

arquitectura y diseño, nacionales e internacionales. De sus proyectos se destaca Museos Vivos Uy, con el cual obtiene el primer premio en investigación y diseño, en la Bienal Iberoamericana de Diseño de Madrid 2018 (BID). Evaluadora de proyectos, integra tribunales y jurados de concursos, dictando a su vez conferencias tanto a nivel

nacional como internacional (Madrid, Central de Diseño; Barcelona, IED, UPC; París, La Sorbonne; USP-Universidad de San Pablo; Buenos Aires, UP, UBA, Universidad de La Plata; Pontificia Universidad Católica de Perú; La Habana, Instituto Superior de Diseño ISDi, entre otros).

Proposta de redesign da marca do projeto UNATI (UNESP/Brasil)

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 37, pp. 331-333. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: enero 2021
Versión final: diciembre 2021

Nathália Suelen Rodrigues, Thaís Regina Ueno Yamada
e Laís Akemi Margadona (*)

Resumo: O objetivo desta investigação é apresentar a metodologia da proposta de *rebranding* do projeto de extensão “Universidade Aberta à Terceira Idade” (UNATI), pertencente à Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brasil) e vinculado ao Programa de Integração Social Comunitária, da Pró-Reitoria de Extensão Universitária (PROEX/UNESP). A UNATI é um projeto de caráter multidisciplinar, desenvolvido nas diversas unidades universitárias da UNESP, e congrega professores, pesquisadores, alunos e servidores. Sua proposta é a de ressignificar a velhice, ao promover a inserção do idoso no contexto acadêmico. Como resultado, espera-se que a identidade visual seja aplicada e adotada pelo núcleo de Bauru da UNATI.

Palavras-chave: Identidade visual - Design gráfico - Branding - Design Inclusivo - Terceira Idade.

[Resúmenes en inglés y español y currículum en p. 333]

O objetivo desta investigação é apresentar a metodologia da proposta de *rebranding* do projeto de extensão “Universidade Aberta à Terceira Idade” (UNATI), pertencente à Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP, Brasil) e vinculado ao Programa de Integração Social Comunitária (PISC, da Pró-Reitoria de Extensão Universitária - PROEX). A UNATI é um projeto de caráter multidisciplinar, desenvolvido nas diversas unidades universitárias da UNESP espalhadas pelo interior do Estado de São Paulo, e congrega professores, pesquisadores, alunos e servidores. Buscando ressignificar a velhice, o “Universidade Aberta à Terceira Idade” promove a inserção do idoso no contexto acadêmico. Para tanto, propõe o oferecimento de atividades artísticas, físicas, intelectuais e sociais. No núcleo de Bauru (SP), são desenvolvidas cinco atividades multidisciplinares: Atividades físicas voltadas a pessoas com Parkinson, Atividades físicas para idosos com diabetes e hipertensão, Atividades artísticas, Coral de Idosos e Oficinas Matemáticas. No campus, mobiliza docentes e graduandos dos cursos de Artes Visuais (FAAC/UNESP), Design (FAAC/UNESP), Educação Física (FC/UNESP) e Matemática (FC/UNESP). No âmbito de pós-graduação, atualmente a UNATI conta com o envolvimento de 13 pesquisadores do curso de Ciências da Motricidade (FC/UNESP).

De acordo o artigo 3º da portaria Unesp nº 148, de 05 de Maio de 2006, entre os objetivos e competências da UNATI, estão: “I – possibilitar às pessoas idosas o acesso à Universidade, como meio de ampliação do espaço cultural, bem como a educação continuada, pelo oferecimento de cursos e atividades que propiciem a atualização de conhecimentos, tanto gerais como específicos, aos interesses deste segmento; II – estimular a participação da população idosa nas atividades sociais, políticas, econômicas e culturais da sua comunidade; III – proporcionar informações que permitam a reflexão sobre o processo de envelhecimento humano; IV - proporcionar espaço gerador de convivência e troca de experiências; V – possibilitar ao idoso acesso a programas, serviços e recursos que atendam seus interesses e necessidades, nas diversas unidades universitárias; VI – incentivar o desenvolvimento de pesquisa e parcerias para formulação de políticas públicas e implementação de ações dirigidas às pessoas idosas; VII – fomentar iniciativas para preparação e/ou aprimoramento de recursos humanos internos e externos à Universidade; VIII – promover intercâmbio de âmbito nacional e internacional com outras instituições visando o desenvolvimento do Núcleo UNESP-UNATI”.

Em pesquisas preliminares, observamos que a UNATI/Bauru enfrenta quatro problemas principais a saber: 1.

a comunicação visual não é pregnante, contemporânea, nem acessível à terceira idade e há falta de conexão ao conceito; 2. dificuldade em catalisar a divulgação de todas as atividades realizadas no campus de Bauru; 3. dificuldade em angariar novos participantes idosos; 4. poucos recursos disponíveis para o investimento em material de divulgação do projeto pela cidade de Bauru. De acordo com o Art. 1º da Lei 10.741, de 1º de outubro de 2003, que institui o Estatuto do Idoso, a pessoa idosa é aquela com idade igual ou superior a 60 anos. No Brasil, o grupo dos idosos e é o segmento populacional que mais cresce, tendo 19,6 milhões de pessoas com mais de 60 anos em 2010 e podendo atingir o contingente de 41,5 milhões em 2030 (Borges, Ervatti & Jardins, 2015, p.146). Tal aumento deve-se às mudanças nas estruturas urbana e industrial do Brasil ocorridas entre os anos de 1950 e 1964 (Fausto, 1997 apud Barros & Gomes Junior, 2013, p.86) que teriam contribuído para o início das quedas das taxas de fecundidade (Paschoal, 1996 apud Barros & Gomes Junior, 2013, p.87) e redução dos índices de mortalidade em todas as idades (Borges et al., 2015, p.146).

Embora a o número de idosos esteja crescendo no Brasil, a velhice continua tendo uma conotação negativa dentro do corpo social brasileiro. De acordo com Camarano (2013, p.10), citada por Davim e Santa Rosa (2018, p.2), o “idoso” é vinculado a características biológicas associadas à incapacidade física, cognitiva ou mental. João Bastos Freire Neto, presidente da Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia no biênio 2014-2016, declarou que “A nossa sociedade tem rejeição à velhice. Vivemos em uma sociedade que rejeita envelhecer e isso deixa o idoso à margem” (Verdélío, 2016).

Segundo Barros e Gomes Junior (2013) “o rápido envelhecimento da população brasileira revela ainda os desafios para implantação e manutenção de recursos capazes de garantir o mínimo de bem-estar desse novo segmento” (Barros & Gomes Junior, 2013, p.88).

Neste contexto, iniciativas como a UNATI surgem para ressignificar e trazer melhorias à vida daqueles que chegam à velhice. O projeto, embora tenha notável relevância social, vem enfrentando dificuldades em angariar novos participantes idosos para suas atividades e parte desta complicação ocorre devido ao modelo atual de comunicação adotado pela UNATI/Bauru.

Pensando em oferecer uma possível solução para este problema, foi proposta à coordenação do projeto de extensão do campus de Bauru uma nova identidade visual, que auxilie na divulgação das atividades da UNATI e facilite o dia-a-dia dos voluntários e alunos idosos da extensão.

Dentro do projeto de design gráfico, a identidade visual tem o papel de representar visualmente um nome ou ideia sob determinada forma (Struck, 1989, p.14). Diversas embalagens, impressos, uniformes, veículos, etc., programadas visualmente para apresentar uma consistência apresentam identidade visual. As três razões principais para o investimento na confecção da identidade visual consistem na facilitação da compra pelo consumidor e venda pela equipe de comércio, além da construção de valor da marca, num mundo reconhecidamente exposto a diversas outras marcas

(Wheeler, 2012, p.21). Sua criação e gestão efetivas são capazes de posicionar a empresa ou serviço na mente dos consumidores e demonstrar vantagem competitiva. Para Strunck (2012, p.24), “a marca é um nome, normalmente representado por um desenho (logotipo e/ou símbolo), que, com o tempo, devido às experiências reais ou virtuais, objetivas ou subjetivas que vamos relacionando a ela, passa a ter um valor específico”, estando associada a empresas, produtos ou serviços, religiões, partidos políticos, instituições e pessoas. As marcas apresentam três funções principais: navegação (ao ajudar consumidores a identificar o produto em meio a um mercado saturado), segurança (ao comunicar a qualidade intrínseca ao produto ou serviço) e envolvimento emocional (Wheeler, 2012, p.12).

Assim, o objetivo geral deste trabalho consiste na apresentação de uma nova proposta de identidade visual para o projeto de extensão Universidade Aberta à Terceira Idade (UNATI). Os objetivos específicos consistem em: pesquisa teórico-prática sobre criação de identidades visuais e design inclusivo, com especial atenção ao público-alvo do projeto, a população idosa, bem como realizar a aplicação da identidade visual desenvolvida em materiais necessários à divulgação e funcionamento da UNATI.

Como parte do *briefing*, a nova proposta de identidade visual deve ser, obrigatoriamente, de baixo custo e visualmente acessível ao público-alvo do projeto, a terceira idade. Além disso, propõe-se que carregue consigo os conceitos de “alegria” e “vida”, pois a proposta do projeto é justamente a de que idosos sejam ativos e exercitem novas habilidades e competências. A nova identidade deve ser colorida, alegre e minimalista, e necessita permitir a leitura clara de todas as peças gráficas. Foi sugerido o uso de cores quentes, que remetem ao mesmo tempo o entardecer e o amanhecer, representando respectivamente a velhice e a revitalização do aluno idoso ao se permitir aprender e descobrir coisas novas.

Outro requisito de projeto foi a criação de uma identidade visual que os voluntários envolvidos com a UNATI consigam assumir facilmente a responsabilidade de elaborar novas artes de divulgação, seguindo as orientações do manual de identidade visual.

Observando tais necessidades, a proposta do *redesign* incluirá uma nova versão para a marca do projeto de extensão, bem como diversos itens que compõem sua identidade visual. Entre eles, elenca-se: *templates* para postagens em redes sociais; modelos para cartazes nos formatos A4 e A3; crachá de identificação dos alunos e dos monitores/coordenadores; *flyer* de divulgação do projeto; uniforme (camiseta); carteirinha de identificação do aluno; *banner* em duas versões: somente a marca e outro contendo a descrição das atividades oferecidas; ficha de inscrição e por fim, desenvolvimento do manual de identidade visual para outras futuras aplicações. O caminho metodológico está dividido nas seguintes etapas a saber: revisão bibliográfica sobre criação de identidades visuais e design inclusivo; análise de projetos similares; análise do público-alvo por meio de entrevistas e aplicação de questionários na plataforma *Google Forms*; desenvolvimento da marca e identidade visual; criação

do manual de identidade visual; aplicação dos produtos em *mockups* e produtos gráficos, e apresentação dos resultados para aprovação da coordenação da UNATI. Dessa forma, ao término das diversas etapas metodológicas deste projeto, espera-se que a identidade visual seja adotada pelo núcleo de Bauru da UNATI e que tal trabalho possa contribuir não só para que mais idosos da cidade de Bauru (SP) participem projeto de extensão, como também atraia o interesse de mais graduandos voluntários dentro do campus.

Referências

- Barros, R. H. & Gomes Junior, E. P. (2015). Por Uma História do Velho ou do Envelhecimento no Brasil. *CES Revista*, 27(1), 75-92. Recuperado de: <<https://seer.cesjf.br/index.php/cesRevista/article/view/310>>.
- Borges, G. M., Ervatti, L. R. & Jardim, A. P. (2015). *Mudança demográfica no Brasil no início do século XXI: subsídios para as projeções da população*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Brasil, Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003. Dispõe o Estatuto do Idoso e dá outras providências. *Diário Oficial da União*. Brasília, DF, 03 out. 2003, Seção 1, p.1. Recuperado de: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm>.
- Davim, B.; Santa Rosa, J.G. (2018). Redesign de marca com participação de idosos. Anais do Congresso Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Joinville, SC, Brasil, 13. Recuperado de: <http://pdf.blucher.com.br/s3-sa-east-1.amazonaws.com/design-proceedings/ped2018/4.3_ACO_45.pdf>.
- Portaria Unesp-148, de 5-5-2006. (2006). Baixa o Regimento do Núcleo Unesp-Unati da Pró-Reitoria de Extensão Universitária. *Diário Oficial do Estado de São Paulo*. São Paulo, SP, Caderno Executivo I, p. 31. Recuperado de: <https://www.imprensaoficial.com.br/DO/BuscaDO2001Documento_11_4.aspx?link=%2f2006%2fexecutivo%2520secao%2520i%2fmaio%2f06%2fpag_0034_FV9R7PSNRRE-3Se1I75M4N4T3TO8.pdf&pagina=34&data=06/05/2006&caderno=Executivo%20I&paginaordenacao=10034>.
- Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia. *Cearense é eleito presidente da Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia*. Recuperado de: <<https://sbgg.org.br/cearense-e-eleito-presidente-de-sociedade-brasileira-de-geriatria-e-gerontologia/>>.
- Strunck, G. (2012). *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. 4. ed. Rio de Janeiro, Rio Books.
- Strunck, G. (1989). *Identidade visual: a direção do olhar*. Rio de Janeiro: Europa Emp. Gráf. Ed.
- Verdêlio, A. (2016). *População tem rejeição à velhice, diz presidente de Sociedade de Geriatria*. Agência Brasil. Recuperado de: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-06/sociedade-tem-rejeicao-velhice-diz-presidente-da-sociedade-de-geriatria>>.
- Villas-Boas, A. (2003). *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB.
- Wheeler, A. *Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas*. Porto Alegre: Bookman.
- Abstract:** The purpose of this investigation is to present the methodology behind the rebranding proposal of “Universidade Aberta à Terceira Idade” (UNATI), an extension program at Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brazil), which is vinctulated to the Social Community Integration Program of the University Extensions Pro-Rectory (PROEX/UNESP). UNATI is a multidisciplinary project, developed within various UNESP campi, and brings together professors, researchers, students and employees. Its proposal is to bring a new vision towards elderly by promoting their inclusion within academic activities. As a result, the new visual identity is expected to be applied and adopted by UNATI's Bauru nucleus.
- Keywords:** Visual identity - Graphic design - Branding - Inclusive design - Third age.
- Resumen:** El objetivo de esta investigación es presentar la metodología del *rebranding* del proyecto de extensión “Universidade Aberta à Terceira Idade” (UNATI), perteneciente a la Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brasil) y vinculado al Programa de Integración Social Comunitaria, del Decano de Extensión Universitaria (PROEX/UNESP). UNATI es un proyecto multidisciplinario, desarrollado en las distintas unidades universitarias de UNESP, y reúne a profesores, investigadores, estudiantes y funcionarios. Su propuesta es redefinir la vejez, promoviendo la inserción de las personas mayores en el contexto académico. Como resultado, se espera que la identidad visual sea aplicada y adoptada por el núcleo Bauru de UNATI.
- Palabras clave:** Identidad visual - Diseño gráfico - Branding - Diseño inclusivo - Tercera edad.
- (*) Nathália Suelen Rodrigues:** é Graduada em Design - Habilitação em Design Gráfico pela Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brasil). **Thais Regina Ueno Yamada:** é Doutora em Desenho Industrial pela Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brasil), Professora Assistente Doutora do Departamento de Artes e Representação Gráfica da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC/UNESP, Brasil), vice-coordenadora do curso de Artes Visuais na mesma instituição e vice-coordenadora do Projeto de Extensão Universitária UNATI - Universidade Aberta à Terceira Idade, do Campus Bauru, sendo responsável pelo sub-projeto «Rejuvenescendo com Arte», que trabalha a arte e a cultura para a terceira idade de Bauru. Mestre em Desenho Industrial (UNESP) e Graduada em Desenho Industrial - Programação Visual (UNESP). **Lais Akemi Margadona:** é Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP, Brasil). Mestre em Mídia em Tecnologia (UNESP) e Bacharel em Design - Habilitação em Design Gráfico (UNESP). Pós-graduada (Especialização) no curso de Fotografia da Michigan State University (MSU, Estados Unidos). Membro do GENEM - Grupo de Pesquisa em Nova Ecologia dos Meios (CNPq/UNESP).