



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Identidade Visual DESIGNA 2015 - 2016

Micael Filipe Ferreira Marques

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Design Multimédia
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Francisco Tiago Antunes de Paiva

Covilhã, Outubro de 2016

Dedicatória

Aos meus pais pelo apoio constante e
aos meus Professores pela compreensão e apoio.

Agradecimentos

Desejo agradecer aos meus colegas de curso pela sua amizade e apoio prestado durante o meu percurso universitário, pelo apoio dado durante o estágio, agradeço também a minha colega de estágio Sílvia Silva que sempre cooperou nas minhas ideias e partilhou a sua opinião.

Quero também agradecer aos meus professores durante o meu percurso académico que sempre insistiram em mim ao ponto de puxar o melhor de mim, mesmo aquilo que não sabia que existia dentro de mim quer como pessoa quer como designer, agradeço principalmente ao Prof. Doutor Francisco Paiva pela sua persistência e não desistir de mim como aluno ou estagiário, sendo estes os meus sinceros sentimentos pois aprendi bastante com ele mesmo sobre as coisas mais triviais pois ate as mais pequenas coisas nesses assuntos são importantes.

Agradeço a minha família pelo apoio financeiro e pela credibilidade que tiveram em mim apoiando-me em todas as minhas decisões quer pessoais quer académicas.

Por fim quero agradecer a minha namorada que sempre me apoiou e me ajudou a seguir em frente nas minhas decisões sendo essas o mais complicadas possíveis nunca desistiu de mim e sempre me ajudou a ver o lado positivo das coisas e o rumo certo a tomar, sem ela sinto que muitos dos meus trabalhos teriam acabado por ficar sem uma parte importante que tem na minha vida, a ela agradeço a sua paciência e dedicação em ouvir-me e dar a sua opinião pessoal.

Resumo

Este projeto identifica todos os pontos durante o estágio, realçando os processos, os resultados obtidos na elaboração do Logo e do Inventário do DESIGNA - Conferencia Internacional de Investigação em Design.

Esta Conferencia é anual e tem como intuito criar um ponto de ligação entre os variados conhecimentos de Design nas variadas áreas sendo estas: Multimédia, Industrial, Moda, Comunicação, Gráfico e Teórico.

O projeto apresentado é de conteúdo prático, com uma breve vertente teórica de introdução ao que é o Design Gráfico, foca-se prioritariamente no desenvolvimento do Logotipo a ser usado no DESIGNA e na criação do inventário com as várias componentes gráficas criadas e utilizadas desde a primeira edição desta conferência em questão.

Todos os resultados obtidos neste projeto resolveram de uma aplicação de vários conhecimentos adquiridos ao longo do meu percurso como aluno.

Palavras-chave

Design Gráfico, DESIGNA, Logotipo, Inventário, Identidade

Abstract

This project identifies all points during the internship, highlighting all processes, the obtained results during the elaboration of the Logo and the inventory of DESIGNA - International Conference in Design Research.

This Conference is yearly and has the intent to create a connection point between the varied knowledge in design in the varied areas being: Multimedia, Industrial, Fashion, Communication, Graphic and Theoric.

The presented project is of practical content, with a brief theoretic introduction to what is Graphic Design, it focus mainly in the development of the Logo being used in DESIGNA and in the creation of the Inventory with the multiple graphic components created and used since the first DESIGNA edition.

All results obtained in this project resolved from the application of multiple knowledge acquired during my course as student.

Keywords

Graphic Design, DESIGNA, Logo, Inventory and Identity.

Índice

Dedicatória	iii
Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	ix
Índice	xi
Lista de Figuras	xiii
1. Introdução	1
1.1. Problemática	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Visão geral e organização do Projeto	2
2. Estado da Arte	5
2.1. Introdução	5
2.2. História do Design	5
3. Design Gráfico	8
3.1. Ícone, Símbolo e Logotipo	9
3.2. Tipografia	10
4. Planeamento e Execução	12
4.1. Tipografia Usada	13
5. Identidade Visual	15
5.1. Pesquisa	15
5.2. Estudos	15
5.3. Artes Finais	19
5.4. Identidade Visual	19
6. Inventario	22
6.1. Introdução	22

6.2. Arte Final	22
7. Conclusão	27
7.1. Considerações Finais	27
7.2. Balanco Critico	27
Bibliografia	30
Livros	30
Sítios Web	30
Dissertações	30

Lista de Figuras

Figura 1: Tipografia Hermes	13
Figura 2: Estudo 1	16
Figura 3: Estudo 2	16
Figura 4: Estudo 3	17
Figura 5: Estudo 4	17
Figura 6: Estudo 5	18
Figura 7: Estudo 6	18
Figura 8: Arte Final 1	19
Figura 9: Arte Final 2	19
Figura 10: Logo DESIGNA	20
Figura 11: Identidade Visual DESIGNA	21
Figura 12: Inventario - Pagina 1	23
Figura 13: Inventario - Pagina 2	24
Figura 14: Inventario - Pagina 3	24
Figura 15: Inventario - Pagina 4	25
Figura 16: Inventario - Pagina 5	25
Figura 17: Inventario - Pagina 6	26

1. Introdução

Uma imagem, uma representação, uma ideia, todos estes elementos tem de ser representados num só lugar, numa só figura e essa é o Logotipo, este é aquilo que identifica algo, quer seja uma ideia, uma organização, uma empresa ou até mesmo uma pessoa, quando se desenvolve um logotipo não se desenvolve para apenas ser um “boneco” para se colocar sobre algo para parecer “bonito” desenvolve-se para qualquer pessoa que olhe para ele saiba exatamente para o que está a olhar, é isso que é um logotipo, é a alma que identifica cada pedaço de existência no mundo, tal como a nossa impressão digital é única é isso que se procura num logotipo, uma individualidade que seja só nossa que não seja confundida com outro algo.

Com a evolução das tecnologias e com a facilidade de acesso do presente a criatividade circula mais depressa mas essa também é uma fatalidade do sistema hoje presente no quotidiano, qualquer identidade criada hoje em dia é quase que assimilada a algo que já existe ou existiu, a grande vaga de informação a circular online e a quantidade de informação que nos atinge é tanta que não existe propriamente criatividade aos olhos do humano, pois devido a essa grande vaga que nós quase não nos podemos desligar, acabamos por inconscientemente interligar a algo que nos pareça já ter visto, o ser humano procura uma constante similaridade naquilo que vê, se vir duas luzes automaticamente verá uma cara, se vir um logo com uma concha automaticamente lembrar-se-á da “SHELL” mesmo que essa já nem seja a sua imagem, com o passar do tempo novas gerações iram assimilar outras a esta concha pois nunca conviveram com ela quando eram jovens mas isto é a evolução da imagem, uma espiral continua de logotipos e ícones que mesmo inconscientemente não estejam ligados assim o acabam, criar algo único é cada vez mais difícil, mas não é impossível.

Quanto a questões de inventariação não existe grande teórica por detrás, o inventário serve para aquilo que se refere, uma lista ou descrição de materiais existentes, de forma a facilitar o controlo ou acesso aos mesmos, algo como um guia daquilo que se tem, uma boa organização de componentes facilita um rápido e simples acesso a esses, nunca, um inventário deve ser complicado, nos dias de hoje “tempo é dinheiro” (Benjamin Franklin) e mais que tudo deve ser bem organizado para se aproveitar o máximo deste.

1.1 Problemática

O desenvolver de algo único com a finalidade de representar toda uma organização sob o tema de Identidade, por mais simples que pareça ainda existe muito que contrarie o que é ao certo a identidade de algo ou alguém, para uns a identidade é a pessoa em questão ou organização

para outros não passa de uma marca ou pegada, o que nos faz único é essa mesma identidade a perca desta faria de nós algo perdido no tempo e no espaço.

Ter de criar uma identidade para o DESIGNA permite-me aperfeiçoar a minha capacidade como Designer e como pessoa, tanto o topico como a funcionalidade do Logo são algo que me deixa intrigado, Identidade, aquilo que define o ser, aquilo que nos permite ser quem somos tendo consciencia de isso mesmo, trabalhando em equipa permitiu-me aperceber de vários pormenores que não me aperceberia se estivesse sozinho no desenvolvimento deste projeto, cada um dos colegas com que trabalhei tem uma presença única, uma maneira de ver as coisas diferentes dos outros, o que permitiu uma maior abordagem ao tema em questão.

A segunda parte deste projecto focou-se na realização do inventario, aqui a problematica era simples e direta, era necessario uma organização daquilo que já foi feito para que se pudesse ver a evolução do DESIGNA ao longo destes 5 anos.

1.2 Objetivos

A finalidade deste projeto é a criação de um Logotipo único representativo do DESIGNA 2015 - Identidade, e de um inventário da evolução do DESIGNA ao longo dos 5 anos de existência obtendo dois documentos finais: o Logotipo e o Inventário Digital, ambos nasceram da necessidade de inovar e melhorar o existente.

O projeto é de cariz teórico-prático, existindo, ainda assim, a necessidade de uma análise ao que representa um logotipo e o porque da sua existência e de uma breve análise de um inventario simples e de fácil acesso.

1.3 Visão geral e organização do projeto

O presente projeto está dividido em 4 capítulos, sendo o primeiro teórico e os três seguintes práticos, incluindo uma apreciação global no último capítulo.

O primeiro capítulo é dedicado à componente teórica onde se aborda o brevemente Design Gráfico, a existência dos Logotipos e a razão pela necessidade de Inventários, aqui falarei de tipografia, ícone, logotipos, cores, a necessidade de um conceito bem explorado e de o porque de um inventário simples e conciso, realçando os fatores determinantes em cada um destes.

O segundo capítulo é referente à pesquisa elaborada ao longo do projeto, desde textos encontrados a imagens referenciais.

O terceiro capítulo irá ser em torno da elaboração e conceção do logotipo do DESIGNA 2015 onde será refletido cada passo dado ao longo do projeto.

O quarto capítulo é o mais curto dos capítulos e ira ser dedicado a elaboração do inventário do DESIGNA.

A última parte deste relatório é dedicada à conclusão a que cheguei de ambos os objetivos concretizados.

2. Estado da Arte

2.1 Introdução

Neste capítulo pretende-se criar uma abordagem teórica em relação ao Design Gráfico, responsável pela criação de Identidades Visuais.

Nos últimos anos a importância da identidade visual ficou cada vez mais definida como uma necessidade quer pessoal quer empresarial, sendo a principal responsável pelo reconhecimento no mercado de trabalho e propaganda do mesmo.

2.2 História do Design

O Design remonta a época da revolução industrial, entre 1820-1840, onde é nessa mesma altura que se começa a dar corpo ao termo que conhecemos hoje no dia-a-dia, a revolução industrial deu-se devido a entrada das máquinas e da substituição do artesanal pela mesma.

A primeira etapa da revolução industrial deu-se primariamente na Inglaterra nessa época o melhoramento das máquinas a vapor contribuiu para a continuação da revolução.

A segunda etapa deu-se no período entre 1860 a 1900, ao contrário da Inglaterra todos os países de grande potência (Alemanha, França, Rússia e Itália) também se industrializaram dando entrada à utilização do aço, energia elétrica e combustíveis derivados de petróleo. Consequentemente iniciando um processo de troca de bens materiais entre os países de forma mais rápida e segura.

A terceira e última etapa é assim considerada a nossa época com a entrada do computador, telemóvel e LED impulsionando trocas de informações entre continentes.

A razão principal de a revolução industrial ter uma importância pesada no Design é porque este foi o potencializador do mesmo, a informatização que hoje existe no Design só é possível porque esta foi o melhoramento da máquina ao longo dos anos.

Além da revolução existiu vários impulsionadores do design repartindo-o em várias áreas, um dos mais conhecidos é a imortal escola de design e artes plásticas alemã, Bauhaus (Staatliches-

Bauhaus) e podemos ver a dedicação desta escola ao design ate mesmo pelo próprio edificio, de como foi contruído e dos materiais utilizados no próprio tal como cita, Magdalena Droste;

“A claridade rigorosa com a qual Gropius isolou as diferentes funções e tentou ilustrar a sua natureza, através de materiais e do “design”, torna o edificio Bauhaus um dos mais importantes e com maior influêncía do século XX.”.

Podemos dizer que desde então o mundo do Design tomou um rumo completamente novo com uma abrangência enorme colocando-se em todas as áreas quer seja para desenvolver um objeto, quer um texto, quer uma indicação, representação ou até mesmo uma ideia, que é desta que o designer se alimenta. O design deixou de ser visto como algo secundário e passou a ter-se em conta todo o detalhe em toda a nova ideia que se cria no dia-a-dia. Dentro de cada área do Design existe desenvolvimentos diferentes mas todas proveem deste aqui referido, este foi o impulsionador de tudo e de como vemos as coisas agora.

3. Design Gráfico

A área do Design Gráfico atualmente está a tornar-se, se se pode dizer, obsoleta devido a grande entrada de novas tecnologias no mercado, o que quer isto dizer, simples, que a área do design gráfico que antigamente era vista como componente simplesmente gráfica, desenho apenas, nada mais que a representação de uma ideia ou pensamento através deste, uma marca, contudo agora é algo muito mais complexo, deixou de ser algo simples como um desenho para ser algo complexo como animações, vídeos, jogos, web, etc. tornando-se mais numa espécie de categoria com múltiplas subcategorias em vastas vertentes do design indo desde design de produto ate ao design de videojogos.

“Uma marca é uma ideia, um conceito, que se imagina numa relação de “um para muitos” ou de “um para um” quando levado ao limite - ou à “perfeição”. A marca tem “uma alma” latente na ideia, no conceito do seu criador, que muitas vezes não se distingue deste: a Virgin confunde-se e é a expressão da personalidade de Ricard Branson; a Apple é o fruto da irreverência de Steve Jobs” (Santos, 2007, p.09).

Seguindo a ideia de que o que é gráfico é desenho, temos os pictogramas, que é uma simples imagem que representa um objeto ou um conceito, sendo facilmente confundido no quotidiano como símbolo ou ícone, contudo não deixa de ser um símbolo apenas é se lhe atribuído uma outra função, e naturalmente um outro nome, os pictogramas estão presentes no nosso dia-a-dia passando despercebidos muitas vezes daquilo que eles são, a sinalética usada nas ruas, casas, utensílios todos são pictogramas, a sinalética faz uso destes pictogramas para passar uma mensagem ou informação, mas alem de pictogramas faz uso também de tipografia, cores e setas.

A ideia fundamental do Design Gráfico como aqui é visível é transmitir informações sob forma simplificada e acessível a todos, cabe ao designer criar algo inconfundível e inequívoca com base em elementos visuais que é o principal do design, este que anda sempre de mão dada com a comunicação, em Portugal, na comunicação foi mais sentido após o 25 abril.

“(…) criou-se uma nova visão, uma nova atitude e uma nova abordagem aos meios de comunicação. (...) Cada e qualquer superfície servia para a manifestação crítica, colavam-se cartazes, pintavam-se murais, escreviam-se palavras de ordem sem qualquer constrangimento ou regra, tudo era permitido.” (Ribeiro, 2008, p.38)

3.1 Ícone, Símbolo e Logótipo

Estes são os três elementos que podem compor a identidade visual de uma empresa, ideia, nome, serviço, etc., cada um deles tem a sua própria definição e a sua utilidade, podendo os três serem usados em conjunto ou não, agora o que fica em questão é qual a diferença entre eles, e o porque de diferencia-los.

O ícone nasceu do grego eikon, que significa imagem, nasceu da necessidade de representar algo religioso, e da questão de que na altura muita da população não sabia ler nem escrever, então era visto como uma forma de manter fiel aqueles que não o sabem ajudando a perceber o que esta escrito através de imagens, algo como uma bíblia para todo o humano, quer seja ele de que origem for ou língua falar, *“uma imagem vale mais que mil palavras”* (Confúcio (Chiu Kung) 552 e 479 a.c.), é a melhor expressão que se poderia aplicar neste caso, algo que todos percebiam sem ter que ter grande conhecimento teórico. Na identidade visual o mesmo processo aplica-se, representação de algo através de uma imagem de grande valor informativo.

O símbolo é diferente daquilo que muitas pessoas maioritariamente pensam, o símbolo não se trata apenas de uma imagem, mas sim na representação do abstrato, ao contrário do ícone, este procura representar algo abstrato de forma concreta, facilitando a compreensão aos circundantes, tornando-se num elemento essencial na comunicação e na transmissão dessa informação abstrata. A representação de cada símbolo é específica para cada um deles, este que surge como resultado de um processo convencionado ou natural, de maneira que o recetor consiga entender o significado nele empregue e atribuir-lhe o valor pretendido, este pode estar ou não ligado fisicamente com um objeto ou ideia que representa, também pode não ser apenas gráfico mas sim tridimensional, sonoro ou ate gestual.

“Um símbolo é uma imagem de uma companhia, uma instituição ou uma ideia que deve transmitir, por afirmação clara ou por sugestão, a atividade que ela representa [...] O símbolo, além de ser perceptível e legível, deve ser projetado de modo a poder ser usado em muitos tamanhos e situações, sem perder a sua identidade. O designer deve distorcer, unificar e criar uma nova forma para a letra, para que seja única, mas tenha os atributos necessários para ser reconhecida como letra. Não há nenhuma parte do símbolo que possa ser eliminada sem destruir a imagem que ele cria. É uma verdadeira Gestalt, na qual o efeito psicológico da imagem total é maior do que sugeriria a soma das suas partes” Norman Ives (1923-1978)

Logotipo é a junção de duas ou mais letras para formar uma sigla muitas vezes vemos só mesmo um logotipo como identidade visual, isto é, trata-se de um “jogo” de design com a tipografia, podendo ate ser ou não figurativa, havendo também logos híbridos jogando com as letras e com imagens de letras.

3.2 Tipografia

O termo tipografia deriva de *typos* – "tipo" – e *graphein* – "escrita", esta que e composta por caixa alta, caixa baixa, sinais e números, foi desenvolvida pela necessidade de comunicação com objetivo de se tornar mais estruturada.

No início dos tempos a escrita era diferente dependendo do povo que a utilizava e era representada igualmente de forma diferente. O sistema de escrita mais antiga tem o nome de Cuneiforme e era elaborado em tabuas de argila com uma caneta de ponta em unha. Tal como já referi anteriormente além da escrita como sistema de comunicação existia também em semelhança o pictograma e o fonograma, um consistia em imagens e o outro em sons respetivamente. Com o passar dos tempos a escrita foi evoluindo até atingir a forma que tem hoje, o alfabeto, contudo ainda difere de cultura para cultura.

O designer tem de ter em conta vários fatores na altura da escolha da tipografia a utilizar, uma vez que esta possui uma variedade no peso e formato e ainda depende da família tipográfica, tudo isto influencia na composição visual. É necessário ter em conta também os leitores, o material, o formato, o peso e a sua composição nas colunas de texto caso existam no caso das identidades visuais, tudo isto para facilitar a leitura e visibilidade do próprio.

4. Planeamento e Execução

Este projeto surgiu da necessidade da criação da nova identidade visual para o DESIGNA 2015, partindo das antigas identidades 2014 e 2013 no âmbito do projeto de mestrado. Consiste não só na criação desse logo mas também na organização dos materiais já feitos nas edições anteriores sob forma de um inventário.

Apos este ponto notou-se a necessidade da elaboração de um planeamento detalhado de todos os passos e processos deste projeto como é visível na Figura 1, que foi reformulado a medida que os processos foram avançando por força maior, contudo todos os passos foram executados sem maiores dificuldades ou contratempos.

A colaboração no DESIGNA 2014, permitiu uma melhor ligação com o projeto de 2015 facilitando a entrada ao trabalho assim que o de 2014 terminou, este cronograma facilitou ainda mais para um melhor entender das tarefas que haviam por fazer.

4.1 Tipografia

HERMES REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

HERMES NORMAL

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 1. A tipografia HERMES “Regular” e “Normal” foi utilizada na Identidade Visual do DESIGNA - Conferência Internacional de Investigação em Design.

A tipografia utilizada foi Hermes como é aqui apresentado, e foi aplicada tanto no DESIGNA como no Inventário apresentado, esta tipografia foi escolhida pelos orientadores e coordenadores do DESIGNA por ser simples, sem serifas e com uma boa visibilidade e contemporaneidade.

5. Identidade Visual

5.1 Pesquisa

Identidade, este foi o tema escolhido para o DESIGNA 2015 tal como já foi referido anteriormente, mas o que representa a identidade ao certo? Impressão digital, Código de Barras, Fotografia, Alma, Personalidade, Consciência? Todas elas são identidades que cada uma por si se representa, após uma breve pesquisa rapidamente me apercebi que haveria muitas variáveis e possíveis escolhas para a identidade visual da conferência, todas as hipóteses apresentadas em cima funcionariam certamente, a minha seguiu a ideia da impressão digital, algo único para cada um de nós, algo que nos identifica em qualquer lugar no mundo por ser supostamente único e não haver outra igual mesmo com muita conjuntura em torno do assunto quanto a sua validade como representação infalível de identidade única. Seguindo a ideia de Impressão digital pesquisei por variadas utilizações da própria, através de imagens, onde a própria impressão chegava a substituir a própria cara do ser humano, retratando a ideia que esta é a verdadeira “cara” da pessoa, o mesmo se aplica ao código de barras que é utilizado como impressão digital mas de produtos do quotidiano, este é variado consoante a empresa que o utiliza podendo haver códigos iguais noutros lugares mas para produtos diferentes, daí não ter seguido esta linha gráfica, pois procurava o único e esse que mais se aproximava daquilo que desejava era a impressão digital.

Existe vários tipos de identidade, identidade visual, identidade pessoal, identidade virtual, identidade social, identidade nacional, identidade cultural, etc. todas são diferentes mas em resumo todas se referem ao mesmo, representação de algo de forma direta e simples.

5.2 Estudos

Após toda a pesquisa parti em busca do Logo para o DESIGNA, sempre baseado na impressão digital como tinha focado anteriormente, utilizando a impressão digital vetorizada e seguindo a linha anterior dos Logos do DESIGNA para manter uma coerência suave entre eles, para isso manteve-se o D do DESIGNA que era fulcral para a interligação das edições anteriores do DESIGNA, a paleta de cor para o DESIGNA 2015 foi o preto pois quando se fala em impressão digital automaticamente nos vem a cabeça os BI's nacionais antigos onde se colocava o

indicador em tinta preta, daí manter a mesma cor para a concepção do logo e não criar uma desassociação entre ambos.



Figura 2. Estudo - Neste podemos ver a impressão digital sobre os vários D's utilizados na edição anterior do DESIGNA mantendo uma coerência visual com a edição anterior.



Figura 3. Estudo - Neste caso a ideia partiu do B.I. nacional onde fiz a impressão sob forma invertida deixando o preto dominante de qualquer forma, a impressão estando na diagonal para dar uma sensação de informalidade.

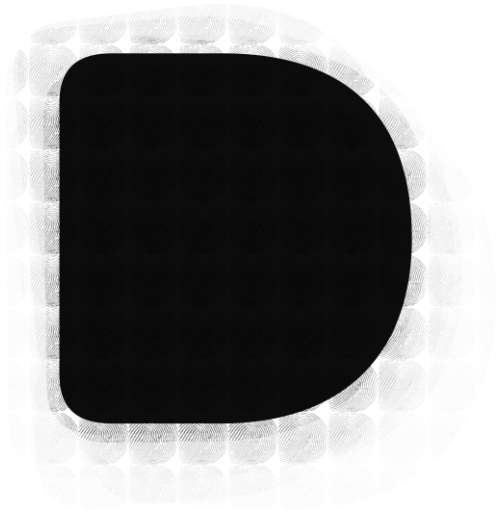


Figura 4. Estudo - Partindo da ideia de mosaico com o D negro sobre este tendo 85% de opacidade.



Figura 5. Estudo - Seguindo a ideia do mosaico mas aplicando a o estilo utilizado na figura 2.



Figura 6. Estudo - Voltando a raiz utilizada na figura 1 mas com um contorno para realçar o D principal do DESIGNA



Figura 7. Estudo - D branco sobre Impressão dando uma sensação de nascença do D da impressão humana como que do humano nasce o design.

5.3 Artes Finais

As seguintes imagens em baixo apresentadas foram as imagens finais que ficaram como possíveis identidades visuais do DESIGNA, nenhuma destas aqui apresentadas foi selecionada sendo apenas como referencia as hipóteses apresentadas na altura da conceção do Logo.



Figura 8. Arte Final 1 - Ideia que viria mais tarde a dar incentivo a identidade visual usada no DESIGNA 2016, onde a simplicidade do logo se prevalece.



Figura 9. Arte Final 2 - A segunda opção tomada em conta para usar como identidade visual do DESIGNA, acabando por não ser selecionada.

5.4 Identidade Visual Final

Aqui é apresentada a identidade escolhida para o DESIGNA 2015, como conclusão da seleção tal como Steve Jobs disse “Less is More” a simplicidade desta acaba por dar mais destaca a ela própria mantendo a ligação às edições anteriores e ao mesmo tempo renovando dando uma nova identidade a conferencia, como se pode observar esta apresenta-se desgastada com os defeitos que se encontrava nas impressões digitais dos BI's antigos e com um filtro por cima, pois se pensarmos temos uma impressão que identifica a pessoa, mas ao mesmo tempo não sabemos quem é pois por mais que tenhamos o nome há sempre um “*there is always more than meets the eye*”, automaticamente levando a pensar realmente se aquilo que vemos é mesmo aquilo que é suposto ver.



Figura 10. Logo do DESIGNA 2016 - Aqui se encontra presente o logo que deu junção com a tipografia da identidade visual da conferencia. A ideia por detrás deste logo é refletida na simplicidade do D com a mistura da impressão digital e o desgaste implicado cada vez que o fazemos no quotidiano reproduzindo as falhas tal como no B.I..

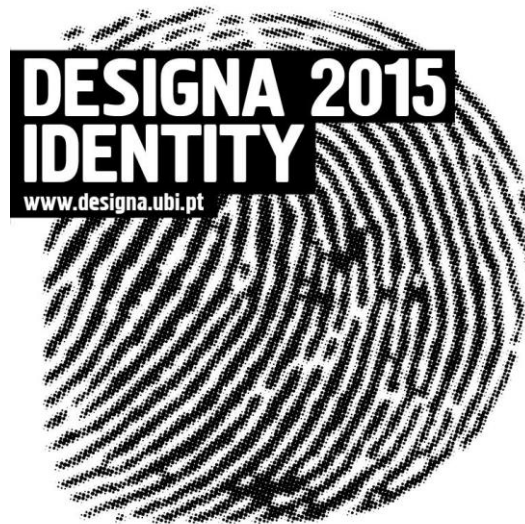


Figura 11. Identidade Visual DESIGNA 2016 - Arte Finalizada da Identidade Visual da conferência onde se pode ver a aplicação da tipografia sobre o Logo resultando na combinação visível.

6. Inventário

6.1 Introdução

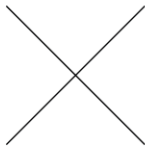
O Inventario é proveniente do latim “*inventariu*” que era referente aos bens pertencentes a alguém falecido, empresa ou cultura, no caso aqui retratado neste projeto trata-se de um inventário similar a uma empresa, onde se pode verificar os materiais criados ou existentes ao longo dos tempo permitindo um acesso facilitado para quem vier de seguida em procura ou pesquisa daquilo que já existe ou já foi criado. Essa finalidade partiu da necessidade de organizar os materiais para futuras referências aos próximos estagiários e professores pertencentes ao DESIGNA.

6.2 Arte Final



Figura 12. Pagina 1 - Comparação da evolução do Logotipo desde 2011.

2011



2012

DESIGNA 2012
UN/SUSTAINABILITY
INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH
UBI, COVILHÁ, PORTUGAL

2013



2014

DESIGNA
CONFERÊNCIA
INTERNACIONAL
DE INVESTIGAÇÃO
EM DESIGN
DESEJO
20-21 NOV. 2014
COVILHÁ-UBI.PT

Figura 13. Pagina 2 - Comparação dos sacos desde 2012 sendo que 2011 não existiu.

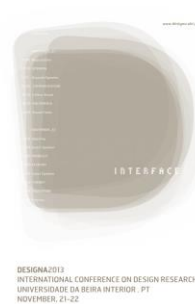
2011



2012



2013



2014



Figura 14. Pagina 3 - Comparação dos flyers desde 2011.

DESIGNA Marcadores

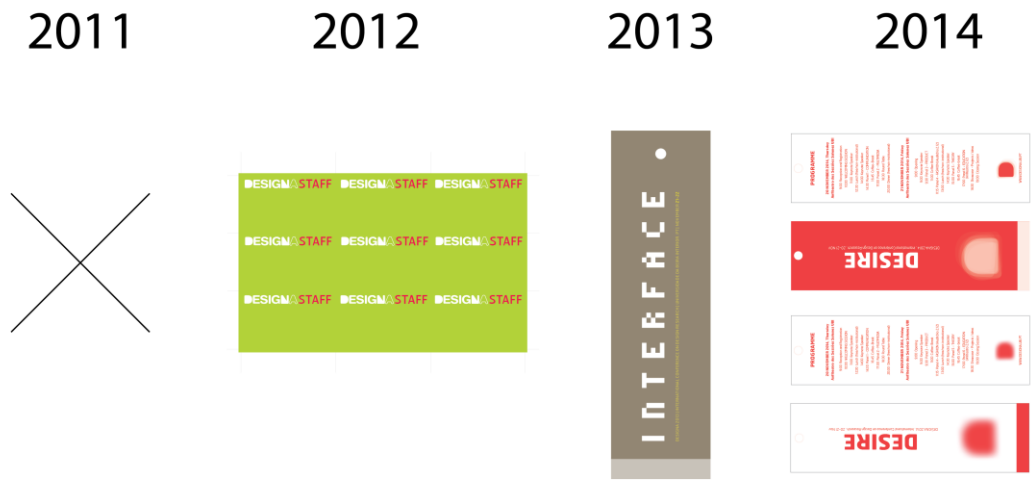


Figura 15. Pagina 4 - Comparação dos marcadores desde 2011.

DESIGNA Rollup



Figura 16. Pagina 5 - Comparação dos rollup's desde 2012 visto que 2011 não existiu.

2011



2012



2013



2014



Figura 17. Pagina 6 - Comparação do cartaz dos vários Designas desde 2011.

7. Conclusão

7.1 Considerações Finais

Este projeto terminou sem grandes dificuldades ou impasses na sua execução, contudo houve uma necessidade de breves pesquisas em parte para busca de inspiração para a elaboração da nova identidade visual do DESIGNA 2015, este que provem de uma continua evolução e adaptação ao tema para atingir os critérios apresentados pelo orientador do projeto, em consideração ao inventario tomou-se uma abordagem direta pois apos uma pesquisa à temática apercebi-me que não existe propriamente um segmento de como elaborar um inventario, pelo que cada um se adapta para a sua finalização, logo a sua criação partiu mais em parte de uma ideia pessoal e própria do que algo já existente.

De modo geral este projeto permitiu a minha evolução como designer no mundo do trabalho e como pessoa ao interagir com várias perspetivas e diferentes critérios apresentados a cada dia que passava para assim atingir um produto final que fosse aceite por ambas partes dos organizadores como os colaboradores.

7.2 Balanço Crítico

O presente projeto permitiu-me adquirir uma enorme variedade de capacidades em termos de autoavaliação e julgamento pessoal, tal como a capacidade de argumentar quer o que desenvolvi é correto ou errado, colocado em causa toda a minha aprendizagem como aluno ao longo do mestrado e daquilo que aprendi na licenciatura.

Também a participação no DESIGNA 2014 permitiu uma aproximação maior em relação ao DESIGNA 2015 ao que consegui ter em conta aquilo que iria enfrentar na conceção do material para o DESIGNA 2015.

Quero denotar que toda a orientação dada pelos professores pertencentes ao DESIGNA que me ajudaram e me permitiram aumentar os meus conhecimentos e responsabilidades que se deve ter em conta de quando se trabalha num projeto em equipa, pelo que o trabalho não depende apenas de uma só pessoa mas sim de uma coletividade que luta para chegar a um fim, este que era a conferência do DESIGNA.

Mesmo apesar de todo o trabalho elaborado sinto que poderia ter explorado muito mais pois apenas no final me apercebi que as minhas capacidades assim permitiam, todo o esforço e

dedicação poderia ter sido mais aproveitado e explorado acima daquilo que foi, isto contudo foi uma falha de minha parte a qual lamento imenso, principalmente depois da fé em mim colocada pelos professores e orientador de estágio.

Este trabalho contudo posso dizer que foi um trabalho no qual me empenhei mais relativamente ao meu percurso académico, sendo assim desejo agradecer a todos aqueles que me apoiaram e me acompanharam no percurso que percorri.

Bibliografia

Livros

Lage, Alexandra; Dias, Susana: Teoria do Design “Desígnio 1” 11º/12º; Porto Editora; 2005.

Lupton, E. (2004). Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors & students. (First Edition). China: Princeton Architectural Press.

Gruszynski, A. C. (2008). Design gráfico: do invisível ao ilegível. São Paulo: Edições Rosari.

Sítios Web

DIOGO, João - A origem da marca. Marcating. [Acedido em 25 Abr. 2016]
<http://marcating.wordpress.com/teoria/a-origemda-marca/>

We Lancer [Acedido em 30 Abr. 2016]
<http://blog.welancer.com/o-que-faz-um-designer-grafico/>

AIGA - The Professional Association for Design [Acedido em 11 Fev. 2016]
<http://www.aiga.org/guide-whatisgraphicdesign/>

Vanse Design [Acedido em 16 Mar. 2016]
<http://vanseodesign.com/web-design/design-history/>

Dissertações

Daniel, A. F. M. (2011) Design de Identidades Corporativas do designer Carlos Rocha, Dissertação Mestrado, Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa.