



8º Congresso de extensão universitária da UNESP

"Diálogos da Extensão:
do saber acadêmico à prática social"



Projeto Social na Empresa Júnior: INCOP da Unesp Bauru

Julia Yuri Landim Goya, jylgoya@hotmail.com, Beatriz Mayumi Kayo Orfão, mayumibea@gmail.com, Leonardo Martins Bortolussi, mbrleonardo@gmail.com, Lucas Wakamatsu, lucaswaka@gmail.com, Luiza Boarato Tagliatela, tagliatelas@gmail.com, Osmar Vicente Rodrigues, osmar@faac.unesp.br, Campus de Bauru, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Departamento de Design

Eixo: 1 – Direitos, Responsabilidades e Expressões para o Exercício da Cidadania

Resumo

A Design Júnior é a empresa júnior de design da UNESP. A empresa funciona meio período, de maneira com que todos os integrantes possam adequar o trabalho à vida acadêmica. Entre os projetos que desenvolvemos consta a criação de projetos gráficos, e como principal público pequenas empresas e projetos da universidade. A Empresa Júnior preza e não cobra por projetos de cunho social, acreditamos que não é necessário pertencer a uma classe social específica ou possuir recursos privilegiados para se ter acesso a um design de qualidade. Entre eles, trataremos em foco a "INCOP", incubadora de cooperativas populares da UNESP de Bauru.

Palavras Chave: Design; Social; Aprendizagem.

Introdução

A Design Júnior foi idealizada no ano 2001 como trabalho de conclusão de curso da UNESP e é formada apenas por alunos de design. Ela possui quatro diretorias - marketing, administrativa, financeira e projeto - e um estagiário em marketing, porém, apesar dos títulos, seguimos uma política de horizontalidade. O nosso principal objetivo é difundir o design para todas as classes da sociedade, tirando sua imagem de algo acessível apenas para grandes empresas e assim retornando para a sociedade o investimento da educação pública. Sendo assim optamos, em sua maioria, por projetos sociais.

A incubadora de cooperativas populares da Unesp Bauru (INCOP), foi um destes projetos sociais que procuramos atender. Ela busca, nos moldes da economia solidária, desenvolver projetos de incubação, auxiliando cooperativas populares nas áreas de economia solidária, tecnologia social, cooperativismo, autogestão, educação popular, equidade de gênero e sustentabilidade, formada inteiramente por voluntários, ela dá suporte para cooperativas independentes da comunidade de

Abstract

The Design Junior is a junior enterprise of design from UNESP Bauru. Our company works half period, in a way that all students may join academic life and working in the company. The Design Junior works mainly with graphic projects, and has as its focus creation of materials for companies, organizations, events like meetings, forums, conferences, lectures, talks, festivals and workshops. The Junior Company prefers to choose social projects. We believe that it's not necessary to belong to a specific social class or possesses resources to have a quality design. Among them, we will present "INCOP",

Keywords: Design; Social; Learning.

Bauru e região possam estruturar-se propriamente e serem auto sustentáveis.

A parceria foi proposta pela parte dos próprios membros da incubadora. Seu objetivo foi um redesign da marca "INCOP - UNESP Bauru", bem como o desenvolvimento de materiais de identidade direcionados à sua divulgação. Como, por questões de direitos autorais, solicitamos que haja ao menos um designer no grupo para alterações em materiais feitos por nós, e a INCOP - UNESP Bauru, em seu processo seletivo selecionou um designer para a equipe, criamos *templates*, com *grids* definidos, para *flyers* e cartazes, assim diferindo de outros projetos que realizamos anteriormente e abrindo para que eles mesmos criassem novos materiais e não precisassem de nosso intermédio futuramente, assim otimizando tempo, pois materiais com novas informações e novos elementos visuais são confeccionados a cada nova ação do projeto.

De acordo com Setzer (1999):

[...] o conhecimento não pode ser descrito inteiramente - de outro modo seria apenas dado (se descrito formalmente e não tivesse significado) ou informação (se descrito informalmente e tivesse significado). Também não depende apenas de uma interpretação pessoal, como a informação, pois requer uma vivência do objeto



8º Congresso de extensão universitária da UNESP

"Diálogos da Extensão:
do saber acadêmico à prática social"

Realização:

unesp

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

PROEX
PROGrama de Extensão

do conhecimento.

Por isso a importância de conhecer o repertório de nossos clientes e suas realidades sociais. Aqui, portanto, entra a indispensabilidade da participação do designer no desenvolvimento de produtos, afinal, o profissional encontra-se com habilidade em esclarecer as informações, mediante códigos específicos e para processos cognitivos específicos, partindo da fase estrutural indo até o planejamento visual de interfaces. (RENNEBERG, GONÇALVES, GONÇALVES, 2008) Afinal, não há como entender as necessidades de um grupo de minoria sem escutá-los, sem de fato reconhecer seu dia a dia, suas dificuldades e facilidades. (GOLIN et al, 2009).

É importante considerar, também, que os seres humanos possuem diferentes estilos de aprendizagem ou formas de se apropriar de informações, de processá-las e de construir novos conhecimentos. O processamento das informações pode ser ativo ou reflexivo, a percepção pode ser sensorial ou intuitiva, a entrada de dados pode ser mais visual ou verbal e a compreensão, global ou sequencial (TAROUCO, 2007).

Mas, devemos lembrar que o engajamento do usuário é considerado valioso para alcançar a qualidade do produto final, na medida em que possibilita um melhor entendimento do seu contexto de uso, das atividades que o usuário realiza, e mesmo de suas necessidades específicas pela combinação de diferentes experiências. (MELO E BARANAUSKAS, 2008)

Para Fenner (2000), o design é uma "ação inovadora que cuida das necessidades de uma comunidade de usuários, tendo como meta a concepção de produtos e serviços que as atendam." A autora também compila alguns requisitos nos quais o designer gráfico se ocupa em seus projetos: ter capacidade criativa, com propostas inovadoras com domínio de técnicas e processos de criação; dominar a linguagem, as técnicas de expressão e reprodução visual em diferentes mídias; saber dialogar com especialistas diversos; ter visão sistêmica de projeto; conhecer metodologias de desenvolvimento de projetos; conhecer o setor produtivo de sua especialidade; conhecer noções de gerenciamento de produção, em seus diversos segmentos, e ter visão histórica dos acontecimentos políticos, socioeconômicos, éticos e antropológicos gerais.

Objetivos

A Design Júnior tem o intuito de dar um retorno à sociedade - uma vez que participamos de uma universidade pública - oferecendo a todos um design de qualidade, independente de classe social. Para a INCOP é importante a visibilidade tanto para órgãos públicos e privados quanto para pessoas a quem o projeto pode atender, a população de baixa renda e por vezes com pouca escolaridade. Assim, tínhamos como objetivo também símbolos facilmente compreensíveis e simples.

A finalidade deste trabalho é apresentar o processo e resultados do projeto realizado para a INCOP de Bauru.

Material e Métodos

O projeto da INCOP foi desenvolvido de modo que a ação social ganhasse uma maior visibilidade. Assim, para que isso ocorresse, foram desenvolvidos, além do novo logo e materiais para divulgação digital (capa e avatar de Facebook) templates de cartaz e flyer.

Realizamos um primeiro contato para estabelecermos quais seriam os pedidos, e, posteriormente, uma coleta de informações - o *briefing* - destrinchando todo o projeto, adquirindo o máximo de informações sobre a INCOP, referências, restrições, sugestões.

Normalmente iniciamos nosso processo criativo de maneira manual, com rascunhos e desenhos a mão livre. Posteriormente, passamos nossos desenhos para o computador via fotografia ou scanner para eles serem vetorizados. Utilizamos programas de tratamento de imagem e vetorização para a finalização da identidade visual. Para essas edições temos a nossa disposição cinco computadores em nossa sede, que tem em média a seguinte configuração:

- Processador Intel i5-3330
- Memória de 6,00 GB
- Sistema Operacional de 64 Bits

Para a criação da identidade foram feitas reuniões em nossa sede para uma maior compreensão do projeto, como filosofia, público alvo e os principais objetivos que eles possuíam através da marca, além de todas as preferências ou particularidades que eles possivelmente teriam em relação a cores, formas, símbolos que estariam presentes graficamente nos materiais. A partir disso, realizamos um *brainstorm* coletivo com todos da empresa, baseado em todas as informações coletadas.

Utilizando softwares de edição e manipulação de imagens, além de ilustrações vetoriais, desenvolvemos todos os materiais. Através de votações internas, elegemos qual o símbolo que melhor define nossos clientes e enviamos apenas uma opção como resultado final - que podemos alterar por duas vezes se o cliente desejar e caso suas requisições sejam coerentes com o que foi transmitido na reunião de *briefing*. Porém, como citado anteriormente, por a INCOP possuir um designer dentro do projeto, mudamos nossa metodologia e, ao invés de cartazes e flyers fechados, enviamos templates modificáveis dos mesmos, para que eles os alterassem seguindo algumas regras pré determinadas, porém ainda otimizando o processo.



8º Congresso de extensão universitária da UNESP

"Diálogos da Extensão:
do saber acadêmico à prática social"

Realização:

unesp

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

PROEX
PROEXTENSÃO

Resultados e Discussão

Os membros da empresa puderam trabalhar a identidade visual da INCOP – Incubadora de Cooperativas Populares, que inclui logo e manual de aplicação do mesmo, bem como materiais gráficos – cartaz, *flyer*, capa e avatar de *Facebook* – e modo que praticamos grande parte do que é aprendido durante as aulas, tendo uma relação projetual tanto de criação de marcas quanto produção gráfica.

Resultante de nossas pesquisas e do desenvolvimento interno do projeto foi o logo, ilustrado na Figura 1, tendo a forma de uma semente, com um ramo interno, fazendo alusão também a um ovo, com cores quentes e tipografia amigável, proposta aprovada pela instituição e que acreditamos melhor representar seu trabalho e filosofia – dar alicerce, nutrir uma cooperativa independente para que ela consiga florescer, organizar-se e caminhar por conta própria.

Além disso, o fato de as circunstâncias nos terem permitido enviar *templates* editáveis deu maior independência à instituição e tornou a criação de novas artes para divulgação da INCOP mais simples e rápida, por pular o a etapa de terem de nos contactar caso quisessem criar algo baseado na identidade desenvolvida por nós, visto que, usualmente, não termos disponibilidade em um ou dois meses em nosso cronograma.



Figura 1. Logo desenvolvido para o projeto

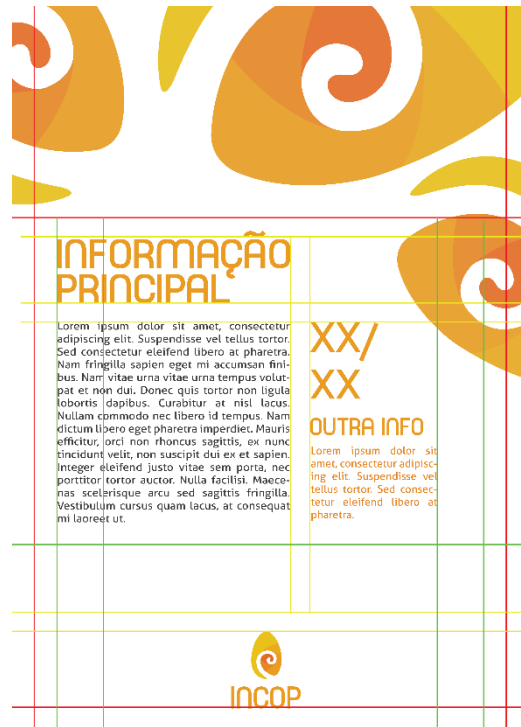


Figura 2. Template de cartaz

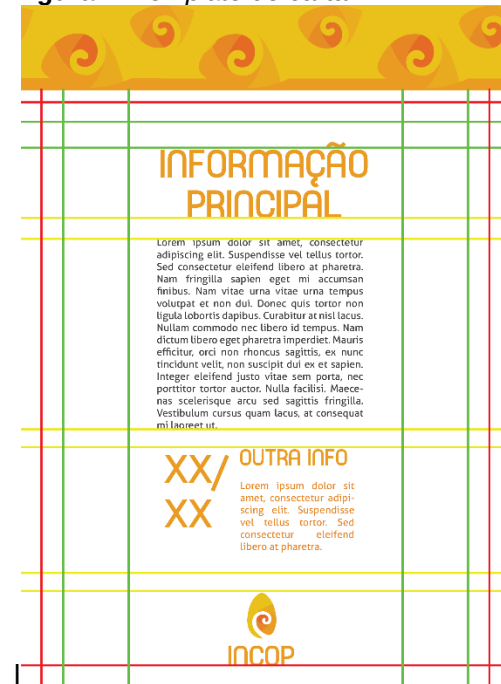


Figura 3. Template de flyer

Conclusões

A Empresa preza por projetos de cunho social. Acreditamos que não é necessário pertencer a uma classe social específica ou possuir recursos privilegiados para se ter acesso a um design de qualidade. Tivemos, com o projeto da INCOP, a necessidade de focar-nos em atingir com o logo um



8º Congresso de extensão universitária da UNESP

"Diálogos da Extensão:
do saber acadêmico à prática social"

Realização:

unesp

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JULIO DE MESQUITA FILHO"

PROEX
PROGRAMA DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

grupo com o qual não estávamos acostumados a lidar – pessoas de baixa escolaridade e/ou analfabetas –, o que, apesar de inicialmente difícil, nos deu um novo horizonte de pensamento.

O relacionamento com os membros da INCOP foi fluido, o que fez o projeto ser executado com tranquilidade. Além disso, mediante à necessidade de projetos pagos dentro da empresa, conseguir desenvolver algo de cunho social foi de grande ganho aos membros.

Agradecimentos

Agradecemos aos membros da INCOP, por serem receptivos e explicativos, e nos proporcionarem a oportunidade de trabalhar neste projeto; ao professor orientador da Design Júnior Osmar Vicente Rodrigues, e aos membros da equipe que fizeram este projeto possível.

ASBURY, N. Alas! Smith and Milton: **How to run a Design Company**. London UK: Cyan Books. 2006.

BAXTER, M. **Projeto de Produto – Guia Prático para o Desenvolvimento de Novos Produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

BRUCE, M. **Design in Business**. Philadelphia: Trans-Atlantic. 2002.

COOPER, R. & Press, M. **The Design Agenda: A Guide to Successful Design Management**. 2000.

FENNER, Rita de Cássia; BARCIA, Ricardo Mirando (Orientador), Engenharia da Produção. **Contribuições do design na produção de software educacional**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2000.

FONTOURA, 2002, p.7

GARCIA, Amanda. **Composição Visual na Publicidade: a fronteira entre os sistemas impresso e on-line**. São Caetano do Sul: Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2012.

GOLIN, Ruth E. Nogueira Geisa; ALEXANDRE, Gabriela C.,

NEUMEIER, M. **A Empresa Orientada pelo Design**. São Paulo: Bookman. 2009.

Lessa, 2009

MELO, Amanda Meincke; BARANAUSKAS, M. Cecília C.; SOARES, Sílvia Cristina de Matos, **Design com crianças: Da Prática a um modelo de processo**, Revista Brasileira de Informática na Educação Volume 16, Número 1, Janeiro a Abril de 2008.

MELO, Amanda Meincke e BARANAUSKAS, M. Cecília C., **Design Inclusivo de Sistemas de Informação na Web**, In: BAUZER, C. et al (Ed.). **WORKSHOP DE TESES DE DOUTORADO EM ANDAMENTO DO IC-UNICAMP**, 2., 2006, Campinas. Anais... Campinas: IC-UNICAMP, 2006c. p. 56-57.

MOZOTA, B. B. D. **Gestão do Design**, Porto Alegre: Bookman. 2011.

ROMANINI, Vinicius, **O PODER DA PERSUSÃO OBTIDA PELOS RECURSOS DO DESIGN GRÁFICO: Análise retórica da imagem**, Design como comunicação: uma abordagem semiótica, In: **Design "Quo Vadis" FAU-USP**, São Paulo, 2008

RENNEBERG, GONÇALVES e GONÇALVES, 2008

SETZER, 2009

TAROUCO, 2007