

## **Pé no Mato: Criação e Desenvolvimento de seu Design Gráfico e Identidade Visual<sup>1</sup>**

João Pedro BILÉCKE<sup>2</sup>

Carolina Gamba GIL<sup>3</sup>

Gilsara Pereira REZENDE<sup>4</sup>

Matheus Rogério MARCHI<sup>5</sup>

Patrícia Maturano LONGAREZI<sup>6</sup>

Centro Universitário Padre Anchieta, Jundiaí, SP

**RESUMO:** O seguinte *paper* tem a finalidade de demonstrar o processo de criação visual para a empresa de entretenimento Pé no Mato, pertencente ao Grupo Shahrouri, através da agência experimental Buzz Publicidade do Centro Universitário Padre Anchieta. O projeto é uma tentativa de ampliação do mercado consumidor da empresa, o que demanda uma linguagem específica para direcioná-lo de forma adequado ao seu objetivo final, como exemplos os elementos visuais e os recursos gráficos aqui utilizados.

**PALAVRAS-CHAVE:** design gráfico; projeto pedagógico; identidade visual; Pé no Mato; linguagem.

### **1 INTRODUÇÃO**

A necessidade de um novo projeto surgiu para o Grupo Shahrouri, empresa de entretenimento dirigida por Ein Alhaiat Shahrouri, juntamente ao seu desejo de expansão profissional.

Com o auxílio da agência experimental Buzz Publicidade, agência modelo do Centro Universitário Padre Anchieta, essa necessidade pôde se tornar realidade através da criação completa da identidade e da comunicação visual do novo projeto. O trabalho, realizado por estudantes do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, foi feito de forma gratuita e com liberdade total para sua definição, contextualização e planejamento a partir considerações iniciais e futura aprovação da cliente.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015 na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Design Gráfico.

<sup>2</sup> Aluno líder e estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda; email: jp.bilecke@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social- habilitação em Publicidade e Propaganda; email: ggil.carol@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade Propaganda; email: gilsarapr@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda; email: matheusrmachi@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda; email: patricia.longarezi@anchieta.br.

O aproveitamento dessa cooperação entre a cliente e a agência é garantido para ambos: a satisfação da cliente e a produção publicitária provinda dos alunos, para sua futura entrada no mercado de trabalho com mais experiência profissional e portfólio artístico. Dentro da Buzz Publicidade, a seguinte comunicação visual é de origem inteiramente do setor de Criação da agência, sendo supervisionada e direcionada pela orientadora do projeto pedagógico.

## **2 OBJETIVO**

Assim como todo público-alvo tem sua própria linguagem, o público infantil também expressa sua demanda em relação à sua comunicação. O Pé no Mato tinha a necessidade de adequar seu projeto à linguagem infantil, inclusive sua comunicação visual, de forma que as crianças tivessem compreensão máxima do conteúdo a ser abordado. Diante deste cenário, o design gráfico pensado pela agência foi o recurso comunicacional que mais estabeleceu conexão entre a empresa e seu público-alvo. O visual lúdico, as cores vibrantes, a linguagem de fácil entendimento e as referências à natureza e diversão são alguns instrumentos que facilitaram essa aproximação.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A empresa Pé no Mato surgiu com intenção de promover a interação da criança com a natureza através da educação e do lazer, almejando contribuir para o seu desenvolvimento cultural e humano. O avanço das novas tecnologias, as mídias sociais em especial, está rompendo essa ligação com o meio ambiente aos poucos e, como consequência, muitos conhecimentos importantes para o crescimento das crianças são perdidos. O projeto vem justamente em contrapartida, estimulando principalmente a curiosidade, a diversão e o aprendizado, através de uma proposta que valoriza a sustentabilidade, a preservação e a criatividade.

Além de reestabelecer o contato com a natureza, o Pé no Mato também tem a preocupação de transmitir conhecimento de forma clara e divertida para interessar seu público-alvo e adaptar o que foi aprendido em seu cotidiano, de forma que ajude ao seu bem-estar e ao mundo ao seu redor. Este conhecimento transmitido é também uma

complementação para o universo escolar e uma afronta aos vícios que se propagam através sobretudo da Internet.

## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O design gráfico da empresa Pé no Mato foi desenvolvido graças a aparelhagem tecnológica presente na agência Buzz Publicidade, contando principalmente com o *software* de criação CorelDRAW X6 e com o encaminhamento do aluno responsável pela criação através da orientadora da agência. A imaginação foi um dos elementos mais importantes do processo, aliada às habilidades criativas de seu designer.

Relacionado às técnicas que trouxeram embasamento para a constituição do design gráfico, podemos explica-las melhor em dois subtópicos:

### 4.1 Cores

O uso das cores em qualquer meio de comunicação é essencial para orientar o público de acordo com aquilo que se pretende comunicar, inclusive por estar “impregnada com informações” (DONIS. 2007. Pág 64) e estimular o contato com a subjetividade e emoções. A partir destas conclusões, foi necessário compreender quais cores tem maior ou menor efetividade e o que estimulam no público infantil. Os tons mais básicos e vívidos são adequados a este público justamente como uma forma de chamar atenção para a imagem, algo que os tons mais escuros possuem menor eficácia. É também uma forma de promover a associação básica entre a realidade e as cores, algo que as crianças estão a aprender diariamente no cotidiano e nas experiências de vida.

A cor principal do Pé no Mato se baseia no verde-pastel que compõe majoritariamente a identidade visual do projeto. Este verde é responsável por estabelecer a conexão do projeto com a natureza por relacionar-se ao pensamento ambiental e ecológico e à sustentabilidade. O restante da gama de cores segue o mesmo estilo, com exceção ao panfleto *Day Camp* que se dá com o uso de cores mais escuras e específicas para a situação.

## 4.2 Tipografia

O texto escrito é um dos elementos visuais que mais tem impacto em uma produção artística e, dependendo da organização de cores, imagens, contrastes e outros fatores, pode ser a chave para seu sucesso. E não somente em relação aos outros componentes da arte, mas também em si próprio, pois é necessária uma configuração adequada aos elementos verbais para que se obtenha do leitor uma compreensão mais rápida, fácil e certa (ROYO, 2008).

Todas as fontes utilizadas nas produções gráficas do Pé no Mato têm como objetivo facilitar a captação de informações pelos leitores, transmitindo consigo também estabilidade e organização, através das fontes mais tradicionais. Entretanto algumas artes, apresentadas a seguir, utilizam de fontes específicas para reforçar a mensagem publicitária (no caso, o panfleto *Day Camp*). Como Donis Dondis (2007, Pág. 133) diria, “A mensagem e o método de expressá-la dependem grandemente da compreensão e da capacidade de usar as técnicas visuais”, inclusive a boa formatação do texto e sua tipografia.

## 5 DESCRIÇÃO DO PROJETO OU PROCESSO

No intuito de melhor aprofundamento das questões explicativas sobre o design gráfico referente ao Pé no Mato, segue as principais artes gráficas que definem de forma precisa o projeto pedagógico.

### 5.1 Identidade Visual



Figura 1: Identidade Visual do Projeto

Após várias reuniões com a cliente, compreendendo seus intuitos e gostos, o logotipo acima foi determinado como a identidade visual do Pé no Mato. Foram necessárias várias alterações até que o logo fosse aprovado, desde o arranjo de cores até a tipografia, algo necessário para uma boa formulação de uma identidade visual que representasse completamente o projeto. Foi uma etapa complexa a se produzir, já que, segundo Javier Royo, “o design de uma identidade pressupõe representar os valores e as idéias de uma organização que estarão representados em diferentes campos”, o que ressalta a importância de um planejamento adequado para tal formulação.

O nome “Pé no Mato” surgiu através da agência Buzz Publicidade com a intenção de demonstrar o intuito do projeto e estimular o contato das crianças com a natureza de uma forma amena e ao mesmo tempo convidativo. As duas primeiras letras de cada palavra (P e M) se ilustram na forma daquilo que representam, o P tem a forma de um pé e o M de duas folhas de grama. Também é intenção do nome inferir à infância, especialmente o hábito das crianças de correr descalças enquanto brincam e se divertem.

O logo se concretiza através das duas características principais, a cor e a tipografia, que optam pela simplicidade e lucidez. A cor de fundo é a ponte que cria associação entre o projeto e a natureza, pois é uma tonalidade de verde relacionada ao meio ambiente. Em relação à tipografia, foi seguido o raciocínio que preza “legibilidade e contraste” (ROYO, 2008, Pág. 137), usando a fonte a Swis721 Blk Oul BT que permite uma boa visualização das letras, mesmo que estas tenham apenas seu contorno colorido. A coloração branca gera o contraste com o fundo verde, dando realce ao logo e criando uma atmosfera mais suave.

## **5.2 Plano de Fundo do blog “Aprendendo com o Pé no Mato”**



Figura 2: Plano de Fundo do Blog

O blog “Aprendendo com o Pé no Mato” surgiu como principal propagador do conhecimento selecionado importante para o repertório infantil pelo projeto. Com uma linguagem de fácil compreensão e assuntos educativos a cada post, foi sugerido ao blog um fundo que atendesse às expectativas infantis.

A cena composta para o plano de fundo mostra duas crianças velejando em um balão em forma de planeta Terra, passeando pelo céu ensolarado e através de árvores e balões. Estes elementos retomam ao seu observador a questão da alegria, principalmente por causa das crianças sorridentes, do dia harmonioso e do balão. A associação com a natureza se dá por conta das hastes verdes e também da figura do balão, demonstrando que essa interação com a natureza através do mundo pode ser repleta de aprendizado e diversão.

Na parte superior do balão podemos encontrar uma planta germinando, que representa a germinação do conhecimento e o crescimento das crianças através de suas experiências e aventuras enquanto jovens. As cores de maior destaque visual na cena (azul, verde, amarelo branco) são usadas para adequar o fundo ao público infantil através da lucidez, animação e harmonia.

### **5.3 Panfleto *Day Camp***



Figura 3: Panfleto Day Camp Frente



Figura 4: Panfleto Day Camp Verso

O *Day Camp* é um especial de férias que consiste em reunir um grupo de crianças para um dia de animação e brincadeiras no espaço da Banqueteria Brasil, também pertencente ao Grupo Shahrouri. Cada dia da semana com uma temática diferente, abordando brincadeiras variadas assistidas por monitores especializados e atrações radicais que estimulem o contato da criança com a natureza.

O objetivo principal do panfleto, apresentar o pacote de férias, é reforçado com através dos elementos que imitam madeira e das imagens de crianças se divertindo nas atrações apresentadas pela empresa.

Em um primeiro momento o panfleto usa da associação entre os elementos visuais que simulam madeira para estimular aos seus observadores a lembrança de acampamentos americanos de férias, gerando associação entre tais e o pacote de férias da empresa. Os tons de marrom e as formas circulares auxiliam na formação desta associação. A palheta de cores utilizada foge do padrão visual definido, entretanto se justifica pelo bom uso das cores de acordo com a proposta do designer.

A tipografia do panfleto utiliza de duas fontes: Adventure, como a fonte principal usada nos títulos, e Arial na lista de atrações e informações adicionais. A primeira foi escolhida por ser uma fonte decorativa que faz alusão à diversão e aventura, como diz a

tradução do próprio nome, estimulando as crianças. Já a segunda foi usada por sua estabilidade e facilidade de leitura.

Em relação às imagens foram escolhidas duas que ressaltassem a boa aprovação do público-alvo, transmitindo a alegria e diversão oferecidos pelos momentos proporcionados pelo pacote de férias. Ambas as fotos mostram parte das atrações que se encontram na empresa, especialmente para instigar o público infantil.

#### 5.4 Capa do Livro Pedagógico “Pé no Mato”



Figura 5: Capa ilustrada do Livro Pedagógico

O livro pedagógico “Pé no Mato” é um institucional referente ao projeto, de forma que explica por completo todas as suas atribuições, valores e características. O público-alvo destinado para o livro são professores, coordenadores e diretores de escolas que são possíveis parcerias para o Grupo Shahrouri, inclusive nos promocionais como o *Day Camp*, para melhor compreensão do projeto e futuros planejamentos.

A capa do livro pedagógico é composta basicamente por três imagens principais: a ilustração, a espiral e a faixa com informações.



A espiral e a faixa com informações se encontram na contracapa do livro. A faixa complementa com informações de contato e mídias sociais não retratadas no interior e a espiral é uma mostra da visão, missão e valores que o Pé no Mato. Foi utilizada a fonte Papyrus devido ao seu estilo simples e legível. O verde usado na faixa foi escolhido para gerar contraste com as informações em branco, permitindo uma fácil leitura e propagando a comunicação do logo do Pé no Mato por utilizar do mesmo recurso.

Com a mesma linha de raciocínio do fundo do blog Pé no Mato, a ilustração da capa utiliza do mesmo balão para compor a cena, entretanto agora com uma abrangência maior de figuras e detalhes. Os principais elementos (a árvore, o pomar e o balão) foram criados para continuar o visual lúdico e natural para fácil leitura das crianças. O conjunto da cena, que se dá no arco de uma circunferência representando o planeta Terra, faz associação nos mesmos objetivos já mencionados, alegria, aventura e aprendizado. As cores mais utilizadas são o verde, o marrom e o azul, também em tons vivos para atrair o público infantil e aproximar a cena da realidade.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através de todo o processo de montagem gráfica e artística do projeto Pé no Mato, o principal fundamento observado, e que se mostrou crucial na produção, foi a necessidade de planejamento. É imprescindível que o designer conheça a linguagem de seu público-alvo e possa trabalhar perante suas características particulares, o que demanda a necessidade de estratégias bem definidas e uma base de conhecimento prévio para a formação de artes que se comuniquem de forma coerente ao público.

Outro ponto de destaque é a importância da troca de informações e *feedbacks*, pois o debate das ideias e a reformulação segundo outros pontos de vista contribuem para o melhoramento da produção gráfica. O desafio em si foi manter a coerência na comunicação desses conceitos em todas as etapas produzidas, ainda mais com a questão da sustentabilidade e da ecologia sendo pilares dos fundamentos que sustentam a empresa em questão.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3ª edição. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2007.

HELLER, Steven. **Linguagem do design: compreendendo o design gráfico**. 2ª edição. São Paulo: Editora Rosari, 2009.

ROYO, Javier. **Design digital**. São Paulo: Editora Rosari, 2008.