem-estar.

Figura 5 – Apresentação do Programa ‘Tudo mais Acessível’ no aniversário de 4 anos do LabDIn



Fonte: Foto tirada pela autora (2023).

Por meio do programa ‘Tudo mais Acessível’ desejam passar essa mensagem, não apenas para o Campus, mas para toda cidade de Caruaru – Pernambuco. As metas propostas pelo LabDIn evidenciam o objetivo do laboratório em tornar a educação, os espaços arquitetônicos e o acesso à informação mais inclusivos e acessíveis, diminuindo o estigma e a segregação que as pessoas com deficiência sofrem.

Para este programa, o laboratório visa utilizar mídias tanto digitais quanto impressas para fazer sua divulgação e estabelecimento acadêmica e social, com materiais como pôsteres, bottons, canecas, uniformes e pasta para eventos. Também desejam se manifestar por meio do perfil do Instagram do LabDIn divulgando as metas propostas e projetos que façam parte do programa de extensão. A partir destas aplicações, busca-se viabilizar a acessibilidade, como por exemplo: colocar um *QR code* nos pôsteres da campanha que dê acesso a um documento com leitura para pessoas cegas.

O público-alvo do programa 'Tudo mais Acessível' consiste em discentes e docentes da comunidade interna da UFPE e também a comunidade externa como prefeitura, ONGs, Associações, Conselhos e outros. Desde o lançamento do desafio 'Tudo mais Acessível', algumas soluções já foram trabalhadas em disciplinas, cujos projetos devem se alinhar a uma das metas, buscando assim, engajar e disseminar os conhecimentos sobre o Design Inclusivo entre os discentes de forma transversal nas disciplinas do curso (Figura 4).

Figura 6 – Discentes da disciplina de Direção de arte no período 2023.1



Fonte: Prints a partir do Instagram do LabDIn (2024)

O Laboratório já recebeu o convite do Conselho Municipal dos Direitos das Pessoas com Deficiência (COMUD) para apresentar as metas do 'Tudo mais Acessível' durante uma de suas reuniões. O Conselho reúne representantes das diversas associações, secretarias e organizações voltados aos direitos das pessoas com deficiência na cidade de Caruaru, sendo esta uma grande oportunidade de divulgação e de engajamento do público externo à UFPE no Programa. Este convite desencadeou a necessidade de desenvolvimento de uma identidade visual própria, que permitisse a divulgação do programa, e que garantisse a acessibilidade de seu conteúdo à todas as pessoas.

3.1.2 Estudo de Similares

Estudar marcas similares é uma tática aplicada para adquirir conhecimento de como o mercado de setores em comum ao programa se manifesta visualmente. A partir dessa análise é possível compreender quais características visuais são mais utilizadas para desenvolver um design que se destaque entre os outros, mas que não destoe do modelo mental de determinada categoria.

Peón (2013, p. 65) sugere alguns pontos de abordagem para análise de similares. Contudo, algumas adaptações foram feitas, levando em consideração o programa se identificar como um projeto social, e a consideração de outros projetos como concorrência se tornaria algo inadequado. Assim, foram consideradas 3 abordagens:

- Posição do cliente para com seus semelhantes;
- Situação de programas semelhantes;
- Existência ou não de identidade visual por parte dos semelhantes.

Ao realizar a pesquisa, foram selecionados projetos e programas brasileiros que englobassem as áreas de Inclusão e Acessibilidade com objetivos similares ao Programa ‘Tudo mais Acessível’: “ASID Brasil”, “Santa Catarina Acessível”, “Rede de Acessibilidade”, “Inclusão com Acessibilidade no Trabalho” e “Vida Ativa” (Figura 3).

Figura 7 – Painel de estudo de similares



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

- **ASID Brasil:** Plataforma de soluções com mais de 280 projetos de impacto social realizados com o objetivo de implementar e promover a inclusão social e econômica de pessoas com deficiência (ASID Brasil, 2022). Algumas de suas soluções são o “Mais Educação” e “Aliados da Inclusão”. Possui identidade visual desenvolvida e aplicada em seus projetos, nas redes sociais e em seu site. Faz uso de elementos circulares, tipografia sem serifa arredondada e azul e roxo como cores primárias.
- **Santa Catarina Acessível:** Programa do Ministério Público de Santa Catarina que tem como objetivo conscientizar a sociedade sobre os direitos das pessoas com deficiência (MPSC). Não possui identidade visual, mas utiliza de elementos pontiagudos representando setas e um corpo humano em seu logotipo, também utilizando o verde e azul como cores primárias.
- **Rede de Acessibilidade:** Planejamento de ações por parte do Senado juntamente a instituições públicas para adequação aos requisitos de acessibilidade da legislação (Januzzi, et al. 2019, p. 15-16). Seu logotipo é representado por formas geométricas e uso de cores vivas com tipografia em caixa alta e sem serifa.
- **Inclusão com Acessibilidade no Trabalho:** Iniciativa de projeto do Ministério Público do Trabalho de São Paulo de um curso de ensino a distância para promoção da Inclusão com Acessibilidade no Trabalho (Amankay Instituto de Estudos e Pesquisas, 2020). Utiliza de círculos para constituição de seu logotipo, formando um degradê circular de matizes quentes e frias. Sua tipografia é sem serifa e estendida verticalmente.
- **Programa Vida Ativa:** Programa que promove a participação da população idosa em atividades físicas, de lazer e de socialização (Prefeitura de Belo Horizonte, 2023). Representa em seu logotipo a imagem de dois corpos humanos se entrelaçando gerando a visualização simbólica de um coração a partir de formas abstratas. Faz uso de tipografia sem serifa e com curvas evidentes.

Tendo em vista que o programa se concentra em metas para promoção da acessibilidade, foi considerado como referência os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil da ONU, os quais, embora tenham uma visão mais abrangente

em relação ao desenvolvimento geral do país, podem se relacionar ao Programa Tudo mais acessível por consistirem em uma variedade de desafios para alcançar um objetivo de progresso social (Figura 5).

Figura 8 – Logotipo e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil



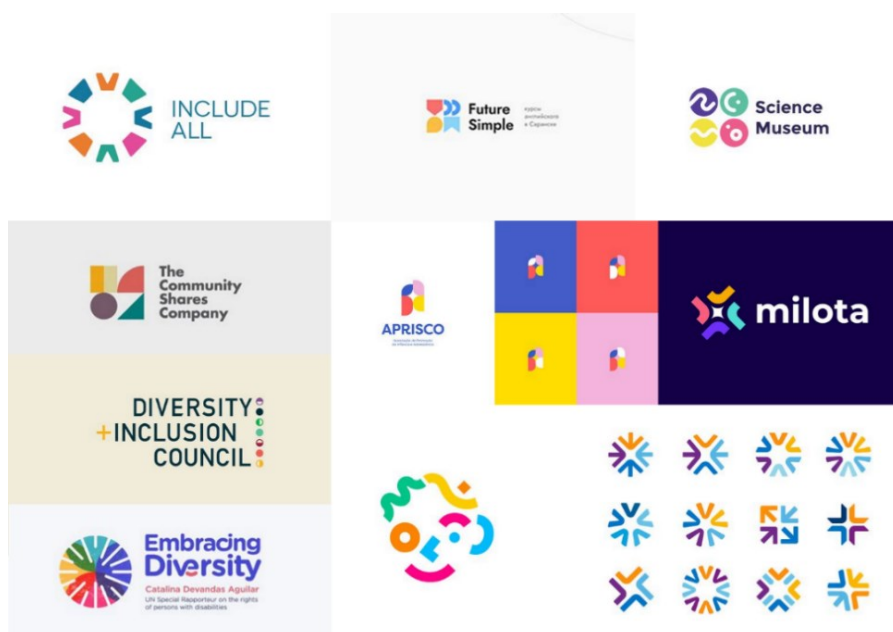
Fonte: Nações Unidas Brasil (2024).

3.1.2.1 Painel Semântico

A análise de similares possibilita a compreensão das tendências do mercado e do setor específico do programa. Isso possibilitou a busca por referências visuais que, mesmo não estando diretamente relacionadas ao mesmo setor, compartilham elementos, formas e cores similares à visão inicial desejada para a identidade visual.

Ao terminar a coleta dessas referências, foi criado o painel semântico (também conhecido como *moodboard*), que consiste na disposição de imagens que refletem a visão estética que o programa deseja transmitir.

Figura 9 – Painel Semântico



Fonte: Elaborado pela autora com base em Pinterest (2024).

Para concepção do painel semântico, foram selecionados designs de conceito minimalista, caracterizados por uma paleta de diferentes matizes vibrantes, de modo a relacioná-las às cinco metas do desafio. Além disso, buscou-se referências de design geométrico, uma vez que, além de ser uma característica presente no minimalismo, transmite uma imagem de consolidação e confiança da marca.

3.1.3 Requisitos e Restrições

Ao perguntar no questionário de briefing quais qualidades seriam ideais a serem associadas ao programa, a resposta obtida foi: legibilidade, modernidade e acessibilidade. De semelhante modo, as qualidades que não seriam ideais foram: estigma, segregação e infantilização. Então alguns requisitos foram estabelecidos para que a identidade visual respeitasse essas demandas.

Em relação a tipografia, foi instituída a utilização somente de tipografias sem serifas, com o objetivo de representar a estética moderna e para evitar a infantilização não seriam utilizadas fontes com curvas muito evidentes. Assim também foi estabelecido que ao desenvolver a paleta de cores seria importante evitar cores com alta porcentagem de luminosidade, de modo a contribuir com a legibilidade, o

contraste e também, ao utilizar cores mais vivas, a percepção do trabalho estaria alinhada à ideia de integração.

Para desenvolvimento da assinatura visual, foi pensado em incorporar o símbolo do “+” no logotipo, para fazer a associação com a inclusão e com o próprio nome do programa.

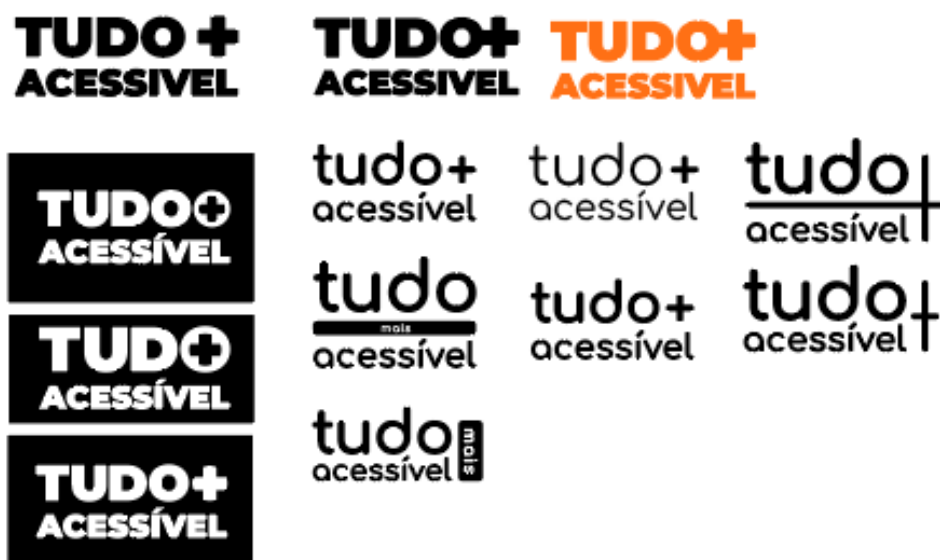
3.2 CONCEPÇÃO

- Geração de Alternativas

Dando início a fase de concepção, a partir das informações coletadas é possível gerar uma série de alternativas visuais, como forma de *Brainstorm*, processo que, traduzido livremente como tempestade de ideias, representa um momento onde um grande fluxo de ideias é concebido, sem filtro algum, de modo que se possa encontrar soluções criativas e inovadoras, somente para depois as selecionar e testar (PM3 Blog, 2022).

A partir das pesquisas feitas e dos dados coletados, para desenvolvimento do logo, a ideia principal foi utilizar o símbolo “+” como substituição da palavra “mais”, formando uma dinâmica na estética da assinatura visual. Dessa forma, foram concebidas algumas opções que seguissem esse padrão.

Figura 10 – Painel de *Brainstorm* 1



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

De modo a representar as cinco metas do programa de extensão, novas ideias foram geradas contendo cinco cores saturação média que além de corresponderem às metas, também simbolizam inclusão e acessibilidade para todos. Assim também, o uso de uma tipografia com cantos arredondados pode transmitir uma imagem mais humanizada, o que inicialmente segue os parâmetros obtidos através do briefing.

Figura 11 – Painel de *Brainstorm 2*



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

3.2.1 Solução Preliminar

A escolha da solução preliminar foi feita ao observar a diagramação que mais possuía consistência visual (Figura 11), ao combinar os cantos arredondados do grafismo que representa a palavra “mais” com o arredondado da tipografia selecionada é representada a ideia de humanização. Também foram desenvolvidos ícones para associação das cores às metas nas aplicações do programa.

Figura 12 – Versões preliminares do Logotipo e dos ícones para as metas.

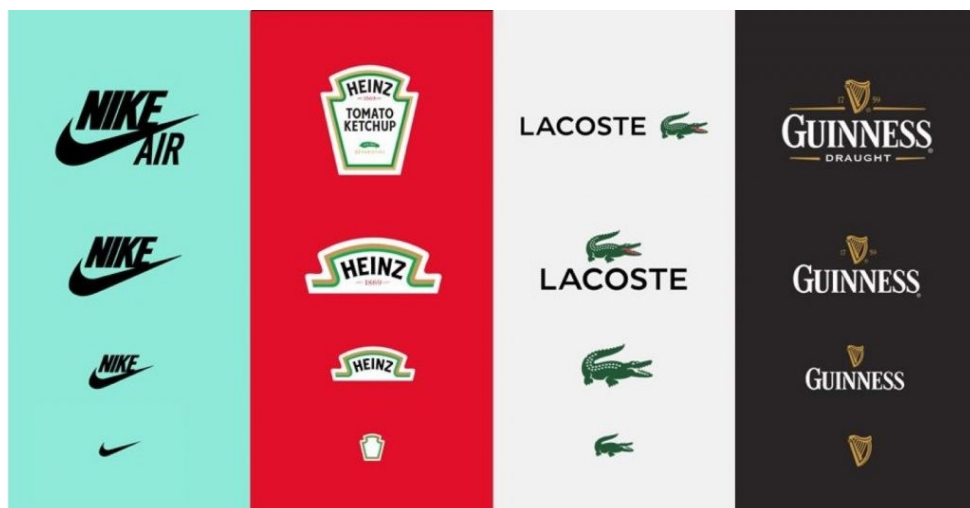


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

3.2.2 Testes de Solução Preliminar

O teste de redução tem como objetivo observar se o logotipo desenvolvido é adequado para ser aplicado em suportes de menores dimensões. Dessa forma, ao diminuir cada vez mais a sua escala, é possível verificar se a sua visualização continua legível, caso contrário, é interessante pensar em diferentes alternativas para se utilizar nestas aplicações, tornando o logotipo responsivo.

Figura 13 – Exemplo de responsividade em logotipo

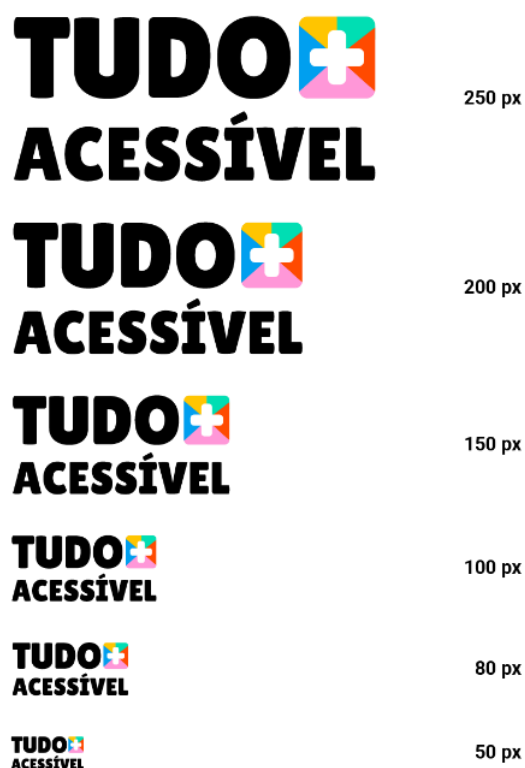


Fonte: Ed Rodrigues (2020).

Desenvolver um logotipo responsivo é importante para garantir a versatilidade da marca, possibilitando uma aplicação adequada nos suportes que serão necessários para

compor a identidade visual em questão. Deste modo, criar logotipos em formatos vertical, horizontal e reduzidos torna-se um fator relevante na visualização e transmissão da mensagem visual que se deseja ser retratada.

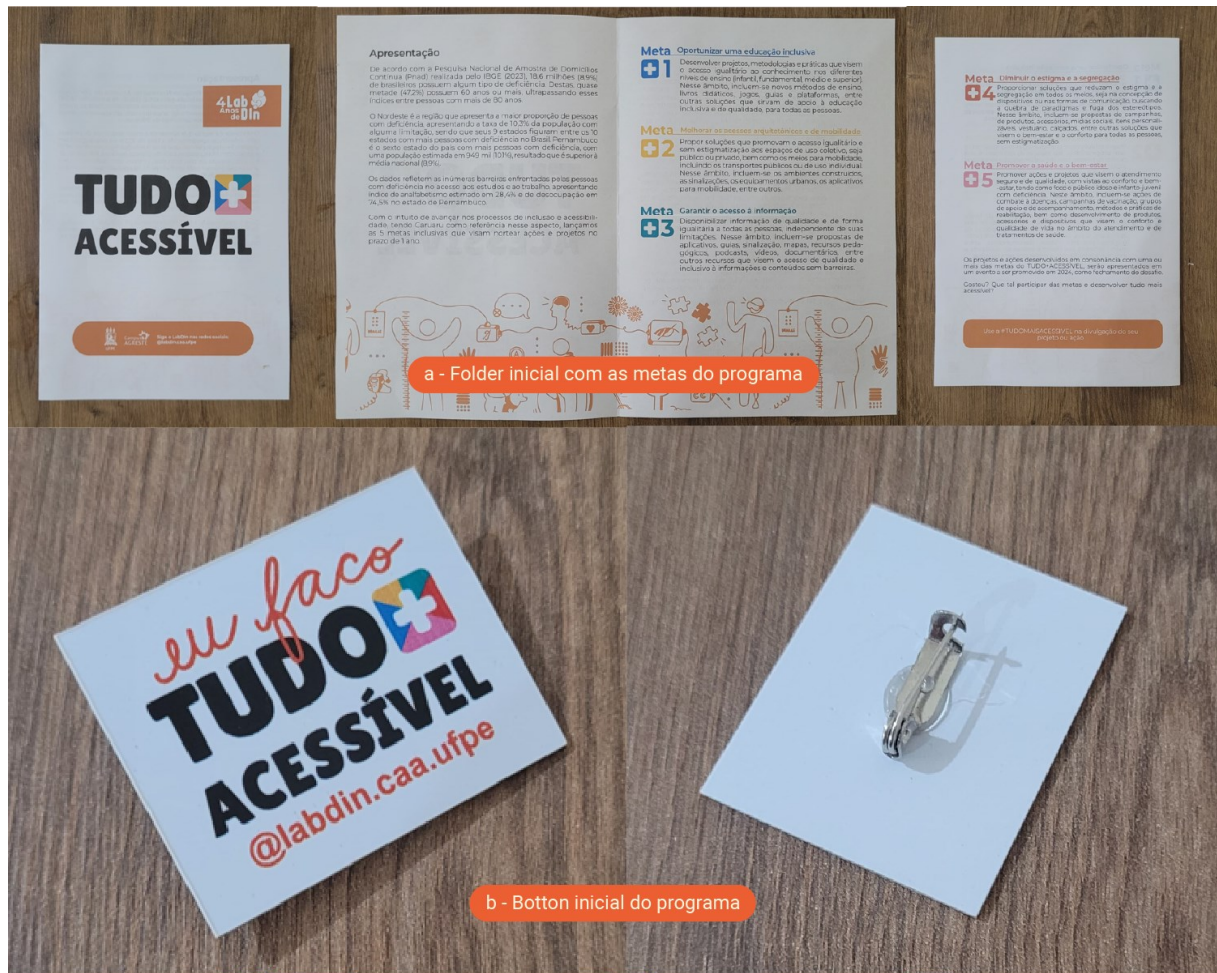
Figura 13 – Teste de redução para solução preliminar de logotipo



Fonte: Elaborado pela autora.

O desafio surgiu também como forma de celebrar os quatro anos do laboratório, ao mesmo tempo que servisse de engajamento com a comunidade acadêmica ao direcionar a ideia de tornar o mundo um lugar mais acessível. Então, para poder representar e divulgar o programa, foram desenvolvidos modelos físicos de panfletos (Figura 15a) e *bottons* (Figura 15b) e composições digitais para publicação em redes sociais (Figura 15c).

Figura 14 – Folder inicial com as metas do Programa Tudo Mais Acessível



Fonte: Prints a partir do Instagram do LabDin (2024).

A partir dos testes realizados, foi possível observar que a ideia da solução preliminar desenvolvida tinha um direcionamento correto, porém algumas alterações poderiam tornar a percepção da marca mais agradável esteticamente e mais condizente com seu propósito.

Um dos pontos observados foi o contraste de dimensões entre as palavras “tudo” e “acessível”. Para formar uma imagem simétrica e alinhada foi feita essa escolha visual, contudo, após analisar a imagem do logotipo reduzida e também aplicada em mídias reais, foi possível identificar esse fator como algo que dificulta a legibilidade e torna o peso das letras distorcido.

Além disso, a representação das cores neste projeto é uma questão importante a ser considerada, já que cada uma das cinco cores representa uma meta. O fato de haverem muitas cores integradas em um logotipo pode tornar a Identidade Visual de difícil aplicação em diferentes suportes. Então a integração das cores preto e branco na tipografia gera sobrecarga visual e distancia a visão de inclusão e acessibilidade, propostas pela paleta colorida.

4 DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECIFICAÇÕES

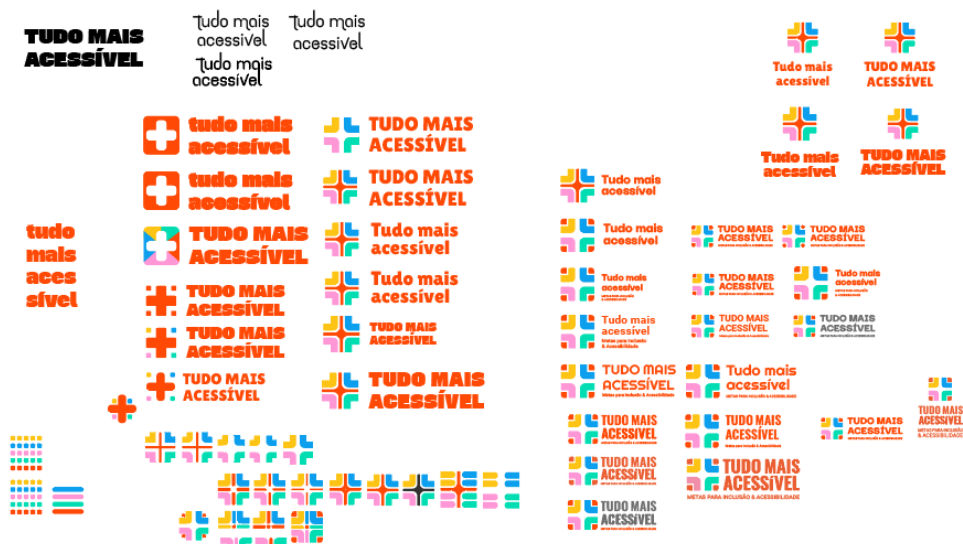
4.1 ESPECIFICAÇÃO

A especificação representa o processo de finalização do projeto de desenvolvimento da Identidade Visual, é nesse momento que acontece o levantamento final, selecionando a solução definitiva do logotipo, preparando suas aplicações e elementos visuais para serem utilizados em mídias reais, tanto físicas quanto digitais, e fechando os arquivos para fornecer todos os componentes necessários à reprodução pela gráfica.

Após entrar em contato com o Laboratório, a decisão tomada foi em refinar o logotipo preliminar para chegar em um resultado mais funcional e mais agradável esteticamente. Apesar do conceito das cores fazer sentido, a utilização da cor preta como aplicação em fundo branco gera uma visualização mais fria pra um programa que deseja representar a humanidade. Então deu-se início a etapa de refino, buscando chegar em uma solução que transmitisse a mensagem do desafio de forma mais satisfatória.

Na solução de logotipo preliminar, havia a integração do ícone representando o “+” entre a tipografia. Apesar da ideia como representação do símbolo ser interessante, para diferentes aplicações uma assinatura visual que possa ser usada em sentidos tanto horizontal, quanto vertical seria mais flexível.

Figura 15 – Painel de testes para refino do logotipo



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

As alternativas de refino para o logotipo foram desenvolvidas com base no uso da cor laranja como a cor principal para a tipografia e para aplicações em fundos claros. Além disso, foi mantido o conceito da representação do símbolo “+” mas ao percorrer por diversos testes, a opção que mais se mostrou interessante esteticamente e simbolicamente falando foi a de juntar quatro formas, uma em cada extremidade formando o símbolo na área negativa entre elas.

Além disso, a mudança de tipografia foi algo incluído no desenvolvimento das alternativas, tendo a vista que a tipografia anterior apesar de ter a caracterização humanista por suas formas arredondadas, de certo modo também poderia caracterizar uma imagem mais inocente ou infantil. Então foram buscadas fontes que permanecessem sem serifa, mas que tivessem em sua anatomia arestas mais retas, de modo a transmitir confiança e formar equilíbrio com a paleta de cores que afirma a ideia de humanização e de integração.

4.1.1 Solução Final

A alternativa de logotipo selecionada (Figura 16) integra o uso das cinco cores definidas para a marca com o princípio de fechamento da *Gestalt*. De acordo com Gomes Filho (2008, p. 32), essa sensação visual é alcançada “por meio de agrupamento de elementos de maneira a constituir uma figura total mais fechada ou mais completa”. Desse modo, ao dispor as quatro formas com um espaço simétrico entre elas, é possível visualizar o símbolo do “+” apesar de ele ser resultado do espaço negativo entre os elementos do ícone.

Figura 16 – Logotipo final e suas variações



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Segundo A. Dondis (2003), os agentes para desenvolvimento da comunicação visual são as técnicas, e é a partir delas que a solução visual toma forma. Algumas das técnicas utilizadas na concepção da identidade visual em questão foram: simetria, ao posicionar os elementos com o mesmo espaçamento e as mesmas dimensões; equilíbrio, ao manter a simetria e alinhamento entre logo e tipografia; e positivo e negativo, ao formar a visualização do símbolo “+” a partir do espaço negativo entre os elementos do logotipo.

Assim como foi feito na alternativa preliminar do logotipo, também foi realizado o teste de redução para visualização de qual resolução mínima e máxima para uso das versões da marca em suas aplicações (Figura 17). É notável que a partir de 150px a legibilidade da versão horizontal com subtítulo começa a ser comprometida, por esse motivo deve-se aplicar as versões para usos reduzidos.

Figura 17 – Teste de redução para solução de logotipo final



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A malha construtiva possibilita o posicionamento dos elementos visuais em um espaço, tornando a estrutura visual do logotipo simétrica e alinhada. Para obter esse resultado também foi estabelecido um espaçamento na dimensão de largura da letra

M aplicada na tipografia secundária do logotipo. Além disso instituiu-se uma área de respiro nas dimensões da letra M aplicada na tipografia primária do logotipo.

Figura 18 – Construção do logotipo



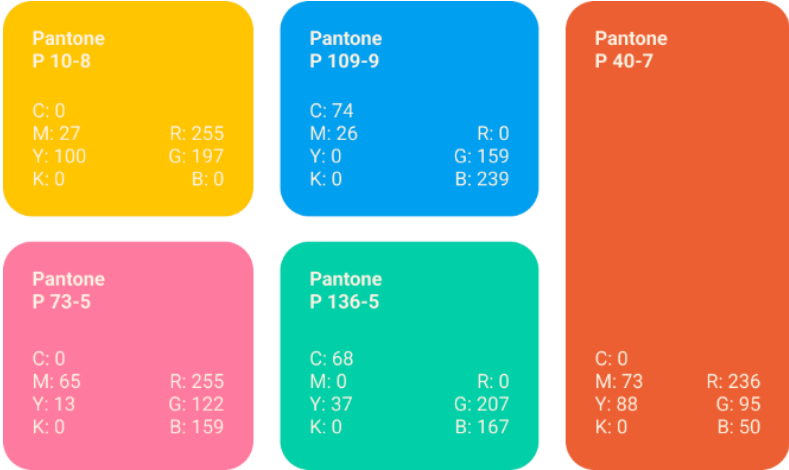
Fonte: Desenvolvido pela autora (2024).

• Paleta de cores

Ao definir as cores que integrariam a paleta do programa, foi crucial considerar as características mencionadas no briefing (Apêndice A), tais como acessibilidade e modernidade. Além disso, levou-se em conta que o programa possui cinco metas distintas, sendo necessário atribuir uma cor para representar cada uma delas de forma apropriada.

Nesse sentido foram escolhidas cinco cores vibrantes, o amarelo para a meta 1, o azul para a meta 2, o rosa para meta 3, o ciano para meta quatro e o laranja avermelhado para meta 5. O laranja escolhido também integra o uso de base da identidade visual, remetendo ao laboratório que concebeu este programa.

Figura 19 – Paleta de cores primárias



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Além das cores selecionadas para representar as cinco metas, ao invés de utilizar branco puro e preto puro como cores de apoio nas aplicações, optou-se por cores *off-white* e *off-black*. Estas tonalidades indicam um quase preto e branco, porém menos intensos, o que permite que o contraste entre os matizes principais e os de apoio seja mais suave. Isso contribui para reduzir a fadiga visual durante a visualização em telas, além de tornar a interpretação da marca mais aconchegante.

Figura 20 – Paleta de cores de apoio

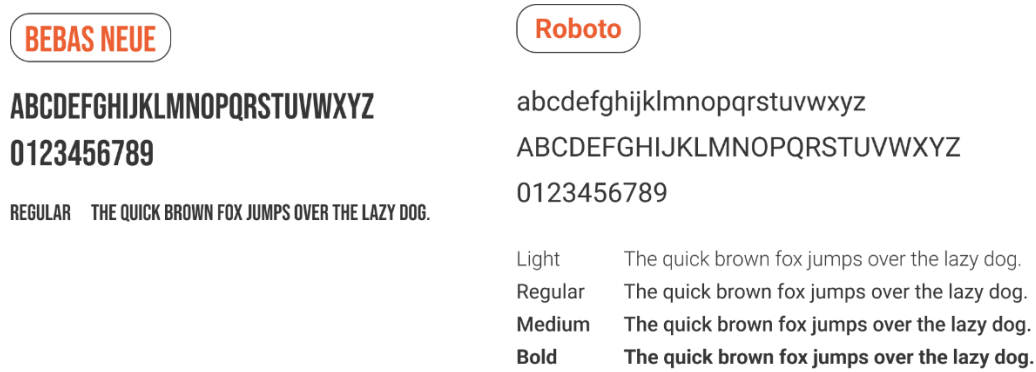


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

- Tipografia

A escolha da tipografia foi feita ao considerar alguns pontos mencionados no briefing, buscando identificar uma fonte com características modernas, tendo como base a ausência de serifas e o geometrismo em sua estruturação. A fonte *Bebas Neue* (Figura 24) foi selecionada como tipografia principal, para uso em títulos e tópicos de destaque, ao cumprir com os requisitos e se equilibrar com o ícone principal da marca.

Figura 21 – Tipografia primária e secundária



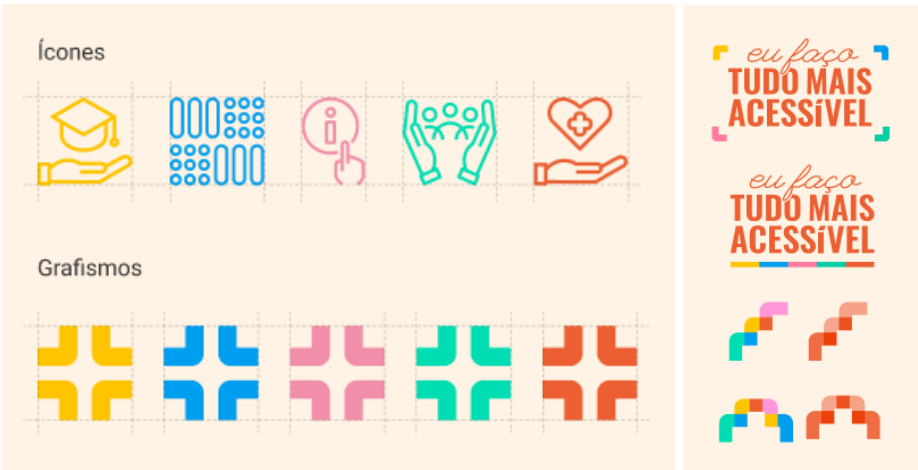
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Como tipografia secundária, foi escolhida a família tipográfica *Roboto Regular*, consistindo também em caracteres com estrutura geométrica, mas tendo um aspecto amigável transmitido a partir de suas curvas abertas. O espaçamento estabelecido entre as letras torna a sua leitura natural, assim sendo apropriada para textos mais longos.

- Elementos da marca

Os elementos da marca compõem um papel significativo na identidade visual, pois consistem em formas, ícones e padrões que serão utilizados de forma sistemática em suas mídias. Para o programa em questão, foi necessário pensar em uma forma de representação visual das metas além das cores, e assim, foram desenvolvidos ícones, cada um deles transmitindo a objetivo de cada meta.

Figura 22 – Elementos da marca



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

4.1.2 Aplicações da marca e Manual técnico

A partir da identidade visual desenvolvida, suas cores e seus elementos, foi possível gerar uma série de aplicações em suportes físicos e digitais para divulgação do programa de extensão e manuseio em eventos. Assim, como solicitado pelo LabDIn, as aplicações desenvolvidas foram: bottons (Figura 23 e Figura 24a), o folder (Figura 24b), a pasta (Figura 24c), posters (Figura 25), camisetas (Figura 30), canecas (Figura 31) e o PDF Acessível (Figura 32).

Os *mockups* são imagens dos artefatos em que a identidade visual será aplicada. Através deles foi possível ter uma visualização mais realista de como será o resultado físico das aplicações.

Figura 23 – Bottons principais



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os bottons servem como forma de engajar os participantes do programa com os desafios, também é um meio de expressão de apoio à causa. Seguindo este conceito, foram desenvolvidos bottons individuais para cada meta (Figura 24a), para que as pessoas que se inclinarem para as áreas específicas do projeto possam demonstrar de qual meta fazem parte.

Figura 24 – Aplicações diversas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 25 – Posters



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 26 – Aplicações em camisetas e canecas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para propagação das metas e objetivos do programa, foi elaborado um documento (Figura 27) seguindo padrões de acessibilidade para pessoas cegas que dependem de ferramentas de leitura de tela como o TalkBack, que comunica pelo áudio do dispositivo os elementos presentes na tela, como textos e imagens.

Dessa forma, o arquivo foi desenvolvido no programa Microsoft Word, considerando suas opções de verificação de acessibilidade e evitando formas e adereços visuais que dificultassem a leitura de tela.

Figura 27 – Prints do PDF Acessível com leitura de tela



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Após concluir todo o processo de especificação, a última etapa foi produzir o manual técnico da marca (Apêndice B). Este consiste em um documento contendo as diretrizes para auxílio na aplicação da identidade visual da forma adequada, independente de quem for fazer o uso da assinatura visual.

A partir das informações anteriormente relatadas, o arquivo desenvolvido será disponibilizado para uso com as variações do logotipo, suas cores institucionais, tipografia, área de respiro, elementos visuais da marca e aplicações.

5 CONCLUSÕES

O programa de extensão ‘Tudo mais Acessível’ tem o objetivo de crescer para mobilizar as pessoas a se envolverem em produções inclusivas. Tendo seu início na cidade de Caruaru, o programa não se limita apenas à região do Agreste, mas abre margem para se expandir para outras regiões no futuro. Dessa forma, ao desenvolver sua identidade visual, muitos processos foram absorvidos sobre o laboratório e sobre seu propósito acadêmico e social. Isso tudo foi direcionado ao estabelecimento de imagem da marca através dos seus elementos visuais simbólicos.

A identidade visual criada para o programa, possibilita o seu reconhecimento por meio das suas aplicações, considerando a importância do alinhamento visual de uma marca com o seu propósito. Assim, os atributos de humanização, modernidade e acessibilidade são associados às formas, curvas e combinações de cores vibrantes.

Por meio do sistema desenvolvido, futuramente será possível reproduzir novas aplicações conforme às necessidades dos participantes do programa. Também poderá ser desenvolvido um *website* como outro ponto de contato para alcance de novos participantes.

REFERÊNCIAS

AMANKAY, Instituto de Estudos e Pesquisas. **Inclusão com Acessibilidade no Trabalho: Sobre o Projeto**. 2020. Disponível em: <<https://www.acessibilidadenotrabalho.org/sobre-o-projeto>>. Acesso em: 17 de fev. 2024.

ASID Brasil. **Como Atuamos**. Disponível em: <<https://asidbrasil.org.br/solucoes/#como-atuamos-solucoes>>. Acesso em 02 de fev. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, NBR 9050. **Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. 4. Ed. Rio de Janeiro, 2020, p. 2.

BELO HORIZONTE, Prefeitura. **Vida Ativa**. Disponível em: <<https://prefeitura.pbh.gov.br/esportes-e-lazer/vida-ativa>>. Acesso em: 17 de fev. 2024.

BRASIL, Nações Unidas. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em 17 de fev. 2024.

BUONACORSO, Gustavo. **Aprenda a criar um briefing em 9 passos**. Next4. Disponível em: <<https://www.next4.com.br/criar-um-briefing-aprenda-em-9-passos/>>. Acesso em 17 de jan. 2024.

COMCIENCIA, **O que é a agenda 2030 das Nações Unidas e quais são os objetivos de desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <<https://www.comciencia.br/o-que-e-agenda-2030-das-nacoes-unidas-e-quais-sao-os-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>>. Acesso em 31 de jan. 2024.

CORRÊA, Luiz Nilton. **Metodologia Científica**: para trabalhos acadêmicos e artigos científicos. Florianópolis, SC, 2008, p. 11.

DONDIS. Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. (tradução Jefferson Luiz Camargo). 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FLORIPAMANHÃ. **VOCÊ SABE O QUE SÃO OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)?** Disponível em: <<https://floripamanha.org/upgrade/2020/01/voce-sabe-o-que-sao-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-ods/>>. Acesso em 27 de fev. 2024.

GALA, Ana Sofia. **Lei de acessibilidade**: quais são, importância e quem fiscaliza? Hand talk, 2023. Disponível em: <[https://www.handtalk.me/br/blog/leis-de-acessibilidade/#:~:text=Lei%20Brasileira%20de%20Inclusão%20da%20Pessoa%20com%20Deficiência%20\(LBI\)&text=A%20LBI%20veio%20para%20completar,2006%2C%20lá%20em%20Nova%20Iorque](https://www.handtalk.me/br/blog/leis-de-acessibilidade/#:~:text=Lei%20Brasileira%20de%20Inclusão%20da%20Pessoa%20com%20Deficiência%20(LBI)&text=A%20LBI%20veio%20para%20completar,2006%2C%20lá%20em%20Nova%20Iorque)>. Acesso em 18 de fev. 2024

GOMES, Irene. **Pessoas com deficiência têm menor acesso à educação, ao trabalho e à renda**. Agência IBGE Notícias. 2023. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37317-pessoas-com-deficiencia-tem-menor-acesso-a-educacao-ao-trabalho-e-a-renda#:~:text=Cerca%20de%2018%2C6%20milh%C3%B5es,anos%20ou%20mais%20de%20idade>>. Acesso em: 29 de jan. 2024.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto**: Sistema de Leitura Visual da Forma. 8ª edição. São Paulo: Escrituras Editora, 2008

HILLER, Marcos. **Branding**: a arte de construir marca. Editora Trevisan, 2014, p. 12.

JANUZZI, Adriana, et al. **Como construir um ambiente acessível nas organizações públicas**. 1. ed. Brasília: Rede de acessibilidade, 2019. Disponível em: <<https://portal.tcu.gov.br/data/files/06/56/CD/E3/543208102DFE0FF7F18818A8/Como%20Construir%20um%20Ambiente%20Acessivel%20nas%20Organizacoes%20-%202020%20educacao.pdf>>. Acesso em: 17 de fev. 2024

MINISTÉRIO PÚBLICO, Santa Catarina. **Programas**: SC Acessível. Disponível em: <<https://www.mpsc.mp.br/programas/scacessivel#:~:text=O%20Programa%20SC%20Acessivel%20tem,atividades%20%C3%A0s%20normas%20de%20acessibilidade>>. Acesso em 17 de fev. 2024.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. 21.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. Rio De Janeiro: 2Ab, 2001.

PM3 BLOG. **Brainstorming**: o que é, como funciona e como organizar. Disponível em: <<https://www.cursospm3.com.br/blog/brainstorming-o-que-e/>>. Acesso em 30 de jan. 2024.

RODRIGUES, Ed. **O GUIA PRÁTICO COMPLETO PARA LOGOTIPOS E DESIGN DE LOGOTIPO EM 2020**. 2020. Disponível em: <<https://edrodrigues.com.br/blog/o-guia-pratico-completo-para-logotipos-e-design-de-logotipo-em-2020/>>. Acesso em: 23 de fev. 2024

APÊNDICE A - RESPOSTAS DO BRIEFING A PARTIR DO GOOGLE FORMS

As respostas não podem ser editadas

Briefing - Identidade Visual para o Programa de Extensão Tudo mais acessível

O formulário em questão tem o objetivo de coletar dados sobre o programa de extensão Tudo mais acessível, de modo a desenvolver sua Identidade Visual com base no que a marca deseja transmitir ao seu público. Os dados coletados nesta pesquisa serão utilizados apenas para fins educativos.

* Indica uma pergunta obrigatória

Quem respondeu?

Enviar por e-mail

rosimeri.pichler@ufpe.br

Qual é o segmento do programa de extensão?

1 resposta

Extensão. Fazer a relação universidade-comunidade.

Quais foram os motivos que as fizeram iniciar esse programa?

1 resposta

A necessidade de formalizar a ideia do Tudo mais Acessível, lançado no nosso aniversário de 4 anos (agosto de 2023), tornando um ponto de encontro de todos os projetos e ações do laboratório.

Qual é o propósito do programa de extensão existir?

1 resposta

O Programa de extensão 'Tudo mais Acessível' visa servir de guarda-chuva para os diversos projetos, ações e eventos promovidos pelo LabDIn. A ideia é que ele cresça e reúna as diversas ações em inclusão e acessibilidade, tanto dentro da academia como na cidade de Caruaru e cidades circunvizinhas. O Tudo mais Acessível foi lançado com 5 metas iniciais, que abrangem áreas prioritárias e essenciais para a inclusão de todas as pessoas. A gente brinca até que somos a ONU do Agreste....rs

Qual o seu posicionamento como marca? De que forma deseja ser visto pelo seu público?

1 resposta

A marca deve possuir uma identidade que demonstre essa relação, mas deve transmitir a ideia de ser um projeto que congrega outros, reúne diversas áreas e propostas, já que o mesmo parte da delimitação de 5 metas iniciais que podem articular diversas áreas do conhecimento, para além do design. Portanto, pensamos que ele deve ter um identidade, mas não tão marcante, pois deve conversar, se adaptar as diferentes aplicações com outros laboratórios, universidades, órgãos e afins.

Que público é esse?

1 resposta

Comunidade interna do Centro Acadêmico do Agreste da UFPE (docentes, discentes e técnicos) e comunidade externa (prefeitura, Conselhos, Associações, ONGs, entre outros).

Quais qualidades você gostaria que estivessem associadas à sua marca?

1 resposta

legibilidade, modernidade, acessibilidade

Que sentimento ou atributo você **não** quer associar à sua marca?

1 resposta

estigma, segregação, infantilização

Qual a escala do projeto? (número de pessoas envolvidas)

1 resposta

1.000 (inicialmente) mas visamos crescer esse impacto divulgando as metas para outras cidades, associações, etc.

O projeto está associado a algum grupo? Isso deverá ser explícito?

1 resposta

Está associado ao LabDin, é uma proposta exclusiva do Laboratório.

Quais os materiais prováveis nos quais a identidade visual irá se manifestar?

1 resposta

Manual das metas, site, instagram, camiseta, cartão de visita, caneca, boton, banner, cartazes.

Existe algum elemento ou cor que deve ou **não** deve ser utilizado na identidade visual?

1 resposta

Buscar não criar uma ideia de estigmatização, então pensamos em nao utilizar representações de deficiências específicas, que passe uma ideia de infantilização (bonequinhos, etc) ou ideia de área médicas, com cores frias e metálicas.

Termômetro de Atributos

O termômetro de atributos tem como objetivo compreender através de uma escala, quais associações e percepções a marca deseja que o público tenha sobre ela.

Atributo 1 *



Atributo 2 *



Atributo 3 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Tradicional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Moderna

Atributo 4 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Formal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informal

Atributo 5 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Criativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Técnica

Atributo 6 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Discreta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extravagante

Atributo 7 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Acessível	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Inacessível

Atributo 8 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Sensível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rígida

APÊNDICE B - MANUAL DE MARCA DO PROGRAMA ‘TUDO MAIS ACESSÍVEL’

PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

2023.2

PROGRAMA TUDO
MAIS ACESSÍVEL

Manual
de Marca

Larissa Cavalcanti Machado

SUMÁRIO

O que é o Manual de Marca?01

Sobre o projeto02

O Logotipo03

Cores08

Tipografia10

Elementos da marca12

Aplicações14

O que é o Manual de Marca?01

O QUE É O
MANUAL DE
MARCA?

O manual de marca é um arquivo que contém as diretrizes para auxiliar a aplicação da Identidade Visual de maneira adequada.

Para uma melhor utilização e visualização da marca do Programa Tudo mais acessível, foram desenvolvidas diferentes aplicações para diferentes usos.



SOBRE O PROJETO

O Programa Tudo mais acessível surgiu como iniciativa do Laboratório de Design Inclusivo (LabDIn) em criar um meio de promover aos estudantes de Design do Campus do Agreste em Caruaru a desenvolverem soluções de design de maneira mais acessível e inclusiva.

De modo a não só alcançar o público universitário, mas também qualquer pessoa que deseje se integrar ao projeto, o Tudo mais acessível se tornou um Programa de Extensão.

Dessa forma, o desenvolvimento de Identidade Visual é uma etapa essencial para construir uma marca bem posicionada e que se comunica bem com seu público.



O LOGOTIPO



Motivado pelo desejo de integração de todas as pessoas, o programa almeja representar visualmente a diversidade humana e como podemos e devemos tornar o mundo um lugar mais inclusivo e acessível. Por isso ao selecionar cinco cores diferentes e vibrantes, as cinco metas do programa são representadas, utilizando o laranja como base para representação também do LabDIn.



CONSTRUÇÃO DO LOGOTIPO

Para representação visual do logotipo, foram utilizados grids proporcionais de modo a auxiliar a distribuição simétrica e alinhada dos elementos da composição.

É necessário respeitar os espaçamentos e área de respiro estipulados para melhor aplicação da marca.



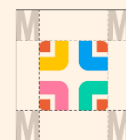
Malha construtiva



Espaçamento



Área de respiro



VARIAÇÕES DO LOGOTIPO

Formatos



Horizontal
250px a 150px



Horizontal reduzida
100px a 80px



Vertical
Vertical



Ícone
50px a 15px



VARIAÇÕES DO LOGOTIPO

Cores



USO INADEQUADO DO LOGOTIPO

Esticada



Mudando a disposição de ícone e tipografia



Utilizando cores de fundo que não contrastam



CORES

CORES PRINCIPAIS

Para compor a paleta de cores primárias, foram consideradas as metas do programa como elemento crucial. Para isso, optou-se por utilizar cinco cores distintas, com a quinta cor representando o LabDIn. As cores vibrantes e distintas umas das outras transmitem a mensagem de integração



Pantone P 10-8

C: 0
M: 27
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 197
B: 0

Pantone P 109-9

C: 74
M: 26
Y: 0
K: 0

R: 0
G: 159
B: 239

Pantone P 40-7

C: 0
M: 73
Y: 88
K: 0

R: 236
G: 95
B: 50

Pantone P 73-5

C: 0
M: 65
Y: 13
K: 0

R: 255
G: 122
B: 159

Pantone P 136-5

C: 68
M: 0
Y: 37
K: 0

R: 0
G: 207
B: 167

CORES DE APOIO

As cores de apoio desempenham o papel de servir como base para as aplicações. Neste projeto, foi escolhida a cor bege para criar contraste com as cores vibrantes das metas e o cinza escuro em usos mínimos, uma vez que a marca prefere evitar tonalidades muito fechadas. Além disso, o laranja está presente em títulos, fundos e destaques visuais, como meio de representação do LabDIn.



Pantone P 7-9

C: 0
M: 3
Y: 16
K: 2

R: 252
G: 244
B: 221

Pantone P 179-14

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 89

R: 63
G: 63
B: 62

Pantone P 40-7

C: 0
M: 73
Y: 88
K: 0

R: 236
G: 95
B: 50

TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA PRIMÁRIA

Utilizada em títulos e frases de destaque, a Bebas Neue é uma fonte Display moderna sem serifa que ao combinar curvas e retas, transmitindo adequadamente a combinação entre seriedade e acessibilidade.



BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

REGULAR THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

TIPOGRAFIA SECUNDÁRIA

Utilizada em textos longos e frases de apoio, a família tipográfica Roboto é versátil para acompanhar a Identidade Visual sem chamar muita atenção para si.

Roboto

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Light	The quick brown fox jumps over the lazy dog.
Regular	The quick brown fox jumps over the lazy dog.
Medium	The quick brown fox jumps over the lazy dog.
Bold	The quick brown fox jumps over the lazy dog.



ELEMENTOS DA MARCA

Utilizada em textos longos e frases de apoio, a família tipográfica Roboto é versátil para acompanhar a Identidade Visual sem chamar muita atenção para si.

Íconografia



Grafismos



Outros grafismos



APLICAÇÕES

A partir da identidade visual desenvolvida, suas cores e seus elementos, foi possível gerar uma série de aplicações em suportes físicos e digitais para divulgação do programa de extensão e manuseio em eventos.



BUTTONS



POSTERS



PASTA E FOLDER



CAMISETAS E CANECAS

