

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE BELAS ARTES
COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

Nova etapa do NCQAr: desenvolvimento de identidade visual

Trabalho de Conclusão de Curso
desenvolvido por **Mayara de Brito Teixeira**
e orientado por **Raquel Ponte**



Mayara de Brito Teixeira

Nova etapa do NCQAr: desenvolvimento de identidade visual

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Visual Design.

Orientador: Raquel Ponte

Rio de Janeiro
2021

CIP - Catalogação na Publicação

TT266n Teixeira, Mayara de Brito
Nova etapa do NQAr: desenvolvimento de
identidade visual / Mayara de Brito Teixeira. --
Rio de Janeiro, 2021.
53 f.

Orientadora: Raquel Ferreira da Ponte.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de
Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design,
2021.

1. Identidade Visual. 2. Marca. 3. Meteorologia.
I. Ponte, Raquel Ferreira da, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

Dedico este trabalho à minha família, mais especificamente aos meus pais,
Rosana e Josimar, minha irmã, Yárina, meu namorado João Felipe
e às minhas psitas e gatos.

AGRADECIMENTOS

O caminho foi longo, definitivamente maior do que eu achei que seria mas finalmente cheguei aqui, no ponto de apresentar meu projeto final e cada pessoa que cruzou meu caminho ao longo contribuíram direta ou indiretamente para que esse momento acontecesse.

Aos professores da UFRJ, de todos os cursos que passei, minha gratidão, por se disponibilizarem a compartilhar seu conhecimento. Em especial, aos professores Irene Peixoto de CVD e ao Luiz Assad de Meteorologia por tirarem um tempo para participar da banca deste projeto e por último, mas não menos importante, aos professores Raquel Ponte, por ter aceitado ser minha orientadora, pela paciência, pela compreensão, pelo ensinamento e pelas palavras de conforto e encorajamento que recebi nos momentos de incerteza ao longo do TCC (em alguns momentos foram essas palavras que me ajudaram a seguir em frente) e ao Luiz Claudio Pimentel, coordenador do NCQAr, por ter aceitado participar deste projeto, pelas reuniões que, em momentos de pandemia, me alegravam e traziam de volta o ânimo ao longo do projeto.

Agradeço em especial o Luiz Claudio (novamente), William, Alessandra, Gilmar, Mauricio, Leo, Nilton, Ian, Larissa e Jonatha por aceitarem fazer a entrevista que serviu de base para este projeto.

Aos meus pais, Rosana e Josimar e à minha irmã, Yárina, por serem a minha base, meu refúgio, por sempre cuidarem de mim, pelo amor e carinho que recebo. Graças a vocês pude ter a oportunidade de estudar na UFRJ, de passar pelo CEFET e pelo CPEI, que são instituições de ensino público e de qualidade.

Ao meu namorado, João Felipe, por todo o apoio que me foi dado, desde o início da primeira tentativa de faculdade, por acreditar em mim quando eu não consigo, por partilhar cada momento importante da minha vida, sejam vitórias ou derrotas, nessa última década. Por me aturar 24h por dia, secar minha lágrima e pelo conforto que seu abraço me trouxe, principalmente nessas últimas semanas.

Aos meus amigos, que me mantêm sã e alegre. Pelas risadas, por partilhar meu desespero nos momentos prova ou entregas de trabalho, pelas abraços e palavras de conforto, pelo encorajamento. Aos amigos do CPEI, por tantos anos de amizade, por me ajudarem a crescer, aos membros da ZCASnagem por me apoiarem quando resolvi mudar, pelo encorajamento nesse projeto, pelas festas e diversão, e ao Fábio e a Camila, por escolherem CVD depois de outras tentativas frustradas, por fazerem parte dessa jornada comigo. Obrigada a todos por estarem no mesmo lugar e ao mesmo tempo em que eu estive, só para eu poder conhecê-los e levá-los para o resto da vida.

À Café.art.br, pela oportunidade que me deram de praticar o que foi visto na faculdade, mas principalmente pelo ensinamento, pela compreensão nos momentos difíceis, pelas dicas no TCC (mesmo que eu não tenha conseguido seguir todas elas), pelas risadas, pelo apoio e pela música (sempre que eu escutar *No One Knows*, vou lembrar de vocês).

Mais um vez, muito obrigada a todos!

RESUMO

TEIXEIRA, Mayara de Brito **Nova etapa do NCQAr: desenvolvimento de identidade visual.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Visual Design) – Escola de Belas Artes – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

O Núcleo Computacional de Estudos da Qualidade do Ar, pertencente ao Departamento de Meteorologia do IGEO/UFRJ passa por um processo de reestruturação e expansão e, com isso, a marca atual não condiz mais com o que a gama de temas abordados nos trabalhos desenvolvidos pelo laboratório. Como forma de retribuição ao curso de Meteorologia e à universidade, em conjunto com o que foi visto ao longo do curso de Comunicação Visual Design e a metodologia desenvolvida pela Alina Wheeler, este projeto, em parceria com os integrantes do NCQAr, tem como objetivo a criação de uma nova identidade visual para o laboratório que represente essa nova etapa na qual eles se encontram.

Palavras-chave: Identidade visual. Marca. Meteorologia.

ABSTRACT

TEIXEIRA, Mayara de Brito **Nova etapa do NCQAr: desenvolvimento de identidade visual.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Visual Design) – Escola de Belas Artes – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

The Núcleo Computacional de Estudos da Qualidade do Ar, belonging to the Meteorology Department of IGEO/UFRJ is going through a process of restructure and expansion and, with this, the current brand does not express the range of approached themes related to the projects developed in the laboratory. As a way of retributing to the Meteorology course and the university, with what was seen in the Comunicação Visual Design course and with Alina Wheeler's methodology, together with the members of NCQAr, the aim of this project is to create a new visual identity that corresponds to the phase that the laboratory is going through.

Key words: Visual identity. Brand. Meteorology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Marca original do NCQAr.....	12
Figura 2. Modelagem de dispersão de material particulado durante o verão de 2016.....	13
Figura 3. Marcas do IGEO e dos outros cursos presentes nele.	20
Figura 4. Marcas dos laboratórios existentes no Departamento de Meteorologia da UFRJ.....	20
Figura 5. Marcas de instituições relacionadas com o campo da Meteorologia.....	21
Figura 6. Moodboard de cores.....	25
Figura 7. Moodboard para a estrutura do símbolo.....	26
Figura 8. Croquis da Opção 1.....	27
Figura 9. Opção 1.....	27
Figura 10. Ensaios de aplicação da Opção 1.....	28
Figura 11. Croquis da Opção 2.....	28
Figura 12. Opções 2.1 e 2.2.....	29
Figura 13. Ensaios de aplicação das Opções 2.1 e 2.2.....	30
Figura 14. Marca do NCEQAIR.....	31
Figura 15. Versão horizontal.....	32
Figura 16. Versão vertical completa.....	32
Figura 17. Versão horizontal completa.....	32
Figura 18. Versões em preto e branco, negativo e positivo e meio tom.....	33
Figura 19. Versões colorida monocromática, negativa e positiva.....	33
Figura 20. Mockup dos itens de papelaria.....	35
Figura 21. Template dos slides.....	36
Figura 22. Posts de Instagram.....	37
Figura 23. Atual site do NCQAr.....	38
Figura 24. Site do LASA e do LPS.....	39
Figura 25. Proposta do novo site com as páginas de Home e Sobre nós.....	40

LISTA DE SIGLAS

BCMT - Bacharelado em Ciências Matemática e da Terra

CCMN - Centro de Ciências Matemáticas e da Natureza

CNEN - Comissão Nacional de Energia Nuclear

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

COPPE - Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia

CVD - Comunicação Visual Design

IGEO - Instituto de Geociências

INEA - Instituto Estadual do Ambiente

LabZeq - Laboratório do Zequinha

LAMMA - Laboratório de Modelagem de Processos Marinhos e Atmosféricos

LPS - Laboratório de Processamento de Sinais

NCQAr - Núcleo Computacional de Estudos e Qualidade do Ar

NCEQAIR - Núcleo de Conhecimento e Extensão em Qualidade Ambiental e Inovações em Rede

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU - Organização das Nações Unidas

PEM - Programa de Engenharia Mecânica

PIV - Programa de Identidade Visual

RMRJ - Região Metropolitana do Rio de Janeiro

SIV - Sistema de Identidade Visual

UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 NCQAR	11
1.1.1 NCQAR hoje.....	13
1.1.2 Nome	14
1.1.3 Atual marca do NCQAr.....	14
1.2 OBJETIVO	15
2. IDENTIDADE VISUAL.....	16
2.1 METODOLOGIA.....	18
3. PROJETO	21
3.1 CONDUÇÃO DA PESQUISA.....	22
3.1.1 Análise de similares.....	22
3.1.2 Levantamento de dados primários.....	24
3.2 CLASSIFICAÇÃO DA ESTRATÉGIA	24
3.3 NCEQAIR.....	26
3.4 DESIGN DA IDENTIDADE.....	27
3.4.1 <i>Moodboard</i>	27
3.4.1 Ideação e exploração	29
3.5 CRIAÇÃO DE PONTOS DE APOIO	33
3.5.1 Finalização do design de identidade.....	33
4. CONCLUSÃO	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO.....	46

1. INTRODUÇÃO

Hoje, estou em processo de conclusão do curso de Comunicação Visual Design (CVD) na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mas para chegar até aqui demorei um pouco.

Em 2012, entrei pela primeira vez como estudante da UFRJ, não necessariamente realizada porque queria cursar Engenharia Mecânica e acabei em Bacharelado em Ciências Matemática e da Terra (BCMT). No processo de tentar entender sobre o que era esse curso que eu falava e ninguém conhecia e para descobrir o que eu mesma queria fazer, passaram-se 2 anos até que cheguei em um ponto em que a incerteza do que vinha a frente, do que eu faria com essa graduação, era tanta que precisei mudar.

Nestes dois anos que passei no BCMT, comecei a gostar das ciências da natureza e por isso decidi que iria cursar Geologia. Ao ver que minha nota de corte não era suficiente (e não tinha passado em Física 1 para tentar a transferência especial disponível no curso), continuei com a decisão de que iria seguir na área das ciências da natureza.

Desse modo, em 2014, entrei novamente para a UFRJ, mas para o curso de Meteorologia. Dessa vez, estava decidida a fazer diferente, então no primeiro período comecei a procurar uma forma de ser mais participativa na faculdade.

Foi então que, no segundo período, entrei para o Núcleo Computacional de Estudos e Qualidade do Ar (NCQAr), onde fiz iniciação científica sobre comparação de dados observados e de reanálise de direção e velocidade do vento em diferentes altitudes na região de algumas bases aéreas do Rio de Janeiro.

Porém, ao longo dos meus dois anos e meio de Meteorologia (e dois anos de NCQAr) começou a crescer um sentimento de insatisfação, não só de descontentamento com meu desempenho em Cálculo e Física (hoje posso olhar para trás e rir, mas naquele momento era desesperador) mas de não me sentir feliz com o que eu estava fazendo. E mais uma vez eu decidi mudar, porém, dessa vez, a mudança foi mais drástica.

Em 2016, no segundo semestre, passei para CVD e tudo pareceu diferente (e não só por ter saído da área de Exatas). Sempre me interessei pelas artes mas não a ponto de ser "artista". Vi em CVD um curso com uma vasta diversidade de áreas de especialização onde a "arte" poderia ser uma aliada e não necessariamente o produto final, além da possibilidade de interagir com diversas áreas de conhecimento, lidando com diversos tipos de pessoas.

Infelizmente, não pude aproveitar nenhuma matéria feita anteriormente nos outros dois cursos em relação a grade de matérias de CVD mas, mesmo assim, foi a melhor decisão que poderia ter tomado.

1.1 NCQAR

O Núcleo Computacional de Estudos da Qualidade do Ar foi idealizado a partir da identificação de uma lacuna no Departamento de Meteorologia do IGEO/UFRJ, em que a modelagem computacional dos fenômenos de transporte na atmosfera não incluíam a representação físico-matemática do mecanismo cinético das reações químicas. Os esforços estavam concentrados na implementação, adequação

e avaliação dos modelos computacionais desenvolvidos por centros nacionais e internacionais e direcionados para a modelagem e simulação numérica dos processos dinâmicos e termodinâmicos no ambiente atmosférico, notadamente o uso dos modelos de previsão numérica do tempo e modelos de circulação geral da atmosfera. Outra carência de estudos envolvia o desenvolvimento físico, matemático e computacional dos denominados modelos de dispersão de poluentes atmosféricos, a partir dos métodos de solução das equações de conservação ou, como recorrentemente denominada na literatura científica, equação da advecção-difusão de massa.

A evidente lacuna científica diagnosticada culminou em 2001 na criação do Grupo de Pesquisa do CNPq intitulado Fenômenos de Transporte na Atmosfera Aplicado aos Estudos dos Impactos Ambientais, sob a coordenação conjunta do pesquisador da Comissão Nacional de Energia Nuclear, Dr. Jesus Salvador Perez Guerrero e o Dr. Luiz Cláudio Gomes Pimentel, docente do Departamento de Meteorologia pertencente ao Instituto de Geociências (IGEO) do Centro de Ciências Matemáticas e da Natureza (CCMN). Como consequência natural dessa parceria, no ano de 2002 foi estruturado o Núcleo Computacional de Estudos da Qualidade do Ar – NCQAr. A infraestrutura necessária para a instalação física inicial do NCQAr foi obtida através dos projetos científicos aprovados pela FAPERJ e CNPq e recursos disponibilizados pelo Laboratório de Modelagem Marinha e Atmosférica (LAMMA) do Departamento de Meteorologia/IGEO/CCMN/UFRJ, através dos seus coordenadores Prof. Audálio Torres e Prof. Gutemberg Borges França no ano de 2000/2001, coordenadores do LAMMA na época, foi fundamental para dar base à essa primeira etapa do novo empreendimento, assim como o auxílio do Prof. Renato Cotta do Programa de Engenharia Mecânica do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia do UFRJ (PEM/COPPE/UFRJ), disponibilizando os recursos computacionais necessários para o início do desenvolvimento dos códigos computacionais.

Inicialmente as diretrizes para os estudos teóricos do Núcleo eram voltados para o desenvolvimento dos códigos computacionais para a modelagem dos processos turbulentos de transporte de massa na atmosfera, apontando como estratégia de atuação o foco em três eixos:

- Fenomenologia: Uso dos dados da rede de monitoramento atmosférico e da qualidade do ar, em conjunto com os resultados da simulação numérica, para o entendimento dos fenômenos de transporte na atmosfera e estudo teórico dos seguintes fenômenos, sistemas meteorológicos e processos: turbulência atmosférica; ilha de calor; poluição atmosférica; nevoeiro; sistema de brisa; dinâmica da camada limite atmosférica e etc.
- Desenvolvimento: Desenvolvimento dos códigos computacionais e a implementação, a adequação e a avaliação dos modelos atmosféricos e de qualidade do ar, buscando avaliar o desempenho dos modelos na representação física dos fenômenos e processos, avaliação das parametrizações físicas, influência das condições de contorno e iniciais na simulação computacional dos fenômenos e processos, influência da resolução da grade e das bases de dados de topografia e uso do solo e etc.
- Aplicação: Aplicação do conhecimento fenomenológico da atmosfera e dos resultados das simulações numéricas e dos dados observacionais, com auxílio da modelagem estatística e das plataformas de sistema de informações geográficas para a aplicação em áreas de interesse da sociedade: Planejamento da Rede de Monitoramento Ambiental; Planejamento Urbano; Licenciamento e Estudos de Impacto Ambiental; Qualidade de Vida e Conforto Ambiental e Planejamento de Emergência, etc.

No princípio, os modelos seriam aplicados para o estudo da dispersão de poluentes na Região Metropolitana do Rio de Janeiro (RMRJ), atrelados às aplicações de interesse para a sociedade. Havia também a necessidade de ampliar a formação de recursos humanos em nível de pós-graduação, para a busca

da consolidação do NCQAr no âmbito nacional e ampliar a formação de pesquisadores e profissionais da Meteorologia para o mercado de trabalho operacional, acadêmico e científico, alavancando a publicação de artigos em periódicos de relevância nacional e, principalmente, internacional.

Não só voltado para a pesquisa, o NCQAr também desenvolveu atividades de extensão como: a elaboração de material didático e apresentação de palestra sobre temas da Meteorologia para os alunos do Colégio Werneck – Petrópolis/RJ; participação no Projeto de Extensão Meteorologista Mirim, coordenado pela Profa. Célia Paiva, do Departamento de Meteorologia da UFRJ; e a apresentação de palestra para estudantes de graduação do Departamento de Engenharia Mecânica, da Universidade Federal do Espírito Santo, intitulada Estudo do Transporte Turbulento de Poluentes na Camada de Superfície Atmosférica Via Transformada Integral Generalizada.

Em uma segunda fase no processo de consolidação do laboratório, seu principal desafio foi de harmonizar a pesquisa científica de qualidade em uma linguagem adequada aos diversos setores da sociedade (Rede Pública de Ensino Básico, Secretarias de Meio Ambiente e Gerência Ambiental do Setor Produtivo e as Organizações Não Governamentais). A partir disso, surgiram diversos programas, projetos e cursos de extensão, com a participação direta da equipe do NCQAr e envolvendo docentes e discentes dos diversos laboratórios do Departamento de Meteorologia. Outro objetivo era a formação cidadã dos graduandos e pós-graduandos do NCQAr, assim como do Departamento de Meteorologia, envolvendo diversos recursos como aulas, palestras e a produção de material didático para o ensino básico, treinamento de técnicos do Instituto de Meio Ambiente do Estado do Rio de Janeiro (INEA) e de outros órgãos públicos na área de modelagem atmosférica e da qualidade do ar, desenvolvimento de plataforma de sistema de informação geográfica para estudos ambientais e como ferramenta didática, palestras para a sociedade, objetivando a divulgação da meteorologia para alunos do ensino médio etc.

1.1.1 NCQAR hoje

Com a consolidação do NCQAR e ao longo de sua trajetória, há um fortalecimento na área de desenvolvimento da modelagem computacional, mostrando uma preocupação na evolução de metodologias e estratégias para o estudo da modelagem atmosférica e da qualidade do ar. Isso contribui para a produção de inovações tecnológicas e sociais que possam melhorar a qualidade de vida e ambiental nas Regiões Metropolitanas do país, auxiliando a sociedade e os órgãos públicos em planos de gestão em planejamento ambiental e desenvolvimento urbano e sustentável.

Ainda como perspectiva para o presente e futuro, o laboratório começa a se inserir na área de Energia Renovável, principalmente energias eólica e solar, em conjunto com o Geógrafo e Doutor em Engenharia Civil Corbiniano Silva e o Economista e Mestre em Engenharia Ambiental Rafael Vieira, com a orientação de dissertações e teses envolvendo o escoamento atmosférico em regiões litorâneas para a aplicação em parques eólicos.

Ao longo do tempo, o LAMMA acaba perdendo importância e o núcleo passa a ser mais conhecido do que o laboratório ao qual o núcleo pertence.

Com a saída do Prof. Audálio Torres da coordenação do LAMMA, o novo coordenador passou a ser o pesquisador Dr. Luiz Claudio Gomes Pimentel e com ele surge o desejo de ampliação das áreas de interesse do NCQAr, vendo a necessidade de mudar não só a estrutura do laboratório como sua identidade visual.

1.1.2 Nome

Em sua primeira forma, como um grupo de pesquisa do CNPq, o grupo recebeu o nome de Fenômenos de Transporte na Atmosfera Aplicado aos Estudos dos Impactos Ambientais, porém ele era mais conhecido por “Laboratório do Zequinha” (LabZeq).

Quando os alunos precisaram enviar artigos para um congresso, por volta dos anos 2000, o pesquisador Dr. Jesús Salvador Pérez Guerrero, co-criador do NCQAr, comentou que seria importante criar um nome que fosse condizente com a seriedade do trabalho. Então, através de discussões em conjunto com os estudantes, o nome escolhido foi Núcleo Computacional de Estudos e Qualidade do Ar.

1.1.3 Atual marca do NCQAr

Figura 1. Marca original do NCQAr.



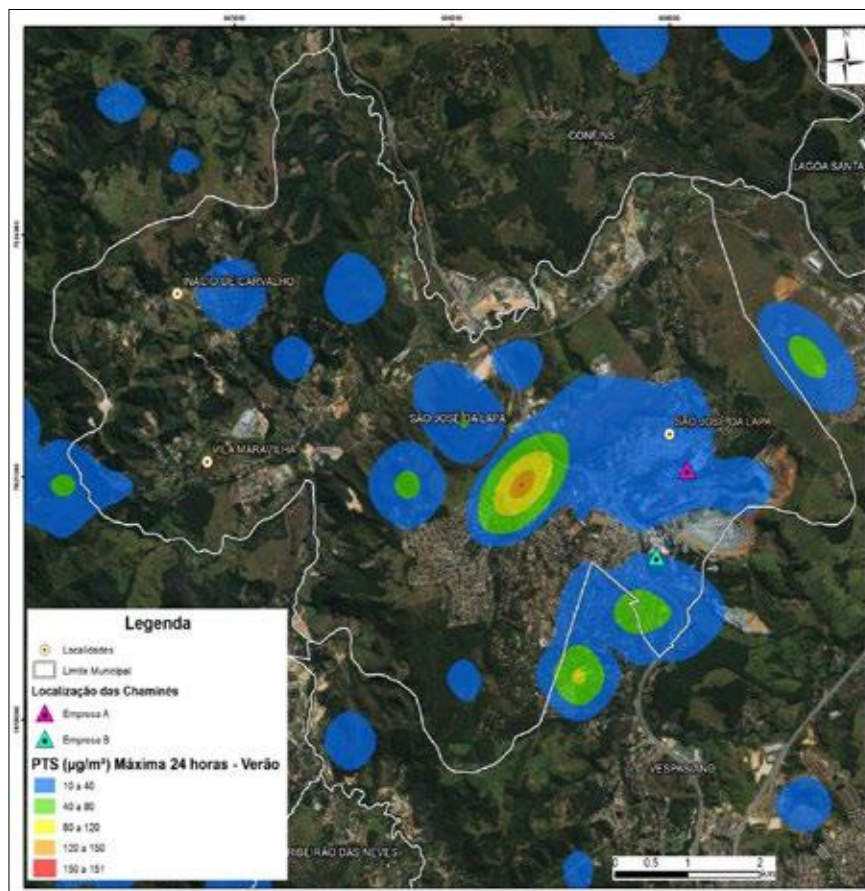
Fonte: <https://sites.google.com/a/lamma.ufrj.br/ncqar-beta/>

Por volta dos anos 2006-2007, vendo a necessidade de uma representação visual do laboratório, o então aluno de iniciação científica do laboratório, Leonardo Aragão, criou a marca para o núcleo. A Figura 1 apresenta a marca em questão, sendo essa a única versão encontrada com o nome completo.

Inspirada na estética do sistema operacional da época, Windows Vista, o símbolo faz uso de suas características visuais, como o brilho de uma superfície de vidro.

Seu formato e cor são referentes à área de estudo do laboratório (qualidade do ar, poluentes). Com um formato semelhante à letra “A” de NCQAr, as formas circulares são referentes às formas provenientes de gráficos de dispersão de poluentes, como apresentado em seguida na Figura 4. As áreas coloridas são as plumas de poluição, que são as áreas onde pode ser encontrada uma determinada concentração de poluentes. Sua cor vermelha corresponde à área desses gráficos em que há maior concentração desse poluente, indicando uma zona de risco à saúde.

Figura 2. Modelagem de dispersão de material particulado durante o verão de 2016.



Fonte: RIBEIRO, M. V.; FERREIRA, T. K. A.; SANTOS, J. D. Modelagem da dispersão de poluentes atmosféricos para avaliação da qualidade do ar em São José da Lapa/MG. Revista Brasileira de Climatologia. ISSN: 2237-8642 (Eletrônica) Ano 15 – Vol. 24 – JAN/JUN 2019 Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/revistaabclima/article/view/61327/38783>. Acessado em: 03 jun 2021.

1.2 OBJETIVO

Como foi dito anteriormente, com o desejo de expansão das áreas de pesquisa do laboratório, uma identidade visual, especificamente uma marca focada somente na área de poluição do ar, não era mais suficiente para representar as mudanças que já começavam a acontecer aos poucos no NCQAr.

A vontade de fazer um trabalho voltado para a Meteorologia para retribuir o que me foi ensinado, às pessoas e aos bons momentos que a “Metereo” (Meteorologia para os íntimos) me proporcionou coincidiu com essa vontade de transformação do Núcleo. Sendo assim, ao abordar o coordenador do NCQAr, concordamos em começar um projeto.

Com isso, o objetivo deste trabalho de conclusão de curso é o desenvolvimento de um sistema de identidade visual para o NCQAr que represente essa nova fase em que o Núcleo se encontra e desenvolver as aplicações necessárias nessa etapa, tais como material de papelaria, template para apresentação em slides, template para redes sociais e a proposta do site.

2. IDENTIDADE VISUAL

“A identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais.” (PÉON, 2013).

Por meio de elementos visuais, é possível comunicar um conceito e despertar sensações nas pessoas. Para que isso ocorra, construímos um sistema expressamente enunciado, realizado voluntariamente, planejado e integrado pelos elementos visuais. Quanto melhor esse sistema for planejado e estruturado, mais forte será a identidade, levando a atenção do público ao objeto e causando uma impressão mais forte no público e também fazendo com que essa identidade perdure.

“Esse sistema que expressa como se configura objetivamente a identidade é o Sistema de Identidade Visual (SIV) - ou Programa de Identidade Visual (PIV). O SIV proporciona unidade e identidade a todos os itens de apresentação de um dado objeto, por meio de seu aspecto visual.” (PÉON, 2013)

O SIV ajuda na identificação e memorização do objeto (ou instituição) pelo visual, explica o posicionamento e destaca a instituição em relação aos concorrentes, ajuda na persuasão para obtenção de investimentos e promoção. Um sistema bem estruturado transmite o conceito associado ao objeto com o intuito de persuasão, traz noções de segurança, organização e uniformidade.

Para a construção desse sistema, seguimos alguns requisitos:

- Originalidade: não necessariamente precisa ser inédito, mas precisa se diferenciar dentro do contexto e área em que o produto ou instituição está inserido.
- Repetição: os elementos básicos do sistema precisam ser repetidos para fortalecer a identidade e sua unidade.
- Unidade: seguir as especificações do sistema para que o sistema seja estruturado na mente do usuário por meio da repetição.
- Fácil identificação: que os elementos possam ser compreendidos pelo público e que tecnicamente esses elementos possam ser reproduzidos sem perder suas características base.
- Visibilidade: ser viável econômica, operacional e tecnicamente, obedecendo às restrições do sistema.
- Flexibilidade: aplicar o sistema de identidade visual de acordo com as variadas condições técnicas, levando-se em conta as restrições do projeto

O SIV é composto por elementos divididos em primários, — servem como base para os demais elementos e cuja veiculação nas aplicações é essencial para a consistência do sistema — secundários — derivam dos elementos primários e tem sua utilização dependente de cada aplicação, com menor repetição ao longo do sistema — e acessórios — ligados a diversidade de aplicações a serem feitas em relação ao porte da empresa e ao quanto ela pode investir.

Os elementos primários são:

- Logotipo: composto por letras e números que podem ser lidos, é o sinal gráfico correspondente ao nome da empresa.
- Símbolo: constituído por um desenho, preferencialmente com poucos elementos, com o objetivo de ser identificado pelo público e associado à instituição de origem. Esse desenho pode ser composto por letras e números, sem que o seu objetivo seja a leitura.

- Marca: também denominada assinatura visual, a marca é o elemento que sintetiza os elementos primários do sistema, a junção do símbolo ao logotipo. Quando a marca apresenta apenas o logotipo, este passa a ser a própria marca. A mesma pode apresentar variações em relação a posição dos elementos que a constitui (variações vertical e horizontal), ao número de cores (variações em policromia, monocromia em meio-tom e monocromia à traço) e em relação ao preenchimento (variações vazada e em negativo).

Os elementos secundários são formados pelas cores institucionais — combinação de cores que estarão presentes em todos os elementos e aplicações — e o alfabeto institucional — família tipográfica utilizada para normatizar os textos nas aplicações, de fácil disponibilidade e aquisição, com variedade de peso.

Já os elementos adicionais podem ser:

- Grafismos: elementos gráficos, geralmente abstratos, que com o intuito de enfatizar algum conceito ou servir de apoio visual ao layout, como um componente estético.
- Mascotes: são personagens utilizados para atingir um público específico dentro do seu público alvo, causando identificação entre esse público e a imagem corporativa. Geralmente são animais ou objetos inanimados.
- Normas para layout: geralmente para a criação de peças gráficas, são normas não para restringir mas para organizar e manter a consistência entre as aplicações da instituição. Na maioria dos casos, o profissional que trabalha nas aplicações não costuma ser o mesmo profissional que desenvolve a marca, com isso, para tentar preservar a unidade do sistema de identidade visual, as normas de layout são criadas. O manual em que essas normas estão presentes, apresenta os elementos do SIV (tanto primários, secundários como os adicionais), assim como a forma adequada de utilização da marca e as aplicações. Essas aplicações são os elementos aplicados em situações reais, já que a marca não funciona isoladamente, fora de contexto. Elas geralmente são apresentadas em objetos que serão utilizados no dia-a-dia da instituição, como cartões de visita, canecas, uniforme, entre outros.

2.1 METODOLOGIA

Ao longo deste projeto, será aplicada a metodologia apresentada no livro Design de Identidade de Marca da autora Alina Wheeler (2008).

Essa metodologia consiste em 5 grandes etapas.

- **Condução da pesquisa**
 - Definir visão, estratégia, metas e valores;
 - Pesquisar as necessidades e percepções dos stakeholders;
 - Conduzir auditorias sobre marketing, concorrência, tecnologia, jurídica e linguagem;
 - Analisar as marcas e arquiteturas de marcas existentes;
 - Apresentar relatórios das auditorias.

• **Classificação da estratégia**

- Sintetizar o que foi aprendido;
- Classificar a estratégia da marca;
- Desenvolver uma plataforma de posicionamento;
- Co-criar atributos de marca;
- Escrever um resumo da marca (brief);
- Obter aprovação;
- Criar estratégias de nomes;
- Escrever um resumo criativo.

• **Design da identidade**

- Visualizar o futuro;
- Brainstorm da ideia (tempestade de ideias);
- Explorar as aplicações;
- Finalizar a arquitetura da marca;
- Apresentar a estratégia visual;
- Obter aprovação.

• **Criação de pontos de apoio**

- Finalizar o design identidade;
- Desenvolver a aparência e o sentido;
- Começar a proteção da marca registrada;
- Priorizar e fazer o design das aplicações;
- Fazer o design do programa;
- Aplicar a arquitetura da marca.

• **Gestão de ativos**

- Construir sinergia ao redor da nova marca;
- Desenvolver a estratégia e o plano de lançamento;
- Lançar primeiro internamente;
- Lançar externamente;
- Desenvolver diretrizes de padronização e normatização;
- Treinar os campeões da marca.

A condução da pesquisa serve para obter o máximo de informações para a imersão no assunto em questão, com o levantamento de perguntas que vão ajudar a direcionar o projeto.

A partir das respostas obtidas durante a fase de pesquisa, passa-se para a etapa de classificação da estratégia no qual o conhecimento adquirido na fase anterior será resumido a fim de criar um *briefing*¹ para nortear o projeto.

Após a criação de estratégia, começa o desenvolvimento do design da identidade. A partir dos direcionamentos e limitações do projeto, as ideias passam a ser exploradas até chegar em opções mais próximas do resultado final e onde ocorrerá o primeiro retorno ao cliente.

Ao obter a aprovação, o passo seguinte é o de criação de pontos de contatos onde os elementos da identidade são refinados e finalizados para que as assinaturas visuais sejam criadas. Nesse passo também são definidos os elementos secundários e adicionais.

A gestão de ativos, etapa final, consiste no lançamento do SIV e na garantia de sucesso e durabilidade dessa identidade visual. Essa etapa, às vezes, não está relacionada à área de atuação do designer e sim à área de marketing, que vai trabalhar diretamente na administração dessa identidade e na estratégias de aplicação do SIV e divulgação.

¹ “O briefing de design delimita os detalhes de um projeto que tem o papel de realizar uma comunicação estética específica.”

Simões, Letícia. **Diferença entre um briefing para design e para publicidade.** Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/diferenca-entre-um-briefing-para-design-e-para-publicidade> . Acessado em: 02 aug 2021.

3. PROJETO

3.1 CONDUÇÃO DA PESQUISA

3.1.1 Análise de similares

Como se trata de um núcleo de pesquisa em uma instituição de ensino público, o termo concorrente não é o melhor a ser utilizado. Foi feito um levantamento de imagens relacionadas a uma área mais ampla, a da Meteorologia, por trazer aspectos mais diversificados que o tema de “qualidade do ar”.

A pesquisa ficou dividida em 2 seções, sendo a primeira com 2 subseções. A primeira seção, representada pelas Figuras 4 e 5, é composta de logotipos da UFRJ, ligados ao Departamento de Meteorologia e ao Instituto de Geociências (IGEO), no qual o curso está inserido.

Figura 3. Marcas do IGEO e dos outros cursos presentes nele.



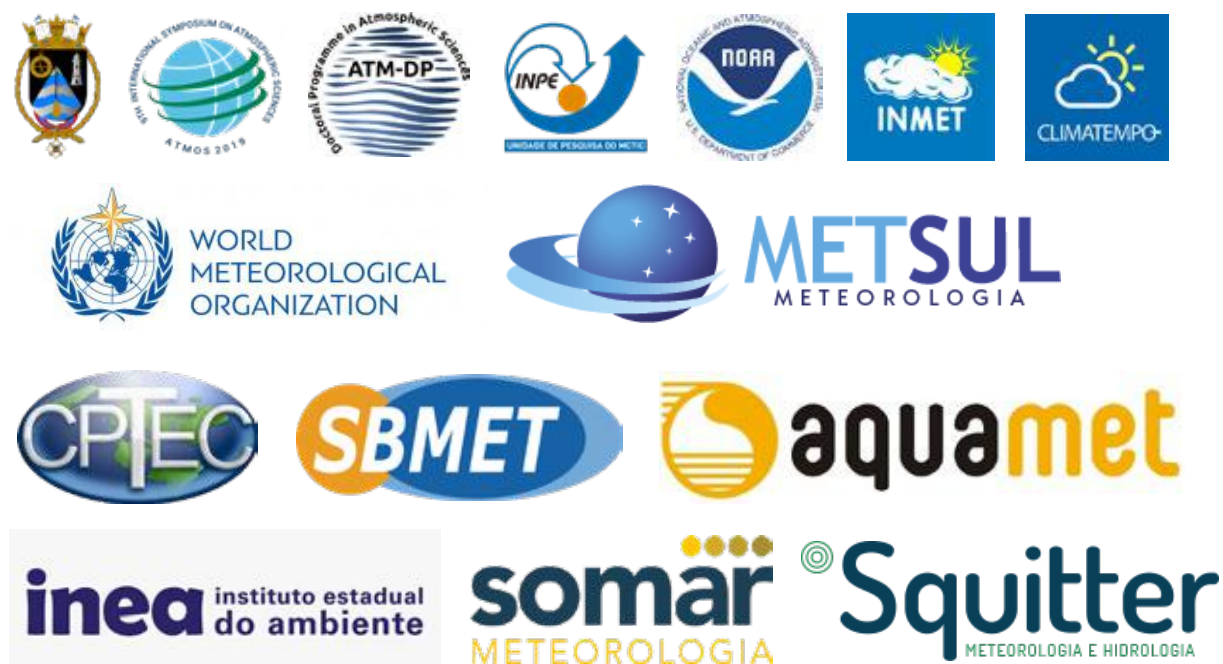
Figura 4. Marcas dos laboratórios existentes no Departamento de Meteorologia da UFRJ.



Esse conjunto de imagens apresenta alguns pontos em comum, como o uso de elementos e representações gráficas meteorológicas, provenientes de mapas sinóticos, por exemplo. Outro elemento recorrente, não só nesta primeira seção, é o globo terrestre. As cores predominantes são azul, relacionada à representação do céu, e verde, no caso dos laboratórios com temas ligados à natureza e ecologia.

A segunda seção, Figura 5, contém marcas de empresas, instituições e congressos ligados direta ou indiretamente à área da Meteorologia.

Figura 5. Marcas de instituições relacionadas com o campo da Meteorologia.



Nesta segunda seção, fica ainda mais claro a predominância de alguns elementos citados anteriormente. É predominante a presença do globo terrestre e elementos como sol e nuvem. A cor azul ainda permanece como a favorita, assim como o verde, mas agora temos a adição do amarelo. Um novo elemento é a representação do vento, ou correntes de ar, além da água. Passa a ser uma representação menos específica de uma determinada área da meteorologia e sim de elementos que podem interferir nos fenômenos meteorológicos.

3.1.2 Levantamento de dados primários

A fim de conhecer melhor sobre o que era o laboratório e entender o que ele pretende ser daqui para frente, foi feito um levantamento de dados primários.

Com a ajuda do coordenador do então LAMMA/NCQAr, entrei em contato por email com 33 pessoas, das quais 10 realizaram a entrevista, entre os dias 11 e 20 de janeiro (dentre elas o coordenador NCQAr, 1 aluno da graduação, 1 aluno de doutorado e 7 ex-alunos de iniciação científica, mestrado e/ou doutorado).

Foram realizados 2 questionários (ver Anexo 1), um mais extenso para o coordenador e outro para os demais participantes. As perguntas foram divididas em três partes: perguntas sobre NCQAr, perguntas sobre a nova marca e um quadro de percepção da marca. Devido à situação pandêmica na qual nos encontramos, as conversas foram realizadas através de videochamadas, com grupos de 1 a 3 pessoas, em que as perguntas eram feitas ao vivo mas e respondidas em um documento compartilhado com os participantes para que eles pudessem complementar conforme achassem necessário.

As perguntas sobre o NCQAr previam entender a história do núcleo, e o que ele pretende ser a partir dessa reformulação. Como perguntas como “Qual a missão do NCQAr? Qual a visão e os valores do laboratório?”, “Qual o público alvo?” e “Qual o diferencial deste laboratório em relação aos outros do departamento?”, essas perguntas poderiam ter sido feitas apenas ao coordenador, mas a maioria delas foram feitas para todos os participantes para talvez perceber alguma peculiaridade, algum ponto de vista que pudesse levar à uma outra inspiração.

A parte de criação da marca, buscava entender a nova imagem e mensagem que o laboratório quer passar. Nesta seção, as perguntas eram referentes à estética e aparência do símbolo, por exemplo, ou às cores institucionais que poderiam ser usadas no projeto, restrições e condições quanto à identidade visual.

Já a terceira parte, quadro de percepção da marca, teve o objetivo de listar as características necessárias na construção dessa nova marca. Esta etapa consistia na comparação entre atributos opostos e o quanto esse novo laboratório se aproxima de determinada característica.

3.2 CLASSIFICAÇÃO DA ESTRATÉGIA

A partir das respostas das entrevistas, as informações para dar direcionamento ao projeto puderam ser extraídas.

A primeira parte, com perguntas sobre o NCQAr, mostra que o Núcleo procura usar o seu trabalho para contribuir com o desenvolvimento da sociedade, através da importância da noção de indissociabilidade entre as áreas de pesquisa, extensão e ensino, e que o conhecimento não deve estar restrito ao ambiente acadêmico mas popularizado e disponibilizado de maneira eficiente e gratuita para a sociedade. Essa característica já é intrínseca ao NCQAr, onde os projetos de Extensão sempre tiveram grande relevância ao longo de sua trajetória.

Outro ponto, já até citado anteriormente, é em relação à área de atuação que era voltada para micro-meteorologia, qualidade do ar e poluição atmosférica e hoje, se expande para energias renováveis, análise ambiental, geoprocessamento, meteorologia urbana, costeira e de montanha.

Porém, além da instituição para desenvolvimento de pesquisa, também foi possível ver seu lado humano. As respostas mostram o quanto o ponto de vista do coordenador estava bem difundido entre integrantes e ex-integrantes do Núcleo, já que muitas das respostas tinham pontos em comum. Mas, o que mais chamou atenção foi o quanto as pessoas encaravam esse espaço não só como um lugar para a formação profissional em um determinado campo da meteorologia, mas como um lugar que foi essencial no crescimento pessoal de cada um que passou por lá, assim como a imagem do laboratório está atrelada diretamente a imagem do próprio coordenador. Alguns termos como “ambiente democrático”, “receptividade”, “união”, “amigo”, “família” foram encontrados ao longo das respostas da entrevista para descrever o laboratório e diferenciá-lo dos demais do departamento.

Na seção de perguntas, sobre a futura marca, foram levantadas características que afetariam diretamente na construção da marca, como a preferência pelo uso de cores como azul e verde e o não uso da cor vermelha, presente na marca anterior (esse foi um ponto presente na pergunta sobre restrições de todos os participantes da entrevista), assim como trazer a ideia e integração e a representação dos elementos e recursos naturais.

No quadro de percepção da marca, foram levantadas outros atributos que influenciam na marca (os números serviram apenas para facilitar a resposta dos participantes na hora da entrevista em relação à proximidade do elemento que melhor representasse a marca). Algumas características como “coletiva”, “informal”, “quente” e “macia” representam bem o espírito do Núcleo presente no seu dia-a-dia, já “nova” e “clássica” passam a busca pela inovação e renovação mas sem perder esse espírito e a base que diferencia esse laboratório.

Quadro de Percepção de marca

Tecnológico	--1--2-- 3 --4--5--	Humano
Realista	--1--2-- 3 --4--5--	Otimista
Ouvir	--1--2-- 3 --4--5--	Falar
Individual	--1--2--3--4-- 5 --	Coletiva
Formal	--1--2--3-- 4 --5--	Informal
Feminino	--1--2-- 3 --4--5--	Masculino
Nova	--1-- 2 --3--4--5--	Velha
Quente	-- 1 --2--3--4--5--	Fria
Áspera	--1--2--3-- 4 --5--	Macia
Moderna	--1--2--3-- 4 --5--	Clássica

No decorrer das entrevistas, algumas expressões apareciam de maneira recorrente e são elas que auxiliarão na hora de gerar ideias para a marca. São elas:

integração, indissociabilidade, sociedade/social, pesquisa, extensão, ensino, energia (renovável), tecnologia, recursos naturais/meio ambiente, multidisciplinar, interdisciplinar

3.3 NCEQAIR

Com uma nova etapa e mudança na estrutura do laboratório, também veio a mudança do nome, mas tentando manter o mais próximo possível do nome anterior. No início do projeto já havia sido comentado que haveria uma mudança no nome já que Núcleo Computacional de Estudos da Qualidade do Ar não correspondia a gama de conteúdos abordados nos projetos do laboratório.

Após a apresentação dos resultados obtidos nas entrevistas, baseado nesses resultados, o nome escolhido.

O novo nome passa a importância da extensão ao longo da trajetória do Núcleo, a vontade de fazer com que o conhecimento esteja disponível de maneira acessível, o processo de transformar esse conhecimento e ideias em realidade, trabalhando em conjunto, seja com outras pessoas ou com outras áreas do conhecimento, com instituições públicas e/ou privados ou com a sociedade.

O Núcleo do Conhecimento e Extensão em Qualidade Ambiental e Inovações em Rede (NCEQAIR) busca desenvolver processos holísticos estruturados em rede com objetivo e capacidade de transformar o conhecimento e as ideias em realidades, capturando o seu valor intrínseco e o compartilhamento dialógico com a sociedade, tendo como base os indicadores para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para com foco em 6 eixos:

- Educação;
- Energia;
- Água,
- Meio Ambiente;
- Saúde;
- Alimento.

3.4 DESIGN DA IDENTIDADE

3.4.1 Moodboard²

A partir do conhecimento adquirido na etapa anterior, começa a etapa de brainstorming e exploração de ideias. Mas antes dela, a construção do *moodboard*. Ele ficou dividido em duas grandes seções: uma para cores e a outra para a estrutura.

Figura 6. *Moodboard* de cores.



A Figura 6 apresenta as imagens escolhidas para montar o *moodboard* de cores. Elas tiveram como temática a natureza, os movimentos clássicos das artes e o espírito descontraído do laboratório, representado pela cerveja (os movimentos clássicos foram citados ao longo da entrevista com o coordenador pelo detalhamento dos elementos apresentados nele e a cerveja foi citada por alguns participantes na parte de descrição do ambiente do laboratório e assim como a cor “amarelo” foi uma das opções de cor que propuseram).

² Um MoodBoard é um mural que pode conter fotos, ilustrações, texturas, cores, objetos, formas, estilos e frases/palavras. Seu objetivo é favorecer a visualização de ideia e a tradução da essência do serviço, produto ou marca. Identificando o tom que o projeto deve seguir.

Morais, Jaider. **Entenda o que é MoodBoard e como essa ferramenta pode ajudar no seu projeto.** Disponível em: <https://designcomcafe.com.br/moodboard/>. Acesado em: 02 aug 2021.

Figura 7. Moodboard para a estrutura do símbolo.



Para a parte de estrutura, apresentada na Figura 7, foram escolhidas imagens referentes à ideia de integração e indissociabilidade, aos recursos naturais e energias renováveis, à representações explícitas e meteorológicas dos fenômenos da atmosfera, à representações gráficas dos elementos da natureza (como ar, água e terra) e a marcas e logotipos (existentes ou não) que representassem as ideias anteriores.

Em ambos os *moodboards*, algumas imagens estão destacadas em vermelho, essas são as imagens que de alguma forma chamaram a atenção do cliente, o coordenador do NCQAr, na conversa de retorno com as informações extraídas das entrevistas.

3.4.1 Ideação e exploração

Depois do *moodboard*, deu-se início à fase de ideação. Com as palavras e imagens destacadas, é chegada a hora do lápis e papel, e depois de alguns rascunhos surgiram duas possíveis opções.

OPÇÃO 1

Figura 8. Croquis da Opção 1.



Inspirada na forma do infinito, no conceito de integração e nos recursos naturais, a Opção 1 traz a ideia de união entre os elementos do ar e da água, como um ciclo onde um influencia diretamente o outro. Nesse caso, a água foi representada por uma onda pelo Rio de Janeiro ser conhecido por suas praias, no qual a proximidade com o mar afeta na meteorologia local. A Figura 8 os croquis da Opção 1, começando com a ideia principal e passando para o desenvolvimento da forma.

Para esta opção, foram escolhidos dois tons de azul para diferenciar os dois elementos. O degradê reforça a ideia de integração. A fonte escolhida para o logotipo foi a Prompt (fonte gratuita disponível no Google Fontes), por trazer a forma arredondada também presente no símbolo. Na sigla o “Q”, por coincidência, ficou no meio e ter essa posição central e ser uma letra grande e com variadas representações em diferentes famílias tipográficas, foi a escolhida para alterações. Sua descendente foi alterada para que se assemelhasse às curvas presentes no símbolo, principalmente à curva central que liga os dois elementos, com sua terminação se estendendo ao termo air (ar, em inglês), o fluido de comportamento caótico que é base dos estudos da Meteorologia.

Figura 9. Opção 1.



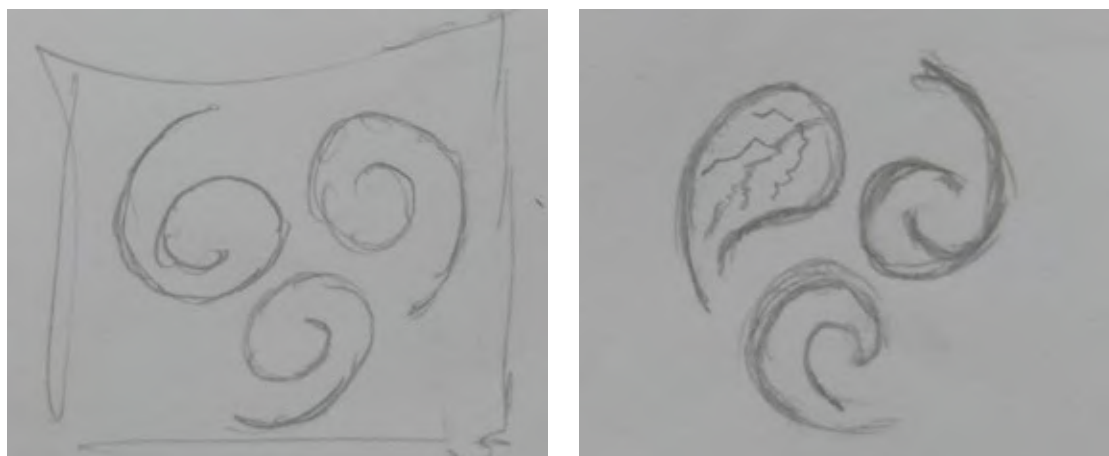
Figura 10. Ensaios de aplicação da Opção 1.



Para os ensaios de aplicações, foram escolhidos elementos simples que pudessem ser usados no cotidiano do laboratório, como um cartão de visita (que pode ser distribuído em congressos e simpósios) e um caderno (para anotações ao longo do desenvolvimento das pesquisas de alunos e professores).

OPÇÃO 2

Figura 11. Croquis da Opção 2.



A Opção 2, teve como base elementos parecidos com a da primeira opção: a ideia de integração, do ciclo, do movimento e dos elementos da água e do ar. A Figura 11 mostra o rascunho desta opção, começando com a forma escolhida para ser a base do desenho, forma essa extraída do *moodboard* e passando para a estruturação da opção. Contudo, essa possibilidade também possui o elemento da natureza, representado pela folha, e alude a representação de um aerogerador, utilizado para geração de energia eólica (isso fica mais claro na Figura 12, a lembrança do aerogerador está presente no vazio formado pelo símbolo no centro). Além disso, a presença de 3 elementos remete aos 3 pilares dessa fase do Núcleo: pesquisa, extensão e ensino.

Figura 12. Opções 2.1 e 2.2.



Dessa opção, surgiram duas variações, uma com formas coloridas e outra com formas em azul marinho. As cores do primeiro são menos saturadas, pois por ser muito colorido, poderia ter um aspecto mais infantil, já na segunda imagem, a saturação é maior para ter mais contraste com o fundo. A tipografia escolhida, Montserrat (fonte gratuita disponível no Google Fontes), também apresenta formas arredondadas. O “Q” novamente recebe um destaque, com a descendente formando se conectando ao “A”, remetendo aos conceitos de integração e ciclo.

Figura 13. Ensaio de aplicação das Opções 2.1 e 2.2.



No geral, apesar de uma das características do quadro de percepção da marca ser “quente”, em ambas as opções, as cores utilizadas tiveram que ser frias por estarem atreladas diretamente a representação dos elementos, que já fazem parte de um repertório comum (azul para a água e verde para a floresta). A ideia do “quente” influenciou mais na questão da integração dos elementos como um ciclo e na ideia de rede, assim como a receptividade calorosa dos integrantes do NCEQAR, quase como um abraço de um amigo.

3.5 CRIAÇÃO DE PONTOS DE APOIO

3.5.1 Finalização do design de identidade

As opções foram apresentadas primeiro para o coordenador, Luiz Claudio, que demonstrou preferir a primeira opção, porém com algumas observações. Foi questionada a falta de representação das cidades, montanhas e floresta.

Após testes, a inclusão dos novos elementos não apresentou bons resultados e a opção adotada foi a inserção do verde, como representação da floresta.

A opção 1 com alterações foi apresentada para o coordenador e mais 4 pessoas que, em consenso, pediram para que o verde ficasse mais evidente.

Assim, o verde ficou mais presente na parte da esquerda, já que a forma da representação do ar apresenta similaridades com a forma da vegetação presente na opção 2 (opção anteriormente descartada). Em conjunto com esse último ajuste, foi feita a inversão dos tons de azul, para representar melhor uma transição e integração entre os elementos, o azul escuro da água, representada pelo mar, passando para o azul claro do ar para o verde da vegetação. O peso foi reajustado assim com o “bico” da onda teve um arredondamento.

Assim, levando as sugestões em consideração, chegamos ao resultado final.

Figura 14. Marca do NCEQAIR.



VARIAÇÕES DE POSIÇÃO

Figura 15. Versão horizontal.



Figura 16. Versão vertical completa.



Figura 17. Versão horizontal completa.



O problema encontrado foi o tamanho do nome por extenso. Por ser um nome comprido, nas versões completas, ele ocupa um bom espaço. A opção foi posicionar o nome por extenso, na versão horizontal, abaixo do logotipo e que ele não fosse alinhado com o tamanho das versões com apenas símbolo e logotipo, ultrapassando nas laterais.

VARIAÇÕES DE COR

Figura 18. Versões em preto e branco, negativo e positivo e meio tom.



Figura 19. Versões colorida monocromática, negativa e positiva.



CORES INSTITUCIONAIS

R: 7 | G: 0 | B: 82
 C: 100% | M: 99% | Y: 25% | K: 43%
 # 070052
 PANTONE 281C

R: 58 | G: 158 | B: 232
 C: 68% | M: 26% | Y: 0% | K: 0%
 # 3a9ee8
 PANTONE 2171C

R: 90 | G: 132 | B: 23
 C: 69% | M: 28% | Y: 100% | K: 12%
 # 5a8417
 PANTONE 370C

R: 77 | G: 77 | B: 79
 C: 0% | M: 0% | Y: 0% | K: 85%
 # 4d4d4f
 PANTONE 7540C

R: 234 | G: 229 | B: 220
 C: 7% | M: 7% | Y: 11% | K: 0%
 # eae5dc
 PANTONE

As cores são inspiradas nos elementos representados na marca e na convenção de que elementos como ar e água são representados pela cor azul as florestas e vegetação, pela cor verde. As duas últimas cores são cores de apoio para uso em aplicações. A última, cor em específico vem da imagem da cerveja, no *moodboard*, porém com a saturação do amarelo extremamente reduzida. O cinza vem como um complemento.

TIPOGRAFIA

Mantendo a mesma ideia da construção do logotipo, em que a forma das letras mantivesse a forma circular dos elementos, a tipografia escolhida foi a Montserrat, que possui variedade de peso e é um fonte disponível gratuitamente pela plataforma Google Fonts. Apesar da grande variedade de peso, escolhi apenas dois pesos contrastantes (light e bold), limitando a variação hierárquica a esses elementos, além do tamanho da fonte, caixa alta ou baixa, a fim de facilitar na hora da utilização.

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

APLICAÇÕES

As aplicações escolhidas para o momento tiveram como base o que poderia ser necessário no no dia-a-dia do laboratório, levando em conta o que foi apontado nas entrevistas como o que seria necessário para o futuro do Núcleo.

Nessas aplicações, vemos o uso de elementos de apoio. São os elementos as linhas com o degradê e as formas com as cores chapadas, acompanhando ou não essas linhas, ambos apresentando as curvas extraídas do símbolo.

PAPELARIA

Para a papelaria, foram escolhidos objetos que podem ser utilizados no cotidiano dos integrantes do Núcleo. São eles: o cartão de visitas para entregar em congressos, para possíveis parceiros de projeto, papel timbrado para documentações e notificações impressas e um bloco de notas para anotações importantes.

Figura 20. Mockup dos itens de papelaria.



SLIDES

Já havia anteriormente um template padrão que era usado em apresentações de Semana de Integração Acadêmica da UFRJ (SIAC), trabalhos de conclusão de curso, entre outros. Com a mudança da identidade visual, foi elaborado um novo template, com mais opções de slides.

Figura 21. Template dos slides.



REDES SOCIAIS

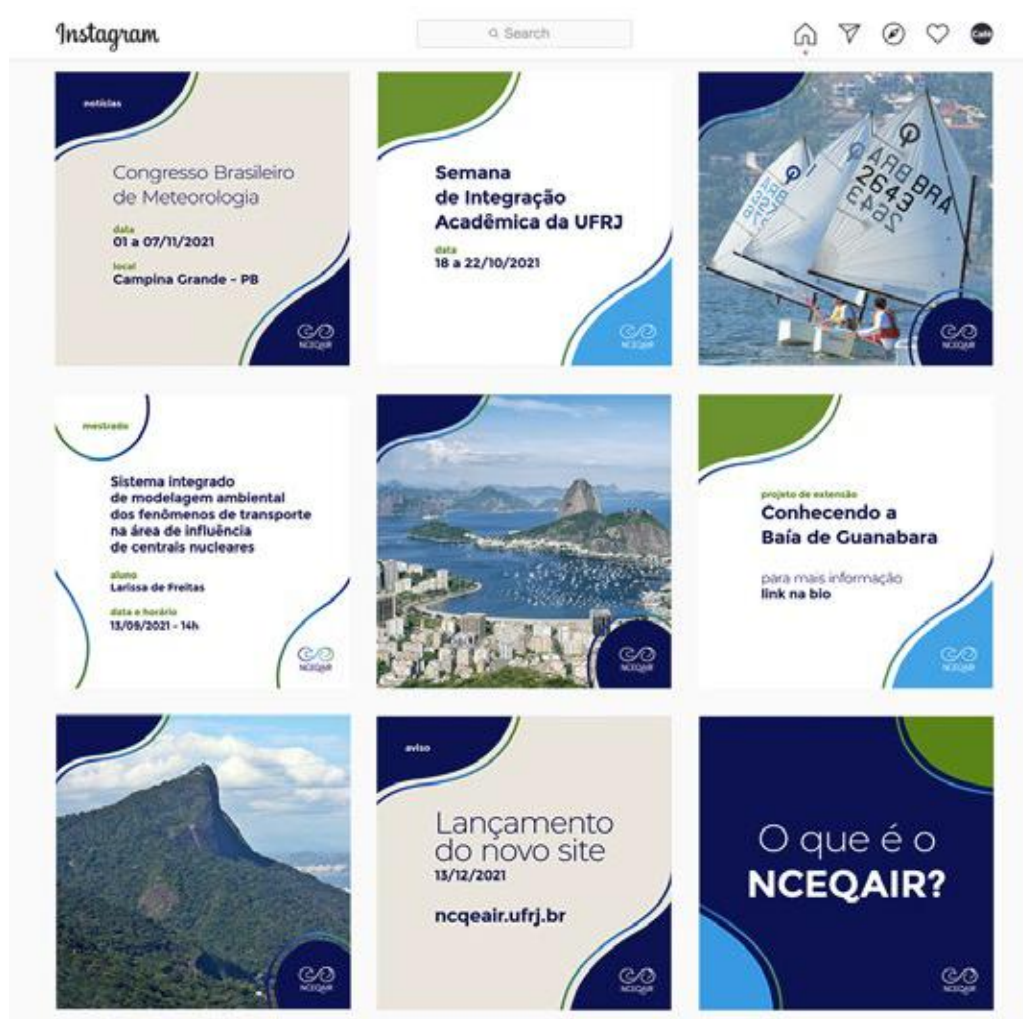
Uma das melhorias necessárias levantadas durante as entrevistas foi em relação a divulgação do laboratório e para isso, o uso das redes sociais acaba sendo inevitável, principalmente pela possibilidade de longo alcance que elas proporcionam. Nesse caso em específico, o Instagram possui grande número de inscritos, sendo grande parte deles os jovens adultos estudantes universitários, já que é uma ferramenta empregada na divulgação de laboratórios e cursos e que transmite de maneira fácil e efetiva a informação para o público em geral.

Um problema levantado foi a disponibilidade de pessoas no laboratório para o trabalho com as mídias sociais. Isso pode ser resolvido levando em consideração a própria vontade do Núcleo de realizar trabalhos interdisciplinares. Alunos de outras áreas da universidade, como os próprios alunos de CVD, podem ajudar com a elaboração das peças necessárias e a administração das redes por meio de um

projeto de extensão. Os alunos, em geral, da universidade necessitam de horas de extensão, o Núcleo precisa divulgar os trabalhos e pesquisas e manter contato com o público externo e interno do ambiente acadêmico e os estudantes de CVD precisam de experiência e peças para o portfólio. Todos podem sair ganhando!

Sendo assim, foram elaborados templates de posts a serem usados no Instagram. Conforme apresentado na Figura 22, foram feitos exemplos de textos longos e curtos e imagens, para divulgação de curiosidades, eventos, projetos e outras informações que forem necessárias.

Figura 22. Posts de Instagram.



SITE

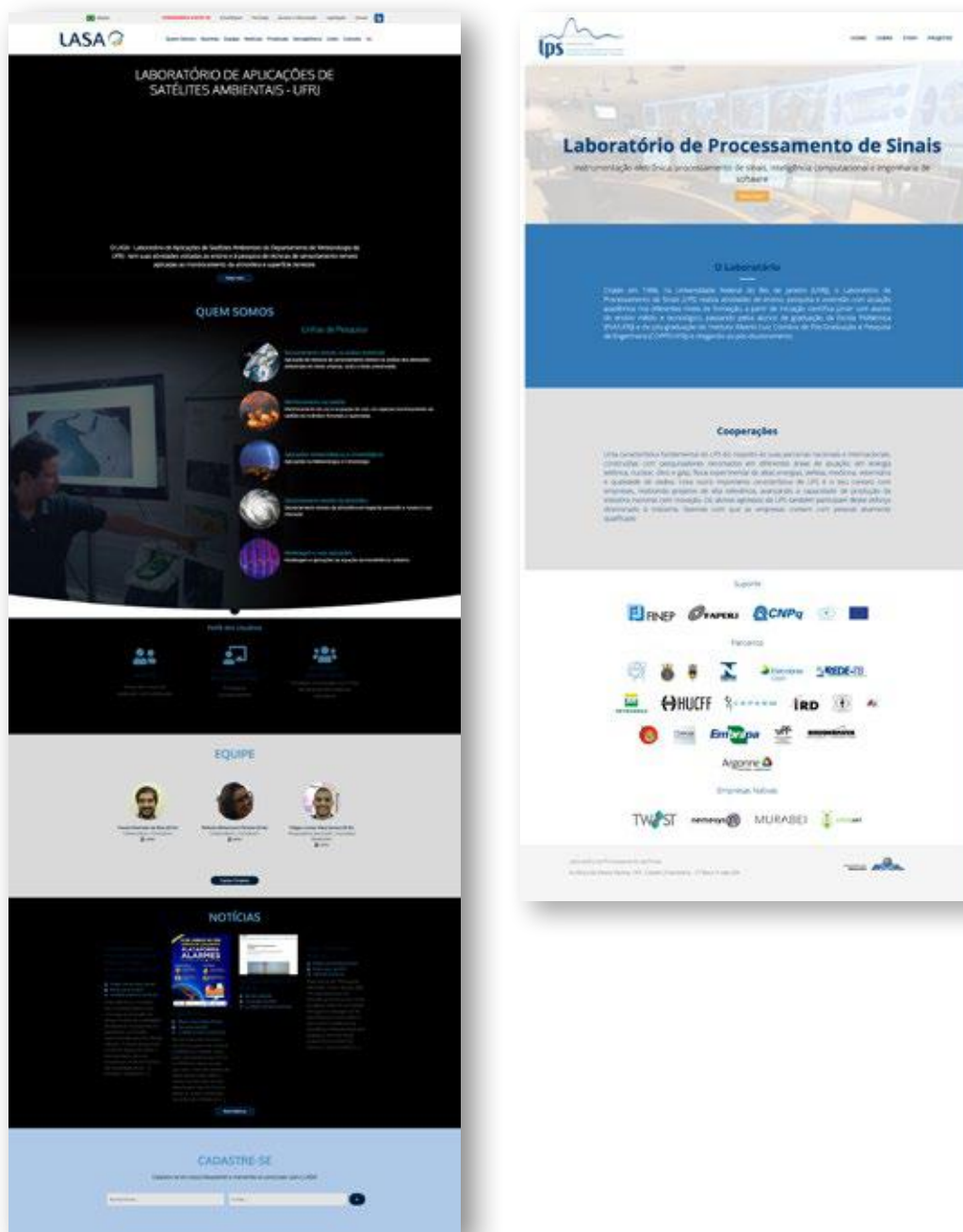
O ponto em comum abordado em todas as respostas de possíveis aplicações na etapa de entrevistas foi o site que no momento encontra-se desatualizado, tanto em conteúdo como visualmente, como pode ser visto na Figura 23.

Figura 23. Atual site do NCQAr.



Para a elaboração do visual para um possível novo site, foram usadas como base, principalmente para o conteúdo do site, o próprio site do NCQAr e site de outro laboratório da meteorologia, o Laboratório de Aplicações de Satélites Ambientais (LASA) e um laboratório externo à Meteorologia, o Laboratório de Processamento de Sinais (LPS), mostrados na Figura 24. Já para o site, os elementos foram inspirados na metodologia do Material Design, do Google.

Figura 24. Site do LASA e do LPS.



A estrutura empregada no site consiste em 6 sessões: Home, para apresentar o site e apontando algumas outras sessões importantes, Sobre nós, que explica o que é o Núcleo, suas áreas de foco e seus integrantes, Projetos, mostrando os projetos de extensão, iniciação científica e possíveis projetos externos à faculdade, Produção, para divulgar o material produzido pelo laboratório, seja em forma de artigo, monografia, dissertação ou tese e Contato, com informações relevantes como endereço, telefone e área para enviar email.

A proposta do novo site é exibida através de duas possíveis telas: a Home, por ser o primeiro contato do público com o site, e Sobre nós, por descrever o NCEQAIR, e ambas são páginas em que não era preciso ajuda externa para o conteúdo principal, do que estariam presentes nelas.

Figura 25. Proposta do novo site com as páginas de Home e Sobre nós.



4. CONCLUSÃO

A mudança do Núcleo, que de NCQAr (aportuguesado) para o NCEQAIR (em inglês) não está só no nome. Brincadeiras à parte, acredito que o mais desafiador não só para mim com a construção da marca e da identidade visual e para eles com a construção do nome, foi englobar tantos conceitos e ideais, tanta vontade de inovar e melhorar o seu entorno em uma só elemento.

Esse trabalho foi feito para o NCQAr e com o NCQAr. A interdisciplinaridade esteve presente desde que a proposta foi levada ao coordenador do Núcleo, Luiz Claudio. Na verdade, estava presente desde quando surgiu a vontade de retribuir o tempo que passei lá. Mesmo não aproveitando as matérias da Meteorologia no curso de CVD, o conhecimento adquirido lá foi usado neste trabalho, tanto na conceituação como para conseguir entender o que me era passado nas reuniões, com termos técnicos que ressurgiram na memória ao longo do projeto. Além desse projeto, esse conhecimento que me foi proporcionado lá, me ajudou a conseguir meu estágio como designer.

A interdisciplinaridade é uma característica do profissional de Design desde o início, assim como sempre esteve na essência do futuro NCEQAIR. Trabalhar com o próximo e para o próximo é algo intrínseco aos dois, mesmo sendo de áreas tão diferentes.

Se tem algo que aprendi em Design foi que o repertório que carregamos nos faz enxergar o mundo de maneira particular e foi esse repertório, com uma bagagem de conhecimentos meteorológicos, matemáticos e físicos que me fez chegar até aqui, ao fim deste projeto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MÍDIA LIVRE. **Briefing criativo (Questionário)**. Disponível em: https://corais.org/sites/default/files/briefing-_criacao_de_identidade_visual.pdf. Acessado em: 21 set 2020.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

PIMENTEL, Luiz Claudio. **MEMORIAL: Requisito necessário para a promoção à classe E (Titular) da carreira do Magistério Superior na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)**. Rio de Janeiro, 2018.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

YAMASHIRO, Agata. **Como Fazer um Briefing de Criação**. Disponível em: <https://www.designon.com/2017/08/briefing-de-criacao/>. Acessado em: 21 set 2020.

Anexo 1 - Questionário

SOBRE O NCQAr

Qual a missão do NCQAr? Qual a visão e os valores?

- Missão: NCQAr/LAMMA, núcleo de suporte para os docentes, estudantes e técnicos administrativos na pesquisa e ensino/extensão. Elaborar ações que promovam a construção dialógica do conhecimento envolvendo atores da Universidade e Sociedade nos seguintes temas: Ensino, Energia, Saúde, Esporte/Lazer, Produção de alimento, Recursos Naturais e Meio Ambiente.
- Visão: lab de modelagem ambiental e inovações tecnológicas e sociais; que os produtos possam ser aplicados a sociedade, políticas públicas, subsidiar pequenos agricultores. Atingir o nível de excelência nacional/internacional em atividades de inovação científica, tecnológica e social em um período de cinco anos.
- Valores: integração, popularização e disponibilização gratuita do conhecimento; indissociabilidade entre pesquisa, extensão e ensino. Uso da ciência e tecnologia para a diminuição das desigualdades sociais e difusão do conceito de cidadania e solidariedade na sociedade.

Qual o público alvo?

LUIZ

- alunos em todos os níveis de ensino e formação
- órgãos públicos (para ajudar e políticas públicas)
- sociedade como um todo, ONGs e instituições comunitárias.

DEMAIS

- aluno de qualquer nível e qualquer graduação
- professores (de diversas áreas e níveis, principalmente ensino público)
- pequenos agricultores
- grupo grael (área náutica)
- sociedade
- defesa civil
- comunidade científica (dentro da faculdade, órgãos ambientais)
- gestores voltados para qualidade do ar/processos atmosféricos
- empresas poluidoras
- empresas do ramo de energia

Qual o diferencial deste laboratório em relação aos outros do departamento?

LUIZ

Modelagem integrada de ecossistemas.
Visão holística da ciência e da construção do conhecimento. Indissociabilidade ensino, pesquisa, extensão e inovações tecnológicas e sociais.

DEMAIS

- extensão
- indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão
- interdisciplinaridade; as pessoas, de diversas áreas com assuntos que se encontravam, agregar pessoas de diferentes áreas e fazer elas “falarem uma mesma língua”
- público alvo mais amplo
- estudos ambientais aplicados
- disponibilidade do grupo, em se ajudar, de maneira acadêmica e pessoal/emocional - família
- união
- interação entre os membros do laboratório e entre graduação e pós, todo mundo se desenvolve junto
- democrático
- “liberdade”
- horizontalidade (sem uma hierarquia vertical)
- grande formador de profissionais e pessoas (formação de caráter)
- aberto para todos os alunos (até de fora da faculdade ou sendo do laboratório ou não), receptividade
- troca de informações
- “alunos mais inteligentes”

O que era o laboratório antes e o que ele pretende ser daqui pra frente?

LUIZ (Antes)

laboratório de estudo da poluição atmosférica, voltado para o meio acadêmico

DEMAIS (Antes)

- laboratório de micrometeorologia e qualidade do ar, microescala e mesoescala, poluição, estudos urbanos
- trabalhos que buscavam inovações, mas que voltavam pro núcleo;
- muito acadêmico e extensionista
- tinha interação entre as pessoas, pq a convivência foi um diferencial com aprendizados pra vida
- interação forte entre graduação e pós

LUIZ (Depois)

Modelagem integrada de ecossistemas que busca ampliar a integração com a sociedade

DEMAIS (Depois)

- laboratório cada vez mais multidisciplinar
- retorno a sociedade (mas ver as aplicações na prática, de maneira organizada)
- mais conectado com outros grupos de pesquisa, com projetos em conjunto, parcerias
- continuar com interação entre pessoas, com a união
- mais gente no laboratório, principalmente alunos da pós
- manter interação com o COPPE
- extensão
- vertentes na energia nuclear/solar/eólica/renováveis

O que poderia/precisa melhorar para essa nova fase do NCQAr?

LUIZ

- divulgação do laboratório/pesquisa/ensino/ extensão,
- apresentar de maneira eficaz do que o laboratório faz
- comunicação do laboratório com o ambiente externo
- recriar/recadastrar o grupo de pesquisa no CNPQ
- chamar mais alunos e alunas de graduação (da meteorologia principalmente mas não exclusivamente)

DEMAIS

- melhorar estrutura: ar condicionado, tornar o lugar aconchegante, organização do laboratório, aplicar regras mínimas de usabilidade mas mantendo o espírito democrático, LAMMÃO
- melhorar divulgação do laboratório e dos trabalhos; trabalhar no site
- captar recursos; promover eventos (colocando talvez um valor simbólico e que esse dinheiro ajude na bolsa dos alunos que não tem) (ex: LAMMOC, <https://www.instagram.com/lammocuff/?hl=pt-br>)
- desenvolver habilidades computacionais; pensar mais no mercado (em relação às pesquisas)
- melhorar a integração: com outros grupos de pesquisa, entre os integrantes do laboratório (promovendo reuniões/ videoconferências com mais frequência)
- gente nova, principalmente do doutorado

Quais as áreas que o NCQAr abrange?

- Pesquisa e ensino: modelagem computacional, físico-química da atmosfera, micro-meteorologia, energia eólica, qualidade do ar, meteorologia urbana, meteorologia costeira e de montanha, análise ambiental, geoprocessamento.

- Extensão: educação e meio ambiente (coisas trabalhadas na pesquisa para explicar de forma mais fácil para o público exterior, aproximando o ensino básico da pesquisa e ensino da universidade, usando elementos do meio ambiente (EX: floresta da tijuca, Baía de Guanabara, ecossistemas, biomas)

SOBRE A MARCA

Como surgiu a marca antiga e qual era o seu conceito?

Marca criada pelo Leo, ex-integrante do laboratório, tentando passar uma ideia de poluição. Com isso foi feito um símbolo inspirado em gráficos relacionados a temática de poluição, em que as plumas de poluição formassem a letra "A".

Precisa estar vinculado com a identidade da Meteoro?

Completamente independente!! Estender o conceito de meteorologia e ciências atmosféricas para o âmbito da sociedade e das demais ciências exatas e humanas.

Quais são as mensagens mais importantes que a identidade visual deve passar para o público?

LUIZ

- laboratório de estudo integrados meio ambiente/energia/social
- um lab que seja voltado para a sociedade (com embasamento na ciência, cultura, tecnologia, filosofia e espiritualidade)

DEMAIS

- interdisciplinaridade (tecnologia, meio ambiente, sociedade)
- mostrar as novas áreas contempladas pelo laboratório
- estudos ambientais (generalista, ex: estudos urbanos, poluição do ar, estudos de energia, licenciamento ambiental e várias outras coisas)
- laboratório de meteorologia aplicada;
- inclusão dentro e fora do departamento
- representar a meteorologia como um todo (por ser um laboratório multidisciplinar)

Tem algo que gostaria que esteja presente no logo?

LUIZ

algo que lembre recursos naturais (vegetação/ água doce/ar, solo)

DEMAIS

- referência ao ccmn
- ligação entre floresta e água, planta e água (e ar); questões ambientais (de maneira geral, vide questão anterior)
- algo mais genérico
- aerogerador, painel solar, usina nuclear
- bonequinhos (sociedade)

Possui alguma preferência de cor?

LUIZ

- azul
- verde
- branco
- amarelo
- violeta

DEMAIS

- azul
- verde
- marrom
- algo que passe tranquilidade
- sem cor específica, por ser um laboratório tão plural (quando se tira uma cor tira a possibilidade de criação)
- cores neutras (por não ter linhas de pesquisa definidas)
- cor de cerveja (o laboratório é movido à cerveja)

Possui alguma condição/restrição quanto à marca?

LUIZ

vermelho NÃO!

DEMAIS

- sem dourado
- sem vermelho
- não especificar em uma única vertente (ser mais geral)
- não colocar o tornado do departamento
- nada pesado, sem muita informação
- sem nuvem, chuvinha, sem ser infantil

Quais são as qualidades que melhor descreveriam seu logo?

LUIZ

- qualidade ambiental e de vida
- cultura e artes
- simbiose, sempre ajudando os outros; integração (círculo)
- visão holística

DEMAIS

- alegre
- tomaria chopp
- adoraria conversar
- carismático
- espontâneo
- bem família
- o tio que geral ama
- acolhedor*
- integração
- quebra barreiras
- sofisticação
- vanguarda (representar o futuro mas atual)
- atemporal
- amigo
- união
- descontraído
- moderna
- minimalista
- simpática

Teria algum logo de referência?

LUIZ

LAMMA (por causa da onda, filosofia oriental), coisas mais curvas, suaves

DEMAIS

- brasão do município do rio de janeiro
- fluxo meteorologia
- marca do aniversário do bondinho (logo tipográfico)
- rio 450 anos (logo tipográfico)

QUADRO DE PERCERPÇÃO DA MARCA

GERAL (com Luiz)

Tecnológico --1--2--**3**--4--5-- Humano

Realista --1--2--**3**--4--5-- Otimista

Ouvir --1--2--**3**--4--5-- Falar

Individual --1--2--3--4--**5**-- Coletiva

Formal --1--2--3--**4**--5-- Informal

Femi --1--2--**3**--4--5-- Masc

Nova --1--**2**--3--4--5-- Velha

Quente --**1**--2--3--4--5-- Fria

Áspera --1--2--3--**4**--5-- Macia

Moderna --1--2--3--**4**--5-- Clássica