

## Desenvolvimento de Identidade Visual e Rotulagem para o Empreendimento Solidário Ouro Fino

### The Development of the Visual Identity and the Labeling of the Solidarity Enterprise Ouro Fino

Claudia Tiemi Yamamoto<sup>a</sup>; Marcos Seidi Kaibara<sup>b</sup>; Pablo Henrique Blanco<sup>c</sup>; André Única Morales<sup>d</sup>; Edson Luiz da Silva Vieira<sup>\*</sup>

#### Resumo

Este artigo apresenta o desenvolvimento da identidade visual e rotulagem do empreendimento solidário Ouro Fino, realizado pelo projeto de extensão Emancipar do Departamento de Desenho Industrial da Universidade Norte do Paraná. Para sua realização foram levantados conceitos teóricos sobre Economia Solidária, Design Social, Sustentabilidade, bem como processos metodológicos tradicionais do Design. Além disso, os resultados apresentados são um importante documento de pesquisa para projetos de design social.

**Palavra-chave:** Design social. Identidade visual. Economia solidária. Metodologia em design.

#### Abstract

*This article presents the development of the visual identity and the labeling of the solidarity enterprise Ouro Fino, carried out by the extension project named Emancipar do Departamento de Desenho Industrial from Universidade Norte do Paraná. For the realization of this project, theoretical concepts on Solidarity Economy, Social Design, sustainability and Traditional Methodological Process of Design were considered. Furthermore, the results are an important research document for social design projects.*

**Key-words:** Social Design. Visual identity. Solidarity Economy. Methodology in design.

<sup>a</sup> Discente da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). E-mail: claudia.yamamoto@gmail.com.

<sup>b</sup> Discente da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). E-mail: marcos.kaibara.design@gmail.com.

<sup>c</sup> Discente da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). E-mail: pablo.h.blanco@gmail.com.

<sup>d</sup> Discente da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). E-mail: andrehzinhom@hotmail.com.

<sup>e</sup> Mestrando - Universidade Estadual de Londrina (UEL). Docente da Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). E-mail: shalewan@yahoo.com.br.

\* Endereço para correspondência: Rua: Borba Gato, 712 - Cep: 86.010-630 - Londrina - PR.

#### 1 Introdução

Atualmente, a formação de grupos de geração de trabalho e renda tem sido prioridade em políticas governamentais através da secretaria de Economia Solidária. Em Londrina e região estes grupos são assistidos pela Secretaria Municipal de Assistência Social, através do Programa Municipal de Economia Solidária, que são embasados pela proposta de Economia Solidária. Os grupos recebem do Programa assistência na formação ideológica, administrativa, no treinamento de mão de obra e na identificação de segmento de mercado para a comercialização.

Embora estes grupos tenham alguma experiência na área em que atuam seus produtos, eles não recebem nenhum tipo de assessoramento relacionado ao seu desenvolvimento visual: identificação e representação visual e funcional; acabamento da embalagem.

Neste viés, desde 2007, o Projeto de Extensão “O design como meio emancipador para grupos de geração de renda – Emancipar”, constituído por alunos do curso de Desenho

Industrial da Universidade Norte do Paraná, juntamente com o orientador, atua como prestador de serviços junto aos grupos de economia solidária, vinculados à Prefeitura Municipal de Londrina.

Entre os objetivos do projeto Emancipar estão a integração e a atuação do profissional para uma sociedade mais justa que favoreça a inclusão social destes indivíduos. Estes objetivos são perseguidos através da utilização dos conceitos de design – sustentabilidade, design social, responsabilidade social – para aprimorar e identificar os produtos comercializados pelas comunidades, bem como proporcionar para estes grupos a identidade visual adequada para concorrer no mercado, gerar renda, melhorar as condições de vida e a auto-estima de seus participantes.

Neste artigo serão apresentadas as etapas de desenvolvimento da identidade visual que atualmente representa dois grupos (Fino Sabor e Mel Ouro Fino). Estes empreendimentos estão estabelecidos na área conhecida como Ouro Fino, situado nas proximidades do distrito de São Luís, na área rural do Município de Londrina. Inicialmente, a proposta do projeto pretendia o desenvolvimento de 3 marcas: Mel Ouro Fino, Fino Sabor e Palha de Ouro. Durante o andamento do projeto o empreendimento de artesanato Palha de Ouro parou as atividades e optou coletivamente pela criação de apenas uma identidade para valorizar a região como um todo.

Portanto, serão apresentados os processos teórico-metodológicos utilizados para a criação da identidade visual Ouro Fino e sua aplicação em rótulos para produtos alimentícios.

## 2 Objetivos

Este estudo teve como objetivo desenvolver a identidade institucional do empreendimento solidário Ouro Fino que represente satisfatoriamente os anseios dos integrantes do grupo para consolidar sua identidade enquanto tal. Além de aplicar a identidade institucional em rótulos para produtos alimentícios.

## 3 Fundamentação Teórica

Para a viabilização do presente estudo, foram abordados temas como: economia solidária; sustentabilidade; design social e metodologia adequada. É fundamental para a filosofia do projeto Emancipar o diálogo entre os conhecimentos técnicos e humanos para tornar possível o desenvolvimento coletivo – científico e empírico – da proposta. Cabe aqui, portanto, proposta de uma revisão literária nos principais temas.

### 3.1. Economia solidária

A Economia Solidária propõe a consolidação de empreendimentos solidários; sendo um modo de produção que se caracteriza pela igualdade de direito e produção; além da autogestão. Assim esses empreendimentos são geridos pelos próprios trabalhadores de forma coletiva e inteiramente democrática (SINGER, 2008).

Segundo Coutinho (2005), a Economia Solidária é uma forma alternativa de geração de renda, sendo que este coletivo pode ser organizado como cooperativa ou associação, caracterizando-se por formas coletivas, tomadas de decisões, propriedade coletiva dos meios de produção e distribuição igualitária dos rendimentos. Este cooperativismo volta a emergir nas últimas décadas, devido ao avanço tecnológico e da globalização da economia, que provocaram alterações no mundo do trabalho (CULTI, 2002).

Atualmente, a Economia Solidária vem sendo vinculada em novo sistema de trabalho sustentável de forma direta ou indireta.

### 3.2. Sustentabilidade

Sustentabilidade significa a possibilidade de se obter continuamente condições iguais ou superiores de vida para um grupo de pessoa e seus sucessores em cada ecossistema (CAVALCANTI, 1994).

De acordo com Jacobi (1999), o desenvolvimento sustentável não se refere especificamente a um problema limitado de equações ecológicas de processo social, mas a estratégia ou modelo múltiplo para sociedade, levando em conta a viabilidade econômica e ecológica.

Conforme Manzini e Vezzoli (2002), sustentabilidade pode ser entendida como sistema e serviço; no ponto de vista do design projetar produto com baixo impacto ambiental e grande valor social.

### 3.3. Design social e responsabilidade social

O design é uma arte social, Silva (2001) afirma que, o design pode servir como mais uma ferramenta na política de geração de renda e trabalho, ajudando a viabilizar oportunidades de autogestão e sustento digno.

Para Kuyper (1995), o design social nada mais é que a união da demanda econômica e social, que complementam na busca da viabilização para as problemáticas apresentadas.

Como todo profissional, o designer também é capaz, a partir da reflexão, de estabelecer relação com o meio que o cerca de forma a transpor limites pré-estabelecidos, interferindo então positivamente e racionalmente em determinado conceito. Para isto faz-se necessário o comprometimento do profissional com a sociedade, considerando sua aptidão para atuar e operar de acordo com a finalidade social proposta segundo esta reflexão. Assim, à medida que aumenta a experiência do sujeito com a realidade, amplia-se sua capacidade em exercer a maneira humana de existir.

Segundo Freire (1996, p.18):

Atuar e pensar não são visualizados, em outros, estes obstáculos passam a ser percebidos para, finalmente, os homens ganharem com eles sua razão. Os homens alcançam a razão dos obstáculos na medida em que sua ação é impedida. É atuando ou não podendo atuar que se lhes aclaram os obstáculos à ação, a qual não se dicotomiza da reflexão.

Antes de se tornarem profissionais os indivíduos são homens, o que difere a situação é a capacitação profissional, que não o exime da responsabilidade social, mas, que aumenta simultaneamente com o ganho da capacidade do sujeito. Esta experiência o torna mais apto a difundir conhecimento, sendo, portanto o conhecimento de direito de todos os homens. Porém, conhecimento não deve ser divisor e sim comunicador, o profissional não é dono da verdade, não deve julgar-se superior aos menos beneficiados e sim humanamente capaz e igual, livre de preconceitos ou pré-julgamentos.

### 3.4 Projeto Emancipar

O projeto de extensão “O design como meio emancipador para grupos de geração de renda – Emancipar”, realizado no curso de Desenho Industrial da Universidade Norte do Paraná – UNOPAR, existe desde 2007, atuando como prestador de serviços junto aos grupos da economia solidária da cidade de Londrina.

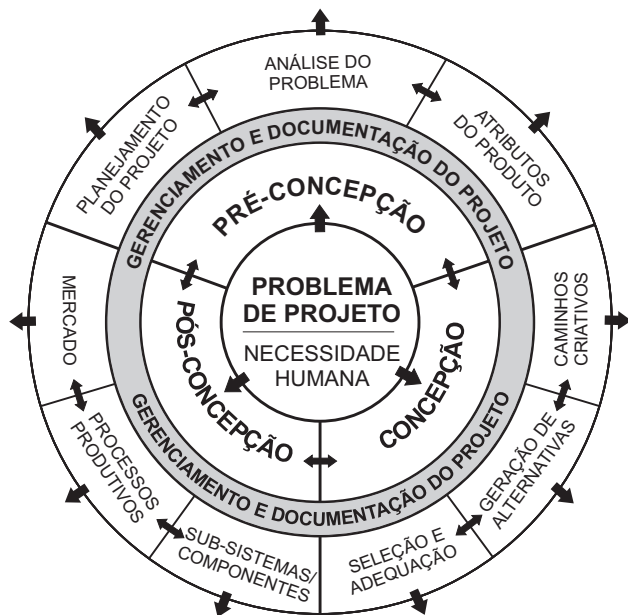
O projeto busca contribuir, dando assistência e orientação dos aspectos físicos, formais, estéticos e funcionais do produto a ser comercializado. Contribui também, na identificação visual dos empreendimentos solidários vinculados ao Programa de Economia Solidária da cidade de Londrina, objetivando assim maior visibilidade e valorização do trabalho.

Os resultados alcançados pelo projeto têm apresentado retorno satisfatório, tanto para os acadêmicos, que têm a possibilidade de contato direto com a prática projetual, como para os grupos da economia solidária, beneficiados com a valorização e melhoria dos produtos.

### 3.5 Metodologia

A metodologia utilizada segue os postulados de Paulo Freire e o Método aberto de ensino em design conforme estabelecido por Flávio Anthero Santos. De acordo Rodrigues (2009) ambos utilizam 3 conceitos básicos.

O primeiro considera importante para o ensino e construção do conhecimento a investigação, a tematização e a problemática. Suas proposições sugerem que uma ação deve ser refletida para tornar-se conscientização para a próxima ação. Santos (2006) caracteriza seu método pela grande flexibilidade permitida pela estrutura não linear (figura 01): Pré-concepção, concepção e pós-concepção. O gerenciamento e documentação do projeto se estendem a todas as outras etapas.



Fonte: (SANTOS, 2006)

Figura 1 - Desdobramentos mínimos obrigatórios

Estabelecido o diálogo entre as proposições de Freire (1996) e os desdobramentos possibilitados pelo *Método Aberto*, revela-se a necessidade de novas fases de gestão do projeto, permitindo uma cobertura ampla do desenvolvimento, onde todas as partes são assistidas e clareadas para o discente.

## 4 Material e Método

A partir dos métodos adotados, o projeto foi organizado em tópicos conforme proposto na metodologia.

### 4.1 Pré-concepção

#### 4.1.1 Apresentação

Na primeira etapa foi analisada a situação problema, através da realização de entrevista aplicada aos 3 grupos que são gerenciados pelo programa de geração de renda da Economia solidária. Além do registro de imagens dos produtos e da região; a fim de facilitar a identificação da demanda, do processo de produção e da comercialização.

Durante a entrevista foram expostos também alguns conceitos de design, definições sobre identidade visual e os objetivos do Projeto Emancipar.



Fonte: projeto Emancipar

Figura 02 – Integrantes do empreendimento



Fonte: projeto Emancipar

Figura 03 – Moradia de empreendedor



Fonte: projeto Emancipar

Figura 04 – Produtos fabricados com problemas de acabamento

### 4.1.2. Resultados da entrevista e identificação do problema

Os empreendedores foram solicitados a dar informações sobre sua história enquanto grupo: seu modo de organização, produção e alcance comercial, conhecimento sobre design e também sugestões visuais para criação da identidade visual.

Os grupos entrevistados existem há 2 anos e são formados por moradores rurais que em sua maioria exercem a função de

lavradores concomitante a produção de doces e mel.

Entre os principais problemas identificados no produto estão a falta de identidade visual e rótulos precários – produzidos manualmente sem preocupação em relação à legibilidade e informações do produto – falha de comunicação com o consumidor e produtos da mesma região divididos em 2 grupos distintos, fomentando o enfraquecimento dos empreendimentos.

A entrevista também levantou dados sobre a demanda dos produtos por empreendimento. A produção do grupo Fino Sabor é geralmente feita por encomenda, já o grupo Mel Ouro Fino produz em torno de 450 kg de mel por ano, sendo que as vendas aumentam consideravelmente durante os meses de inverno.

Entre os principais consumidores apontados nas entrevistas estão moradores do Distrito de São Luis e eventuais compradores da cidade de Londrina.

#### 4.1.3. Pesquisa de similares

O próximo passo foi a realização do levantamento de similares para identificar alguns atributos visuais. Os produtos comercializados pelos empreendimentos são: doces caseiros, geléias, bolachas e biscoitos, café, mel, licores e compotas. Para coleta de imagens foi utilizada a internet. O levantamento visual de produtos similares visa à orientação para o desenvolvimento do projeto, embora não conduza. O direcionamento do projeto prioriza a construção coletiva entre alunos e empreendimento a partir dos critérios consolidados de cada categoria.



Figura 05 – Exemplos de similares analisados (mel)

## 4.2. Concepção

Para o direcionamento do projeto foram realizadas etapas que objetivaram identificar junto aos grupos elementos visuais que lhes fossem familiares. Neste sentido, a concepção do projeto foi realizada conforme segue:

### 4.2.1. Processos criativos

Inicialmente foi realizado um *Brainstorm/brainwriting* com conceitos chaves. As palavras encontradas foram: grupo, união, laços, família, rural, artesanal, cooperação, trabalho, comunidade, confiança, origem, tradição, desenvolvimento e continuidade. Posteriormente, foi gerado um painel semântico a partir desses conceitos.

Exemplos de imagens usados no painel semântico.

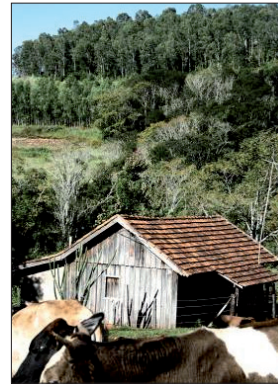


Figura 06 – Ambiente rural

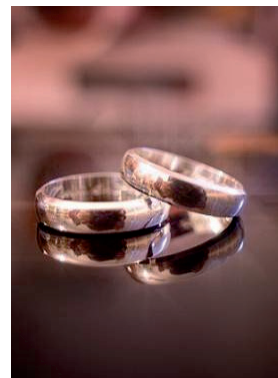


Figura 07 – União



Figura 08 – Produto caseiro.

Este procedimento foi utilizado para conceituar a primeira geração de alternativas.

### 4.2.2. Elementos visuais

#### 4.2.2.1 Tipografia

A partir da pesquisa de atributos foi selecionada a tipografia Mrs. Eaves. É um tipo desenvolvido por Zuzana Licko nos anos 90, inspirada pelos tipos de John Baskerville. Apresenta grande modulação de traço e serifas afiadas. Suas proporções lhe oferecem contemporaneidade e presença. Segundo Lupton (2006) tipógrafos como John Baskerville, abandonaram a rígida pena humanista em favor da pena metálica flexível e da pena de ave com ponta fina – instrumentos que produziam linhas finas e ondulantes.

### 4.2.2.2 Cor

Para reduzir a diversidade de rótulos definiu-se 6 categorias básicas de produtos: geleias, licores, doces caseiros, bolachas, café e mel. Seguindo os resultados da pesquisa de atributos e através da discussão com os empreendedores, definiu-se uma

cor para cada categoria a partir de características como contraste em relação ao produto, similaridade com a cor do produto e identificação em relação a produtos da mesma espécie.

Para a marca e logotipo foram selecionadas cores de baixo contraste com variação de tom apenas, conforme paleta abaixo:



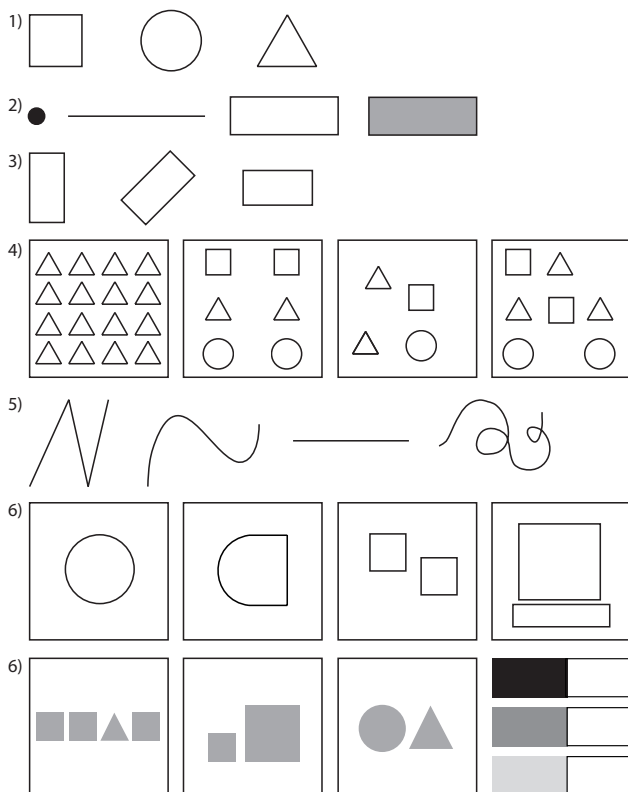
Figura 09 – paleta de cores utilizadas no desenvolvimento

### 4.2.3 Direcionamento

#### 4.2.3.1 Diretrizes – pesquisa de atributos

Ainda para satisfazer plenamente os desejos do grupo em relação à sua identidade visual aplicou-se um questionário (figura 10) inspirado em conceitos da teoria da Gestalt, para revelar suas preferências visuais. O questionário é importante, pois geralmente os indivíduos do grupo sentem-se intimidados em expressar seus verdadeiros anseios.

nome: \_\_\_\_\_ idade: \_\_\_\_\_  
 grupo: \_\_\_\_\_



Fonte: projeto Emancipar

Figura 10 – Questionário utilizado

Conforme Frutiger (1999) o indivíduo pode expressar seu pensamento de forma geométrica. As formas básicas representam conceitos abstratos e concretos, como tipos de

forma, tipos de linha, harmonia, equilíbrio e contraste.

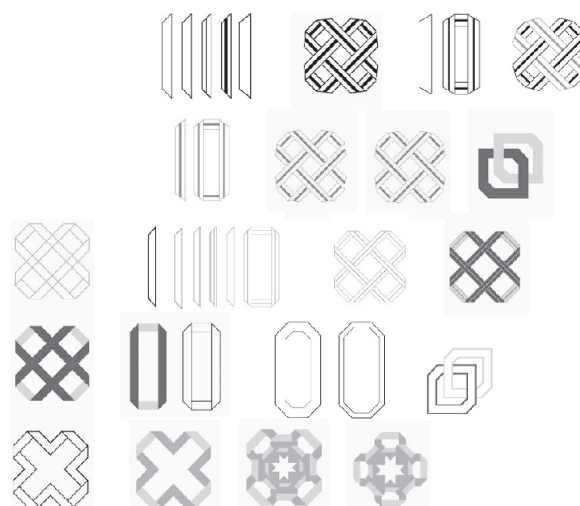
Os resultados foram: forma quadrada, vazada, orientação horizontal, harmonia por regularidade, linhas retas, agudez e baixo contraste.

Nova pesquisa foi realizada com os integrantes do grupo para validar as respostas da anterior. Coletaram-se imagens de símbolos que continham as características descritas como resultado da primeira pesquisa. Essas imagens foram mostradas individualmente para cada integrante do grupo, neste processo eles deveriam escolher a imagem que mais lhe agradavam.

A análise dos resultados cruzados proporcionou uma visão mais clara das preferências e direcionamento do grupo. Um dos itens que apresentou discrepância entre os resultados das duas pesquisas (a forma vazada), e foi desconsiderado no desenvolvimento da proposta final.

#### 4.2.3.2 Geração de alternativas

Através do painel semântico, o ícone de união representado pela imagem das alianças revelou-se importante como elemento formal. Aliado aos resultados da pesquisa de atributos foram realizados alguns estudos do símbolo da identidade visual para discussão com o empreendimento, conforme segue:



Fonte: projeto Emancipar

Figura 11 – Primeira geração de alternativa



## 5. Resultados

Durante a formulação das etapas constituintes do presente estudo, foi desenvolvida a estrutura radial, com desdobramentos mínimos obrigatórios para a realização desta pesquisa, que teve como proposta o desenvolvimento da identidade visual dos grupos, a fim de agregar valor e inclusão comercial, conforme demonstrado na página anterior:

A pesquisa teórica fundamentou o resultado principalmente em relação à postura ideológica e metodológica realizada. Também foram relevantes as entrevistas e visitas realizadas durante o desenvolvimento para sanar as questões que foram aparecendo.

Embora algumas etapas (figura 14) não tenham sido realizadas, o resultado foi positivo, principalmente em relação a sua recepção pelos empreendimentos.

Para a solução final foi utilizado o dourado, que conceitualmente simboliza o produto feito de palha, o trabalho rural. A forma do símbolo é a simplificação de uma flor, elemento da natureza que se transforma no fruto, utilizado para produzir os produtos do grupo Fino Sabor, e fonte do pólen, utilizado pelas abelhas para produzir o mel comercializado pelo grupo Mel Ouro Fino. As formas entrelaçadas fazem referência ao nó Celta, que em sua origem (mitologia celta) representa a conexão entre todas as coisas. Na aplicação representa a união do empreendimento solidário, característica essa que é realçada pelas ligaduras no logotipo.



Figura 15 – identidade visual

Além da identidade foram desenvolvidos os rótulos de doces, bolachas, café, geléias e licores com as cores discutidas coletivamente, conforme segue:



Figura 16 – identidade e rótulos desenvolvidos

Considerando o material utilizado anteriormente para rotular os produtos, esta nova configuração beneficia claramente a recepção junto ao consumidor final. Conforme imagens abaixo:



Fonte: projeto Emancipar

Figura 17 – antigo aspecto dos produtos



Fonte: projeto Emancipar

Figura 18 – novo aspecto dos produtos

Conforme dados disponibilizados pelo Programa Municipal de Economia Solidária, os produtos comercializados pelo grupo Ouro Fino tiveram aumento de 40% nas vendas durante o primeiro mês de aplicação da identidade visual.

Para garantir a manutenção da unidade visual e proporcionar maior legibilidade, foi realizada com o empreendimento uma pequena explanação sobre a importância no cuidado da aplicação dos rótulos adesivos nos frascos.

## 6 Conclusão

Tendo em vista os objetivos do projeto, demonstrou-se o desenvolvimento de um processo que articula conteúdos teóricos, que priorizam a responsabilidade social do profissional aliado a processos metodológicos do universo do design. Apesar de o design ser área intimamente envolvida com a produção industrial e a sociedade de consumo, é possível, através de projetos relacionados ao campo de design social, promover a inclusão social e incentivar o consumo responsável.

Os procedimentos adotados revelam toda a versatilidade da área na condução de um projeto, sem deixar de levar em conta os princípios consolidados pela atividade. A importância de um projeto de identidade visual para grupos de geração de renda é visível quando se analisa o retorno no aumento das vendas. O design então se torna ferramenta indispensável para o fortalecimento de iniciativas como essa.

Portanto, entende-se que os resultados foram satisfatórios, pois atenderam as demandas do empreendimento concomitante ao desenvolvimento gradual das etapas do trabalho. Os estudantes envolvidos tiveram contato com a prática profissional, exercendo a cidadania inerente ao profissional.

## Referências

CAVALCANTI, C. (Org.). Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável. 1994. Disponível em: <<http://168.96.200.17/ar/libros/brasil/pesqui/cavalcanti.rtf>>. Acesso em: 27 ago. 2009.

COUTINHO, M. C. et al. Novos caminhos, cooperação e solidariedade: a Psicologia em empreendimentos solidários. *Psicologia e Sociedade*, v.17, n.1, p. 17-28, jan./abr., 2005.

CULTI, M.N. *Reflexões sobre o processo de incubação de empreendimentos econômicos solidários e seus limites*. In: CONFERÊNCIA NACIONAL DE ECONOMIA, 2002.

FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FRUTIGER, A. *Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JACOBI, P.R. Meio ambiente e sustentabilidade. In: CEPAP. (Org.). *O município no século XXI*. São Paulo: CEPAM, 1999, p. 175-184.

KUYPER, J. Design é uma arte social. *Rev. Aldeia Humana*, Florianópolis, 1995.

LUPTON, E. *Pensar com tipos*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EDUSP, 2002. 366 p

RODRIGUES, M.A.O. *EcoBags, subsidiada pelo uso de peças gráficas*. 2009. 28f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso Desenho Industrial). Universidade Norte do Paraná, Londrina, 2009.

SANTOS, F.A.N V. Método aberto de projeto para uso no ensino do Design Industrial. *Revista Design em Foco*, Salvador, v. 3, n.1. p. 33-49, jan./jun. 2006,

SINGER, P. Economia solidaria. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 22, 2008. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142008000100020&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142008000100020&script=sci_arttext&tlng=en)Estudos Avançados. Acesso em: 27 ago. 2009.

SILVA, J.C.A. Design social, uma experiência com design na política pública de geração de trabalho e renda. *Design*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p.136-140, 2001.