

**EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO**

<b>INSCRIÇÃO</b>	00032
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Centro Universitário do Estado do Pará
<b>CAMPUS</b>	Argo
<b>CIDADE</b>	Belém
<b>UF</b>	PA
<b>CATEGORIA</b>	PT
<b>MODALIDADE</b>	PT02
<b>TÍTULO</b>	A LIBERDADE DA CRIAÇÃO – UM PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL PARA O COMPLEXO CULTURAL CIRCUITO LIBERDADE
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Edilberto Campos Farinha Filho
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Aislan de Paula Ferreira da Silva (Centro Universitário do Estado do Pará)

**DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:**

Originado no ano de 2010, a partir da parceria entre o Governo de Minas Gerais e instituições de iniciativa privada, o Circuito Liberdade trata-se de um complexo composto por diversos espaços públicos de cultura e interação, o qual engloba um conjunto de 17 centros culturais heterogêneos de caráter público e privado ao redor de um dos cartões postais mais conhecidos da cidade de Belo Horizonte: a Praça da Liberdade (KATTAH, Eduardo. Praça de BH vira espaço cultural. Estadão São Paulo, 2010). Com a missão de proteger e incentivar a valorização do patrimônio histórico e artístico por meio do acesso público e gratuito aos edifícios históricos, instituições e à própria praça, o Circuito Liberdade constitui-se como uma área de grande valor para a cidade, graças à democratização do acesso aos seus espaços culturais e por suas ações colaborativas que carregam em si um legado de história, ciência e cultura. Apesar da importância dos bens patrimoniais da cidade, ainda há pouco investimento por parte do poder público para a preservação desses. Isso faz com que ainda exista uma percepção muito frágil da comunicação dentro do complexo perante ao público. O Sistema de Identidade Visual do projeto não consegue transparecer os valores e a identidade da marca, assim como os elementos gráficos utilizados não seguem um padrão visual, ou seja, só é possível identificar os materiais institucionais e publicitários, se houver a presença da marca em destaque. Além disso, o projeto utiliza poucas mídias analógicas. Qualquer informação sobre os horários de abertura dos espaços culturais, a estrutura do circuito e o mapa do complexo, por exemplo, só podem ser consultados virtualmente, o que acaba o tornando desinteressante para turistas e para os próprios cidadãos que não têm acesso à internet no momento. Um dado que enfatiza esta falha na estrutura comunicacional do Circuito Liberdade faz parte dos resultados de uma pesquisa qualitativa realizada pelo Instituto Vox Populi no ano de 2013, o qual investigou cerca de mil pessoas sobre o grau de conhecimento em relação ao Circuito Liberdade, sua marca, opiniões e expectativas. Apenas 1/3 das pessoas entrevistadas tinha conhecimento acerca do nome do complexo e 67% tiveram conhecimento no momento da pesquisa. Muitos entrevistados justificaram que um fator para o desconhecimento da estrutura do circuito é a falta de sinalização nos pontos de contato do projeto. (REIS, Sérgio Rodrigo. Pesquisa revela que Circuito Cultural da Praça da Liberdade ainda é pouco conhecido em BH, 2013). Sobre isso Silva, Falcão e Barbosa (Desvalorização Do Patrimônio Cultural: o caso e o descaso na cidade, São Paulo, 2010) sustentam que "essa falta de gestão, entendida como 'crise' dos espaços de memória, implica um processo de reflexão sobre a informação genética da cidade que sofre ameaças meio ao caos, carecendo de restauração e preservação, em função dos interesses particulares e da expansão urbana desordenada". Ao observar tais problemas enfrentados pelo complexo cultural, o presente trabalho buscou em seu objetivo geral apresentar o processo de criação de um projeto de identidade visual para o Circuito Liberdade, e de um manual cuja função é orientar sobre a aplicação correta da marca e de seus elementos gráficos nos diferentes pontos de contato. Para que o objetivo principal fosse realizado, definimos alguns objetivos específicos dentro do desenvolvimento do projeto, sendo eles: realizar uma pesquisa acerca da história, gestão, estrutura, visão e valores do complexo, a fim de projetar uma identidade visual alinhada ao público-alvo; entender a necessidade de uma marca versátil e uma identidade visual integrada aliada aos valores culturais de um patrimônio, bem como a importância da aplicação dos conceitos ligados ao Sistema de Identidade Visual; produzir

elementos gráficos acessórios; criar uma marca que reflita a identidade do projeto e que comunique os valores do complexo enquanto patrimônio histórico e cultural.

## **DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:**

Para compor teoricamente e agregar valor aos conhecimentos e habilidades acerca do design e da comunicação, utilizamos livros e artigos que trabalham a importância desses dois fatores para a valorização e identificação do consumidor com uma empresa ou projeto. As autoras Ruth Peralta Vásquez e Maria Luísa Peón, por exemplo, discutem os fatores necessários para a construção de uma marca capaz de suprir as necessidades da empresa. Já as autoras Geórgia P. Silva, Márcia T. Falcão e Maria A. Ferreira, abordam conceitos associados ao bem patrimonial e sua importância para a cidadania e cultura. Estes aspectos foram desenvolvidos em uma concepção de produto que buscou agregar de forma positiva no crescimento e na educação do Circuito Liberdade em relação à mentalidade dos belo-horizontinos. Para isso, houve a organização das informações gerais obtidas por meio da pesquisa exploratória, como a história do complexo, sua estrutura e gestão, espaços, missão, visão, públicos, pontos de contato, influências culturais, proposta de valor e posicionamento, com o objetivo de reunir a maior quantidade de dados que auxiliassem na realização de um projeto coerente com os princípios do complexo cultural. A partir dos resultados de uma pesquisa realizada em 2018 para o Relatório de Gestão do Circuito, foi possível interpretarmos informações e traçarmos o perfil do consumidor, seus hábitos, anseios, filosofias, princípios e atitudes somado à análise acerca da importância da praça como simbolismo para o produto final deste projeto. Desse modo, categorizamos esses perfis em quatro grupos de públicos principais, sendo eles: os belo-horizontinos que frequentam a praça frequentemente; funcionários; visitantes (locais e externos); participantes de projetos e ações (CIRCUITO LIBERDADE. Relatório de Gestão 2015-2018). O relatório identificou também que durante o período de manutenção dos espaços, foram encontrados materiais de centros culturais que não pertenciam ao Circuito Liberdade, o que se apresenta como uma falha na própria comunicação interna do complexo. De acordo com Maria Luísa Peón (Sistema de Identidade Visual. 2AB, 2009), a memorização da comunicação visual da marca se dá por meio do fenômeno de repetição que o SIV assume dentro da aplicação de seus pontos de contato. Portanto, quando uma marca falha em permitir que isso aconteça, sua lembrança ocorre de maneira mais lenta para o público. Durante a pesquisa, percebemos que seria importante adotar um posicionamento para o Circuito Liberdade para que pudéssemos, embasar-nos futuramente durante o processo de desenvolvimento do produto. Para isso, adotamos a metodologia CBBE que segundo Kevin Lan Keller e Marcos Machado (Gestão estratégica de marcas. Person Prentice Hall, 2006) tem como objetivo definir o posicionamento por meio da análise de quatro fatores: público-alvo; análise de concorrentes, pontos de paridade, que se trata da análise das semelhanças; e por fim, os pontos de diferença, que se referem às características de distinção da marca frente aos concorrentes. Com base no estudo dessa metodologia, estabelecemos o seguinte posicionamento para o projeto: o Circuito Liberdade é um complexo cultural que compõe 17 espaços de cultura, articulados de maneira transformadora em um dos patrimônios mais importantes de Belo Horizonte, que conta com um acervo único e com projetos e ações ligados à valorização da história e da cultura da cidade. Ao desenvolver o projeto de identidade visual para o Circuito Liberdade, objetivamos abordar todos esses fatores para que o SIV pudesse exercer suas funções no que diz respeito, principalmente, à identificação, diferenciação, singularização e associação; para que assim fosse possível especificar e caracterizar sobre o que se trata o complexo cultural, bem como descomplexificar a sua identificação visual e facilitar a comunicação com seu público-alvo (VÁSQUEZ, Ruth Peralta. Identidade de marca, gestão e comunicação. Organicom. São Paulo).

## **DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

A fim de estruturar a criação do projeto do Sistema de Identidade Visual para o complexo cultural Circuito Liberdade, adotamos como base a metodologia de projetos de SIV estabelecida por Maria Luísa Peón (Sistema de Identidade Visual. 2AB, 2009), a qual segmenta o processo em 3 grandes fases de projeção, sendo elas respectivamente: a fase de problematização, a fase de concepção e a fase de especificação. Na etapa de problematização, realizamos uma análise geral acerca de todos os dados coletados sobre o complexo, tais como as informações relevantes acerca da marca e do público-alvo, posicionamento e concorrentes. A fase de problematização tem como objetivo principal selecionar as informações essenciais e indispensáveis para o designer durante o desenvolvimento da identidade visual. (PEÓN, 2009) A etapa de concepção, tem como principal função, colocar em prática o desenvolvimento do Sistema de Identidade Visual, com base na fundamentação das informações adquiridas por meio da etapa de problematização. A partir disso, cabe ao designer a tarefa de conseguir transparecer todas as características da empresa, levando em conta as informações adquiridas na primeira etapa e aplicá-las na concepção do SIV (PEÓN, 2009). A etapa de especificação, consiste em "todas as especificações para que o SIV possa ser implantado, na forma de um manual de aplicação do sistema (em geral denominado Manual de Identidade Visual) e de projetos específicos para cada uma das aplicações, definidas juntamente com o cliente" (PEÓN, 2009, p. 43). Após o diagnóstico de todas as informações referentes à fase de problematização, seguimos para a etapa de concepção do produto. Aqui, realizamos a técnica de Mapa Mental proposta por Ellen Lupton (Intuição, Ação, Criação: Graphic Design Thinking. G. Gili, 2013) e a construção de um Painel Semântico objetivando identificar a essência e as características materiais e imateriais do projeto, por meio de um brainstorming com associações de imagens e palavras que possam ser agregadas no resultado final do produto, facilitando a identificação do consumidor com a marca, e consequentemente, tornando-a mais forte (PEÓN, 2009). Após a associação de palavras para construir o Mapa Mental, realizamos um brainstorming visual em forma de Painel Semântico. O painel foi dividido em duas partes: a primeira refere-se aos elementos que se ligam à praça e o segundo aos elementos ligados aos centros culturais da estrutura do Circuito Liberdade. O primeiro painel constitui-se de imagens relacionadas aos componentes arquitetônicos e naturais encontrados na praça ou nos arredores. Além disso, esse painel também aborda versões gráficas de estilos que se adaptariam bem a nova proposta da identidade da praça e que se relacionariam de maneira harmônica com a comunicação do projeto visual final. No segundo painel, adicionamos ideias visuais relacionadas aos centros culturais e a sinalização do circuito de forma geral. O objetivo foi identificar os pontos de contato já utilizados e possibilitar uma visão melhor do espaço em que a identidade visual será aplicada, bem como sua adaptação a esses espaços. A partir da análise dos dois Painéis Semânticos e do Mapa Mental, identificamos elementos comuns como cores e traços que poderiam ser incorporados na concepção visual do redesign dos elementos primários, secundários e acessórios da marca. Paralelo a isso, consideramos de grande importância a incorporação dos públicos da marca à identidade, já que eles são a principal razão para a sobrevivência do projeto. Sendo assim, determinamos como conceito criativo para a concepção da marca, a frase "A união faz o circuito". Pois é por conta da união, da empatia e da solidariedade que o Circuito Liberdade pode estabelecer-se como veículo de educação e de cultura na sociedade, incentivando a valorização da arte, das manifestações culturais e históricas, e da preservação destas para a sobrevivência de um patrimônio cultural da cidade.