



Metodologia em Design

1ª Aula



A Disciplina:

- Estudo de etapas que compreendem o desenvolvimento de um projeto de Identidade

Visual :

- Saber desenvolver um projeto para atingir os objetivos do cliente (visualmente);
- Relacionar fundamentos e conceitos de design com os objetivos.
- Contextualizar o uso de elementos (Identidade visual);
- Desenvolver um memorial descritivo do projeto;

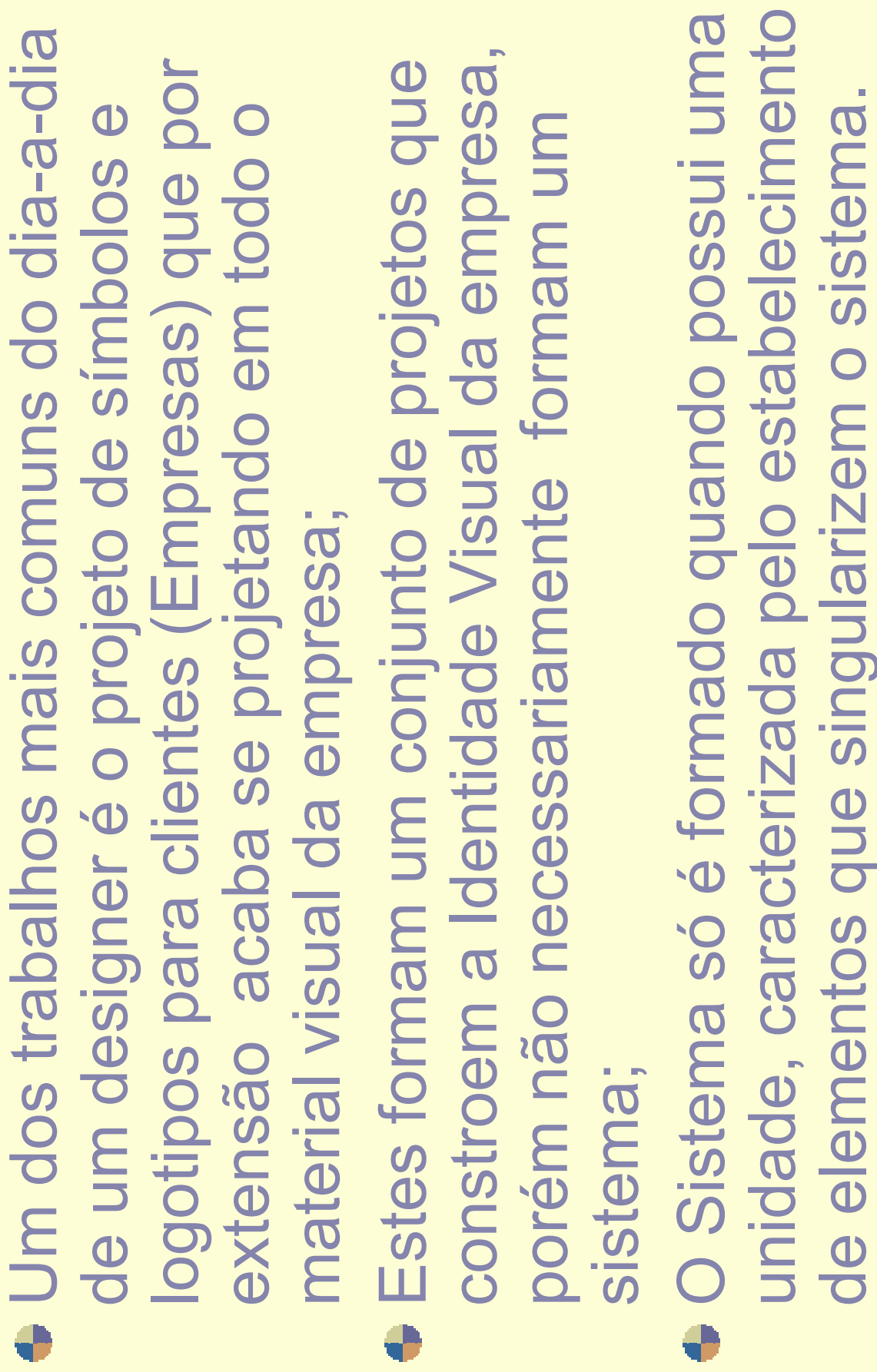
Tópicos a serem estudados:

- Briefing – Ver texto.
- Desenvolvimento de esquemas visuais relacionados com o objetivo proposto;
- Memorial descritivo (Cliente, Concorrente, Objetivos, Elementos visuais escolhidos, Estudo de layout)

Leitura Artigo: O Processo Criativo

O que é Metodologia?

- Segundo Aurélio: “É o Estudo dos métodos e, especialmente, dos métodos das ciências. Conjunto de técnicas e processos utilizados para ultrapassar a subjetividade”



- 
- Um dos trabalhos mais comuns do dia-a-dia de um designer é o projeto de símbolos e logotipos para clientes (Empresas) que por extensão acaba se projetando em todo o material visual da empresa;
 - Estes formam um conjunto de projetos que constroem a Identidade Visual da empresa, porém não necessariamente formam um sistema;
 - O Sistema só é formado quando possui uma unidade, caracterizada pelo estabelecimento de elementos que singularizam o sistema.

O Início do Trabalho:

- Aqui está a grande determinação do sucesso da projeção do sistema;
- É necessário atentar-se a:
 - Como realizar a fase de problematização?
 - Como garantir uma boa coleta de dados que ampare as soluções?
 - Como realizar um briefing correto?

- Como traçar o perfil do público alvo quando não temos à disposição pesquisas e estudos de marketing?
- Como encontrar o código simbólico correto para alcançarmos eficientemente este público?
- Tudo isso está diretamente ligado a uma ferramenta extremamente importante para a projeção:

O Método

- 
- A metodologia não garante necessariamente boas soluções para todas as questões, mas ajuda a organização das tarefas necessárias para uma boa solução;
- 

Metodologia

- Ser o mais otimizada possível, ou seja de fácil compreensão;
- Etapas objetivas que garantam procedimentos de diagnósticos , avaliação e planejamento essenciais para o desenvolvimento de um projeto;


1ª Etapa: Os sistemas de

Identidade Visual

● Identidade Visual

- É o que singulariza visualmente um dado objetivo;
- É o que diferencia dos demais por seus elementos visuais;

Identificação = Reconhecimento de identidade




● A Identidade Visual é formado por um sistema expressamente enunciado, planejado e integrado por elementos visuais; Esses elementos dão esta identidade pela forma como se apresentam e pelos padrões que fazem ter maior pregnância. Dois desses padrões são:

- A Repetição
 - A Uniformidade
- 




Imagem corporativa


- Abrange tudo aquilo que, voluntariamente ou não, vai formando a posição da empresa na sua relação com o público, isso vai desde o modo como seus funcionários lidam e se apresentam ao cliente até as estratégias de marketing.
 - A Identidade Visual corporativa é um dos veículos para gerar essa imagem;
- 

Sistema de Identidade Visual (SIV)

- É o sistema de normatização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de um dado objeto através do aspecto visual, esse objeto pode ser:
 - Uma empresa
 - Um Grupo
 - Uma instituição
 - Um produto, etc.



● Formam o sistema todos os veículos
que veiculem os elementos visuais:

- O Logotipo
 - O Símbolo
 - A Marca
 - As cores institucionais
 - Alfabeto Institucionais
- 


Objetivos do Sistema de Identidade Visual

- A princípio o SIV parecem ter como objetivo a identificação e memorização do objeto a partir de sua apresentação visual;
 - Influir no posicionamento da Instituição junto aos similares ou concorrentes, ou seja, **DIFERENCIÁ-LA.**
 - Os elementos funcionam como um “carimbo” que identifica todos aqueles que integram a instituição (pessoas, produtos, móveis, etc)


- Persuasão para obtenção de lucro, promoção ou hegemonia – convencer o público através da veiculação da imagem que a empresa é positiva , traz benefícios e atinge seus objetivos

Funções do SIV

- Para alcançar os objetivos descritos são:
 - Diferenciar o objeto de forma imediata. A percepção visual é a mais imediata;
 - Transmitir um dado conceito que seja associado ao objeto com o intuito da persuasão. Esses conceitos devem ser agregados à imagem corporativa;
 - Associar o objeto a noções de solidez, segurança, organização. São essenciais pois isso é que forma uma instituição.



A razão de ser de um Sistema
de Identidade visual é
justamente de: Organizar,
planificar, dar unidade e com
isso transmitir uma imagem
de segurança e solidez



Requisitos gerais para projeção do SIV


- Para que a Identidade visual prevista seja implantada por meio de um SIV é necessário seguir alguns requisitos:

- **Originalidade** – não necessariamente inédito pois a cada dia que passa isso torna-se mais difícil.

Ex: Existem excelentes sistemas baseados em elementos básicos primários que não possui nada de inédito porém diferem-se dos já existentes

- **Repetição** – a identidade só tem como se impor se os elementos básicos do Sistema tiverem como ser repetidos para serem memorizados
- **Unidade** – é preciso que na implantação, os elementos básicos projetados sejam aplicados seguindo as especificações do sistema, para que o sistema como um todo seja estruturado na mente do usuário através da repetição.

- **Fácil Identificação** – é fundamental que o usuário identifique claramente os elementos básicos. Os elementos devem ser compreendidos pelo público-alvo
- **Viabilidade** – O sistema só é implantado se for viável totalmente: tecnicamente, economicamente, operacionalmente. Por isso é de suma importância fazer o levantamento de dados, da situação do projeto, indicar as condições oferecidas para a implantação. São as **RESTRICÇÕES** que devem ser levantadas, este requisito está diretamente ligado a fase de problematização

- 
- **Flexibilidade** – Deve prever sua correta aplicação em várias condições técnicas de forma a assegurar uma implantação o mais uniforme possível visando sua funcionalidade. Deve incluir:
 - Variações adaptadas dos símbolos, logo, cores semelhantes a utilizada;
 - Previsão de especificação de cor
 - Variações de peso do alfabeto visual, etc.