

Gestão de um sistema de identidade visual flexível de um programa de educação multi-institucional

Gestión de un sistema de identidad visual flexible para un programa educativo multi-institucional

Management of a flexible visual identity system for a multi-institutional education program

Giovana Garcia Corsi, Maria Beatriz Ardinghi

identidade visual, sistema de identidade visual flexível, gestão de sistema de identidade de marca

Este artigo apresenta o gerenciamento do sistema de identidade visual flexível de um programa educacional gratuito, realizado em coautoria por oito instituições brasileiras que ingressaram ao longo de dois anos e compartilham a responsabilidade pela manutenção da marca em todas as manifestações. Para tal, além do manual, foram adotadas estratégias como a criação do Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação e uma Agência Interna, além da realização de workshops sobre design e comunicação. Conclui-se que um SIV flexível deve firmar suas diretrizes e abraçar a amplitude criativa, adaptando-se a novas propostas visuais conforme a marca cresce.

identidad visual, sistema de identidad visual flexible, gestión del sistema de identidad de marca

Este artículo presenta la gestión del sistema de identidad visual flexible de un programa educativo gratuito, realizado en coautoría por ocho instituciones brasileñas que se incorporaron a lo largo de dos años y comparten la responsabilidad del mantenimiento de la marca en todas sus manifestaciones. Para ello, además del manual, se adoptaron estrategias como la creación del Grupo de Trabajo (GT) de Comunicación y una Agencia Interna, además de la realización de talleres sobre diseño y comunicación. Se concluye que un SIV flexible debe establecer sus directrices y abrazar la amplitud creativa, adaptándose a nuevas propuestas visuales a medida que la marca crece.

visual identity, flexible visual identity system, brand identity system management

This article presents the management of the flexible visual identity system of a free educational program, developed in co-authorship by eight Brazilian institutions that joined over the course of two years and share the responsibility for maintaining the brand across all manifestations. To this end, in addition to the manual, strategies were adopted, such as the creation of the Communication Working Group and an Internal Agency, as well as the organization of workshops on design and communication. It is concluded that a flexible VIS should establish its guidelines while embracing creative breadth, adapting to new visual proposals as the brand grows.

1 Introdução

Um sistema de identidade visual tem como objetivo garantir a identificação e memorização da marca por meio de sua manifestação visual, proporcionando unidade a todos os seus materiais (Peón, 2003). Na década de 1960, o excesso de normas nos sistemas de identidade visual consolidou o *design* como uma disciplina baseada em regras e padrões. No entanto, sistemas rígidos não são a única alternativa para a construção da identidade visual de uma marca.

Os sistemas de identidade visual flexíveis, como afirma Felsing (2010), também são regrados, mas se diferenciam pela variação e pelo equilíbrio entre elementos fixos e flexíveis. Nesse sentido, a autora recomenda sua elaboração em contextos que demandam múltiplas aplicações, aproveitando ao máximo o potencial dinâmico desses elementos.

Este artigo analisa a marca TIC em trilhas — um programa de capacitações gratuitas em tecnologia — como um exemplo desse tipo de sistema, e traz reflexões acerca do seu gerenciamento, incluindo estratégias conjuntas de monitoramento e manutenção. Projetada em 2022, sua identidade visual combina elementos fixos e flexíveis, permitindo que profissionais envolvidos nos processos criativos de materiais educacionais ou de divulgação inovem dentro das diretrizes do manual.

O programa é executado em coautoria entre oito instituições, incluindo institutos de tecnologia, centros de ensino e universidades brasileiras, que integraram o projeto ao longo de dois anos e que possuem autonomia na produção de conteúdos educacionais e de divulgação.

É importante ressaltar que o início do programa foi marcado por incertezas relacionadas ao contexto de uso da marca, concebida antes das demais instituições executoras ingressarem no projeto, fato ocorrido ao longo dos dois anos seguintes.... Além disso, à imprecisão nos casos de uso (como a aplicação em diferentes plataformas ou contextos institucionais) somou-se a amplitude do público-alvo das capacitações, compreendido por uma vasta gama de pessoas de níveis de carreira, interesses e escolaridades distintas. Diante desse cenário de incertezas, foi identificada a necessidade de estabelecer diretrizes de aplicação da marca e, ao mesmo tempo, conceber uma identidade visual flexível, capaz de se adaptar a diferentes contextos por parte das instituições participantes do programa.

Embora o manual da marca tenha sido elaborado pela instituição que deu início ao programa, prevendo diversos usos e aplicações, a entrada das demais instituições ao longo dos anos tornou desafiador tanto o gerenciamento do sistema, quanto a antecipação de todas as possíveis formas de aplicação que surgiram à medida em que novos integrantes aderiram ao projeto.

Como as instituições compartilham a responsabilidade pela integridade da marca e sucesso do programa e, considerando que a gestão do sistema de identidade visual exige monitoramento e comprometimento a longo prazo, foram adotadas estratégias para viabilizar sua administração e garantir coerência em todas as aplicações. Entre as estratégias, destacam-se a realização de *workshops* periódicos com foco na identidade visual e no uso dos

elementos flexíveis e a criação do Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação e da Agência Interna, objetos deste estudo.

Os métodos¹ de pesquisas adotados para a construção do artigo incluem a coleta e análise documental das propostas visuais utilizadas nos materiais do programa, além da revisão da literatura específica. O objetivo é estabelecer um paralelo entre a teoria e as práticas adotadas no projeto, contribuindo para o gerenciamento de sistemas de identidade visual flexíveis em contextos colaborativos. Foram utilizadas ferramentas de Inteligência Artificial para revisão gramatical e tradução de textos.

2 Desenvolvimento

Contextualização

O TIC em trilhas é um programa que oferece capacitações gratuitas nas áreas de TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação). Ele integra a Residência em TIC 01, uma iniciativa apoiada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, com recursos da Lei nº 8.248/1991, e coordenada pela Softex no âmbito do Programa MCTI Futuro. O programa reúne 8 instituições e foi liderado pelo Instituto de Pesquisas Eldorado, responsável pelo início do programa em 2022.

O objetivo do programa é implementar, em escala nacional, um modelo de capacitação de estudantes e profissionais que buscam desenvolver competências na área de TIC. O público-alvo inclui estudantes de Ensino Médio que procuram oportunidades de crescimento além do que a escola pode oferecer; graduandos na área de tecnologia que desejam se aprofundar nos conceitos aprendidos na Universidade; e profissionais em processo de *upskilling* — buscando aceleração da senioridade, aprofundamento ou educação continuada — ou *reskilling* — em transição de carreira para a área de tecnologia, em busca de novas oportunidades no mercado de trabalho. Trata-se, portanto, de um público amplo e diverso em termos de segmentação, preferências e hábitos de consumo, além de nível de carreira e escolaridade.

As capacitações, chamadas de “trilhas”, são oferecidas em diferentes formatos — síncrono, assíncrono e híbrido — e são classificadas de acordo com o perfil do ingressante, que pode ser iniciante, intermediário, avançado ou especializado.

Elas podem ser desenvolvidas individualmente por cada uma das entidades participantes ou em parceria com outras instituições, conforme sua área de domínio. Apesar dessa autonomia, o planejamento estratégico e o plano de comunicação do programa são realizados em conjunto, de forma a garantir a integridade da marca.

¹ Também foram utilizadas ferramentas de Inteligência Artificial para revisão gramatical e tradução de textos.

Embora o desenvolvimento das trilhas seja descentralizado, a produção de conteúdos para as mídias sociais do programa — principal meio adotado para divulgação e comunicação com o público — é uma responsabilidade compartilhada entre as instituições.

Para atender a essas demandas, cada instituição estruturou uma equipe para atuar no programa, composta por profissionais multidisciplinares com diversos níveis de experiência. Da mesma forma, os recursos adquiridos, como *softwares* de *design*, ferramentas de *marketing* digital e equipamentos de produção audiovisual, variam entre as instituições, sem um padrão pré-estabelecido.

Diante da necessidade de identificar e diferenciar o TIC em trilhas dos demais programas e plataformas de capacitação, o Instituto de Pesquisas Eldorado, ao dar início ao programa, foi responsável pela concepção do naming, logotipo e do sistema de identidade visual. De acordo com Wheeler (2008, p. 16), “uma identidade visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e o reconhecimento da marca. A identidade visual engatilha a percepção e desencadeia associações a respeito da marca”.

Nesse sentido, surgiu o desafio de projetar um sistema de identidade visual para uma marca voltada a um público amplo, e inserida em um contexto em formação, ou seja, a parceria entre as diferentes instituições participantes. A identidade precisava manter-se consistente em todas as aplicações desenvolvidas pelas 8 equipes, sem comprometer as características que garantem a identificação e memorização da marca.

Sistema de Identidade Visual Flexível

De acordo com Maria Luísa Peón (2003), o Sistema de Identidade Visual (SIV) é um sistema de normatização visual que proporciona unidade e identidade a todos os artefatos de um produto ou serviço. Essa abordagem ganhou força no início da década de 60, impulsionada pelas grandes corporações que buscavam otimizar tempo e acelerar resultados por meio da repetição de elementos visuais e da adoção de padrões. Esse processo consolidou o *design* gráfico do período como uma atividade pautada por regras e normatizações (Kopp, 2009).

Segundo Rudinei Kopp (2009), a flexibilidade e a liberdade criativa, antes comuns no *design* gráfico até a década de 1940, perderam espaço após a Segunda Guerra Mundial, em razão da ênfase na recuperação econômica e na racionalização dos processos produtivos: “A mutabilidade do *design* passa a ser vista como antiga, ineficiente, instável, desordenada, irracional, ou seja, não-apropriada ao mundo dos modernistas racionais e funcionais” (Kopp, 2009, p. 94).

Apesar disso, no final da década de 1950, algumas marcas adotaram projetos de identidade visual flexível². Embora fossem menos comuns na época, esses projetos evidenciaram que um sistema rígido e normatizado não era a única solução para a construção da identidade de uma

² [...] capacidade de se adaptar continuamente e rapidamente às mudanças; não está mais orientada ao retorno para seu estado original, mas sempre direcionada para o futuro (Felsing, 2010, p. 17, tradução nossa).

marca. Felsing (2010) recomenda que identidades flexíveis sejam projetadas em casos onde existam diversas aplicações, para que seu potencial dinâmico seja totalmente aproveitado.

A respeito dos sistemas de identidade visual flexíveis, a autora afirma que eles são caracterizados pela variação, contexto-relacional, processualidade, performance, não linearidade, coerência e variedade. Para ela, a chave está na relação dinâmica entre elementos fixos, que garantem o reconhecimento do sistema como uma unidade, e flexíveis, que possibilitam a adaptação da comunicação a diferentes mídias e contextos. Quanto maior a quantidade de elementos constantes, menor o dinamismo da identidade. No entanto, um sistema de identidade visual sem elementos constantes torna-se fragmentado e desconexo (Felsing, 2010).

Nesse sentido, os sistemas de identidade visual flexíveis não são isentos de diretrizes e normas visuais, mas sim fundamentados no equilíbrio entre controle e amplitude criativa — um espaço no qual os profissionais de *design* podem criar e inovar dentro das diretrizes do sistema para atender a necessidades específicas, sem comprometer sua essência.

Sistema de Identidade Visual do Programa

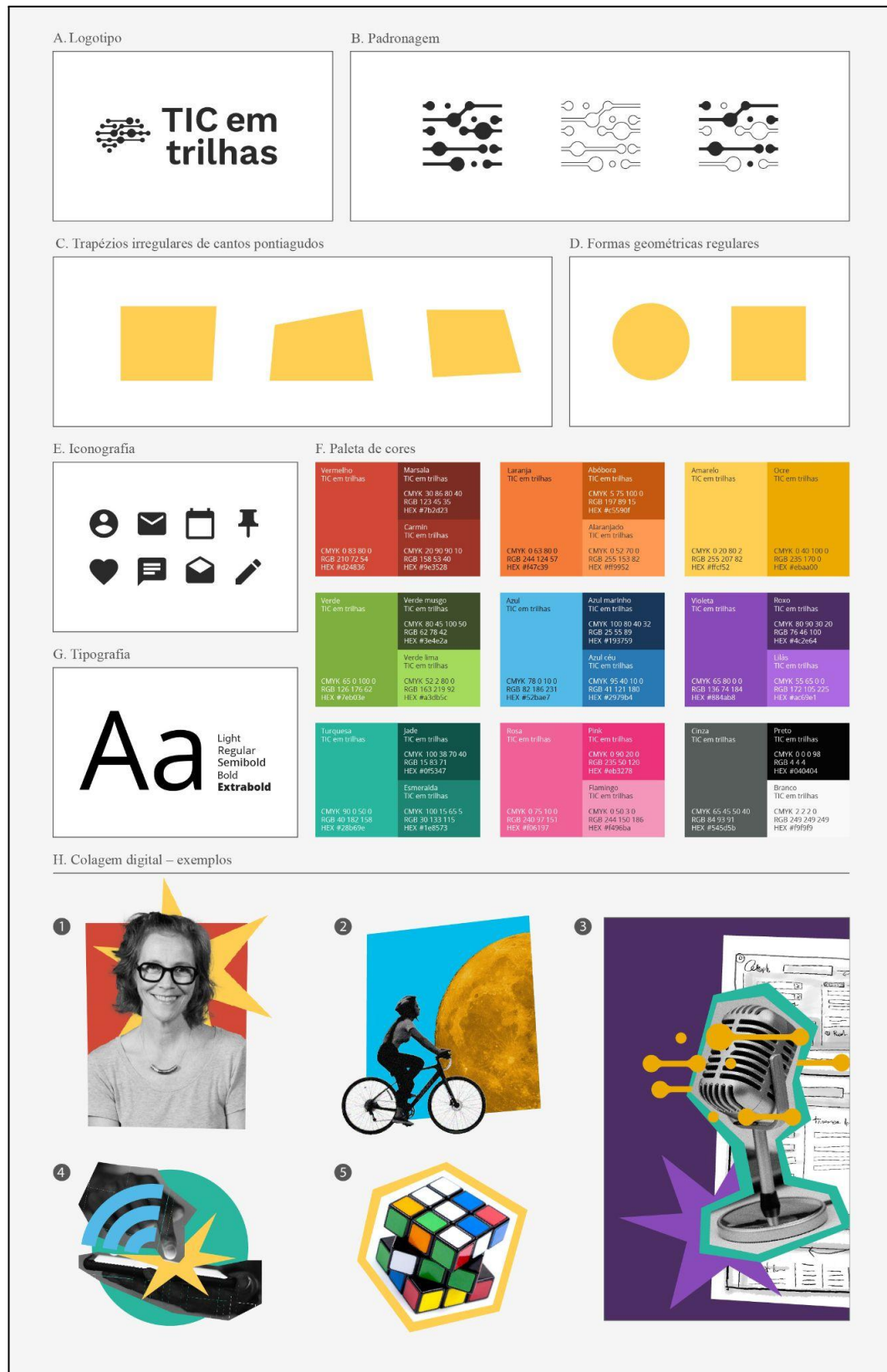
Considerando as características dos sistemas de identidade visual flexíveis, a identidade do programa TIC em trilhas foi desenvolvida para refletir a personalidade da marca e garantir coerência em todas as suas aplicações. Seu sistema de identidade visual (SIV) permite que *designers* e demais profissionais criativos tenham liberdade para inovar dentro das diretrizes e exceções estabelecidas no manual da marca.

Como o desenvolvimento da identidade se deu em meio a um contexto complexo, já citado, muitas dúvidas permaneceram em aberto mesmo após o início do processo de criação. Ainda assim, a construção da identidade foi baseada em seis conceitos que sintetizam a personalidade do programa e como a marca deseja ser percebida por seu público, sendo eles:

- **Flexibilidade:** o programa permite que os estudantes escolham sua jornada de estudo de acordo com seus interesses e no seu próprio ritmo.
- **Mão na massa:** o aprendizado é pautado na prática, priorizando a aplicação do conhecimento evitando longos períodos focados na teoria.
- **Postura descontraída:** a marca tem um espírito jovem que valoriza os ambientes leves e descontraídos.
- **Atualizados:** o programa acompanha as inovações do ramo tecnológico e as oportunidades que elas oferecem aos estudantes.
- **Diversidade:** a iniciativa valoriza as pessoas e suas individualidades e busca orientar cada estudante em trajetória.
- **Empregabilidade:** o programa valoriza as diversas carreiras do setor tecnológico e prepara os estudantes para o mercado de trabalho.

Esses conceitos foram traduzidos visualmente na identidade da marca (Figura 1), tendo o logotipo como principal elemento do sistema. O símbolo (Figura 1, A. Logotipo) remete à trilhas em tecnologia, representadas por um cérebro formado por grafismos que lembram placas lógicas dos dispositivos tecnológicos, e sua única cor é o cinza escuro.

Figura 1: Elementos do SIV do TIC em trilhas (TIC em trilhas)



Além do logotipo, o sistema de identidade visual da marca inclui uma padronagem construída a partir da repetição das unidades que compõem o símbolo (Figura 1, B. Padronagem).

O principal elemento gráfico desse sistema é o trapézio irregular pontiagudo (Figura 1, C. Trapézios irregulares de cantos pontiagudos). Seu principal uso é como tarja em títulos e subtítulos. Outros elementos, como formas geométricas (círculo, estrela e retângulo) e ícones, podem ser utilizados, desde que apresentem cantos vivos (Figura 1, D. Formas geométricas regulares). Esses elementos podem ser aplicados nas variadas cores da paleta multicolorida, composta por mais de vinte e cinco tons (Figura 1, F. Paleta de cores). A presença de diversos matizes possibilitou a atribuição de cores às categorias temáticas das trilhas, algo que não estava definido no início do programa. Além disso, era essencial representar a “diversidade”, conceito defendido pela marca, além de manter a isonomia, evitando o uso de cores associadas às instituições participantes.

A família tipográfica oficial é a *Open Sans* e a sua variação *Bold Italic* é a indicada para títulos e informações de destaque (Figura 1, G. Tipografia). Outro recurso característico desse sistema de identidade visual é a técnica de colagem digital, amplamente utilizada nos materiais de comunicação da marca (Figura 1, H. Colagem Digital - exemplos). Recomenda-se o uso de fotografias editadas, seja com filtro preto e branco, filtro colorido ou efeitos aplicados, como granulado ou retícula. No entanto, essa edição não é uma exigência. As colagens podem ser compostas tanto por fotos recortadas com precisão quanto por recortes irregulares que seguem o formato do objeto, de forma a expressar dois conceitos da marca, a “postura descontraída” e a “diversidade”.

Com relação à categorização dos elementos da identidade visual, todos eles podem ser classificados de acordo com sua relevância para o funcionamento do sistema. Maria Luísa Peón (2003, pp. 27-28) os divide em primários, secundários e adicionais ou acessórios. Os elementos primários são essenciais para o funcionamento do sistema e seu uso recorrente garante a coerência da identidade. A autora lista cita: logotipo, símbolo e a marca. Os elementos secundários são de grande importância, mas seu uso depende da aplicação e geralmente derivam dos elementos primários. São eles a paleta de cores e a família tipográfica.

Já os elementos adicionais ou acessórios atuam para atender à diversidade de aplicações do sistema, derivando os elementos primários e secundários. São eles os grafismos de apoio, mascotes e normas para layouts. A assinatura institucional do programa se enquadra nessa última subcategoria e deve estar presente em todos os materiais da marca.

A autora destaca que o uso dos grafismos de apoio deve ser guiado pelo bom senso, de modo a não enfraquecer os elementos primários e secundários. Caso contrário, o mais adequado é incorporá-los a uma dessas categorias (Peón, 2003, pp. 45-56). Sendo assim, no sistema de identidade visual do TIC em trilhas, os trapézios irregulares de cantos pontiagudos

(Figura 1, C. Trapézios irregulares de cantos pontiagudos) fazem parte dos elementos primários.

A classificação de todos os elementos do sistema quanto à sua natureza fixa ou flexível é apresentada na Tabela 1 a seguir. Os elementos fixos são aqueles que se repetem nas aplicações do SIV, garantindo a unidade do sistema, enquanto os elementos flexíveis permitem adaptações a diferentes contextos (Felsing, 2010).

Tabela 1: Classificação dos elementos do SIV da marca quanto a sua natureza (Felsing, 2010, adaptado pelo autor)

Elementos	Natureza
Logotipo	Fixo. O sistema prevê mais duas variações (vertical e horizontal) com uso restrito para aplicações com limitação de área.
Padronagem	Flexível. A padronagem pode ser aplicada na orientação horizontal, pode ser preenchida, com contorno ou ambos simultaneamente de forma mista. As unidades que formam o padrão podem ser reorganizadas de acordo com a composição e o <i>layout</i> .
Trapézios irregulares de cantos pontiagudos	Fixo. A presença do trapézio como tarja em títulos e subtítulos é essencial para configurar a unidade da peça ao sistema. Seu formato varia para atender ao texto.
Formas geométricas	Flexível. O uso de formas geométricas (círculo, estrela e retângulo) não é obrigatório; elas funcionam como um recurso adicional para atender a diferentes mídias e <i>layouts</i> .
Iconografia	Flexível. Recomenda-se o uso do <i>Material Symbols and Icons</i> , iconografia <i>open source</i> e gratuita, mas outros ícones com características semelhantes de construção podem ser utilizados.
Paleta de cores	Flexível. O uso de cores fora da paleta prevista é permitido para atender a parcerias e campanhas específicas de <i>marketing</i> digital.
Família tipográfica	Fixo. O sistema prevê uma família alternativa caso não seja possível utilizar a <i>Open Sans</i> .
Colagem digital	Flexível. Recomenda-se o uso de fotos editadas com filtros ou efeitos, mas a edição não é obrigatória. As fotos podem ser recortadas com precisão ou de forma irregular, desde que sigam o formato do objeto.
Assinatura institucional	Fixo. Deve estar presente em todos os materiais da marca.

Essa classificação foi baseada na aplicação prática dos elementos nos materiais de divulgação, videoaulas, *e-books*, publicações para mídias sociais entre outros, ou seja, na forma como cada instituição interpretou e aplicou as diretrizes estabelecidas no manual da marca. As figuras 2, 3 e 4 a seguir exemplificam esse fenômeno, apresentando como diferentes instituições aplicaram três elementos flexíveis do sistema de identidade visual.

O primeiro elemento flexível a ser adaptado foi a padronagem (Figura 2):

Figura 2: Adaptações de uso da padronagem por diferentes instituições (TIC em trilhas)



Nota-se diferentes formas de aplicação da padronagem do TIC em trilhas, desenvolvidas por três instituições diferentes e para diferentes materiais. Todas as variações seguem as diretrizes estabelecidas no manual da marca e, ao mesmo tempo, exploram novas possibilidades de uso. Destacam-se sua aplicação como fundo de uma videoaula (Figura 2, imagem F), como marcadores de uma lista (Figura 2, imagem C) e como fundo de uma publicação para redes sociais, na qual um dos elementos foi ampliado significativamente (Figura 2, imagem E).

O segundo elemento flexível a ser adaptado foi o trapézio irregular com cantos pontiagudos (Figura 3).

Figura 3: Variações de uso dos trapézios irregulares pontiagudos em títulos e subtítulos (TIC em trilhas)



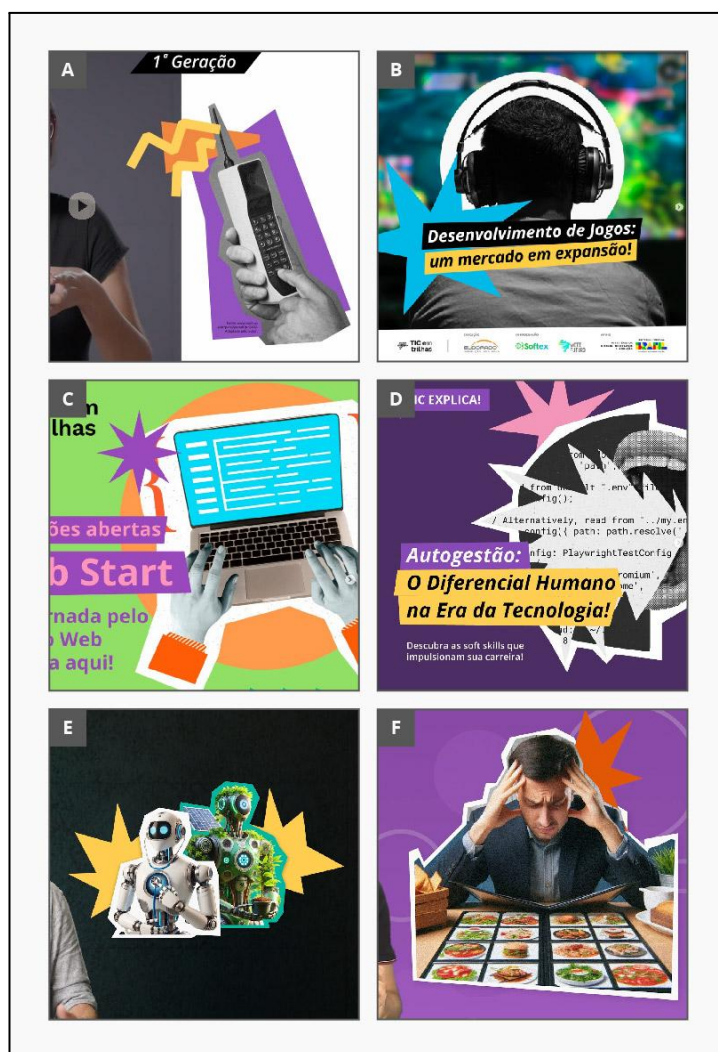
É possível identificar como as diferentes instituições utilizaram os trapézios irregulares com cantos pontiagudos em títulos e subtítulos para estabelecer a hierarquia nas peças gráficas. Na

primeira versão do manual, a aplicação dos trapézios se restringia às cores preta e branca; entretanto, para permitir mais variações, seu uso e combinação cromática foram flexibilizados.

Além de mais alternativas de cor, outro elemento derivado do trapézio foi incorporado ao sistema: o balão de diálogo (Figura 3, imagens B, C, D e H), criado a partir da necessidade de identificar cada uma das publicações de acordo com a linha editorial de conteúdo. Além disso, a forma trapezoidal passou a ser utilizada no enquadramento de fotografias, no rodapé de peças gráficas e como elemento de composição em *layouts* de *e-books*.

O terceiro elemento flexível a ser adaptado foi a colagem digital (Figura 4).

Figura 4: Variações de uso do recurso de colagem digital por diferentes instituições (TIC em trilhas)

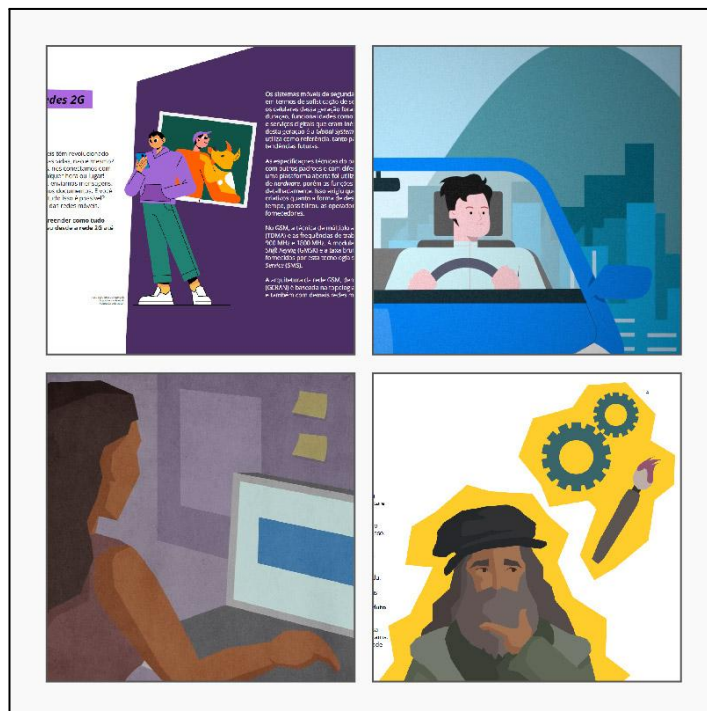


A Figura 4 ilustra como diferentes instituições utilizaram o recurso da colagem digital em diversos materiais. Observa-se que, apesar do manual de marca recomendar o uso de fotografias editadas com filtro preto e branco, seu uso foi flexibilizado pois, em algumas aplicações, a cor original da fotografia desempenha um papel essencial na transmissão da

mensagem, seja para permitir o reconhecimento do jogo ao fundo da publicação (Figura 4, imagem B), ou para identificar os pratos no cardápio (Figura 4, imagem F).

A flexibilidade do uso dos elementos do sistema permite inúmeras possibilidades de aplicação, podendo se adequar às necessidades e objetivos de cada material. Embora o manual preveja diversos cenários e aplicações, o crescimento do programa, com a entrada das demais sete instituições ao longo de dois anos, obrigou uma constante atualização em relação às formas de aplicação dos elementos do SIV. Dessa forma, a Figura 5 evidencia a incorporação de outros recursos visuais, como ilustrações e *motion design*, que não haviam sido planejados anteriormente. Esses recursos não foram contemplados pela primeira versão do manual de marca e, portanto, não faziam parte da identidade visual do programa originalmente³.

Figura 5: Ilustrações presentes em diversos materiais do TIC em trilhas (TIC em trilhas)



Essa evolução está relacionada ao conceito de sustentabilidade: “[...] a capacidade de uma identidade de perdurar num ambiente que está sempre mudando, caracterizado por mutações que ninguém pode prever” (Wheeler, 2008, p. 34).

Essa flexibilidade, além de fazer parte da essência da marca, é necessária devido à atuação independente de cada instituição, desenvolvendo trilhas educacionais, promovendo parcerias e organizando eventos, sempre alinhadas ao planejamento estratégico definido em conjunto. É

³ Assim como a identidade do programa que está em constante evolução, o manual também está sujeito a atualizações. A primeira versão foi lançada em novembro de 2022 e, três meses depois, em fevereiro de 2023, foi atualizada para a segunda edição, que permaneceu vigente até o final daquele ano. Em janeiro de 2024, foi publicada a terceira versão, em vigor até o momento da elaboração deste artigo.

importante ressaltar que todas as instituições são coautoras do TIC em trilhas e, portanto, compartilham a responsabilidade pela integridade da marca e sucesso do programa.

Gerenciamento de um SIV entre 8 coautoras

Uma vez concluído o projeto de identidade da marca, a administração desse patrimônio é um processo contínuo que exige monitoramento e comprometimento a longo prazo. Segundo Wheeler, “o mantra é seguir andando — gerenciando os acontecimentos, mantendo aderência às dinâmicas da ideia central, monitorando os padrões normativos que ajudam a preservar o sistema [...]” (2008, p. 40).

Diante do contexto do programa, foram exploradas alternativas além do manual da marca, para reforçar as principais características do SIV — seus elementos fixos e flexíveis — e implementar a gestão colaborativa entre todas as instituições participantes do programa: a realização de *workshops* periódicos, a criação do Grupo de Trabalho (GT) e de uma Agência Interna de comunicação.

Workshops periódicos

O primeiro *workshop* realizado sobre a identidade do programa tinha como objetivo reforçar as principais características da sua identidade visual e esclarecer dúvidas sobre a aplicação dos elementos flexíveis. Com a chegada de novas instituições e ampliação do time, identificou-se a necessidade de alinhar as diretrizes descritas na versão corrente do manual, para garantir a consistência e preservar a consistência da marca TIC em trilhas.

Idealizado pelas *designers* do Instituto de Pesquisas Eldorado, aconteceu de forma *online* e síncrona, em fevereiro de 2024, com duração de aproximadamente 1h. O encontro reuniu profissionais de *design*, audiovisual, comunicação, educação e gestão das quatro instituições que integravam o programa até então, incluindo o próprio Eldorado.

O *workshop* foi dividido em três momentos:

No primeiro, estes profissionais participaram de uma atividade inspirada no jogo dos 7 erros, na qual tiveram um minuto para analisar uma publicação fictícia para redes sociais, que infringe de forma proposital as normas e diretrizes do SIV (Figura 6). O objetivo era identificar e justificar os equívocos cometidos na peça.

Figura 6: Publicação fictícia para as redes sociais do TIC em trilhas utilizada no jogo dos 7 erros e publicação ‘real’ em comparação (TIC em trilhas)



A colagem digital da esquerda da Figura 6 infringe as normas do sistema ao fazer uso do recorte irregular de forma aleatória, que não respeita o formato original do objeto (*notebook*). Além disso, a fotografia colorida da mão infringiu as regras originais do sistema⁴.

Com relação ao emprego dos trapézios com cantos irregulares como tarja no título, o manual da marca recomenda que, em títulos com duas linhas, pelo menos um dos trapézios seja branco ou preto. Essa norma visa preservar o equilíbrio cromático da peça gráfica dado que as composições do TIC em trilhas já são coloridas e vibrantes. Na imagem à direita, observa-se a aplicação correta dos elementos conforme as diretrizes do manual.

Seguiu-se o debate e a apresentação do gabarito, que justificou os equívocos cometidos, etapa que levou cerca de 10 minutos.

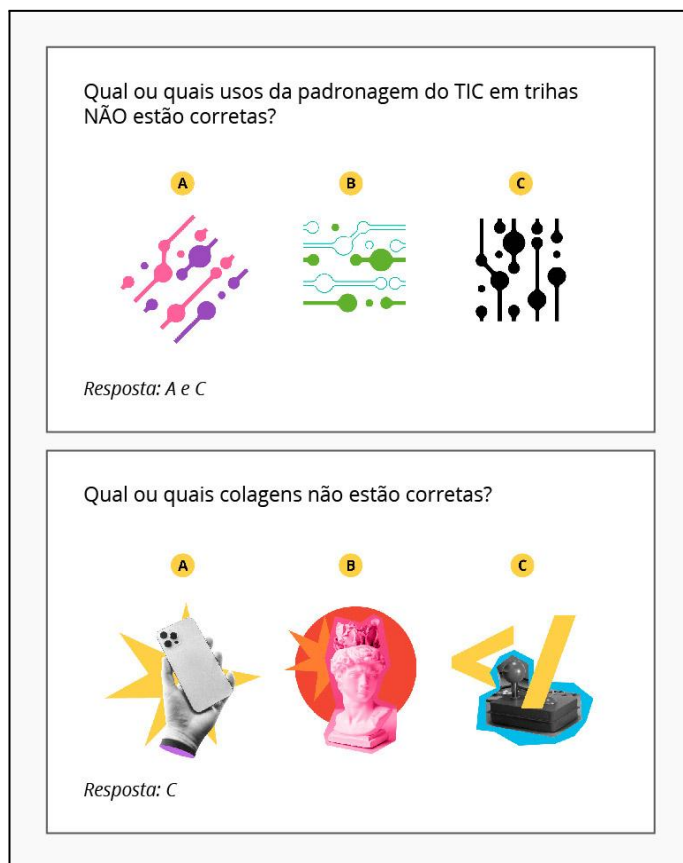
Para o segundo momento, foi solicitado previamente aos *designers* e *videomakers* que criassem uma peça visual fictícia a partir de um *briefing* enviado junto ao convite do *workshop*. Cada *designer* desenvolveu uma publicação para mídias sociais e cada *videomaker* produziu uma vinheta com até 10 segundos. Os participantes foram divididos em duplas e/ou trios, mesclando as áreas de atuação e as instituições. O objetivo de cada grupo era analisar o material sorteado e se certificar de que atendia às diretrizes do manual de marca. Os grupos tiveram 10 minutos para discutir entre si e mais 10 para apresentar as conclusões para os demais participantes.

Por fim, foi realizado um quiz na plataforma *Kahoot* para testar os conhecimentos sobre o SIV do TIC em trilhas, contendo 10 questões que foram respondidas simultaneamente no tempo máximo de 90 segundos por questão, com a possibilidade de se esclarecer

⁴ Posteriormente, essa norma foi flexibilizada e o uso de fotografias coloridas foi implementado.

imediatamente dúvidas. Essa etapa durou cerca de 20 minutos. A Figura 7 apresenta algumas das perguntas presentes no quiz.

Figura 7: Exemplos de perguntas presentes no quiz (TIC em trilhas/ Instituto de Pesquisas Eldorado)



Além do *workshop* sobre a identidade visual da marca, também foi realizado outro *encontro* para abordar o plano de comunicação e as linhas editoriais da produção de conteúdo. Essa edição também foi ministrada por profissionais do Instituto de Pesquisas Eldorado e contou com a participação dos membros do GT (Grupo de Trabalho) de Comunicação.

Grupo de Trabalho (GT) e Agência Interna

Para implementar a gestão colaborativa do SIV entre todas as instituições participantes do programa e alinhar as estratégias de comunicação bem como a presença digital da marca nas mídias sociais, foi criado o Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação. O GT é formado por profissionais da área que representam as oito instituições integrantes do TIC em trilhas, sendo responsáveis pelas ações de comunicação e relações públicas do programa.

Para materializar as ações criadas pelo GT, foi criada uma Agência Interna, composta por um núcleo de profissionais responsáveis pela gestão de toda a produção de conteúdo digital da marca – desde o calendário editorial até a interação com os seguidores nas redes sociais. Vale

ressaltar que cada instituição produz o próprio conteúdo, alinhado ao plano de comunicação e linhas editoriais previamente definidas em conjunto.

A gestão dos perfis da marca, assim como a revisão dos materiais a serem publicados, é realizada de forma alternada entre os integrantes da Agência, que se revezam enquanto responsáveis, pela revisão e publicação dos conteúdos e interação com os seguidores.

3 Conclusão

Este artigo apresentou as estratégias adotadas para gerenciar o sistema de identidade visual flexível do programa multi-institucional TIC em trilhas, evidenciando que adoção de estratégias colaborativas foi fundamental para assegurar a coerência da identidade visual em todos os materiais, sem comprometer a identificação e a memorização de uma marca, cuja gestão é compartilhada entre diversas instituições.

Os resultados indicam que a flexibilidade do sistema se mostrou uma solução estrategicamente adequada ao contexto de uso complexo e marcado por incertezas, apresentado desde o início do programa. Permitiu não apenas a adaptação e aplicação dos elementos visuais em diferentes casos e situações, mas também o surgimento de novas propostas gráficas, que contribuíram para a evolução da identidade à medida que outras instituições se integraram ao programa nos últimos dois anos.

Conclui-se, portanto, que as estratégias de gestão colaborativa foram decisivas tanto para preservar a integridade da marca quanto para estimular a criatividade dos profissionais envolvidos, reforçando o potencial dos sistemas flexíveis em contextos institucionais complexos e dinâmicos.

4 Referências

Alina Wheeler. (2008). Design de identidade da marca: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Porto Alegre: Bookman.

Felsing, U. (2010). Dynamic identities in cultural and public context. L. Müller.

Kopp, Rudinei. (2009). Design gráfico cambiante. 2Ab.

Maria Luísa Peón. (2003). Sistemas de identidade visual. 2Ab.

TIC em trilhas [@ticemtrilhas]. (s.d). Feed [Perfil do Instagram]. Instagram. Recuperado em 11 de março de 2025, de www.instagram.com/ticemtrilhas/

Sobre o(a/s) autor(a/es):

Giovana Garcia Corsi, Instituto de Pesquisas Eldorado, Brasil <giovana.corsi@eldorado.org.br>

Maria Beatriz Ardinghi, Dra, Instituto de Pesquisas Eldorado, Brasil
<maria.ardinghi@eldorado.org.br>